
Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimialaraportti **2013**

Raportti muotoilualojen
yrityksistä, yritysprofiilista,
markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja
lähiajan suhdanneodotuksista



ornamo

Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimiala- raportti 2013

Raportti muotoilualojen
yrityksistä, yritysprofiilista,
markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja
lähiajan suhdanneodotuksista

Teollisuustaitteen Liitto Ornamo

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

Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimialaraportti 2013.

Raporttimuotoilualojen yrityksistä, yritysprofiilista, markkinoista, kasvuyrittäjyydestä ja lähiajan suhdanneodotuksista.

Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus Osaamisen ennakkoinnilla kasvua -projekti (ESR)

www.doria.fi/ely-keskus
www.ornamo.fi/toimialatutkimus2013
www.ornamo.fi/toimialatutkimus

Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith

Projektering och Analys Pekka Lith

Kirjoittaja **Pekka Lith**

Julkaisija **Ornamo**

Ulkoasu **Jalo Toivio**

Paperi **Edixion Offset 120g, 250g**

Typografia **Calibre, Plantin**

Painotyö **Kirjapaino Markprint Oy, 2014**

ISBN 978-952-314-001-1 (painettu)

ISBN 978-952-314-002-8 (PDF)

URN:ISBN:978-952-314-002-8



Sisältö

| | | | |
|-----------|--|------------|---|
| 6 | Esipuhe | 64 | 7 Muotoilualan yritysten taloudellinen asema |
| 7 | Raportin laatijan alkusanat | 65 | 7.1 Liikevaihto, kannattavuus ja tuottavuus |
| 8 | Muotoilun strategiset kehittämiskohteet 2014–2020 | 68 | 7.2 Yleinen talouskehitys |
| | | 72 | 7.3 Muotoilualan yritysten suhdannenäkymät |
| 12 | 1 Yhteenveto | 76 | 8 Tilastokatsaus käsityöyrityksiin |
| 12 | 1.1 Muotoilupalvelut ja niiden käyttö kansantaloudessa | 76 | 8.1 Käsityörittäjyyden määritelmä |
| 13 | 1.2 Muotoilualan yritystoiminta | 77 | 8.2 Käsityöyritysten määrä |
| 14 | 1.3 Alan kehittämistarpeita | 77 | 8.3 Yritysten henkilöstö ja kokoluokka |
| | | 81 | 8.4 Liikevaihdon kehitys |
| | | 81 | 8.5 Yrityskannan vaihtuvuus |
| 18 | 2 Kansantalouden muotoilijat | 86 | 9 Alan yritystoiminnan kehittäminen |
| 18 | 2.1 Muotoilun käsitteitä ja ulottuvuuksia | 87 | 9.1 Yritysten omat kehittämistarpeet |
| 20 | 2.2 Muotoilualojen yritykset ja ammatit | 88 | 9.2 Ammattitaitoisen työvoiman saanti ja koulutus |
| | | 90 | 9.3 Julkiset hankinnat |
| 26 | 3 Muotoilun merkitys ja tuotantotavat | 97 | Lähteitä |
| 27 | 3.1 Muotoilun käyttö yritystoiminnassa | 98 | Liite 1: Hankintapelisäännöt |
| 30 | 3.2 Design-ammattien työllisyys | 102 | Liite 2: Raportissa käytettyjä käsitteitä |
| 36 | 4 Muotoilualan yritykset ja yritys rakenne | | |
| 37 | 4.1 Yritykset ja toimipaikat | | |
| 38 | 4.2 Yritysprofiili | | |
| 41 | 4.3 Sivutoiminen ja osa-aikainen yrittäjyys | | |
| 43 | 4.4 Yritysten asiakasrakenne | | |
| 48 | 5 Yrityskannan uusiutuminen | | |
| 49 | 5.1 Uudet ja lopettaneet yritykset | | |
| 50 | 5.2 Yrityskannan vaihtuvuus | | |
| 54 | 6 Kasvuyrittäjyys ja kansainvälistyminen | | |
| 55 | 6.1 Kasvuyrittäjyyden olemus | | |
| 55 | 6.2 Kasvuyritysten määrä Suomessa | | |
| 56 | 6.3 Muotoilualojen kasvuyritykset | | |
| 58 | 6.4 Kansainvälinen toiminta | | |

Esipuhe

Tämän tutkimustyön tavoitteena oli selvittää ja ennakoida missä toimialoilla muotoilua hyödynnetään, miltä muotoilualan tulevaisuus näyttää ja miten muotoilu edistää talouden kasvumahdollisuuksia. Muotoiluosaamisen hyödyntäminen laajene kiihtyvällä tahdilla. Arviolta noin kymmenesosa muotoilijoista työskentelee perinteisen taideteollisuuden palveluksessa. Tämä haastaa kuvaa ja käsitystä muotoilusta 2020-luvulla.

Perinteisen materiaalipohjaisen taideteollisuuden osuus laskee osittain siksi, että muotoiluyrittäjyys ja muotoiluosaamisen hyödyntäminen muilla toimialoilla on kasvanut. Taideteollisuuden kasvun mahdollisuuksia löytyy perinteiden lisäksi uusien materiaalien ja tekniikoiden kehittämisestä sekä yrittäjyyskäytäntöjen kehittämisessä.

Yhä selvemmin esille ovat nousseet julkiset hankinnat, muotoilun uudet sovellukset, poikkitieteellisyys etenkin tuotekehityksessä, muotoilun käytön laajentuminen kaikille toimialoille, immateriaalisen suunnittelun näkyvä kasvu tuotesuunnittelun rinnalla sekä strateginen suunnittelu palveluteollisuudessa. Muotoilua tehokkaasti hyödyntäviä kasvavia alueita ovat digitaalisten sisältöjen suunnittelu, 3D-visualisointi ja pelisuunnittelu. Siten voidaan kysyä kuinka laaja muotoiluklusteri onkaan?

Aineettoman arvonluonnin mekanismit, aroverkkojen hallinta ja aineettomien oikeuksien hyödyntäminen ja suojaaminen vaativat uutta ja monipuolista osaamista arvonmuodotuksesta, selkeitä ammattikäytäntöjen uudistuksia ja ansaintalogiikan kehittämistä. Uudet innovaatiot syntyvät perinteisten toimialojen ja uusien klustereiden rajapinnoilla.

Muotoilu ei ole virallinen toimiala, eikä siitä ole tuotantotilastoja, eikä käytössä siten ole virallista tietoa Taideteollisen toimialaluokituksen (TOL) muodostamiseen kuin osasta muotoilualan toimijoista. Tiedot yritystoiminnan laajuudesta, yritysprofilista, yritysten taloudellisesta menestyksestä, kehityksestä ja alan

muutoksen taustatekijöistä ja tulevaisuuden potentiaaleista ovat siis jääneet ja jäävät osittain epätarkoiksi. Tutkimustyön tavoitteena oli tuottaa muotoiluklusterin ja elinkeinoelämän eri toimialoille kehittämistyön ja yritys- ja elinkeinopolitiikan valmistelun tueksi ja toimialan tuntemuksen lisäämiseksi muotoilun yritystoimintaa koskeva suhdanne- ja ennakointiraportti. Tutkimus antaa myös ministeriöille uutta tietoa muotoilun julkisen rahoituksen allokoimisessa.

Muotoilualasta ei ole juuri lainkaan muihin toimialoihin vertailukelpoista tilastotietoa. Tutkimus tulee olemaan alan keskeinen tietolähde ja pohja alan kehittämiseksi. Säännöllisen vertailukelpoisen tilastotiedon tuottaminen muotoilusta on siten jatkotoimenpiteiden ensimmäinen ja keskeinen askel.

Tutkimustyön tilaajana on toiminut Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus, jossa kiitos Sasu Pajalalle. Hankkeen on rahoittanut Uudenmaan ELY -keskuksen Osaamisen ennakkoinnilla kasvua ESR-projekti. 📍

Helsingissä 7.4.2014

Salla Heinänen
Toiminnanjohtaja

Raportin laatijan alkusanat

Muotoiluala on kasvuala, joka tarjoaa lukuisia mahdollisuuksia yrityksille, jossa sovelletaan uusinta teknologiaa, koulutusta ja osaamista. Muotoilualan palveluja tuotetaan toimialan erikoistuneissa KIBS-yrityksissä¹, jotka myyvät osaamistaan muille talousyksiköille (käyttäjille), kuten yksityisille yrityksille (teollisuus, rakentaminen, kauppa ja palvelualat) ja julkisyhteisöille (kuntayhteisöt ja valtioorganisaatio). Osa muotoilun työllisistä, eli design-ammattilaisista toimii asiakasyritysten ja -yhteisöjen sisällä tuottaen niille sisäisiä KIBS-palveluja.

Alan pitkästä historiasta huolimatta osamialalta ei ole tehty Suomessa kattavia toimialaselvityksiä, mistä syystä tiedot muotoilualan kysynnän muodostumisesta, yritystoiminnan laajuudesta, yritysprofiilista, yritysten taloudellisesta menestyksestä, kehityksestä ja alan muutoksen taustatekijöistä ovat jääneet valitettavan epätarkoiksi. Oheisen selvitystyön tavoitteena onkin tuottaa Ornamolle yritys- ja elinkeinopolitiikan valmistelun tueksi ja toimialan tuntemuksen lisäämiseksi muotoilun yritystoimintaa koskeva liiton ensimmäinen suhdanne- ja toimiala-raportti.

Raportin hallinnolliset tilastot pohjautuvat Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:iin, työssäkäyntitilastoon ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n Toimiala Online-palvelusta kerättyihin tilastoihin. Keskeisenä uutena tietolähteenä olivat Ornamon yritys-kyselyt, jotka on kohdistettu lähinnä muotoilun KIBS-yrityksille ja muille muotoilupalveluja tarjoaville yrityksille.² Ornamon kyselyjä täydensivät Elinkeinoelämän Keskusliitto EK:n pk-yrityskysely, jossa kerättiin tietoja

muotoilun kysynnästä ja merkityksestä yritysten liiketoiminnan eri alueilla.³

Raportin on laatinut tutkija Pekka Lith (Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith). Selvityksen laadintaa on ohjannut Ornamosta toiminnanjohtaja Salla Heinänen ja asiantuntija Asta Boman. EK:ssa selvitystyötä on avustanut pk-yritysten asiantuntija Jari Huovinen, mistä hänelle suuri kiitos. 🙏

3 Luotettavuuden ja kansainvälisen vertailukelpoisuuden vuoksi raportissa on käytetty Tilastokeskuksen ja kansainvälisen työjärjestö ILO:n ja YK:n vahvistamaan vuoden 2010 ammattiluokitusta ja Euroopan unionin vuoden 2008 toimialaluokitusta, kun on kysymys hallinnollisiin rekistereihin perustuvista työllisyys- ja yritystilastoista. Virallisten luokitusten nimikkeistö ei kuitenkaan vastaa kaikilta osin nykyhetkessä olevia ammattinimikkeitä.

1 KIBS=Knowledge Intensive Business Services.

2 Ornamon yritys-kyselyt on toteutettu Mainio Tech Oy:n kehittämällä uudella Mainio Survey -kyselytyökalulla www.mainiosurvey.com

Muotoilun strategiset kehittämiskohteet 2014–2020

Tutkimustulosten pohjalta tunnistettiin lukuisia strategisia kehittämiskohteita, jotka edesauttavat muotoilualan ja muotoilua hyödyntävien toimialojen liiketoiminnan kehittämistä ja kasvua. Jatkotoimenpiteet laaditaan tutkimustulosten ja tunnistettujen strategisten kehittämiskohteiden pohjalta.

Muotoiluala

- 1 Alan tuottavuustekijöiden tunnistaminen ja tuottavuuden nostaminen
- 2 Alan suhteellinen työttömyystaso ja työpaikkojen vähyys verrattuna muihin suunnittelualoihin ja koulutusmääriin
- 3 Muotoilualan laatujärjestelmän kehittäminen
- 4 Muotoilualan tunnuslukujen ja tilastojen säännöllinen seuranta

Muotoiluyritystutkimuksen kohteet

- Toimialan määrittely
- Toimialan rakenne ja vaihtuvuus
- Yrityskanta
- Markkinatilanne ja kehitys
- Investoinnit ja kehitys
- Taloudellinen tila
- Alan työllisyys ja työllisyyden rakenne
- Menestystekijät, kasvuhaluus
- Ongelma-alueet
- Kehittämistarpeet
- Kansainvälistyminen
- Tulevaisuuden näkymät

Muotoiluintensiivisten yritysten osalta

- Yritystoiminnan laajuus ja keskeiset markkinat
- Yritysrakenne ja -profiili
- Taloudellisen aseman kehitys ja kasvu
- TK- ja innovaatiotoiminta
- Kansainvälinen toiminta
- Lähitulevaisuuden kysyntä- ja suhdannenäkymät
- Kysyntä- ja suhdannenäkymien tulevaisuuden ennakointi
- Kasvupotentiaali kotimaassa ja kansainvälisesti
- Rakenteelliset muutokset
- Työvoiman kysyntä ja tarjonta, osaamistarpeet
- Muotoilun hyödyntämislaajuus
- Muotoilun keskittymisalueet
- Muotoilun käytön merkitys yritysten kilpailukyville

Liiketoiminta, yrittäjyys ja kilpailukyky

- 5 Muotoilun aineettomaan arvонуontiin perustuvan ansaintalogiikan ja ansaintamallin kehittäminen
- 6 Rahoitusmallien kehittäminen mikroyritysten kasvun tukemiseksi
- 7 Suomalaisen muotoilun huippuosaamisalueiden tunnistaminen. Esimerkiksi arktinen muotoilu, teknisten materiaalien, älypalveluiden ja avoimien kehitysympäristöjen nopea kehittäminen, tuotteistaminen ja markkinoiminen

Kansainvälisyys

- 8 Kansainvälisten vientihankkeiden yhdistäminen asiakastoimialojen vientihankkeisiin
- 9 Kansainvälisen yhteistyömallin synnyttäminen elinkeinoelämän vientihankkeissa
- 10 Muotoilun asiantuntijapalveluiden viennin kehittäminen osana teollisuuden palvelualojen vientihankkeita
- 11 Tuotteistamisen, markkinoinnin ja kansainvälisten vientihankkeiden ketteryuden lisääminen kilpailuedun saavuttamiseksi

Koulutus

- 12 Muotoilijoiden yrittäjyyskoulutus tulee olla osana perustutkintoa
- 13 Ammattikäytäntöjen ja taitojen kehittäminen opintojen osana
- 14 Muotoilualan johtamiskoulutusohjelman luominen myös täydennyskoulutuksena
- 15 Täydennyskoulutusohjelman rakentaminen osaamisen ja työmahdollisuuksien laajentamiseksi
- 16 Erikoistumisopintoja materiaali- ja muiden tekniikoiden osaamiseen
- 17 Säännöllinen koulutustarpeiden ja yritysten osaamistarpeiden ennakoiminen yhteistyössä teollisuuden kanssa

Julkisen tuen kehittäminen ja kohdentaminen

- 18 Ely-keskusten asiantuntijaosaamisen kehittäminen aineettomien oikeuksien hyödyntämiseen ja suojaamiseen liittyvää osaamista erityisesti pk-yrityksissä
- 19 Muotoilualan rahoitusjärjestelmän kokonaisarvioiminen ja uudistaminen, jotta alalle esitetyt odotukset suomalaisen kilpailukyvyn parantamisesta voidaan saavuttaa. Tällä hetkellä muotoilualan investointitarpeet ja julkisten rahoittajien ohjelmat eivät kohtaa eikä julkinen raha tule hyödynnetyksi tehokkaasti

Julkisten hankintojen toimivuuden parantaminen

- 20 Julkisyhteisöjen hankintatapojen muuttaminen siten, että julkiset hankinnat edistävät aiempaa paremmin muotoilualan yritysten kehittymistä ja hankintaviranomaisten markkinatuntemusta sekä lisäävät uusien teknologioiden, toimintatapojen tai -mallien hyödyntämistä julkisessa toiminnassa
- 21 Hankintamenettelyjen uudistaminen siten, että mahdollisimman moni uusi ja kasvuhakuinen yritys pääsee mukaan julkisiin hankintoihin
- 22 Julkisyhteisöt voivat tarjota omalla toiminnallaan yrityksille investointiluonteisia hankkeita, joilla voidaan korvata vaikeasti kohdennettavissa olevia yritystukia
- 23 Kilpailullinen neuvottelumenettely soveltuu muotoilualalle, sillä se tukee vuorovaikutusta tilaajan ja muotoiluyrityksen välillä ja siten uuden tiedon, teknologian ja toimintamallien saamista julkiselle sektorille
- 24 Muotoilualan yritysten hankintakoulutuksen käynnistäminen tukemaan hankintaosaamista



Luku I



Yhteenveto

1 Yhteenveto

1.1 Muotoilupalvelut ja niiden käyttö kansantaloudessa

Elinkeinoelämän Keskusliitto EK:n kyselyjen mukaan noin viidennes pk-yrityksistä hyödyntää muotoilua toiminnassaan. 80 prosenttia kyselyihin vastanneista totesi, että heidän yrityksessään muotoilua ei hyödynnetä tai asiasta ei ole tarpeeksi tietoa. Teollisuudessa joka kolmas yritys ilmoitti hyödyntävänsä muotoilua mutta rakennus- alalla vain joka kymmenes yritys. Designin käytön yleisyys riippuu myös siitä, mitä sillä ymmärretään. Esimerkiksi palvelualoilla puhutaan palvelumuotoilusta, joka laajentaa huomattavasti perinteistä muotoilun käsitettä.

Designin käyttö lisääntyy yrityskoon kasvaessa. Keskisuuret ja suuret yritykset hyödyntävät määrällisesti ja suhteellisesti enemmän muotoilua kuin pienet yritykset. Muotoilun merkitys yrityksissä on kuitenkin vahvistunut viime vuosina. Suomalaisen Työn Liiton mukaan yritys kentässä on yhä vähemmän sellaisia yrityksiä, jotka eivät hyödynnä muotoilua toiminnassaan. Liiton alkuvuonna 2013 tekemien kyselyjen mukaan yli 50 prosenttia vastanneista kertoi, että muotoilun merkitys yrityksen liiketoiminnassa kasvaa kahden seuraavan vuoden aikana.

Muotoiluun panostaneet yritykset ilmoittivat EK:n ja Ornamon kyselyissä, että design on parantanut tuotteiden laatua ja käytettävyyttä. Samalla muotoilu on nostanut tuotteiden hintatasoa, minkä vuoksi vaikutukset kannattavuuteen ovat pääosin myönteiset. Muotoilu on edesauttanut yritysten markkinaosuuden kasvua ja osa on onnistunut laajentamaan maantieteellistä markkina-aluettaan tai tuotevalikoimaansa uusiin tuotteisiin. Kasvuyritykset ovatkin panostaneet enemmän muotoiluun kuin asemansa säilyttämiseen tyytyvät tai ilman kasvutavoitteita olevat yritykset.

Muotoiluosaamisen hankinta

Yritykset hankkivat tarvitsemansa muotoilupalvelut ostopalveluina ulkopuolisilta muotoilun KIBS-yrityksiltä tai palkkaavat organisaatioihin-

sa omia vastaavien muotoilualojen osaajia, eli design-ammattilaisia (kisa-työllisiä).⁴ Monet organisaatiot yhdistelevät ulkoa ostettuja ja sisäisesti tuotettuja muotoilupalveluja, mutta strategisesti tärkeää tuotekehitystä ei mielellään ulkoisteta. EK:n ja Ornamon kyselyjen mukaan sisäisesti tuotetut muotoilun in-house -palvelut ovat keskimäärin 55 prosenttia ja ulkoa ostetut palvelut 45 prosenttia muotoilun kokonaiskustannuksista.

Mikroyrityksillä ei ole useinkaan suurta tarvetta tai niillä ole taloudellisia voimavaroja hankkia ulkopuolisia muotoilun KIBS-palveluja tai ne tuotetaan sisäisesti, kuten tehdään käsityövaltaisessa pienteollisuudessa. Yrityskyselyjen mukaan yrityksistä, jotka hyödyntävät muotoilua toiminnassaan, lähes joka toinen tuottaa vähintään 70 prosenttia tarvitsemastaan muotoilusta omassa organisaatiossa. Käytännössä in-house -muotoilun ja ulkoa ostettujen muotoilun KIBS-palvelujen osuus muotoilukustannuksista vaihtelee yrityksittäin jopa saman toimialan sisällä.

Design-työllisyys

Tilastokeskuksen työssäkäyntitilaston mukaan yrityksissä ja julkisyhteisöjen organisaatioissa työskenteli arviolta 9 600 muotoilualan erikoiskoulutuksen saanutta ja tiettyjen muotoiluintensiivisten käsityö- ja teollisuusalojen ammattilaista vuonna 2011. Osa muotoilun parissa työskentelevistä henkilöistä jää kuitenkin helposti ammattiluokituksen pohjalta koottujen tilastojen katveeseen, sillä muotoilua on mahdollista tehdä monella ammattinimikkeellä. Laskennallisesti arvioiden Suomessa työskentelee muotoilun piirissä enimmillään jopa 13 000 henkilöä.

Ammattiluokitusta noudattavien työssäkäyntitilastojen mukaan suurimman ammattiryhmän muodostavat graafiset ja multimediasuunnittelijat,

4 KIBS=Knowledge Intensive Business Services; Kisa=Knowledge Intensive Service Activities. Muotoilun KIBS-yrityksillä tarkoitetaan graafisen suunnittelun, sisustussuunnittelun ja teollisen muotoilun yrityksiä.

jonka jälkeen tulevat sisustussuunnittelijat, tuote- ja vaatesuunnittelijat, kellosepät ja hienomekaanikot sekä koru-, kulta- ja hopeasepät. Design-ammattilaisista noin 30 prosenttia työllistyy muotoilun KIBS-yrityksissä tai muotoiluintensiivisessä pienteollisuudessa. Noin 70 prosenttia työskentelee niin sanotuilla asiakastoimialoilla keskisuurissa ja suurissa jalostus- ja palvelualojen yrityksissä sekä julkisyhteisöissä.

1.2 Muotoilualojen yritystoiminta

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n mukaan Suomessa toimi 6 940 muotoilun KIBS-yritystä, muotoiluintensiivistä teollisuusyritystä vuonna 2012. Toimipaikkoja muotoilun yritystoiminnassa oli lähes 7 100. Vuosittain toimintansa aloittaa 900–1 000 uutta muotoilualan yritystä. Vastaavasti toimintansa lopettaneita yrityksiä on noin 600–800. Yritysten määrän nettolisäys on painottunut muotoilun KIBS-palveluihin ja taideteosten luontiin. Sen sijaan yritysten määrä on vähentynyt muotoiluintensiivisessä teollisuudessa lähes kaikkien toimialojen osalta.

Aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten samanaikainen määrän kasvu on lisännyt yrityskannan vaihtuvuutta muotoilun KIBS-palveluissa, mikä on ollut paljon suurempaa kuin Suomen koko yrityskentässä keskimäärin. Vaihtuvuuden voidaan nähdä heijastelevan muotoilualojen uusiutumiskykyä ja innovatiivisuutta, kun heikosti kannattava liiketoiminta korvautuu tuottavammalla toiminnalla ja toimialan voimavarat hakeutuvat uusille kasvu-urille. Yritysten muodostamassa ekosysteemissä tätä darwinistista kehityskulkua voidaan nimittää luovaksi tuhoksi.

Muotoilualan yritykset voivat hyötyä talouden muilla sektoreilla tapahtuvasta vaihtuvuudesta, joka on näkynyt osaamisintensiivisten työpaikkojen vaihtuvuutena. Työpaikkojen vaihtuvuus lisää tuottavuutta ja varmistaa sen, että kasvavat toimialat löytävät tarpeisiinsa sopivat työntekijät. Esimerkiksi teollisuuden rakennemuutos metalli- ja elektroniikkateollisuudessa sekä metsäteollisuudessa sekä niiden alihankintaketjuissa on vapauttanut korkeasti koulutettua työvoimaa muotoilualan yritysten tarpeisiin ITC-aloilta sekä insinööri- ja muilta teknisiltä aloilta.

Yritysprofiili

Tilastokeskuksen YTR:n mukaan muotoiluala on hyvin pienyritysvaltaista toimintaa, sillä kolme neljäsosaa yrityksistä työllistää alle kaksi henkilöä vuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna. Pien-

yritysvaltaisinta toimintaa ovat taideteosten luonti, keraamisten tuotteiden valmistus, graafinen muotoilu ja sisustussuunnittelu, joissa yli 85 prosenttia yrityksistä on yksinyrittäjien hallussa. Tästä huolimatta alle kymmenen henkilön mikroyritykset muodostivat alle kolmanneksen muotoilualan työllisyydestä ja vajaan neljänneksen liikevaihdosta vuonna 2011.

Muotoilualalle on tunnusomaista suuri sivutoimisten ja osa-aikaisten yritysten määrä. Keskimäärin 47 prosenttia Tilastokeskuksen YTR:n vuositilastoihin sisältyneistä muotoilualan yrityksistä oli sivutoimisia vuonna 2011. Eniten sivutoimista yrittäjyyttä esiintyy taideteosten luonnissa, keraamisten tuotteiden valmistuksessa, tekstiilien valmistuksessa, sisustussuunnittelussa, teollisessa muotoilussa ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa. Sivutoimisten yritysten määrä nousee edelleen, jos mukaan lasketaan YTR:n vuositilastojen ulkopuolelle jääneet yritykset.

Kasvuyrittäjyys

Yrittäjien tai yritysten määrän arviointi ei tavoita täysin niitä yrittäjyyteen liittyviä seikkoja, joita pidetään talouskehityksen kannalta tärkeänä. Vähintään yhtä tärkeää on, että yritykset kasvavat, toisin sanoen luovat uusia työpaikkoja ja toisaalta ovat innovatiivisia uusien tuotteiden, liiketoimintamallien, palveluprosessien sekä tuotantomenetelmien luomisessa. Kasvuyritykset edistävät elinkeinoelämän rakennemuutosta ja vahvistavat kansantalouden rakennemuutosta ja tuovat verotuloja hyvinvointiyhteiskunnan ylläpitämiseen ja edelleen parantamiseen.

Ornamon yrityskselyjen mukaan arviolta joka kymmenes muotoilualan yritys on voimakkaasti kasvuhakuinen, mikä on hieman suurempi osuus kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin (7 %). Pääosa kasvuhakuisista yrityksistä on melko nuoria vuoden 2005 jälkeen toimintansa aloittaneita yrityksiä. Päätoimialoittain katsottuna 50 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä edusti muotoiluintensiivistä teollisuutta ja 50 prosenttia muotoilun KIBS-palveluja. Kasvuhakuisuus lisääntyy yritysköön noustessa, eli kasvuyritykset ovat kasvaneet jo aiemmin.

Ajankohtainen markkinatilanne

Muotoilualan yritysten liikevaihto oli Tilastokeskuksen YTR:n mukaan 3,37 miljardia euroa ja henkilöstö oli kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna 22 100 henkilöä vuonna 2012. Tilastokeskuksen YTR:n tilastojen mukaan muotoilualan liikevaihto lisääntyi vuosina 2010–11 keskimäärin noin 6–7 prosenttia, mutta kasvu

hidastui alle yhteen prosenttiin vuonna 2012. Määrällisesti muotoilualan reaalin liikevaihto oli vuonna 2012 noin 19 prosenttia alhaisempi kuin vuonna 2008, mutta liikevaihdon kehityksessä on suuria toimialakohtaisia eroja.

Liikevaihdon kehitys on ollut yleisesti ottaen parempaa muotoilun KIBS-palveluissa kuin muotoiluintensiivisessä teollisuudessa. Graafisessa suunnittelussa ja teollisessa muotoilussa liikevaihdon määrä oli vuonna 2012 noin 10–11 prosenttia korkeampi kuin ennen kansainvälistä taantumaa vuonna 2008. Samoihin lukuihin päästään kultasepän tuotteiden valmistuksessa. Sen sijaan kivituohteiden, keraamisten tuotteiden, huonekalujen, tekstiilien ja metallituotteiden valmistuksessa liikevaihdon määrä on supistunut vähintään viidennksen vuoden 2008 tasolta.

Muotoilualan yritystoiminnan kaksijakaisuus näkyy Ornamon yrityskyselyissä, joiden mukaan 38 prosenttia kyselyyn vastanneista ilmoitti syksyllä 2013, että liikevaihto on kohonut ainakin hieman kuluneen vuoden aikana. Kannattavuuden suhteen tätä mieltä oli 28 prosenttia. Silti neljännes yrityksistä totesi, että liikevaihto ja kannattavuus ovat heikentyneet. Kannattavuuden kehitystä ovat jarruttaneet tuotantokustannusten nousu, mikä koostuu työvoimakustannuksista, toimitilavuokrista, yrityksille välttämättömistä aine-, tarvike- ja palveluostoista.

Ajankohtaan nähden muotoilualan yritykset asennoituvat lähitulevaisuuteen melko luotavaisesti, sillä Ornamon kyselyjen mukaan 35 prosenttia muotoilualan yrityksistä ennakoii syksyllä 2013, että yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät paranevat seuraavan vuoden aikana. Vastaavasti 30 prosenttia arvioi näkymien heikenevän, joten odotusten saldoluvuksi muodostui viisi. Optimismi lisääntyy toimialaryhmässä yhä, kun asiaa katsotaan kolmen vuoden ajanjaksolla. Noin 60 prosenttia yrityksistä katsoo, että kysyntä- ja suhdannenäkymät ovat silloin nykyistä paremmat.

Uusien työntekijöiden palkkaamiseen muotoilualan yritykset suhtautuvat kuitenkin hyvin varauksellisesti. Osasyynä on, että toimialalla on lähtökohtaisesti vähän työnantajina toimivia yrityksiä, mutta epävarmalla yleisellä taloustilanteella, työvoimakustannuksilla ja työmarkkinoiden joustamattomuudella voi olla oma merkityksensä. Suomessa tulisi kiinnittää huomiota erityisesti korkeisiin työn teettämisen sivukuluihin, jotka nostavat työllistämisen kynnystä, sillä tehtyjen työtuntien palkkataso ei ole siinänsä korkea.

1.3 Alan kehittämistarpeita

Ornamon yrityskyselyjen muotoilualan yritysten keskeisin kehittämistarve kohdistuu markkinoinnin ja myynnin edistämiseen. Markkinoinnin ja myynnin liiketoimintaosaaminen on toki tärkeää, joskin tuotteet ja palvelut eivät tuota liikevaihtoa ja katetta markkinointiponnisteluista ja niiden teknologiapohjaisuudesta huolimatta, ellei asiakkaiden todellisia tarpeita ole selvitetty tarkasti jo tuotekehittelyn alkuvaiheessa eikä toiminta ole riittävän asiakaslähtöistä. Asiakaslähtöisyys perustuu tuotekehittäjien empaattiseen kykyyn asettua asiakkaan asemaan.

Myönteistä kuitenkin on, että tuote- ja palvelukehitys sekä asiakkuuden ja kumppanuuden kehittäminen kuuluvat muotoilualan yrityksissä toiseksi ja kolmanneksi tärkeimpiin kehittämiskohteisiin. Myös vienti ja kansainvälistyminen sekä alihankinta ja verkottuminen ovat muotoilualan yrityksissä kohtalaisen tärkeitä kehittämiskohteita. Kansainvälistä toimintaa harjoitti noin puolet Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä, joskin monella toiminta on pientä ja satunnaista. Vain neljännekselle yrityksistä ulkomainen toiminta on vakiintunutta tai voimakkaassa kasvuvaiheessa.

Verkottuminen tarkoittaa muotoilun KIBS-yritysten, tuotteiden valmistajien, kaupan väliportaiden sekä muiden toimittajien välistä yhteistyötä. Alihankinnan kasvu on sen sijaan seurausta erikoistumisesta suunnitteluun, myyntiin ja valmistukseen tai toimintojen ulkoistamisesta kokonaistoimituksissa. Alihankinnan lisääntyminen merkitsee uusia haasteita tuotantoketjun toimivuuteen sekä laadunhallintaan ja -valvontaan, missä teollisuusyrityksillä olisi parantamisen varaa verrattuna esimerkiksi ruotsalaisiin tai saksalaisiin tuotevalmistajiin tai -valmistuttajiin.

Työvoiman saatavuus ja koulutus

Ammattitaitoisen työvoiman saatavuus ja laatu on muotoilualan yrityksissä pääasiassa hyvää tai kohtalaista. Osasyynä voi olla kansantalouden laskusuhdanne, joka on lisännyt työttömyyttä mutta yritysten näkökulmasta myös työvoiman tarjontaa. Julkisen sektorin koulutus ei ole sen sijaan vastannut kaikilta osin yritysten tarpeita. Erällä muotoilualoilla on liikakoulutusta ja toisilla aloilla uusien työntekijöiden ammattitaito on kaventunut, mikä on johtunut koulutuksen väärästä painotuksesta. Lääkkeeksi ehdotetaan koulutuslaitosten tiiviimpää yhteistyötä yritysten kanssa.

Yhteismuotoja voisivat oppisopimuskoulutuksen kehittämisen ja laajentamisen korkea-asteen opintoihin. Muotoilualojen liikakoulutukseen ei ole haluttu puuttua, koska on varauduttava väestörakenteen muutoksiin ja siitä johtuvaan uuden työvoiman tarjonnan vähenemiseen. Viranomaisen tulisi kuitenkin ottaa huomioon teknologian kehityksestä johtuva tuotantotoiminnan automatisointi, digitaalinen vallankumous ja keinoölypohjaisen toiminnan lisääntyminen. Silloin myöskään väittämä, että pelkkä työvoiman tarjonnan lisäys luo uusia työpaikkoja, ei enää päde.

Julkiset hankinnat

Julkisyhteisöissä on vain vähän omaa muotoiluosaamista eikä juuri lainkaan tuotevalmistusta, sillä esimerkiksi vain viisi prosenttia maamme design-ammattilaisista työskentelee julkisyhteisöissä. Pääosa muotoilupalveluista ja muotoiluintensiivistä tuotteista hankitaan ulkopuolisilta toimittajilta. Ornamon yrityskyselyjen mukaan julkiset hankinnat ovat puolestaan tärkeitä tai melko tärkeitä joka kolmannelle muotoilualan yritykselle. Noin 40 prosenttia kyselyihin vastanneista arvioi, että julkisten hankintojen merkitys lisääntyy seuraavan kolmen vuoden aikana.

Julkisissa hankinnoissa toimittajien tärkeimpiä valintatekijöitä ovat yritysten saamien kokemusten mukaan aiemmat referenssit, yrityksen tunnettuus, saavutettavuus ja henkilökohtaiset kontaktit, mikä viittaa osittain suorien hankintojen huomattavaan merkitykseen muotoilualalla ja vaikiintuneiden toimittajien tukevaan markkina-asemaan. Sen sijaan uusien toimintatapojen kehittämistä ei ole saatu paljon laadullisia pisteitä, kun on painotettu olemassa olevaa osaamista. Uudet innovaatiot voisivat olla kuitenkin nuorten ja kasvuhakuisten yritysten ja yrittäjien vahvuuksia.

Muotoilualan liiketoiminta ei silti eroa ratkaisevasti muista toimialoista siinä, että vahvat kotimarkkinat ja menestyminen julkisissa hankinnoissa antaa pohjaa kasvaa yrityksenä. Jos uusia toimintatapoja ja teknologiaa soveltava pieni muotoiluintensiivinen yritys voittaa julkisessa hankintakilpailussa, yritys voi saada uusia liiketoiminnan kasvumahdollisuuksia jopa ulkomaisilla markkinoilla ja pystyy lisäämään investointejaan. Tämä pienentää edelleen yrityksen riskipääoman tarvetta, sillä riskipääoman puute on nähty yhdeksi yritystoiminnan kasvun esteeksi.

Julkisissa hankinnoissa voisi yhdistää aiempaa paremmin avoin kilpailu hankintamenettelyihin, jotka tukisivat uuden tiedon, teknologian ja toimintamallien saantia julkiseen toimintaan sekä edistäisi yritysten kehittymistä. Siksi olisi

suotavaa, että kilpailullista neuvottelumenettelyä käytettäisiin entistä useammassa tilanteessa. Yksityiselläkin puolella yritysten välisissä hankinnoissa käydään usein tarkentavia neuvotteluja osapuolten kesken. Tämä parantaisi myös hankintaviranomaisten muotoilualan ja markkinoilla olevien toteutustekniikoiden tuntemusta. 🗣️

The background is a solid yellow color. It features several abstract, dark yellow brushstrokes of varying sizes and orientations. A large, white, stylized number '2' is centered on the page, with the text 'Luku II' overlaid on its upper portion.

Luku II



Kansantalouden muotoilijat

2 Kansantalouden muotoilijat

2.1 Muotoilun käsitteitä ja ulottuvuuksia

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

Stiftelsen Svensk Industridesign on määritellyt muotoilun ammattimaiseksi ja luovaksi työskentelytavaksi, jossa toiminnallisuus ja esteettisyys ovat kantavia tekijöitä. Ammattimaisuuden vaatimus sulkee pois harrastelijatoiminnan, joka pohjautuu muun muassa yleisiin mieltymyksiin. Luovalla työskentelyllä painotetaan muotoilutyön merkitystä osana kehitysprosessia eikä toimimista olemassa olevien mallien puitteissa. Toiminnallisuuden ja esteettisyyden vaatimukset korostavat sitä, että kysymys ei ole ainoastaan esimerkiksi esineen fyysisestä muodosta.

Uudessa **kansallisessa muotoiluohjelmassa** vuodelta 2013 ei ole pyritty määrittelemään muotoilua, mutta raportissa todetaan, että muotoilun käsite on laajentunut perinteisestä tuote- ja teollisen muotoilun ulkopuolelle palveluihin ja muihin aineettomiin tekijöihin.⁵ Ohjelmassa muotoilu on haluttu ymmärtää kokonaisvaltaisena suunnittelu- ja toteutuksena, joka lähtee käyttäjän tarpeista ja arvoista, mikä ottaa huomioon käyttöympäristön ja noudattaa kestäväen kehityksen periaatteita. Parhaimmassa tapauksessa muotoilu nopeuttaa uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämisprosessia.

⁵ Muotoile Suomi – kansallinen muotoiluohjelma on valmisteltu työ- ja elinkeinoministeriön johdolla ja yhteistyössä opetus- ja kulttuuriministeriön kanssa.

Teollisuustaitteen liitto Ornamo on määritellyt vuoden 2013 jäsenyrityskyselyssään muotoilun paitsi tuotekehitykseksi myös monitieteelliseksi tavaksi ratkaista ongelmia. Muotoilun avulla pystytään tuottamaan fyysisille esineille, ympäristöille, prosesseille ja palveluille toivottuja laatuominaisuuksia koko niiden elinkaarta silmällä pitäen. Näitä hyviä ominaisuuksia ovat esimerkiksi parempi käytettävyys, esteettömyys, ergonomisuus, ekologisuus (ympäristöystävällisyys), kustannustehokkuus, toimivuus, viihtyisyys ja brändin houkuttelevuus.

Edellä mainituista ominaisuuksista esimerkiksi vahvan brändin rakentaminen vaativat pitkäjänteistä ja johdonmukaista kehitystyötä, osin vaistonvaraisesti tehtyjä oikeita valintoja, jotka perustuvat empaattiseen kykyyn nähdä palvelun, tuotteen tai vaikkapa kaupunkitilan käyttäjien tai loppukuluttajien tarpeet. Muotoilun osa-alueiksi Ornamo on luetellut muun muassa teollisen muotoilun, tuotemuotoilun, vaatetus suunnittelun, tilasuunnittelun, palvelumuotoilun, pakkaus suunnittelun ja muun graafisen suunnittelun sekä esteettömyys- ja muu kaupunkisuunnittelun.

Teollinen muotoilu

Teollinen muotoilu juontaa juurensa teollisen vallankumouksen alkuun 1700- ja 1800-lukujen vaihteeseen, jolloin tuotteiden suunnittelua harjoittivat käsityöläiset, insinöörit, arkkitehdit ja muut tekniset asiantuntijat. 1900-luvun alussa teollinen muotoilu laajeni vähitellen koneiden ja laitteiden ja lopulta immateriaaliseen sekä palvelujen suunnitteluun. Teollinen muotoilu voidaan määritellä soveltavaksi taiteeksi, jossa otetaan huomioon käyttäjälähtöiset, tuotannolliset ja taloudelliset näkökulmat.

Käyttäjälähtöisen suunnittelun merkitys muotoiluprosessin lähtökohtana on korostunut. Käyttäjälähtöisyydellä tarkoitetaan yksinkertaisesti tuotteen tai palvelun loppukäyttäjän tarpeiden huomioimista suunnitteluvaiheessa. Käyttäjälähtöisyyttä voidaan lisätä ottamalla loppukäyttäjät tai asiakkaat aiempaa useammin mukaan tuotteiden

kehittämiseen, sillä vuorovaikutuksessa asiakkaiden tarpeet välittyvät parhaiten muotoilijoille. Lähestymistavalla on myös yhtymäkohtia uusiin innovaatioihin ja palvelumuotoiluun.

Muotoiluprosessissa tuotteelle ja siihen mahdollisesti kytkeytyvään palveluun suunnitellaan ulkomuoto ja sen toimintoja havainnollistava ilme. Periaatteessa teollinen muotoilija kehittää tuoteideasta kaupallisesti markkinoitavan tuotteen, jonka valmistus on mahdollista tilaajan käytössä olevilla teknologioilla, valmistusmenetelmillä ja voimavaroilla, ja joka täyttää loppukäyttäjän vaatimukset. Tuotekehityksen tavoitteena voi olla tuoteperheen tai tuotejärjestelmän luonti, jossa korostetaan toisaalta tuoteryhmän laadullista yhtenäisyyttä ja toisaalta erotettavuutta kilpailijoiden kehittämistä tuotteista.

Teolliset muotoilijat toimivat mm. tuote- ja konseptisuunnittelijoina yrityksille ja teollisuudelle, vahvistavat asiakkaan brändiä muotoilulla yhteistyössä muiden erikoissuunnittelijoiden kanssa. Toimenkuvaan voi kuulua tuotesuunnittelun lisäksi esim. käyttöliittymäsuunnittelua ja -tutkimusta, ergonomisia ratkaisuja, kaluste- ja näyttelysuunnittelua sekä innovaatioita.

Teollisen muotoilijan tehtäviin voi kuulua valmistuskustannusten alentaminen uudella muotoilulla ja materiaalien tehokkaammalla käytöllä ja tuotannon arvonlisäyksen nostaminen tai sellaisten materiaalivaihtoehtojen valinta, joihin voidaan yhdistää kestävä kehityksen periaatteita ja tuotteiden elinkaarena syntyvä ekologisen jalanjäljen aiheuttamien haittojen pienentäminen. Tuotannollisessa toiminnassa teollinen muotoilija voi olla yksi tuotekehitystiimin jäsen. Vaativissa ja suurissa hankkeissa muotoiluun osallistuu suurempi joukko eri alojen asiantuntijoita.

Käsityömuotoilu

Käsityömuotoilu tai taideteollinen muotoilu eroaa teollisesta muotoilusta siten, että käsityömuotoilulla tarkoitetaan tavallisesti taiteellisten käyttö- ja koriste-esineiden tekoa. Käsityömuotoilijalla on suurempi taiteellinen vapaus kuin teollisella muotoilijalla ja tuotantoprosessi voi olla ennalta määrittelmätön. Käsityömuotoilu on materiaalisidonnaista ja se perustuu usein vain yhden määrätyn materiaalin käyttöön (puu, lasi, tekstiili, kierrätysmateriaali, yms.).

Sisustusarkkitehtuuri

Sisustusarkkitehdit ovat koulutettuja tila- ja kalustesuunnittelun ammattilaisia, jotka suunnittelevat korkeatasoisia tila- ja kalusteratkaisuja rakennetun ympäristön tarpeisiin.

Sisustusarkkitehdin ammatissa työskentelevät toimivat julkisten ja yksityisten liike- ja toimitilojen sekä asuntojen ja kaluste-, tuote- ja konseptisuunnittelun parissa.

Ammatinkuvassa ihmislähtöisyys ja rakennetun ympäristön ymmärrys yhdistyy toiminnalliseen, taiteelliseen ja tekniseen kokonaisuosaamiseen. Luovaa ongelmanratkaisua vaativa asiantuntijuus edellyttää tilan ja valon hahmotuskykyä, värisilmää sekä rakenteiden ja materiaalien tuntemusta ja hyvää visuaalista ilmaisukykyä. Sisustusarkkitehdin ammatti edellyttää myös rakennuslainsäädännön ja rakennusmääräysten riittävää hallintaa. Materiaalien ja rakenteiden on täytettävä rakennuksiin kohdistuvat turvallisuussäännökset, kuten esimerkiksi säännökset paloturvallisuudesta.

Tilasuunnittelu on soveltavan taiteen muoto, jossa koulutetut ammattilaiset tekevät yhteistyötä arkkitehtuurin ammattilaisten, LVI-suunnittelijoiden sekä kaluste-, valaisin ja muiden materiaali-toimittajien kanssa.

Tilasuunnittelun piiriin kuuluvat esimerkiksi pintamateriaalien, tekstiilien ja värien valinta, kalustus- ja valaistussuunnittelu. Suunnittelutyön kohteita ovat mm. julkiset tilat, liikehuoneistot ja toimistotilat ja niihin liittyvä palvelumuotoilu. Kohteita voivat myös olla yksityiskotien tai muiden sisätilojen (rakennukset, kulkuneuvot) ja kalusteiden suunnittelu ja muotoilu toiminnallisesti ja esteettisesti tarkoituksenmukaiseksi. Suunnittelutyön tavoitteet ja rajoitukset määräytyvät mm. kohteen käyttötarkoituksen ja tilaajan tarpeiden mukaan.

Graafinen suunnittelu

Graafinen suunnittelu tai graafinen muotoilu on visuaalista viestintää, joka ohjaa katsojaa viestien tulkinnassa. Graafista suunnittelua tarvitaan kaikessa visuaalisessa viestinnässä, jota ovat mm. sähköiset julkaisut, kirjat ja muut painotuotteet, elokuvat, animaatiot, mainonta, pakkaukset, kyltit, merkit ja opasteet. Graafiset suunnittelijat toimivat monialaisissa tehtävissä esim. kustannusgraafikan ja julkaisusuunnittelun, ulkoasusuunnittelun, kuvituksen, pakkaus- ja tilasuunnittelun, yritysgraafikan, infograafikan, typografian, verkkoviestinnän ja digitaalisten sovellusten, liikkuvan kuvan, graafisen taiteen ja pelisuunnittelun alueilla.

Suunnittelussa otetaan huomioon mm. värit, symbolit, tekstit, muodot ja kuvat, joita voidaan käyttää samassa yhteydessä. Graafista suunnittelua määrittelee viestintäväline, viestinnän tavoite ja kohderyhmä. Graafinen suunnittelija on usein laajemman työryhmän jäsen ja varsinaisen muotoiluprosessi etenee usein iteratiivisesti luonnosvaiheesta lopulliseen muotoonsa.

Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu (engl. service design) on noin 10–15 vuoden ikäinen poikkitieteellinen muotoilun osaamisen haara, jonka pioneerina pidetään Birgit Mageria Köln International School of Design:sta. Uuden ajattelun lähtökohtana oli, että monet markkinoilla myytävät palvelut sisältävät teknistä ja kaupallista osaamista, mutta ne eivät olleet käyttäjävälisiä. Palveluja olivat suunnitelleet insinöörit, tietotekniikka-alan asiantuntijat, kaupan tai markkinoinnin asiantuntijat, jotka olivat unohtaneet kiinnittää riittävästi huomiota tai testata asiakkaan palvelusta saamaa käyttökokemusta.

Palvelumuotoilun taustalla on yhteiskunnan siirtyminen kohti elämystaloutta, jossa palvelujen käyttäjät maksavat enemmän elämyksistä kuin pelkistä tuotteista. Toisin sanoen palveluista pyritään tekemään muistettavia kokemuksia pelkän tarpeiden välittömän tyydyttämisen sijasta. Silloin on tärkeää tunnistaa, mitä kuluttajat haluavat ja mitä palvelun tulee heille tarjota. Voidaan myös todeta, että kuluttajien saamat kokemukset voivat olla hyvin yksilökohtaisia ja niihin on mahdollista vaikuttaa vain rajoitetusti, mikä tekee palvelumuotoilusta haasteellista.

Palvelumuotoilu on monikanavaista suunnittelua. Yhteiskunnan digitalisoituminen, uudet tiedonsiirtokanavat ja teknologinen konvergenssi tarjoavat palvelujen kuluttamiselle aivan toisenlaiset puitteet. Sen ansiosta suunnittelun ja muotoilun mahdollisuudet ovat monipuolisemmat kuin koskaan aiemmin. Teknologinen kehitys on mahdollistanut uudet innovaatiot uusiin jakelukanaviin, käyttöliittymiin ja vuorovaikutustapoihin. Palvelujen suunnittelussa ja toteutuksessa Internetin, sosiaalisten medioiden ja mobiilien kommunikaatiovälineiden tuntemus on usein välttämätöntä perinteisiä kanavia unohtamatta.

Palvelumuotoilu korostaa muotoiluajattelun (*Design Thinking*) eli muotoilun prosessien, taitojen ja menetelmien luovaa ja monialaista hyödyntämistä palvelujen suunnittelussa ja tuotannossa yli toimialarajojen. Palvelumuotoilulle läheinen synonyymi on palvelusuunnittelu, mutta sanalla ”muotoilu” palvelun tuotantoprosessiin on haluttu saada laajempi merkitys kuin pelkkä suunnittelu on. Muotoiluun terminä assosioituu herkästi mielikuvia fyysisten tuotteiden muotoiluista, koska käsite ei ole tuttu uudessa asiayhteydessään. Palvelumuotoilun käsite kaipaisikin täsmennystä. Palvelun ollessa aineeton ja abstrakti tuo muotoilu mukanaan osaamista, jolla palvelu saadaan konkreettiseksi ja koettavaksi jo suunnitteluvaiheessa.

Palvelumuotoilun yhtenä tärkeänä tavoitteena on asiakaslähtöinen palvelukokemus siten, että

palvelu vastaisi mahdollisimman hyvin loppukäyttäjän, kuten julkisyhteisöjen, yritysten ja muiden yksityisten yhteisöjen tarpeita ja palveluntuottajan liiketoiminnallisia tavoitteita. Palvelunkäyttäjän näkökulma otetaan usein huomioon pyytämällä asiakkaat mukaan palvelujen kehittämiseen (*Participatory design, Co-Design tai Co-Creation*). Co-Creation onkin toimintaa, jossa yhdistetään palvelujen käyttäjän ja ulkopuolisen palveluntuottajan osaamista.

Palvelumuotoilu on dynaaminen prosessi, jolla on läheinen yhteys **palveluinnovaation** käsitteeseen ja syntyyn. Palveluinnovaatiolle tai yleensä innovaatiolle yhteistä on, että innovaatio merkitsee uutta liiketoimintaa tai se tehostaa olemassa olevaa toimintaa ja nostaa tuottavuutta. Usein palveluinnovaatio myös muuttaa organisaation sisäisiä tuotantoprosesseja ja organisaatiokulttuuria. Palvelun on tuotettava lisäarvoa asiakkaille ja asiakkaiden on oltava valmiita ja halukkaita maksamaan siitä.

Palvelumuotoilu voi olla myös työn uudenlaista organisointia, työolosuhteita tai uusi liiketoimintamalli. Uusi palvelukonsepti voi olla idea palvelukokonaisuudesta, joka tarjoaa uuden tavan lähestyä ongelmaa, vaikka kysymys ei ole fyysisesti uudesta palvelusta tai tuotteesta. Palvelukonseptien luonti on usein teknologiatuotteiden, palvelujen ja käyttöoikeuksien yhdistämistä.

Muotoilun käsitettä voidaan laajentaa edelleen. Esimerkkinä on design management, jolla tarkoitetaan yrityksen liikeideaa tukevaa järjestelmää, millä muokataan ja hallitaan yrityskuvaa. Yrityskuva tai yrityksen imago perustuu tuotteisiin, markkinointiin ja toimintatapoihin. Tässä raportissa muotoilulla tarkoitetaan etupäässä sen perinteisimpiä muotoja, kuten käsi- ja teollista muotoilua, sisustussuunnittelua ja graafista muotoilua. Niihin liittyy usein palvelusuunnittelua, vaikka laveassa mielessä palvelumuotoilu ja -muotoilijat eivät kuulu tarkastelun piiriin.

2.2 Muotoilualojen yritykset ja ammatit

Virallisen EU:n toimialaluokituksen (Nace) pohjalta muotoilualan erikoistuneet yritykset voidaan jakaa muun muassa kolmeen pääryhmään, jotka koostuvat muotoilun KIBS-yrityksistä, muotoiluintensiivisistä tuotteiden valmistajista sekä taiteellisesta toiminnasta. Osaamisintensiivisillä liike-elämän palvelualoilla, eli **KIBS-palveluissa** (*Knowledge Intensive Business Service*) toimivat

muotoilualan yritykset poikkeavat toimialaryhmän muista yrityksistä siten, että niillä ei ole pääsääntöisesti tuotannollista toimintaa, vaan ne ovat lähes puhtaasti palveluntuottajia.

KIBS-palveluja tuottavat muotoiluyritykset synnyttävät ja välittävät uusia ajatuksia ja osaamista esimerkiksi julkisyhteisöihin, yrityksiin ja muihin yksityisiin yhteisöihin.⁶ KIBS-aloilla toimivat muotoilijat tukevat asiakasorganisaatioiden, kuten tuotevalmistusta harjoittavien teollisten yritysten toimintaa tarjoamalla ulkopuolisia asiantuntijaratkaisuja määrättyihin erityistilanteisiin, sillä KIBS-palveluja tuottavilla muotoilualan erikoistuneilla yrityksillä on usein laajempi tietämys erikoisalastaan kuin yksittäisellä asiakasorganisaatiolla voi koskaan olla.

Muotoilun KIBS-yrityksissä voidaan hyödyntää monialaista osaamista, jossa palvelut voidaan tuottaa läheisessä vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa tai asiakkaan omaa osaamista hyödyntäen. KIBS-toimialat ovat luonteeltaan työvaltaisia palveluelinkeinoja, joiden tärkein tuotannontekijä muodostuu koulutetusta työvoimasta ja korkeaan osaamiseen perustuvasta inhimillisestä pääomasta. KIBS-yritysten osaamisintensiivinen luonne tulisi näkyä selvästi myös niiden omassa innovaatiotoiminnassa, sillä toiminnan jatkuva kehittäminen on KIBS-yritysten elinehto.

EU:n toimialaluokituksessa muotoilualan KIBS-yritykset löytyvät toimialalta 741 (taide-teollinen muotoilu ja suunnittelu), joka jakautuu edelleen kolmeen alatoimialaan. Alatoimialoja ovat graafinen muotoilu (Nace 74101), sisustussuunnittelu (Nace 74102) ja teollinen muotoilu (Nace 74109). Nykyisen toimialaluokituksen (Nace 2008) perusteella hallinnollisia yritys- ja toimipaikkatilastoja saadaan toimialalta vuodesta 2007 lukien. Aiempien luokitusten mukaan (Nace 2002 ja 1995) yritystilastoja on saatavilla 1990-luvun alusta lukien mutta ilman alatoimialoja.

Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistajat poikkeavat muotoilun KIBS-yrityksistä siten, että niissä muotoiluosaaminen liittyy kiinteästi eri materiaaleista ja eri käyttötarkoituksiin tarkoitettujen kestokulutustavaroiden tai puolikestävien kulutustavaroiden tekemiseen, kuten tekstiilien-, vaatteiden ja nahkatuotteiden, huonekalujen tai korujen ja muiden koriste-esineiden valmistukseen. Heidän asiakaskuntaansa voivat

kuulua yksityiset kotitaloudet, sillä valmistukseen voi liittyä tuotteiden vähittäiskauppaa fyysisissä tiloissa ja Internetissä verkkokauppana.

Muotoiluintensiivistä pienvalmistusta harjoittavissa yrityksissä varsinainen muotoiluosaaminen ja tuotteiden valmistus on tavallisesti samojen henkilöiden käsissä, jolloin valmistusta ja innovaatiotoimintaa on joskus vaikea erottaa toisistaan. Valmistus on usein käsityömäistä yksilöllisten tuotteiden valmistusta tai piensarjatuotantoa erotuksena suurten teollisuusyritysten pääomavaltaisesta pitkälle automatisoidusta sarjatuotannosta (liukuhihnavalmistus). Kaikkea käsityövaltaista toimintaa ei lueta kuitenkaan muotoiluintensiivisen pienvalmistukseen piiriin.

Käsityöaloista esimerkiksi vaatteiden, jalkineiden, kellojen ja kultasepäntuotteiden korjausta tai määrättyjen perusmallien mukaan tehtyjen kulutustavaroiden, kuten työkalujen, leikkikalujen, urheiluvälineiden tai veneiden valmistusta ei lueta muotoiluintensiivisiin toimialoihin, vaikka näihin tuotteisiin sisältyy ”hyväksi todettua” muotoilua. Silti tiukka rajanveto muotoiluintensiivisen pienvalmistuksen ja muun käsityöteollisuuden välillä voi olla käytännössä vaikeaa samoin kuin rajanveto piensarjatuotannon ja muun teollisen sarjatuotannon välillä.

Toimialaluokituksen mukaan muotoiluintensiivinen valmistus voidaan jakaa ryhmiin tuoteryhmittäin, joita ovat tekstiilien, vaatteiden, nahkatuotteiden, puutuotteiden, lasituotteiden, keraamisten tuotteiden, kivituuotteiden, metallituotteiden, huonekalujen ja kultasepän tuotteiden valmistukseen. Samoilla toimialoilla toimii pienvalmistajia ja sarjatuotantoa harjoittavia keskiuuria tai suuria teollisia yrityksiä, joiden erottelminen tilastollisesti toisistaan on hankalaa. Siksi näille toimialoille tilastoituvia yrityksiä ja toimipaikkoja käsitellään tavallisesti yhdessä.

Taideostojen luonnin toimiala (Nace 9003) kattaa palkkio- ja sopimus pohjalla tai omaan laskuun (freelance-pohjalla) toimivien taidekäsityöläisten ja muiden taiteilijoiden yritykset. Kyse on ainutlaatuisista teoksista eikä sarjatuotannosta. Alan toimijat mieltävät itsensä usein pikemmin itsenäisiksi taiteilijoiksi eikä niinkään yrittäjiksi. Alalle on tyypillistä sivutoimisuus tai osapäiväisyys, sillä palkkiopohjalle rakentuvaa toimintaa harjoitetaan usein jonkin muun toiminnassa ohessa. Lähtökohtaisesti toimialan yrittäjät koostuvat monien eri alojen taiteilijoista.

Esimerkkejä toimialaluokituksessa mainituista taiteilijanimikkeistä ovat kuvanveistäjät, taidegraafikot, taidemaalarit, sarjakuvanpiirtäjät, kuvittajat ja muut kuvataiteilijat, taidevalokuvaajat,

⁶ Yksityisten kotitalouksien, eli loppukuluttajien osuus muotoilun KIBS-palvelujen kysynnästä on vähäinen.

kirjailijat, säveltäjät, freelance-toimittajat. Näkemys eri alojen ammattilaisten kirjosta saa vahvistusta, kun tarkastellaan toimialan työllisten rakennetta Tilastokeskuksen työssäkäyntitilastossa virallisen ammattiluokituksen mukaan. Näin ollen toimiala ei koostu pelkästään taidekäsityöläisistä, jolloin myös toimialaa koskeviin tilastotietoihin kannattaa suhtautua varauksin.

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että muotoilualan yritysten luokittelu virallisen toimialaluokituksen pohjalta on hyvin sopimuksenvaraista. Alan tuotteita ja palveluja voidaan tuottaa muitakin toimialoja edustavissa yrityksissä, kuten konsultti-, arkkitehti- ja insinööri-

| Nimike | Nace 2008-koodi |
|--|-------------------|
| Muotoilun KIBS-palvelut | |
| Graafinen muotoilu | 74101 |
| Sisustussuunnittelu | 74102 |
| Teollinen muotoilu | 74109 |
| 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 |


Taulukko 1 Muotoilualan (design-ala) yritykset EU:n virallisen vuoden 2008 toimialaluokituksen mukaan (Lähde: Toimialaluokitus TOL 2008, Tilastokeskus; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).

toimistoissa. Esimerkiksi muotoilualan KIBS-palveluja tuottavat yritysmuotoisten palveluntuottajien lisäksi myös julkisen alan tutkimus- ja muut laitokset; yliopistot, korkeakoulut ja muut oppilaitokset sekä yksityiset voittoa tavoittelemattomat kolmannen alan yhteisöt (yhdistykset, säätiöt).

Design-työllisyys

Muotoilupalveluja tuotetaan myös teollisuutta ja muita yksityisiä palvelualoja edustavien asiakasyritysten ja julkisyhteisöjen sisällä. Eri organisaatioiden sisäistä muotoilupalvelujen tuotantoa mitataan **Design-työllisyydellä**.⁷ Design-ammattiryhmien työlliset (teolliset muotoilijat, jne.) suorittavat eri toimialoja edustavissa yrityksissä ja julkisyhteisöissä työtehtäviä, jotka ovat tyypillistä toimintaa erikoituneissa muotoilun KIBS-yrityksissä. Ne voivat tarjota muotoilupalveluja myös toisilleen olematta kuitenkaan päätoimialaltaan muotoilun KIBS-yrityksiä.

Design-ammattilaisia on toiminut Suomessa satoja vuosia ja vain osa on toiminut erikoituneissa KIBS-yrityksissä tai itsenäisinä ammatinharjoittajina. Esimerkkinä on Iittalan historia 1790-luvulta saakka. Design-ammattilaisten työllisyys toimialoittain ja tuottajittain (yksityiset yritykset ja yhteisöt/julkisyhteisöt) on tunnistettu tässä Tilastokeskuksen 2010 ammattiluokituksen avulla. Ammattiluokituksen pohjalta Design-ammattilaiset on jaettu viiteen ryhmään, joista kolme edustaa muotoilun KIBS-ammattilaisia, yksi käsityöntekijöitä ja yksi kuvataiteilijoita (Taulukko 2).

Design-ammattilaisia sisältyy myös muihin ammattiluokkiin, mutta työllisten määrää ei voida erottaa muiden osaamisalojen työllisistä ammattiluokituksen puutteista johtuvista syistä tai siksi, että työssäkäyntitilastot eivät ole saatavilla riittävän tarkalla ammattiluokituksella. Esimerkkeinä ovat painoalan työntekijöiden monituhatpäinen työntekijäkaarti, joiden joukosta on vaikea erottaa varsinaiset muotoilualan ammattilaiset tai käsityöläiset. Toisen esimerkin muodostavat sisustusarkkitehdit, jotka tilastoivat ammattiluokituksessa talonrakennusarkkitehtien joukkoon. 

⁷ Vastaavasti kuin muotoilun osaamisintensiivisiä palveluyrityksiä, kuten teollisen muotoilun yrityksiä kutsutaan KIBS-yrityksiksi (Knowledge Intensive Business Services), voidaan teollisen muotoilun ammattilaisia kutsua **Kisa-ammattilaisiksi** (Knowledge Intensive Service Activities).

| Nimike | Luokka |
|--|--------|
| Tuote- ja vaatesuunnittelijat: Mm. tuote-, muoti- ja vaatesuunnittelija, teollinen muotoilija. | 2163 |
| Graafiset ja multimediasuunnittelijat: Mm. graafinen suunnittelija, digitaalinen taitelija, multimediasuunnittelija, animaattori | 2166 |
| Sisustussuunnittelijat: Mm. sisustussuunnittelija, visualisti, somistaja, myymäläsuunnittelija | 3432 |
| Käsityötuotteiden valmistajat ja hienomekaanikot: Mm. kellosepät, koru-, kulta- ja hopeasepät; saven- ja tiilenväläjät ja dreijaajat; tekstiili-, nahka- yms. käsitöiden tekijät; lasinpuhaltajat, -leikkaajat, -hiojat ja viimeistelijät; soittimien tekijät; puu-, kori- yms. käsitöiden tekijät; kaivertajat, etsaajat ja koristemaalarit | 731 |
| Kuvataiteilijat: mm. ideoiden, muotojen ja tyylien luominen ja kehittäminen maalauksiin, piirroksiin ja veistoksiin. Ammattiryhmien edustajia ovat esimerkiksi keramiikkataiteilija, kuvanveistäjä, taidemaalari ja (taide) konservaattori. | 2651 |

Taulukko 2 *Design-ammattilaiset ammattiluokituksen perusteella*

(Lähde: Tilastokeskuksen ammattiluokitus; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).



Luku III

The background is a solid yellow color. It features several abstract, hand-painted brushstrokes in a slightly darker shade of yellow. A large, irregular speech bubble shape is centered on the page, outlined with a thin black line. Inside this bubble, the title text is written in white. There are also some faint, circular brushstroke marks in the top right and bottom left corners.

Muotoilun merkitys ja tuotantotavat

3 Muotoilun merkitys ja tuotantotavat

Yritykset, julkisyhteisöt ja muut organisaatiot hankkivat tarvitsemansa muotoilun KIBS-palvelut ostopalveluina ulkopuolisilta palveluntuottajilta tai palkkaavat omia näiden toimialojen osaajia, design-asiantuntijoita, omaan organisaatioonsa. Monet organisaatiot yhdistelevät ulkoa ostettuja ja sisäisesti tuotettuja muotoilupalveluja. Strategisesti tärkeitä palveluja ei kuitenkaan mielellään ulkoisteta.

EK:n pk-yrityskyselyjen ja Ornamon yrityskyselyjen mukaan keskimäärin 20 prosenttia yrityksistä hyödyntää muotoilua toiminnassaan. Teollisuudessa muotoilua hyödyntää joka kolmas yritys. Muotoilun käyttö lisääntyy yritysköön suurentuessa. Myös kasvuhakuiset yritykset käyttävät enemmän muotoilua kuin asemansa säilyttämiseen tyytyvät yritykset ja yritykset, joilla ei ole kasvutavoitteita.

Yritysten mielestä muotoilu on parantanut tuotteiden laatua, käytettävyyttä ja ergonomiaa. Panostukset muotoiluun eivät välttämättä alenna tuotantokustannuksia, mutta brändituotteista saatava parempi hinta on kohentanut yritysten kannattavuutta. Muotoilu on edesauttanut yritysten markkinaosuuden kasvua ja osa yrityksistä on pystynyt laajentamaan maantieteellistä markkina-alueitaan ja tuotevalikoimaansa.

3.1 Muotoilun käyttö yritystoiminnassa

Yritykset voivat tehostaa muotoilulla tuotantoprosessiaan, nostaa tuotettujen tavaroiden ja palvelujen laatua, lisätä asiakaslähtöisyyttä, käytettävyyttä ja ekologisuutta. Samalla yritykset voivat erottautua kilpailijoistaan ja parantaa kilpailukykyään markkinoilla, jossa tuotteiden elinkaaret ovat jatkuvasti lyhentyneet. Myös julkisyhteisöt voivat kehittää muotoilulla viranomaistoimintaansa ja omaa järjestämisvastuullaan olevaa palvelutuotantoa. Esimerkkeinä voidaan mainita kaupunkisuunnittelu tai opetuksen, sosiaali- ja terveystuotannon peruspalvelujen tuotanto.

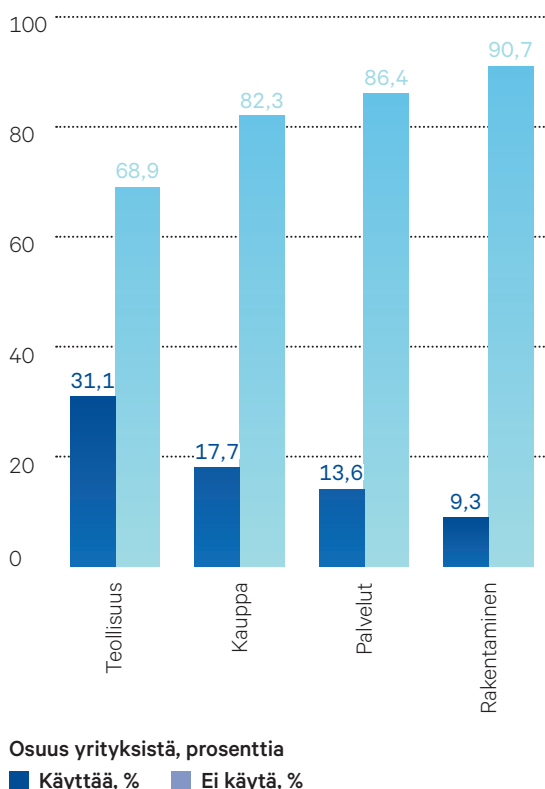
Muotoilupalvelujen käyttöä pk-yrityksissä tutkittiin EK:n lokakuussa 2013 suorittaman pk-yrityskyselyn yhteydessä, johon vastasi määräaikaan mennessä noin 675 erikoista ja eri jalostus- ja palvelualoilla toimivaa yritystä. Kyselyssä muotoilua koskevat kysymykset oli laadittu yhteistyössä EK:n ja Ornamon asiantuntijoiden kanssa. EK:n pk-yrityskyselyn tuloksia täydennettiin Ornamon omalla etupäässä suurille muotoilun käyttäjä yrityksille suunnatulla kyselyllä, johon vastasi määräaikaan mennessä 27 lähinnä teollista toimintaa harjoittavaa yritystä.

EK:n kyselystä ilmeni, että keskimäärin 20 prosenttia yrityksistä hyödyntää muotoilua toiminnassaan. 80 prosenttia kyselyihin vastanneista kertoi, että heidän yrityksessään muotoilua ei hyödynnetä tai heillä ei ollut asiasta tietoa. Muotoilun käyttö poikkeaa kuitenkin erityyppisissä yrityksissä selvästi toisistaan. Päätoimialoittain tarkasteltuna muotoilua hyödynnetään eniten teollisuusyrityksissä, joista joka kolmas ilmoitti käyttävänsä muotoilua (Kuvio 1). Teollisessa tuotannossa muotoilu on tärkeää tevanake-teollisuudessa ja sähkö- ja elektroniikkatuotteiden valmistuksessa.

Vähintään designia hyödynnetään rakennusalalla, jossa vain joka kymmenes yritys myönsi hyödyntävänsä muotoilua. Useimmilla palvelualoilla muotoilua käytetään vähän ainakin tässä raportissa tarkoitettulla tavalla silloin, kun on kysymys fyysisistä tuotteista tai konkreettisesti nähtävissä olevista suoritteista. Laveasti määriteltynä muotoilua käytetään luonnollisesti myös palvelujen tuotannossa ja niiden tarjoamisessa asiakkaille, jolloin puhutaan palvelumuotoilusta (*Service Design*). Palvelumuotoilun määritelmää on käsitelty lyhyesti raportin luvussa 2.2.

EK:n pk-yrityskyselyssä ei tiedusteltu sitä, millaisiin tarkoituksiin yritykset ovat muotoilua käyttäneet. Suomalaisen Työn Liiton alkuvuonna

Kuvio 1 Muotoilun käyttö yrityksissä päätoimialoittain 2013, prosenttia (Lähde: EK:n pk-yrityskysely syyskuu 2013).



2013 tekemän kyselytutkimuksen mukaan yleisimpiä kohteita ovat ”tuotteen visuaalinen ilme”, ”tuotteen ulkomuoto”, ”tuotteen ideointi, hahmottaminen ja konseptointi”, ”yrityksen brändin vahvistaminen tai rakentaminen” ja kotisivut. Liiton mukaan tärkeimmät kohteet ovat pysyneet samoina viime vuosina. Tosin tuotteen ulkomuodon sekä brändin vahvistaminen ja rakentaminen ovat nousseet aiempaa korkeammalle sijalle.⁸

EK:n pk-yrityskyselyssä ei tiedusteltu sitä, miksi yritykset eivät käytä muotoilua liiketoiminnassaan tai sen hyödyntäminen on kovin vähäistä. Suomalaisen Työn Liiton alkuvuonna 2013 laaditun kyselytutkimuksen mukaan yleisin lakoninen vastaus tähän on, että yritys ” pärjää ” hyvin ilman designia. Seuraavaksi tärkeimpiä syitä olivat, että design ei sovi yritykselle tai sen edustamalle toimialalle tai yritys ei ole löytänyt sopivaa muotoilijaa. Jälkimmäinen tarkoittaa, että muotoilijan palkkaaminen on liian kallista tai designin ostaminen on hankalaa.

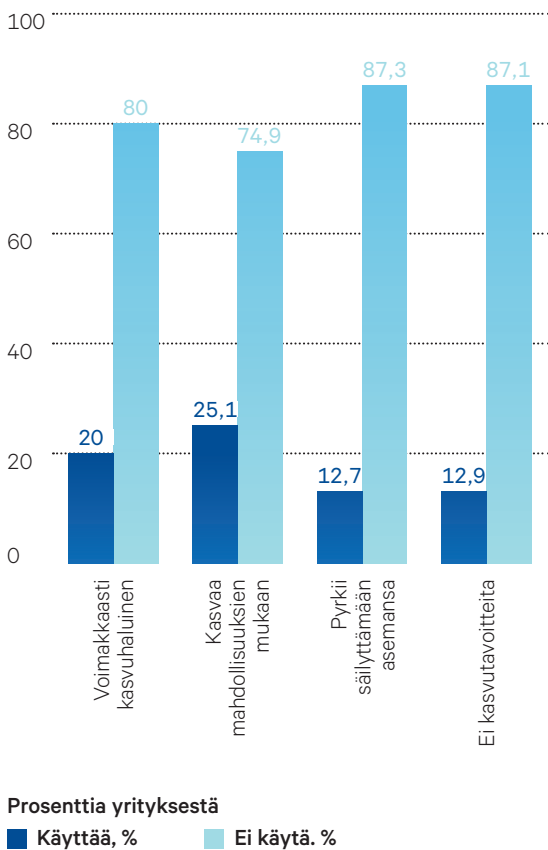
8 Suomalaisen Työn Liitto: Designilla kilpailuetua ja kasvua yrityksen liiketoimintaan, 2013.

Suomalaisen Työn Liiton kyselytutkimuksesta kuitenkin selviää, että muotoilun merkitys yrityksissä on vahvistunut viime vuosina. Yrityskentässä on entistä vähemmän sellaisia yrityksiä, jotka eivät lainkaan hyödynnä muotoilua toiminnassaan. Kyselyyn osallistuneista yli 53 prosenttia ilmoittikin, että muotoilun merkitys yrityksen liiketoiminnassa kasvaa paljon tai jonkin verran seuraavan kahden vuoden aikana. Sen vähenemistä ennakoivat vain kolme prosenttia vastanneista. Toisin vastauksissa tulee ottaa huomioon, että kysely suunnattiin yli 20 henkilön yrityksille.

Muotoilun käyttö yritystyyppittäin

Muotoilun käyttö lisääntyy **yrityskoon** kasvaessa. Suuret ja keskisuuret yritykset hyödyntävät määrällisesti ja suhteellisesti enemmän ja monipuolisemmin muotoilun KIBS-ostopalveluja ja niillä voi olla omia design-ammattilaisia palkkalistoillaan. EK:n kyselyistä ilmeni myös, että vanhemmat yritykset käyttävät keskimäärin enemmän muotoilua kuin nuoret yritykset. Asiaa

Kuvio 2 Muotoilun käyttö yrityksen kasvuhakuisuuden mukaan 2013, prosenttia yrityksistä (Lähde: EK:n pk-yrityskysely syyskuu 2013).



selittää osin se, että vanhimmat ja suurimmat yritykset ovat teollisia yrityksiä, jotka käyttävät muotoilua enemmän kuin nuoret palvelu-alojen tai rakennusalan mikroyritykset.

EK:n kyselyssä pk-yritykset jaettiin neljään pääryhmään **kasvuhakuisuuden** mukaan. Pääryhmiä olivat voimakkaasti kasvuhakuiset, mahdollisuuksien mukaan kasvavat, asemansa säilyttäjät ja ilman kasvutavoitteita olevat yritykset. Yrityksen kasvuhakuisuus perustui kyselyihin vastanneiden henkilöiden subjektiiviseen näkemykseen edustamansa yrityksen lähitulevaisuuden kehityksestä ja tavoitteista. Kyselyt paljastivat, että kasvuhakuiset yritykset hyödyntävät enemmän muotoilua toiminnassaan kuin yritykset, joilla ei ole mitään erityisiä kasvutavoitteita (Kuvio 2).

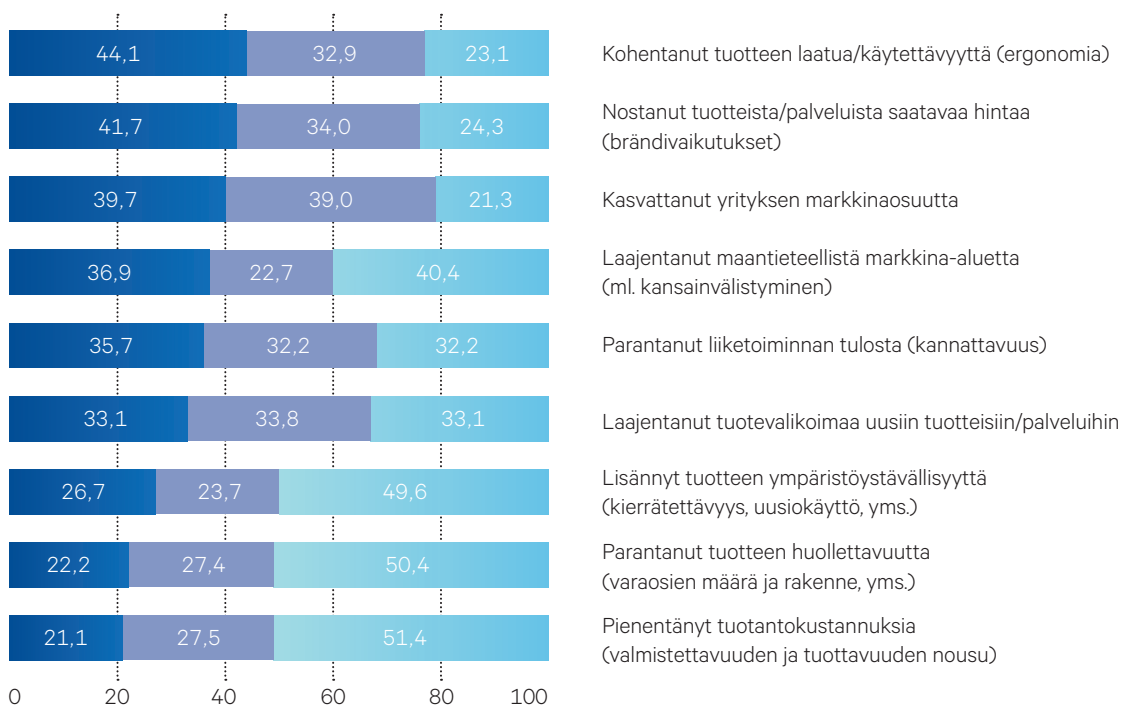
Muotoilun vaikutukset yritysten liiketoimintaan

Muotoilulla voi olla monia suoria ja epäsuoria vaikutuksia yritysten liiketoimintaan. Yritysten mielestä muotoilulla on ollut eniten vaikutusta tuotteiden laatuun ja käytettävyyteen, millä on ollut lisäarvon tuottoa loppukäyttäjille. Design on parantanut myös tuotteista saatavaa hintaa, mitä voidaan kutsua brändivaikutukseksi. Panostukset muotoiluun, tuotteiden laatuun ja käytettävyyteen eivät ole välttämättä alentaneet tuotantokustannuksia, mutta laadusta ollaan valmiita maksamaan, minkä vuoksi vaikutukset kannattavuuteen ovat pääasiassa myönteiset (Kuvio 3).

Design on edesauttanut yritysten markkinaosuuden kasvua ja osa yrityksistä on onnistunut laajentamaan maantieteellistä markkina-aluettaan tai tuotevalikoimaansa uusiin tuotteisiin ja palveluihin. Saatu tulos on linjassa sen kanssa, että kasvuyritykset ovat panostaneet suhteellisesti enemmän muotoiluun kuin yritykset, jotka pyrkivät ainoastaan säilyttämään nykyiset asemansa, tai joilla ei ole kasvutavoitteita ollenkaan. Sen sijaan muotoilun vaikutukset tuotteiden ympäristöystävällisyyteen ja huollettavuuteen ovat jääneet keskimäärin vähäisimmiksi.

Suomalaisen Työn Liiton kyselytutkimus alkuvuonna 2013 vahvistaa monilta osin EK:n pk-yrityskyselyjen tuloksia. Liiton mukaan design parantaa laatua, koska se lisää tuotteiden käytettävyyttä ja ergonomiaa. Yritysten asema koheenee markkinoilla, koska design rakentaa brändiä ja auttaa erottautumaan kilpailijoista. Samalla on todettu, että asiakkaat ovat valmiita maksamaan laadusta. Laatu on tietysti asiakkaan kokonaisvaltainen näkemys brändituotteesta, johon voivat kuulua tekniset ominaisuudet, kestävyys, käytettävyys ja ergonomia, ympäristöystävällisyys ja ulkomuoto.

Kuvio 3 Muotoiluun suunnattujen panostusten merkitys yrityksen liiketoiminnan eri osa-alueilla, prosenttia yrityksistä (Lähde: EK:n pk-yrityskysely ja Ornamon yritys-kyselyt 2013).



Prosenttia yrityksistä

■ Paljon merkitystä ■ Kohtalainen merkitys ■ Ei juurikaan merkitystä

Yleisen taloudellisen tilanteen vaikutukset

Ornamon muotoilua käyttäville yrityksille suunnatussa lisäkyselyssä, joka kohdistui lähinnä suuriin teollisuusyrityksiin, tiedusteltiin yleisen epävarman taloustilanteen vaikutuksista muotoilupanostuksiin.⁹ Yli puolet vastanneista yrityksistä totesi, että taantuma on tehostanut muotoiluun tarkoitettujen taloudellisten voimavarojen käyttöä. Lisäksi muotoiluun kohdistetut tuotekehityspanostukset ja ulkopuolilta yrityksiltä ostetut muotoilupalvelut ovat hieman supistuneet, jos asiaa katsotaan saldolukuina.¹⁰ Oman töiden suunnittelua taantuma ei ole silti parantanut (Kuvio 4).

Ostopalvelujen merkitys

Yritykset tuottavat muotoilupalvelut omassa organisaatiossaan tai ostavat osaamista muotoiluun

⁹ Lisäkyselyyn vastasi määräaikaikoin mennessä vajaat 30 suurta teollisuusyritystä.

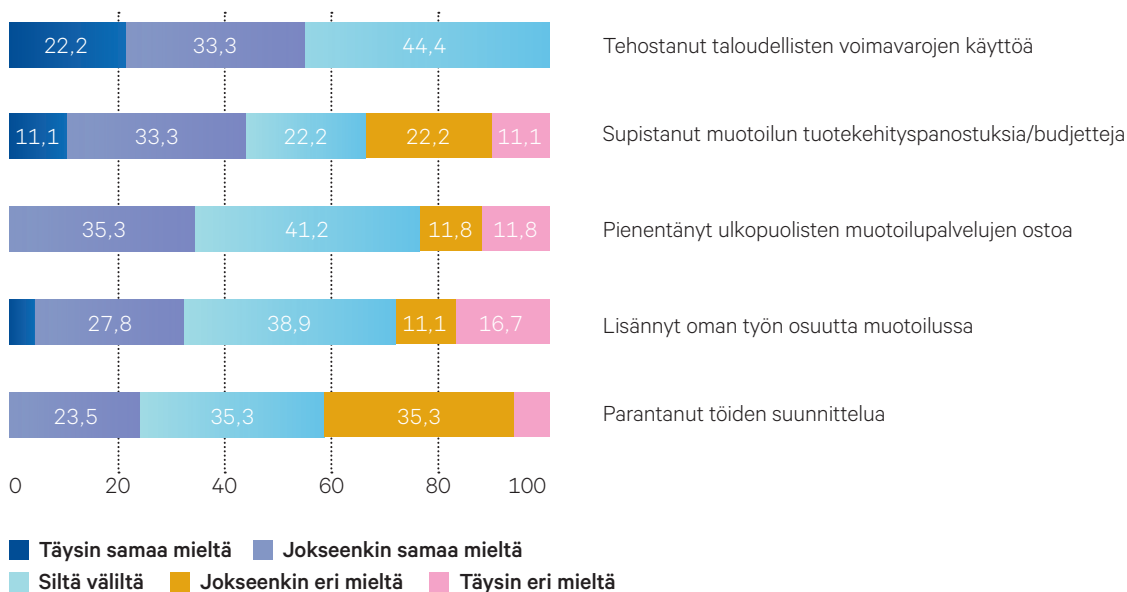
¹⁰ Saldoluvut saadaan, kun täysin tai jokseenkin samaa mieltä olevien prosenttiosuudesta vähennetään täysin tai jokseenkin eri mieltä olevien prosenttiosuus.

erikoistuneilta KIBS-yrityksiltä tai muilta ulkopuolisilta palveluntuottajilta. Useimmiten yritykset kuitenkin yhdistelevät omaan osaamiseen ulkopuolisilta yrityksiltä tai yrittäjiltä hankittua osaamista. EK:n ja Ornamon kyselyjen pohjalta voidaan arvioida, että oman talon ulkopuolelta ostetut palvelut ovat keskimäärin noin 45 prosenttia muotoilun kokonaiskustannuksista. Sisäisesti tuotetut palvelut (In-house -muotoilu) muodostavat noin 55 prosenttia kustannuksista.¹¹

Mikroyrityksillä ei ole useinkaan suurta tarvetta eikä niillä ole riittävästi taloudellisia voimavaroja hankkia ulkopuolisia erikoispalveluja tai

¹¹ Saatua tulos on linjassa Ruotsissa tehtyjen tutkimusten, joiden mukaan yritysten muotoilubudjetti jakaantui suurin piirtein tasan ostopalveluihin ja in-house -muotoiluun vuonna 2008. (Lähde: Stiftelsen Svensk Industridesign: Svenska företag om design, 2008). Ruotsissa muotoilun ostopalveluista noin kymmenen prosenttia hankittiin ulkomaisilta palveluntuottajilta. Osuus on myös lisääntynyt 2000-luvulla. Ulkomaisten muotoilun ostopalvelujen merkitystä ei selvitetty Suomessa, mutta se voi olla samaa luokkaa kuin naapurimaassamme.

Kuvio 4 Taloudellisen taantuman vaikutukset yritysten harjoittamaan muotoilutoimintaan 2013, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon yritys­kyselyt 2013).



ne tuotetaan itse, kuten tehdään muotoiluintensiivisessä käsityövaltaisessa teollisuudessa ja pien­sarjatuotannossa. Myös suurissa ja keski­suurissa yrityksissä strategiset liike-elämän KIBS-palvelut, kuten uusien tuotteiden tutkimus- ja kehittä­mis­toimintaan liittyvät muotoilupalvelut, tuotetaan tavallisesti omassa organisaatiossa. Toisaalta muotoilu voi olla kiinteä osa yrityksen strategiaa, vaikka se hankitaan ostopalveluna.

Luonnollisesti on selvää, että ulkopuolisten muotoilun KIBS-palvelujen kysyntä riippuu pitkälti yksityisten asiakasyritysten menestyksestä niiden omilla koti- ja ulkomaisilla markkinoilla ja julkishallinnon rahoitusasemasta. Esimerkiksi teollisuudessa tuotannon määrä oli vuonna 2012 yhä paljon alhaisemmalla tasolla kuin neljä vuotta aiemmin. Erityisen voimakkaasti suhdanteet ja teollisuuden rakennemuutokset ovat vaikuttaneet sähkö- ja elektroniikkateollisuuteen ja metsäteollisuuteen, millä on ollut välillistä vaikutusta muotoilun KIBS-palvelujen kysyntään.

Käytännössä sisäisesti tuotettujen in-house-muotoilupalvelujen ja ulkopuolisilta palveluntuottajilta ostettujen muotoilupalvelujen osuus muotoilukustannuksista vaihtelee yrityksittäin jopa saman toimialan sisällä. EK:n ja Ornamon yritys­kyselyjen mukaan niistä yrityksistä, jotka hyödyntävät muotoilua toiminnassaan, lähes joka toinen tuottaa vähintään 70 prosenttia tarvitsemastaan muotoilusta omassa organisaatiossa. Vastaavasti niiden yritysten osuus, jotka ostavat vähintään 70 prosenttia muotoilusta

ulkopuolisilta palveluntuottajilta, oli vajaa 40 prosenttia (Kuvio 5).

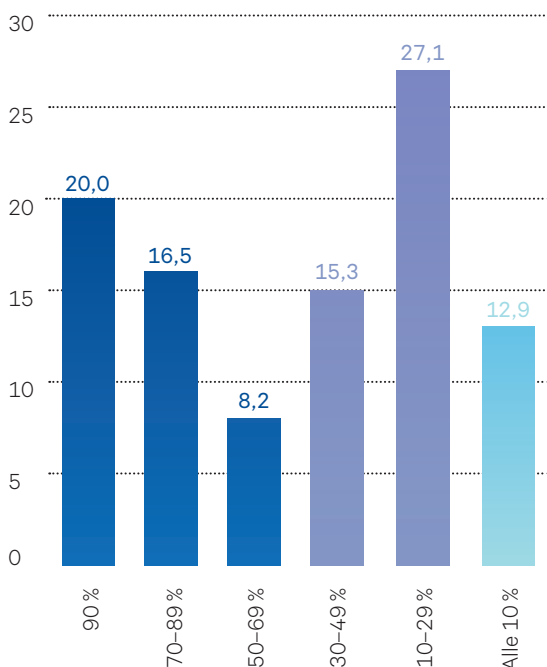
3.2 Design-ammattien työllisyys

Design-ammattiryhmien työlliset suorittavat eri toimialoilla toimivissa yrityksissä ja julkis-yhteisöissä samantyyppisiä työtehtäviä (tuote- ja vaatesuunnittelija, etc.), jotka ovat leimallisia erikoistuneissa muotoilualan yrityksissä. Design-työllisyydellä mitataan siis eri organisaatioiden sisäistä muotoilupalvelujen tuotantoa erotukse­na siitä osaamisesta, joka hankitaan organisaation ulkopuolisilta muotoilun KIBS-yrityksiltä.¹² Tässä design-työllisyys on tutkittu virallisen ammatti­luokituksen pohjalta, mutta tarkkoihin työllisyys­lukuihin kannattaa suhtautua varauksella.

Käytännössä design-työlliset on koottu seuraavilta vuoden 2011 ammattiluokituksen ammatti­nimikkeiltä, jotka ovat tuote- ja vaatesuunnittelijat (luokka 2163), graafiset ja multimediasuunnittelijat (luokka 2166), sisustussuunnittelijat (luokka 3432), käsityötuotteiden valmistajat ja hienomekaanikot (luokka 731) ja kuvataiteilijat (luokka

¹² KIBS-palveluja tuottavista muotoilualan ammattilaisista voidaan kutsua **kisa-ammattilaisiksi** (Knowledge Intensive Services Activities). He suorittavat muotoilua käyttävissä yrityksissä samoja työtehtäviä kuin alan erikoistuneissa muotoilun KIBS-yrityksissä työllistyvät muotoilun ammattilaiset.

Kuvio 5 Ulkopuolisilta palveluntuottajilta ostettujen muotoilupalvelujen osuus muotoilun kokonaiskustannuksista yrityksissä, jotka hyödyntävät muotoilua toiminnassaan, prosenttia (Lähde: EK:n pk-yrityskysely syysy 2013; Ornamon yritys-kyselyt 2013)



Ulkopuoliset palvelut muotoilun kokonaiskustannuksista
Osuus yrityksistä prosenttia

2651). Kolme ensimmäistä ammattiryhmää sisältävät henkilöitä, joilla on usein muotoilualan koulutus. Neljäs ryhmä sisältää muotoiluintensiivisillä käsityö- ja teollisuusaloilla työllistyviä ammattilaisia, joskin ryhmän kattavuudessa on puutteita.

Tilastokeskuksen työssäkäyntitilaston mukaan edellä mainittujen design-ammattien työllisyys oli Suomessa yhteensä runsaat 9 600 henkilöä vuonna 2011. Vuodesta 2010 työllisyys lisääntyi vajaalla 600 henkilöllä, mikäli kuvataiteilijoita ei oteta mukaan, koska ammattiryhmän työllisyydestä ei ole saatavilla tarkkoja tilastotietoja ennen vuotta 2011. Määrällisesti suurimman ryhmän muodostavat graafiset ja multim mediasuunnittelijat. Liki 40 prosenttia design-ammattilaisista kuului tähän ryhmään. Käsityötuotteiden valmistajat ovat toiseksi suurin ammattiryhmä.

Käsityötuotteiden valmistajista kelloseppiä ja muiden hienomekaanisten instrumenttien valmistajia oli 39 prosenttia, kora-, kulta- ja hopeaseppiä 28 prosenttia ja tekstiili-, nahka- yms. käsityötuotteiden tekijöitä kahdeksan prosenttia vuonna 2011. Loppuosa käsityöammattien valmistajista jakaantui muihin ammattiryhmiin. Design-ammattilaisista naisia oli 54 prosenttia. Sisustussuunnittelijat ovat naisvaltaisin ammattiryhmä. Käsityötuotteiden valmistajat ovat pääasiassa miehiä. Vuosina 2010–11 naisten työllisyys nousi enemmän kuin miesten työllisyys.

| | 2010, lkm | 2011, lkm | Osuus, % | Muutos 2010–11, lkm |
|---|-------------|-------------|---------------------|---------------------|
| KIBS-alojen työlliset (kisa-ammattilaiset) | | | | |
| graafiset ja multim mediasuunnittelijat | 3594 | 3584 | 39,4 (37,2) | -10 |
| sisustussuunnittelijat | 1254 | 1694 | 18,6 (17,6) | 440 |
| tuote- ja vaatesuunnittelijat | 1145 | 1296 | 14,3 (13,4) | 151 |
| Kisa-ammattilaiset yhteensä | 5993 | 6574 | 72,3 (68,2) | 581 |
| Käsityötuotteiden valmistajat | | | | |
| kellosepät ja hienomekaanikot | - | 980 | 10,7 (10,1) | - |
| kora-, kulta- ja hopeaseppiä | - | 706 | 7,8 (7,3) | - |
| tekstiili-, nahka- yms. tuotteiden tekijät | - | 190 | 2,1 (2,0) | - |
| kaivertajat, koristemaalarit, etsaajat | - | 132 | 1,5 (1,4) | - |
| muut käsityötuotteiden tekijät | - | 505 | 5,6 (5,2) | - |
| Käsityötuotteiden tekijät yhteensä | 2512 | 2513 | 27,7 (26,0) | 1 |
| Design-ammattilaiset (pl. kuvataiteilijat) | 8505 | 9087 | 100,0 (94,2) | 582 |
| Kuvataiteilijat | - | 555 | (5,8) | - |
| Design-ammattilaiset (ml. kuvataiteilijat) | - | 9642 | (100,0) | - |

Taulukko 3 Design-ammattilaisten työllisyys ammattiryhmittäin 2010–11 (Lähde: Työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus).

Design-työllisten ammattiasema ja työnantajan toimiala

Design-työllisistä yksityisissä yrityksissä (ja yhteisöissä) työskenteli vuonna 2010 keskimäärin 95 prosenttia (8 080 henkilöä) ja julkisyhteisöissä viisi prosenttia (430 henkilöä) (Kuvio 6).¹³ Yksityisen puolen työllisyydestä yrittäjiä oli 27 prosenttiyksikköä (2 300 henkilöä). Pääsääntöisesti yrittäjiksi määritellään työssäkäyntitilastossa ne 18–74 -vuotiaat henkilöt, joilla on vuoden viimeisellä viikolla voimassa oleva yrittäjäläkevakuutus ja jotka eivät ole työttömiä vuoden viimeisenä työpäivänä eivätkä varusmiehiä tai siviilipalvelusmiehiä vuoden viimeisellä viikolla.

Design-ammattilaisista 30 prosenttia työskenteli erikoistuneissa muotoilun KIBS-yrityksissä tai muotoiluintensiivisen teollisuuden yrityksissä vuonna 2010.¹⁴ Loppuosa (70 %) työskenteli ns. asiakastoimialoilla. Asiakastoimialoilla työskentelevät design-ammattilaiset tuottavat työnantajilleen sisäistä muotoiluosaamista erotuksena ostopalveluina hankituista muotoilupalveluista. Päätoimialoittain organisaatioiden sisäisiä design-ammattilaisia työskenteli paljon liike-elämän palvelualoilla, tukku- ja vähittäiskaupassa sekä informaation ja viestinnän toimialoilla.

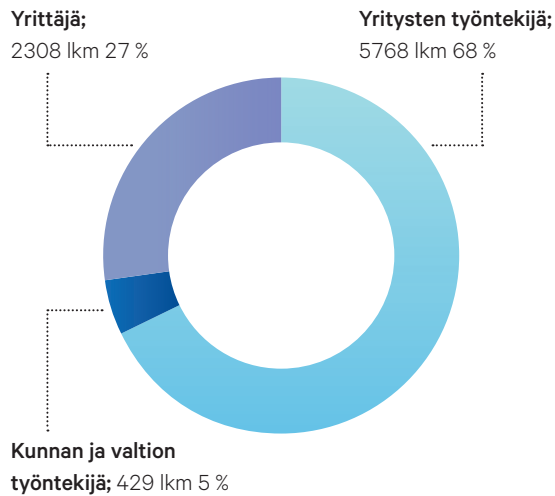
Suomesta ei saatavilla tilastoja siitä, kuinka paljon eri toimialoja edustavissa yrityksissä on design-ammattilaisia niiden omassa organisaatiossa. Lukumäärä vaihtelee työnantajayrityksissä nolasta yli kymmeneen henkilön suunnitteluosastoihin. Ruotsissa tehtyjen selvitysten mukaan 59 prosenttia vähintään 20 henkilön yrityksistä työllisti vähintään yhden design-ammattilaisen vuonna 2008. Yhdeksän prosenttia yrityksistä työllisti vähintään 10 design-ammattilaista.¹⁵ Tarkastelu rajoittui kuitenkin suhteellisen kookkaiisiin yrityksiin, jonka ulkopuolelle jäivät pienet alle 20 henkilön yritykset ja mikroyritykset.

13 Luku ei sisällä kuvataiteilijoita, koska heidän määrästä ei ollut Tilastokeskuksen työssäkäyntitilastossa asianomaiselta tilastovuodelta. Pääosa kuvataiteilijoista työskentelee kuitenkin itsenäisinä ammatinharjoittajina (freelancerit, taitelijat).

14 Luku ei sisällä kuvataiteilijoita, koska heidän määrästä ei ollut tilastotietoja asianomaiselta tilastovuodelta.

15 Designin piirissä työskentelevien kokonaismäärä ei kerro siitä, kuinka monella on alan ammattikoulutus. Ruotsissa niitä vähintään 20 henkilön yrityksiä, joissa oli vähintään yksi muotoilualan ammattikoulutuksen saanut henkilö, oli vain 41 prosenttia vuonna 2008 (Lähde: Stiftelsen Svensk Design).

Kuvio 6 Design-ammattilaisten työllisyys työnantajaryhmittäin 2010 (pl. kuvataiteilijat)
(Lähde: Työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus).



Arvio designin kokonaistyöllisyydestä

Osa designin parissa työskentelevistä ammattilaisista putoaa edellä mainittujen ammattiluokituksen perustuvien tilastojen katveeseen, sillä muotoilua on mahdollista tehdä monella ammatinimikkeellä. Esimerkiksi Ruotsissa tehtyjen selvitysten mukaan muotoilun parissa työskentelee todellisuudessa kaksinkertainen määrä henkilöitä verrattuna muotoilualan koulutuksen saaneiden määrään.¹⁶ Mikäli sama suhdeluku pätee Suomeen, voidaan laskennallisesti arvioida, että meillä työskentelisi muotoilun piirissä enimmillään jopa runsaat **13 000 design-ammattilaista**.

13 000 henkilöön on päästy, kun kerrotaan muotoilun erikoiskoulutettujen henkilöiden eli kisa-ammattilaisten määrä¹⁷ (6 574 henkilöä) kahdella. 13 000 henkilön arvio sisältää runsaat 2 500 käsityötuotteiden tekijää ja vajaat 600 kuvataiteilijaa, jotka ovat tunnistettavissa ammattiluokituksen pohjalta. Lisäksi luku sisältää noin 3 500 muuta tarkemmin määrittelemättömissä ammateissa työskentelevää henkilöä. Ehdotonta totuutta muotoilun piirissä työskentelevien kokonaismäärästä on mahdollonta tuottaa, mutta valistunut arvaus liikkuu 10 000–13 000 henkilön välillä. ☺

16 Stiftelsen Svensk Industridesign: Svenska företag om design, 2008.

17 Sisustussuunnittelijat, graafiset ja multimedia-suunnittelijat sekä tuote- ja vaatesuunnittelijat.

| | Design-työllisyys, lkm | Osuus toimialan omista työllisistä, % | Osuus kaikista design-työllisistä, % |
|-----------------------------------|------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| Muotoilualat | | | |
| Graafinen suunnittelu | 561 | 85,4 | 9,7 |
| Sisustussuunnittelu | 710 | 79,3 | 8,3 |
| Teollinen suunnittelu | 499 | 68,8 | 5,9 |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 832 | 3,9 | 9,8 |
| Muotoilualat yhteensä | 2602 | 11,1 | 30,6 |
| Ns. asiakastoimialat | | | |
| Tekstiili- ja vaatetusteollisuus | 261 | 3,8 | 3,1 |
| Sähkö- ja elektroniikkateollisuus | 335 | 0,8 | 3,9 |
| Metalliteollisuus | 278 | 0,3 | 3,3 |
| Muu teollisuus | 759 | 0,5 | 8,9 |
| Tukku- ja vähittäiskauppa | 988 | 0,4 | 11,6 |
| Informaatio ja viestintä | 737 | 0,9 | 8,7 |
| Liike-elämän palvelut | 1336 | 1,1 | 15,7 |
| Muut toimialat | 1209 | 0,1 | 14,2 |
| Asiakastoimialat yhteensä | 5903 | 0,3 | 69,4 |
| Kaikki yhteensä | 8505 | 0,4 | 100,0 |

Taulukko 4 Design-ammattilaisten työllisyys päätoimialoittain 2010 (pl. kuvataiteilijat)
(Lähde: Työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus).



Luku IV



Muotoilualan yritykset ja yritysrakenne

4 Muotoilualan yritykset ja yritys rakenne

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n mukaan muotoilun toimialat ovat hyvin pienyritysvaltaista toimintaa, sillä pääosa yrityksistä työllistää vain omistajayrittäjän itsensä. Kaikkein pienyritysvaltaisinta yritystoimintaa harjoitetaan taideteosten luonnissa, keraamisten tuotteiden valmistuksessa sekä muotoilun KIBS-palveluissa. Tästä huolimatta alle kymmenen henkilön yrityksiin kertyy keskimäärin vain vajaa kolmannes muotoilualojen työllisyydestä ja neljännes liikevaihdosta.

Sivutoiminen tai osa-aikainen yrittäjyys on muotoilualalla tavallista. Tilastokeskuksen YTR:n vuositilastoihin sisältyvistä muotoilualan yrityksistä noin 47 prosenttia on sivutoimisia. Jos mukaan lasketaan vuositilastojen ulkopuolelle jääneet yritykset, on sivutoimisten yritysten osuus 58 prosenttia. Sivutoiminen yrittäjyys sopii moniin elämäntilanteisiin ja sivutoimiset yrittäjät tuovat uutta tarjontaa markkinoille etenkin pienillä paikkakunnilla, joissa päätoiminen yrittäjyys ei olisi taloudellisesti kannattavaa.

4.1 Yritykset ja toimipaikat

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n mukaan muotoilun KIBS-palveluissa ja muilla muotoiluintensiivisillä toimialoilla toimi 6 940 yritystä ja 7 060 yritystoimipaikkaa vuonna 2012. Yritysten henkilöstö oli YTR:n kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna 22 100 henkilöä ja liikevaihto 3,37 miljardia euroa. Yrityskannasta muotoilualat muodostivat kolme prosenttia. KIBS-yritysten määrä on lisääntynyt vuodesta 2007 noin 250 yksiköllä (3 %). Suurinta yritysten määrän kasvu on ollut muotoilun KIBS-aloilla ja taideteosten luonnissa (Taulukko 5).

Yritysten määrä on vähentynyt tuotteiden valmistuksessa, josta osa on käsityövaltaista pienteollisuutta. Vain kultasepäntuotteiden valmistuksessa yritysten määrä on lisääntynyt. Muotoiluintensiivisten teollisuusyritysten lopetukset ovat linjassa yleisen kehityksen kanssa, minkä tuloksena teollisuustuotanto on pudonnut ennätysalhaiselle tasolle. Muotoiluintensiivisen yritystoiminnan alarajo on supistanut Suomen jo ennestään pientä kulutustavarateollisuutta, sillä maamme teollinen rakenne on pohjautunut lähinnä komponenttivalmistukseen ja investointihyödykkeisiin.

Yritysten määrän kehitystä koskeviin tilastolukuihin kannattaa suhtautua silti varauksella. Syynä on, että Tilastokeskuksen YTR:n tilastoissa merkittävä osa tilastovuonna yli puoli vuotta toimineista yrityksistä on sivu- ja osa-aikaisten yrittäjien omistamia yrityksiä, joissa liikevaihto ja henkilöstö ovat varsin pieniä. Esimerkiksi yritysten liikevaihdossa tapahtuvat pienet muutokset voivat aiheuttaa sen, että sivu- ja osa-aikaisten yrittäjien yritykset eivät täytä tilastoon pääsemisen kriteereitä, vaikka niillä olisikin ollut pienimuotoista yritystoimintaa tilastovuonna.¹⁸

18 Tilastokeskuksen YTR:n vuositilastoihin on valittu vuonna 2012 ne yritykset, jotka olivat toimineet tilastovuonna yli puoli vuotta työllistäen enemmän kuin puoli henkilöä vuosityöllisyyden käsitteellä mitaten tai muodostaen liikevaihtoa yli 10 595 euroa. YTR:n mukainen henkilöstötieto ei ole täysin vertailukelpoinen muihin kansantalouden työllisyyttä koskeviin tilastoihin nähden. YTR:ssä lähtökohtana on kokovuosityöllisyys, eli esimerkiksi kaksi puolipäiväistä palkansaajaa muodostaa yhden työllisen henkilön. Sen sijaan muissa työllisyytilastoissa (työvoimatutkimus, työssäkäyntitilasto) jokainen osapäiväinen palkansaaja muodostaa yhden työllisen henkilön.

| | Yrityksiä 2012 (2011), lkm | Yritystoimipaikkoja 2012 (2011), lkm | Yritysten määrän lisäys, 2007–12, lkm | Yritysten määrän lisäys, 2007–12, % |
|---|-------------------------------|---|--|--|
| Muotoilun KIBS-palvelut | 1958 (1883) | 1966 (1890) | 434 | 30,0 |
| Graafinen muotoilu | 644 (621) | 646 (623) | 186 | 42,8 |
| Sisustussuunnittelu | 807 (784) | 807 (784) | 73 | 10,3 |
| Teollinen muotoilu ym. | 507 (478) | 513 (483) | 175 | 57,8 |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 3563 (3649) | 3704 (3794) | -550 | -13,1 |
| Tekstiilien valmistus | 451 (450) | 466 (464) | -82 | -15,4 |
| Vaatteiden valmistus | 97 (103) | 100 (106) | -19 | -15,6 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 169 (177) | 178 (184) | -35 | -16,5 |
| Puutuotteiden valmistus | 1043 (1062) | 1111 (1137) | -219 | -17,1 |
| Lasituotteiden valmistus | 37 (37) | 40 (41) | -14 | -27,5 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 101 (115) | 106 (120) | -15 | -11,5 |
| Kivituotteiden valmistus | 233 (237) | 241 (246) | -16 | -6,3 |
| Metallituotteiden valmistus | 105 (107) | 107 (109) | 2 | 1,9 |
| Huonekalujen valmistus | 983 (1003) | 1006 (1024) | -170 | -14,5 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 244 (358) | 349 (363) | 18 | 5,3 |
| Taideteosten luonti | 1423 (1378) | 1425 (1379) | 333 | 31,9 |
| Yhteensä | 6944 (6910) | 7095 (7063) | 217 | 3,2 |

Taulukko 5 Yritysten ja yritystoimipaikkojen määrä muotoilualoilla Suomessa 2007–12
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

4.2 Yritysprofiili

Tilastokeskuksen YTR:n tilastoista ilmenee, että noin 95 prosenttia muotoilualan yrityksistä työllisti alle kymmenen henkilöä vuonna 2011. Tilastokeskuksen YTR:ään perustuvien arvioiden mukaan keskimäärin kolme neljäsosaa muotoilualan yrityksistä on yksinyrittäjien hallinnassa. Nämä yritykset työllistivät useimmiten vain omistajayrittäjän itsensä, eikä heillä ei ole oman perheen ulkopuolisia työntekijöitä kuin satunnaisesti. Yli kymmenen henkilöä työllisti alle 380 yritystä (5,5 %), mutta niiden osuus muotoilualan työllisyydestä oli lähes 70 prosenttia (Taulukko 6).

Yksinyrittäjien merkitys on suurinta muotoilun KIBS-palveluissa, taideteosten luonnin toimialalla ja keraamisten tuotteiden valmistuksessa. Tämä ei koske pelkästään osuutta yritysten lukumäärästä vaan myös osuutta toimialojen henkilöstöstä ja työllisyydestä. Muotoiluintensiivisessä teollisuudessa tilanne on kaksijakoinen sikäli, että määrällisesti yrityksiä on eniten ammatinharjoittajien ryhmässä, mutta toimialojen työllisyydestä ja liikevaihdosta vastaavat pääasiassa yli kymmenen hen-

kilön yritykset. Kultasepän tuotteiden valmistus on tästä hyvä esimerkki.

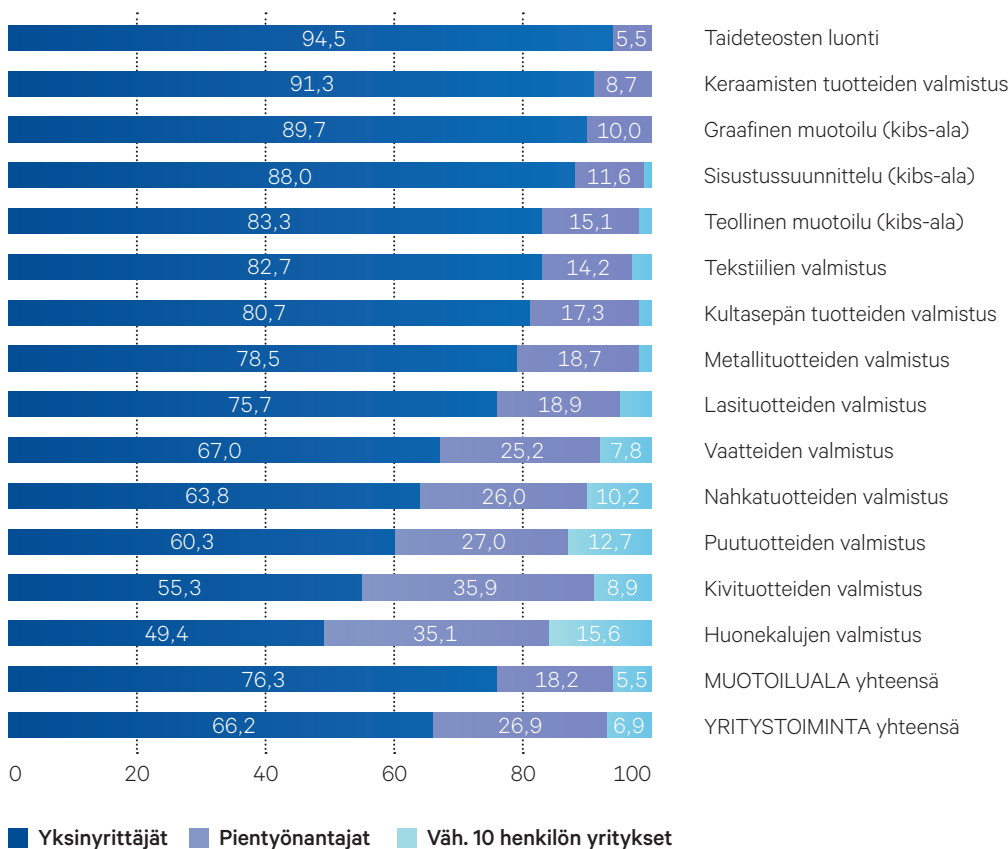
Pientyönantajien, eli 2–9 henkilöä työllistävien yritysten merkitys on suurin kivituohteiden ja huonekalujen valmistuksessa, jos asiaa mitataan pelkästään yritysten lukumäärällä. Henkilöstöllä ja liikevaihdolla mitattuna pientyönantajilla on tärkeä asema myös vaatteiden ja tekstiilien valmistuksessa, keraamisten tuotteiden valmistuksessa, metallituotteiden valmistuksessa sekä muotoilun KIBS-palveluissa. Pientyönantajat ovat tärkeitä työllistäjiä ja muotoilualalla niiden työllisyys- ja liikevaihto-osuudet ovat suuremmat kuin maamme yritystoiminnassa keskimäärin.

Tosin muotoilualoja ei voida verrata muiden toimialojen yrityksiin henkilöstön määrän mukaan, sillä mikroyritysten käsite vaihtelee toimialoittain. Esimerkiksi sisustussuunnittelussa yhdeksän henkilön yritys on alallaan harvinainen ja melko suuri, vaikka yleisen käsityksen mukaan tämän kokoinen yritys kuuluu mikroyrityksiin. Monilla muotoilualoilla yritystoiminta on kaksijakoista, koska toimialoilla voi olla satoja mikroyrityksiä, mutta työllisyydellä tai liikevaihdolla mitattuna

| | Osuus yrityksistä, % | Osuus työllisyydestä, % | Osuus liikevaihdosta, % |
|---|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Muotoilun KIBS-palvelut | 99,3 | 86,4 | 84,5 |
| Graafinen muotoilu | 99,7 | 94,0 | 91,3 |
| Sisustussuunnittelu | 99,6 | 89,9 | 85,9 |
| Teollinen muotoilu ym. | 98,3 | 75,3 | 78,1 |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 90,0 | 23,6 | 18,3 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Metallituotteiden valmistus | 97,2 | 61,8 | 57,8 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 98,0 | 43,1 | 24,2 |
| Tekstiilien valmistus | 96,9 | 52,7 | 48,1 |
| Lasituotteiden valmistus | 94,6 | 3,6 | 2,3 |
| Vaatteiden valmistus | 92,2 | 46,2 | 39,8 |
| Kivituohteiden valmistus | 91,1 | 27,8 | 27,4 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 89,8 | 15,2 | 12,2 |
| Puutuotteiden valmistus | 87,3 | 19,4 | 14,6 |
| Huonekalujen valmistus | 84,4 | 24,1 | 19,4 |
| Taideteosten luonti | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Muotoilualat yhteensä | 94,5 | 31,1 | 23,3 |
| Yritystoiminta yhteensä | 93,1 | 25,3 | 16,9 |

Taulukko 6 Alle kymmenen henkilön mikroyritysten osuudet toimialansa yrityksistä, henkilöstöstä ja liikevaihdosta muotoilualoilla 2011, prosenttia (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

Kuvio 7 Muotoilualan yritykset henkilöstön kokoluokittain 2011, prosenttia yrityksistä
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).



toimiala on keskittynyt muutama suureen ja monialaiseen yritykseen.

Maahanmuuttajayritykset

Suomessa oli Tilastokeskuksen YTR:n mukaan 6 321 **yrittäjävetoista ulkomaalaistaustaista yritystä** vuonna 2011. Niiden määrä kasvoi lähes 500 yrityksellä edellisestä vuodesta. Ne työllistivät 8 650 henkilöä ja niiden liikevaihto oli noin miljardi euroa. Suomen koko yrityskannasta (pl. alkutuotanto) ulkomaalaisia yrityksiä oli 2,4 prosenttia, henkilöstöstä 0,5 prosenttia ja liikevaihdosta 0,3 prosenttia. Kaikista yrittäjävetoisista yrityksistä ulkomaalaisten omistamia oli puolestaan neljä prosenttia ja henkilöstö- ja liikevaihdosta arviolta 3–4 prosenttia.

Ulkomaalaistaustaiset yritykset on määriteltävä YTR:n vuositilastoon kuuluvien yritysten joukosta siten, että yritys on ulkomaalainen, jos yrityksen taustalla olevalla yrittäjällä tai useamman yrittäjän tapauksessa vähintään puolella yrittäjistä äidinkieli on muu kuin suomi, ruotsi

tai saame. Yrityksen taustalla olevat yrittäjät, eli yrityksen yrittäjävetoisuus on tunnistettu toiminnimuotoisissa yrityksissä ammatin- ja liikkeenharjoittajien henkilötunnusten ja yhtiömuotoisissa yrityksissä yrittäjäeläkeaineistosta (YEL) saatujen henkilötunnusten perusteella.

Muotoilualalla toimivia yrittäjävetoisia maahanmuuttajayrityksiä oli YTR:n mukaan yhteensä 143 vuonna 2011, mikä oli 2,1 prosenttia kaikista muotoilualan yrityksistä tuolin. Maahanmuuttajataustaisten yritysten osuus oli suurin taideteosten luonnin toimialalla sekä muotoilun KIBS-palveluissa. Tämä osoittaa, että maahanmuuttajissa on paljon koulutettua väkeä. Toivotaan, että Suomeen luovut uusia työpaikkoja sellaiset muotoilualan ulkomaalaiset yrittäjät (**business immigrants**), joilla on jo monipuolista kokemusta yrittäjyydestä ja kansainvälisiä yhteyksiä.

Tilastokeskuksen YTR:n tilastoista ei ole saatu tätä selvitystä varten tietoja muotoilualan maahanmuuttajayritysten henkilöstöstä,

liikevaihdosta tai vastuuhenkilöiden kansallisuudesta. Käytettävissä olevat tuoreimmat henkilöstö- ja liikevaihtotiedot perustuvat Verohallinnon ja PRH:n kaupparekisteriaineistoihin vuodelta 2009.¹⁹ Silloin Suomessa toimi muotoilualoilla arviolta noin 220 kokonaan tai vähintään puoliksi ulkomaalaisten hallussa olevaa yritystä, jotka työllistivät lähes 100 palkansaajaa (pl. yrittäjät)²⁰, ja joiden liikevaihto oli noin 60 miljoonaa euroa.

Monet ulkomaalaistaustaiset muotoilualan yritykset ovat pieniä, joilla ei ole palkattua työvoimaa. Yritysten vastuuhenkilöt koostuvat toiminnimiyrittäjistä, henkilöyhtiöiden vastuunalaisista yhtiömiehistä ja osakeyhtiömuotoisissa yrityksissä hallituksen jäsenistä ja toimitusjohtajista. Pääosassa yrityksiä oli 1–2 vastuuhenkilöä. Noin 37 prosentissa yrityksiä vastuuhenkilöt ovat EU:hun ennen vuotta 2004 liittyneiden jäsenmaiden kan-

salaisia. Toiseksi ja kolmanneksi suurimman ryhmän muodostavat venäläiset ja Aasian maista tulleet yrittäjät (Kuvio 8).

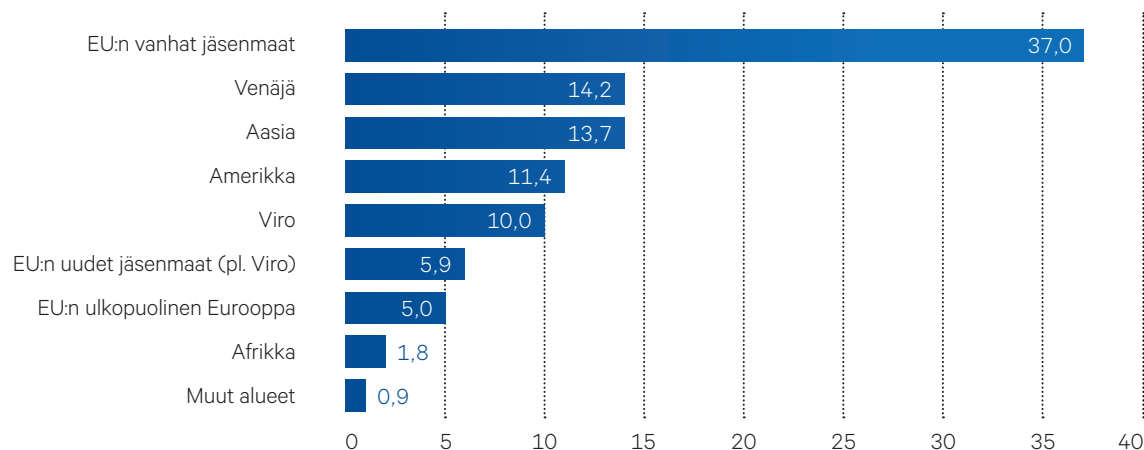
YTR:n tilastoja yrittäjävetoisista ulkomaalaisista yrityksistä ei voida verrata täysin Verohallinnon ja PRH:n kaupparekisteriin pohjautuviin tilastoihin. Eroja syntyy siitä, että YTR:n tilastoihin sisältyvät vain ne yritykset, jotka ovat toimineet tilastovuonna yli puoli vuotta ja joiden henkilöstö oli yli 0,5 henkilöä tai joiden liikevaihto ylitti tietyn vuosittaisen alarajan. Verohallinnon ja PRH:n kaupparekisteriin perustuvat tilastot käsittelevät sen sijaan kaikki tilastovuonna toimineet maahanmuuttajayritykset niiden koosta tai toiminta-ajasta riippumatta.

YTR:n yrittäjävetoisten ulkomaalaisten yritysten tilasto poikkeaa Verohallinnon ja PRH:n kaupparekisteriin perustuvista tilastoista myös siksi, että YTR:n tilastot eivät sisällä sellaisia osakeyhtiöitä, joissa yrityksen omistus on hajautunut niin pieniin osiin, että kukaan tosiasiallisista yrittäjistä ei ole velvollinen ottamaan YEL-vakuutusta. Toiseksi Tilastokeskuksen YTR:n ulkomaalaisten yritysten tilasto ei sisällä Ruotsissa syntyneiden yrittäjien, kuten ruotsinsuomalaisten paluumuuttajien omistamia yrityksiä, mikäli yrittäjän äidinkieli on suomi tai ruotsi.²¹

19 **Maahanmuuttajayritykset** on määritelty kaupparekisteritietojen pohjalta seuraavasti: toiminimet (yrittäjän kansallisuus on muu kuin Suomi (FI)), Ayt ja Kyt (molemmilla vastuunalaisilla ”yhtiömiehillä” kansallisuus on jokin muu kuin FI), Oyt (yhtiön johtavissa elimissä kaikki määräävässä asemassa olevat henkilöt, kuten toimitusjohtaja ja hallituksen varsinainen jäsen, ovat ulkomaalaisia). Osuuskuntien osalta menetellään saman idean mukaan kuin osakeyhtiöiden kohdalla. Maahanmuuttajayritykset voidaan määritellä osittain ulkomaalaistaustaiseksi, jos osa yhtiömuotoisten yritysten taustalla olevista henkilöistä on Suomen kansalaisia. 20 Yritysten henkilöstö on todellista pienempi sen vuoksi, että Verohallinnon ja PRH:n kaupparekisteriin pohjautuvat tilastot sisältävät vain palkatun henkilöstön eikä liikkeen- ja ammatinharjoittajia, jotka eivät maksa palkkoja itselleen.

21 Lähtökohtaisesti tilastot poikkeavat toisistaan myös siksi, että Tilastokeskuksen YTR:n tilastoissa ulkomaalaistaustaiset yrittäjät on tunnistettu äidinkielen perusteella, kun taas Verohallinnon ja PRH:n kaupparekisteriaineistoon pohjautuvat tilastot perustuvat yrittäjien (vastuuhenkilöiden) kansallisuuteen.

Kuvio 8 Maahanmuuttajataustaiset muotoilualan yritykset 2009 yrittäjien kansallisuuden mukaan, prosenttia yrityksistä (Lähde: PRH, Verohallinto ja Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).



4.3 Sivutoiminen ja osa-aikainen yrittäjyys

Sivutoimisella yrittäjyydellä tarkoitetaan yritystoimintaa, jossa henkilö ansaitsee toimeentulonsa pääasiassa muutoin kuin itsenäisenä yrittäjänä. Toisin sanoen sivutoiminen yrittäjä voi olla päätoimisesti palkansaaja tai työvoiman ulkopuolella oleva henkilö, kuten eläkeläinen tai opiskelija. Yrittäjyys voi olla myös **osa-aikaista tai kausiluonteista**, vaikka henkilöllä ei olisikaan muuta päätoimintaa tai ulkopuolista tulonlähdettä, kuten eläkettä. Nämä osa-aikayrittäjät luetaan Tilastokeskuksen työllisyystilastoissa, kuten työssäkäyntitilastoissa yrittäjien nuppilukuun.

Sivutoimisten yrittäjien määrästä ei ole tilastotietoja, vaan saatavilla olevat tiedot perustuvat erillistutkimuksiin. Silti sivutoiminen yrittäjyys on Suomessa yleistä, sillä työllisestä työvoimasta (palkansaajat ja yrittäjät) päätoimisia yrittäjiä on noin kymmenen prosenttia ja sivutoimisia yrittäjiä (palkansaajia) noin neljä prosenttia. Kansainväliset Global Monitor Entrepreneurship GEM-tutkimukset vahvistavat sivutoimisen yrittäjyyden yleisyyden Suomessa. Vuonna 2007 osa-aikayrittäjiä oli GEM-tutkimusten mukaan jopa yli 40 prosenttia kaikista yrittäjistä.²²

Sivutoimisia ja osa-aikaisia muotoilualan yrityksiä tarkastellaan tässä katsauksessa laskennallisesti Tilastokeskuksen YTR:n avulla vuonna 2011. Kohdejoukko koostuu konserneihin kuulumattomista yksityisistä kotimaisista muotoilualan KIBS-yrityksistä ja muista muotoiluintensiivisten toimialojen yrityksistä, joiden toiminta-aika ylitti vuonna 2011 puoli vuotta ja joiden henkilöstö oli 0,1–0,5 henkeä kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitaten. Tilastovuonna 2011 toimintansa aloittaneet ja lopettaneet yritykset on rajattu tarkastelun ulkopuolelle.

Kohdejoukko koostui kahdesta pääryhmästä, jotka olivat YTR:n vuositilastoihin sisältyvät ja vuositilastojen ulkopuolelle jäävät sivutoimiset yritykset. Pääryhmiin kuuluvia yrityksiä erottaa toisistaan vain se, että YTR:n vuositilastoihin sisältyvissä sivutoimisissa yrityksissä liikevaihto oli ylittänyt

22 Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen mukaan päätoimisia osa-aikayrittäjiä oli yhteensä 64 000 vuonna 2012. Lisäksi työmarkkinoiden ulkopuolella olevia henkilöitä, kuten eläkeläisiä tai opiskelijoita toimii osa-aikayrittäjinä. He lisäävät osa-aikaisten ja sivutoimisten yrittäjien kokonaismäärän lähes kaksinkertaiseksi.

vuonna 2011 tilastoon pääsemisen alarajan (10 340 euroa)²³, mutta vuositilastojen ulkopuolelle jääneistä sivutoimisissa yrityksissä liikevaihto oli painunut niin pieneksi, että YTR:n vuositilastoon pääsemisen liikevaihtoraja oli jäänyt saavuttamatta.

Edellä mainituilla tavoilla määriteltynä Suomessa oli yhteensä 102 200 sivutoimista yritystä vuonna 2011, jos alkutuotannon toimialoilla toimivia yrityksiä ei lasketa lukuun.²⁴ Sivutoimisista yrityksistä Tilastokeskuksen YTR:n vuositilastoihin sisältyi 72 prosenttia. Loppuosa yrityksistä (28 %) oli jäänyt vuositilastojen ulkopuolelle. Vuosina 2008–11 sivutoimisten yritysten määrä on noussut vajaalla viidellä prosentilla. Määrällinen lisäys oli 4 610 yritystä. Kasvu on keskittynyt kokonaan YTR:n vuositilastojen ulkopuolelle oleviin sivutoimisiin yrityksiin.

Muotoilualan sivutoimiset yritykset

Muotoilualoilla toimi 5017 sivutoimista yritystä vuonna 2011. Niistä lähes kaksi kolmasosaa (3 212 yritystä) sisältyi YTR:n vuositilastoihin, mutta runsas kolmasosa (1 805 yritystä) putosi niiden ulkopuolelle. Jos YTR:n vuositilastojen ulkopuolelle jääneet sivutoimiset yritykset lasketaan mukaan, nousee muotoilualan yritysten kokonaismäärä neljänneksen suuremmaksi.²⁵ Pelkästään YTR:n vuositilastoihin sisältyvistä muotoilualan yrityksistä sivutoimisten yritysten osuus oli lähes 50 prosenttia. Kaikista muotoilualan yrityksistä sivutoimisia oli miltei 60 prosenttia.

Sivutoimisia tai osa-aikaisia yrityksiä on suhteellisesti eniten keraamisten tuotteiden valmistuksessa, taideteosten luonnissa, tekstiilien valmistuksessa, lasituotteiden valmistuksessa sekä

23 Vuositilastoon sisältyy myös yrityksiä, joiden henkilöstötieto on nolla, mutta liikevaihto ylittää tilastoon pääsemisen alarajan (10 340 euroa). Nämä yritykset on jätetty sivutoimisuutta koskevan tarkastelun ulkopuolelle, sillä sivutoimiselta yritykseltä on edellytetty 0,1 henkilön minimihenkilöstöä.

24 Tarkastelun ulkopuolelle on jätetty myös kaksi kiinteistölle kuuluvaa alatoimialaa. Ulkopuolelle rajattuja toimialoja ovat omien kiinteistöjen kauppa (Nace 681) sekä omen tai leasing-kiinteistöjen vuokraus ja hallinta (Nace 682), johon kuuluu asuntojen vuokraus, asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinta sekä muiden kiinteistöjen vuokraus ja hallinta, mitkä voivat olla tyypillistä asunto- ja kiinteistöyhtiöiden toimintaa.

25 Koko yritystoiminnassa toimi YTR:n tilastojen mukaan 266 062 yritystä vuonna 2011. Jos kaikki YTR:n vuositilastoihin sisällyttämättömät sivutoimiset yritykset lasketaan mukaan, nousi yritysten kokonaismäärä 294 400 yritykseen.

muotoilun KIBS-palveluissa. Määrällisesti niitä oli eniten muotoilun KIBS-palveluissa ja taide-
teosten luonnissa vuonna 2011. Yleensä sivu-
toimisia yrityksiä esiintyy muotoilualoilla, jois-
sa yritystoiminnan aloittaminen ei vaadi suuria
pääomapanostuksia. Sen sijaan huonekalujen,
kivituotteiden ja puutuotteiden valmistukses-
sa sivutoimisuutta on paljon vähemmän (Tau-
lukko 7).

Muotoilualan sivutoimiset yritykset työllisti-
vät kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna
noin 1 141 henkilöä vuonna 2011, mistä YTR:n
vuositilastoihin sisältyvien yritysten työllisyys-
osuus oli runsaat 80 prosenttia. Kokonaisuudes-

saan voidaan todeta, että sivutoimisella ja osa-
aikaisella yrittäjyydellä on muotoilualalla tärkeä
asema. Muotoilualan sivutoimisesta yrittäjyy-
destä ei ole olemassa tarkkoja tutkimustuloksia,
mutta yleensä sivutoimisten yritysten elinkaari
on Suomessa ja kansainvälisesti keskimäärin ly-
hyempi kuin päätoimisessa yrittäjyydessä.

Tutkimustulosten mukaan noin 35–40 pro-
senttia sivutoimisista yrittäjistä lopettaa ensim-
mäisen vuoden aikana, kun kolme neljäsosaa
päätoimista yrittäjistä jatkaa toimintaansa. Suu-
ren lopettamisalttiuden taustalla saattaa olla ly-
hytaikaisiksi tarkoitettujen kertakäyttöyritys-
ten tai yksittäisiä hankkeita varten perustettujen

| | Sivutoimiset yritykset yhteensä, ²⁶ lkm | Vuositulastoihin sisältyvät sivutoimiset yritykset/ YTR:n vuositilastojen yritykset, % | Sivutoimiset yritykset yhteensä /YTR:n kaikki muotoilualan yritykset, % ²⁷ |
|---|---|--|---|
| Muotoilun KIBS-palvelut | 1546 | 51,4 | 62,7 |
| Sisustussuunnittelu | 617 | 56,0 | 64,1 |
| Teollinen muotoilu ym. | 379 | 51,5 | 62,0 |
| Graafinen muotoilu | 550 | 45,4 | 61,9 |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 1948 | 40,2 | 47,2 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 131 | 71,3 | 79,8 |
| Tekstiilien valmistus | 382 | 60,7 | 68,3 |
| Lasituotteiden valmistus | 29 | 51,4 | 61,7 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 241 | 51,7 | 58,2 |
| Metallituotteiden valmistus | 61 | 34,1 | 54,4 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 92 | 36,1 | 44,9 |
| Vaatteiden valmistus | 53 | 35,9 | 44,5 |
| Puutuotteiden valmistus | 493 | 37,2 | 42,5 |
| Kivituotteiden valmistus | 96 | 31,2 | 37,5 |
| Huonekalujen valmistus | 370 | 27,9 | 33,9 |
| Taideteosten luonti | 1523 | 70,2 | 71,8 |
| Muotoiluala yhteensä | 5017 | 46,5 | 57,6 |
| Yritystoiminta yhteensä | 102179 | 27,8 | 34,7 |

Taulukko 7 Sivutoimiset muotoilualan yritykset 2011 ja osuudet Tilastokeskuksen YTR:ään sisältyvistä yrityksistä
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).

26 Sisältää YTR:n vuositulastoihin sisältyvät ja niiden
ulkopuolelle jäävät niin sanotut sivutoimiset yritykset.

27 Suhdeluvussa nimittäjällä (YTR:n yritykset yhteensä)
tarkoitetaan YTR:n vuositulastoihin sisältyneiden yritysten ja
vuositilastojen ulkopuolelle jääneiden, tässä niin sanotuiksi
sivutoimiseksi määriteltyjen 0,1–0,5 hengen yritysten
summaa ilman alkutuotannon toimialoja.

yrittäjien toiminnan loppuminen. Toinen selitys voi olla palkansaajien halu kokeilla yrittäjyyttä. Mikäli yritystoiminnasta saadut kokemukset eivät ole vastanneet odotuksia, on toiminnasta luovuttu ja keskitytty palkkatyöhön.

Sivutoimisten ja lyhytaikaista liiketoimintaa varten perustettujen yritysten suuri aloittamis- ja lopettamisalttius lisää yrityskannan tilastollista vaihtuvuutta erityisesti muotoilun KIBS-palveluissa ja taideteosten luonnin toimialalla. Tämä tulisi ottaa huomioon yritysten vaihtuvuutta kuvaavissa tutkimuksissa, ennen kuin korkeasta vaihtuvuudesta vedetään liian pitkälle meneviä yrityskannan uudistumiseen liittyviä johtopäätöksiä. Valtaosa sivutoimisista yrityksistä on yritysmuodoltaan yksityisiä toimintamiä, sillä toiminimiyritys on helppoa perustaa ja lopettaa.

Sivutoimisuus tarjoaa joustavan mahdollisuuden työllistymiseen

Toisaalta sivutoiminen yrittäjyys voi sopia hyvin erilaisiin elämäntilanteisiin. Esimerkkeinä voidaan mainita kotiäidit, joille kotoa käsin tapahtuva yritystoiminta ylläpitää ammattitaitoa tai tuo tarpeellisia sivutuloloja. Joskus kysymys voi olla eräänlaisen mahdollisuus- ja pakkoyrittäjyyden yhdistelmästä, mikä vähentää toimeentuloon liittyvää epävarmuutta. Sivutoimiset yritykset voivat olla myös yhtiömuotoisia tiimiyrityksiä, joiden kautta omistajat kanavoivat satunnaisia sivutulolojaan, mikä on edullista ja joustavaa tulonsaajalle ja työn teettäjälle.

Osalle henkilöistä sivutoiminen yrittäjyys voi toimia väylänä päätoimiseen yrittäjyyteen. Yrittäjyyttä kokeillaan, kun ei heti uskalleta heittäytyä siihen kokonaan. Sivutoimisen yrittäjyyden on arveltu sisältävän merkittävää yrittäjäpotentiaalia ja jopa kasvuyrittäjyyttä, mutta todellisuudessa sivutoiminen yritystoiminta toimii harvemmin reittinä päätoimiseen yrittäjyyteen. Sivutoimiset yrittäjät luovat kuitenkin uutta tarjontaa markkinoille erityisesti pienillä paikkakunnilla ja maakuntien haja-asutusalueilla, joissa päätoiminen yrittäjyys ei olisi taloudellisesti kannattavaa.

Eläkeläiset muodostavat kasvavan joukon sivutoimisista yrittäjistä, mikä monipuolistaa yrittäjyyden kuvaa. Lähivuosina eläkkeelle siirtyvä enenevässä määrin henkilöitä, jotka eivät halua vetäytyä kokonaan työmarkkinoilta vaan haluavat jatkaa työtekoa yrittäjänä joustavalla tavalla. Heille yrittäjyys voi tarjota pehmeän lasun työelämästä vanhuuseläkkeelle. Eläkeläisyrittäjillä on puolellaan määrättyjä etuja, jotka

pienentävät yritystoimintaan liittyviä riskejä. Yritystoiminnasta saadut tulot voivat lisätä verotettavien tulojen progressiota mutta eivät vähennä eläkettä.²⁸

Palkansaajan mahdollisuuksia toimia sivutoimisena yrittäjänä rajoittavat toisaalta eräät työehtoihin liittyvät säännökset. Työsopimuslain mukaan yksittäinen työntekijä ei saa harjoittaa työnantajansa nähden kilpailevaa tai muutoin vahingoittavaa toimintaa. Työntekijä ei saa myöskään hyödyntää tai ilmaista muille työnantajan ammatti- ja liikesalaisuuksia. Valtion ja kunta-alalla virkamiehet tarvitsevat sivutoimiluvan tai tekevät sivutoimi-ilmoituksen yritystoimintaa varten. Säännökset sisältyvät virkamieslakiin ja lakiin kunnallisesta viranhaltijasta.

Työttömälle henkilölle sivutoimisen yritystoiminnan harjoittaminen voi olla hankalaa.²⁹ Henkilölle voi silti jäädä oikeus työttömyyskassan tai Kelan sovitteluun työttömyysetuuteen, jos yritystoiminnan vaatima työ määrä on vähäinen eikä muodostu esteeksi päätoimisen kokoaikaisen vastaanottamiselle. Työvoimaviranomaiset voisivat kuitenkin nykyistä aktiivisemmin tukea yrittäjyydestä kiinnostuneen työttömän työnhakijan mahdollisuuksia työllistyä sivutoimisessa yrityksessään siten, että yrittäjyydestä tulisi vähitellen pääasiallinen tulonlähde.³⁰

4.4 Yritysten asiakasrakenne

Erilaisten asiakasryhmien tärkeyttä muotoilu- alan KIBS-yrityksille ja muille muotoiluintensiivisille yrityksille tiedusteltiin Ornamon jäsenyrityskyselyssä syksyllä 2013. Kyselyistä ilmeni, että yksityiset kotitaloudet (suoramyynti) ja

28 Vanhuuseläkkeellä olevien yrittäjien ei tarvitse maksaa yrittäjäeläkemaksuja, sillä vakuuttaminen on vapaaehtoista.

29 Taustalla on ajatus siitä, että työttömyysurvan tarkoitus ei ole poistaa yritystoiminnan riskejä eikä toimia epävirallisena yritystukena. Ratkaisut työttömän sivutoimisen yrittäjyyden osalta tehdään työ- ja elinkeinotoimistoissa.

30 Kaikkia päätoimisesta yrittäjyydestä kiinnostuneita sivutoimisia yrittäjiä voisi myös ohjata aktiivisemmin neuvontapalvelujen piiriin. Tällaisilla henkilöillä voisi olla myös mahdollisuus saada starttirahaa. Nykysäännösten mukaan ei yleensä ole mahdollista saada starttirahaa siirryttäessä sivutoimisesta yrittäjyydestä päätoimiseksi yrittäjäksi.

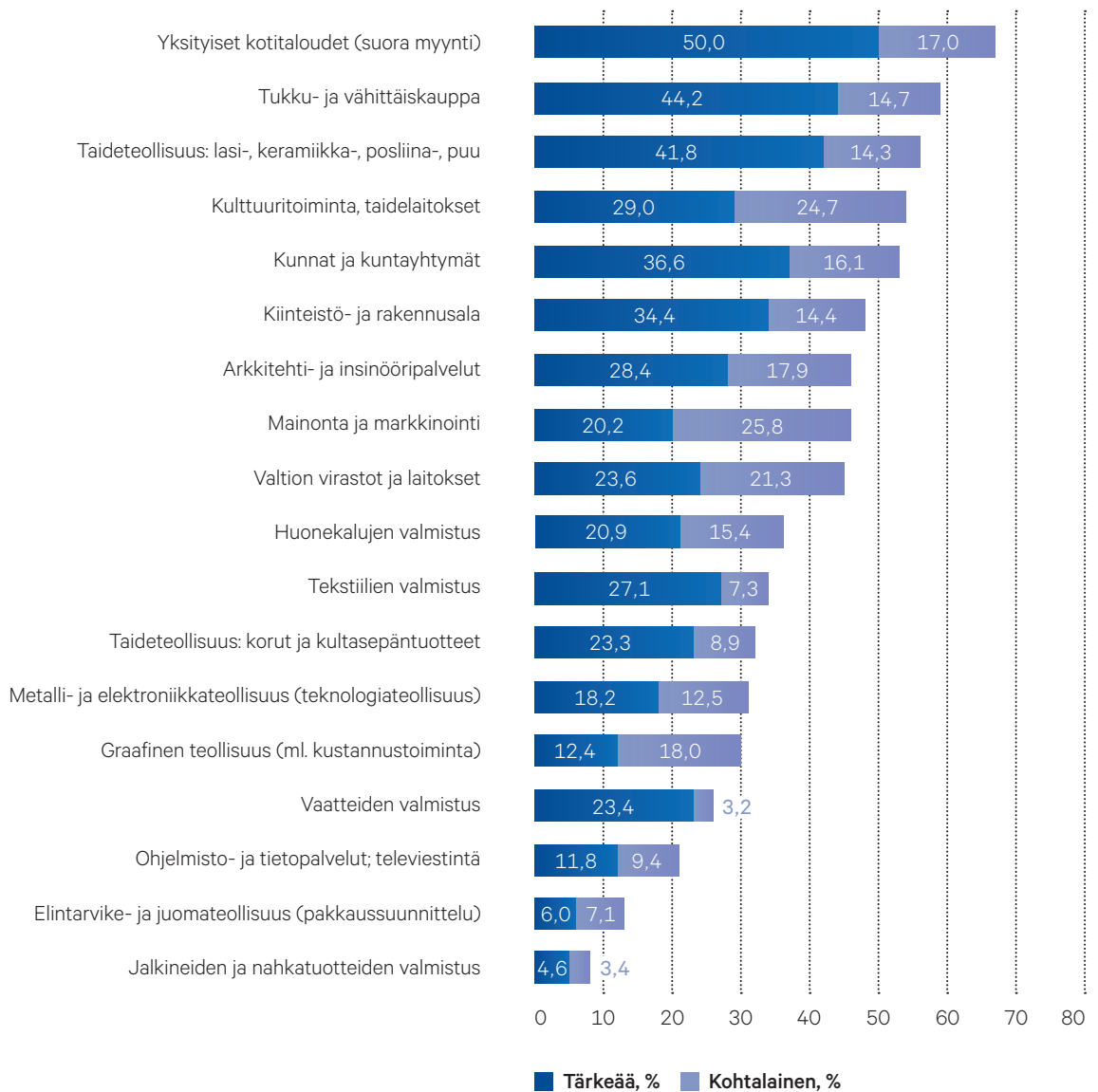
tukku- ja vähittäiskauppa ovat kaksi tärkeintä asiakassegmenttiä. Tämä on luonnollista muotoiluintensiivisiä lopputuotteita valmistaville pienille käsityövaltaisille tai piensarjatuotantoa harjoittaville yrityksille. Lisäksi kauppa voi hankkia ostaa ulkoistettuja muotoilun KIBS-palveluja omaan toimintaansa välituotteiksi.

Kolmanneksi tärkein asiakasryhmä on lasi-, keramiikka-, posliini- ja puutuotteiden valmistusta harjoittava teollisuus, jonka jälkeen tulevat kulttuuri- ja taidelaitosten toiminta, kunnat ja kuntayhtymät, liike-elämän palvelut (arkkitehti- ja insinööripalvelut, mainonta ja markkinointi) sekä valtion virastot ja laitokset. Edellä mainitut asiakasryhmät ovat tyypillisiä KIBS-palvelujen ostajia, jotka tarvitsevat alan osaamista välituotteeksi omassa palvelutuotannossaan. Tosin muun muassa kulttuuri- ja taidelaitoksille myydään ja suunnitellaan myös fyysisiä tuotteita.

Vähemmän tärkeitä asiakasryhmiä ovat jalkineiden ja nahkatuotteiden valmistus, elintarviketeollisuus, ITC-ala ja vaatteiden valmistus. Myös graafinen teollisuus, metalli- ja elektroniikkateollisuus sekä kultasepäntuotteiden valmistus ovat vähemmän tärkeitä asiakastoimialoja. Tämä ei tarkoita suinkaan muotoilun vähäistä merkitystä näillä toimialoilla. Kysymys on pikemminkin siitä, että suuri osa muotoiluosaamisesta tuotetaan näiden toimialoja edustavien yritysten omalla työvoimalla ja muotoilu on kiinteä osa yrityksen strategiaa, tuotekehitystä ja tuotantoa.

Luonnollisesti on selvää, että ulkopuolisten muotoilun KIBS-palvelujen kysyntä riippuu pitkälti yksityisten asiakasyritysten menestyksestä niiden omilla koti- ja ulkomaisilla markkinoilla tai julkishallinnon rahoitusasemasta. Esimerkiksi teollisuudessa tuotannon määrä oli vuonna 2012 yhä paljon alhaisemmalla tasolla kuin neljä vuotta aiemmin. Erityisen voimakkaasti suhdanteet ja teollisuuden rakennemuutokset ovat vaikuttaneet sähkö- ja elektroniikkateollisuuteen ja metsäteollisuuteen, millä on ollut välillistä vaikutusta muotoilun KIBS-palvelujen kysyntään. 📍

Kuvio 9 Muotoiluintensivisten yritysten tärkeimmät asiakasryhmät 2013, prosenttia vastanneista
(Lähde: Ornamon yrityskselyt 2013).





Luku V



Yrityskannan uusiutuminen

5 Yrityskannan uusiutuminen

Yrityskannan vaihtuvuus on ollut muotoilun KIBS-palveluissa paljon suurempaa kuin yritystoiminnassa keskimäärin, kun sitä mitataan suhteuttamalla toimintansa aloittaneet uudet yritykset ja lopettaneet yritykset koko yrityskantaan. Muotoiluintensiivisessä teollisuudessa tilanne on päinvastainen. Yrityskannan vaihtuvuus voi olla merkki yrityskentän uudistumiskyvystä, kun heikosti kannattava liiketoiminta korvautuu tuottavammalla, millä on edelleen vaikutusta tuottavuuteen koko kansantaloudessa.

5.1 Uudet ja lopettaneet yritykset

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n mukaan **toimintansa aloittaneiden** yritysten määrä kasvoi muotoilualoilla vuosina 2005–10 lukuun ottamatta taantumavuotta 2009. Vuosina 2011–12 aloittaneiden yritysten määrä kuitenkin väheni ja toimintansa lopettaneiden yritysten määrä kääntyi nousuun. Kehitys oli heikkoa monilla muotoiluintensiivisillä teollisuusaloilla jo ennen vuoden 2009 taantumaa. Esimerkkeinä voidaan mainita puutuotteiden, kivituuotteiden, keraamisten tuotteiden ja lasituotteiden valmistus sekä Tevanake-teollisuus.³¹

Kokonaisuudessaan muotoilualalla on perustettu vuosina 2005–11 enemmän yrityksiä kuin niitä on lopetettu, mutta yritysten määrän nettolisäys on pienentynyt. Toimialakohtaiset erot ovat kuitenkin suuria, sillä esimerkiksi Tevanake-teollisuudessa, puutuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa lopettaneiden yritysten määrä on ylittänyt useina vuosina uusien yritysten määrän. Kehitys on ollut myönteisintä KIBS-palveluissa ja taideteosten luonnin toimialalla, vaikka heikko yleinen talouskehitys on vaikuttanut myös KIBS-palveluissa uusperustantaan.

Periaatteessa yritys merkitään Tilastokeskuksen YTR:ssä aloittaneeksi pääsääntöisesti silloin, kun siitä tulee työnantaja tai arvonlisäverovelvollinen. Yritys voi kirjautua tilastoon aloittaneeksi myös yhtiöittämisen tai toimini-mimuotoisen yrityksen muuttuessa yhtiömuo-

31 Tevanake = Tekstiili-, vaate-, nahka- ja kenkätuotteiden valmistus.

toiseksi, jolloin se saa uuden yritystunnuksen. Vastaavasti yritys katsotaan lopettaneeksi, kun se lakkaa toimimasta sekä työnantajana että arvonlisäverovelvollisena yksikkönä ja vanha yritystunnus lopetetaan. Lopettaneeksi yritys voidaan katsoa lisäksi silloin, kun se sulautuu toiseen yritykseen.³²

Edellä kerrotusta Tilastokeskuksen tilastointimenetelmästä johtuu, että käytettävissä olevat tilastot eivät välttämättä kuvaa aidosti yrityksen uusperustantaa tai lopettamista (konkurssi ja omaehtoinen lopettaminen).³³ Tästä seuraa se, että osalla aloittaneita yrityksiä tuotannon tekijät ja suhteet markkinoihin eivät ole täysin uusia. Uusien yritysten taustalla on usein myös sarja- ja portfolioryittäjiä.³⁴ Siten vain osa perustetuista yrityksistä on ”aidosti” uusia siten, että niiden taustalla on ensimmäistä kertaa yrittäjinä toimivia henkilöitä (vastuuhenkilöitä).

32 Aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilasto on muuttunut vuodesta 2007 alkaen. Aiemmin tilaston tiedot johdettiin Tilastokeskuksen YTR:ään merkittyjen aloitus- ja lopetustietojen pohjalta. Uudessa menetelmässä tiedot tuotetaan verohallinnon rekisteröintitietojen pohjalta, minkä lisäksi tilaston kohdejoukko on laajentunut. Aiemmin kohdejoukko sisälsi vain yritykset, jotka toimivat työnantajina tai ovat liiketoiminnasta arvonlisäverovelvollisia. Nyt kohdejoukossa ovat myös kiinteistön käyttöoikeuden luovutuksesta arvonlisäverovelvolliset yritykset.

33 Tilastokeskuksen aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilastot kuvaavat osin hallinnollisia liiketoiminnan aloituksia ja lopetuksia.

34 Peräkkäistä yritystoimintaa pyörittävää yrittäjää kutsutaan **sarjayrittäjäksi**, samaan aikaan useampaa yritystä pyörittävää sanotaan **portfolioryittäjäksi**.

| | Aloittaneet yritykset, lkm | Lopettaneet yritykset, lkm | Yritysten nettolisäys, lkm | Nettolisäys/yrityskanta, % |
|------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 2005 | 878 | 591 | 287 | 3,6 |
| 2006 | 1001 | 610 | 391 | 4,7 |
| 2007 | 1029 | 680 | 349 | 4,0 |
| 2008 | 1172 | 799 | 373 | 4,1 |
| 2009 | 976 | 780 | 196 | 2,1 |
| 2010 | 1036 | 642 | 394 | 4,1 |
| 2011 | 1017 | 721 | 296 | 3,0 |
| 2012 | 960 | .. | .. | .. |

Taulukko 8 Aloittaneet ja lopettaneet muotoilualan yritykset 2005–12 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

5.2 Yrityskannan vaihtuvuus

Aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten määrän samanaikainen kasvu on lisännyt **yrityskannan vaihtuvuutta**. Ylipäätään yrityskannan vaihtuvuus on ollut muotoilualoilla hieman suurempaa kuin yritys kentässä keskimäärin, vaikka toimialan vaihtuvuus on pienentynyt vuodesta 2009 lukien. Yrityskannan toimialoittaista vaihtuvuutta on mitattu tässä kolmen vuoden ajanjaksolla suhteuttamalla vuosina 2009–11 toimintansa aloittaneet ja lopettaneet yritykset vuoden 2011 lopun yritys-kantaan. Tulokset osoittavat, että toimialakohtaiset erot voivat olla suuria.

Vaihtuvuus on ollut erittäin suurta muotoilun KIBS-palveluissa ja taideteosten luonnissa sekä kohtalaisen korkeaa kultasepän tuotteiden valmistuksessa. Näillä toimialoilla korkea vaihtuvuus perustuu toimintansa aloittaneiden yritysten enemmyyteen. Sen sijaan muotoiluintensiiivisillä teollisuuden toimialoilla yrityskannan vaihtuvuus on ollut huomattavan alhaista. Kaikkein matalinta se on ollut puutuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa. Lisäksi teollisten toimialojen vaihtuvuus on pohjautunut toimintansa lopettaneiden yritysten enemmyyteen (Kuvio 10).

Sinällään vaihtuvuuden voidaan nähdä heijastelevan muotoilualan uusiutumiskykyä ja innovatiivisuutta, mikä on kilpailukyvyyn perusta. Väitettä voi perustella sillä, että heikosti kannattava liiketoiminta korvautuu tuottavammalla toiminnalla ja toimialan voimavarat hakeutuvat uusille kasvu-urille. Tehottomien yritysten poistuminen markkinoilta antaa tilaa elinkelpoisten yritysten kasvulle ja alan uudelleen järjestäytymiselle. Tätä yritys kentässä tapahtuvaa ”**darwinistista**” kehitysprosessia kutsutaan talousteoreettisessa keskustelussa ”**luovaksi tuhoksi**”.

Yrityskannan vaihtuvuus liittyy läheisesti **innovaatioihin**, jotka ovat tärkein tuottavuuden kasvutekijä. Tällä ei tarkoiteta vain tuotantoteknologiaa, vaan myös uusia innovatiivisia tuotteita ja palveluja, uudenlaista työn organisointia, edistykellisiä työolosuhteita tai uusia liiketoimintamalleja.³⁵ Kansainvälisten tutkimusten mukaan Suomessa on valitettavan vähän voimakkaan innovatiivista uutta yritystoimintaa, joka toisi markkinoille uusia tuotteita ja palveluja, jotka eivät

kohtaa suoraan kilpailua muilta yrityksiltä tai jotka ovat kokonaan uusia asiakkaille.³⁶

Suomessa teollisen toiminnan kansainvälisen kilpailukyvyyn heikkeneminen, näivettyminen tai siirtyminen kotimaasta halvemman kustannustason maihin on ollut 2000-luvulla huolestuttava kehityssuunta. Ilman menestyvää suomalaista teollisuutta ja vientitoimintaa monien yksityisten palvelualojen kasvu ja kehitys on vaikeaa, sillä merkittävä osa kotimaisesta palvelutuotannosta on riippuvaista teollisuusyritysten alihankintatöistä. Tämä koskee myös muotoilun KIBS-yrityksiä, joiden asiakaskunnasta kotimaisella teollisuudella on merkittävä asema.

Työpaikkojen vaihtuvuus

Yrityskannan luovan tuhon vaikutukset näkyvät nopeasti myös työmarkkinoilla, joissa tapahtuvat muutokset voivat olla jopa dramaattisempia kuin muutokset yritys- ja toimialarakenteissa, mikäli muutoksia ei haluta estää vanhoja rakenteita tukemalla, kun esimerkiksi työttömyys uhkaa nousta liian suureksi. Asiaa on mitattu **työpaikkojen vaihtuvuutena**. Tällä tarkoitetaan summaa syntyneistä työpaikoista niissä yrityksissä, jotka ovat lisänneet työvoimaansa ja hävinneistä työpaikoista niissä yrityksissä, jotka ovat vähentäneet työvoimaansa.

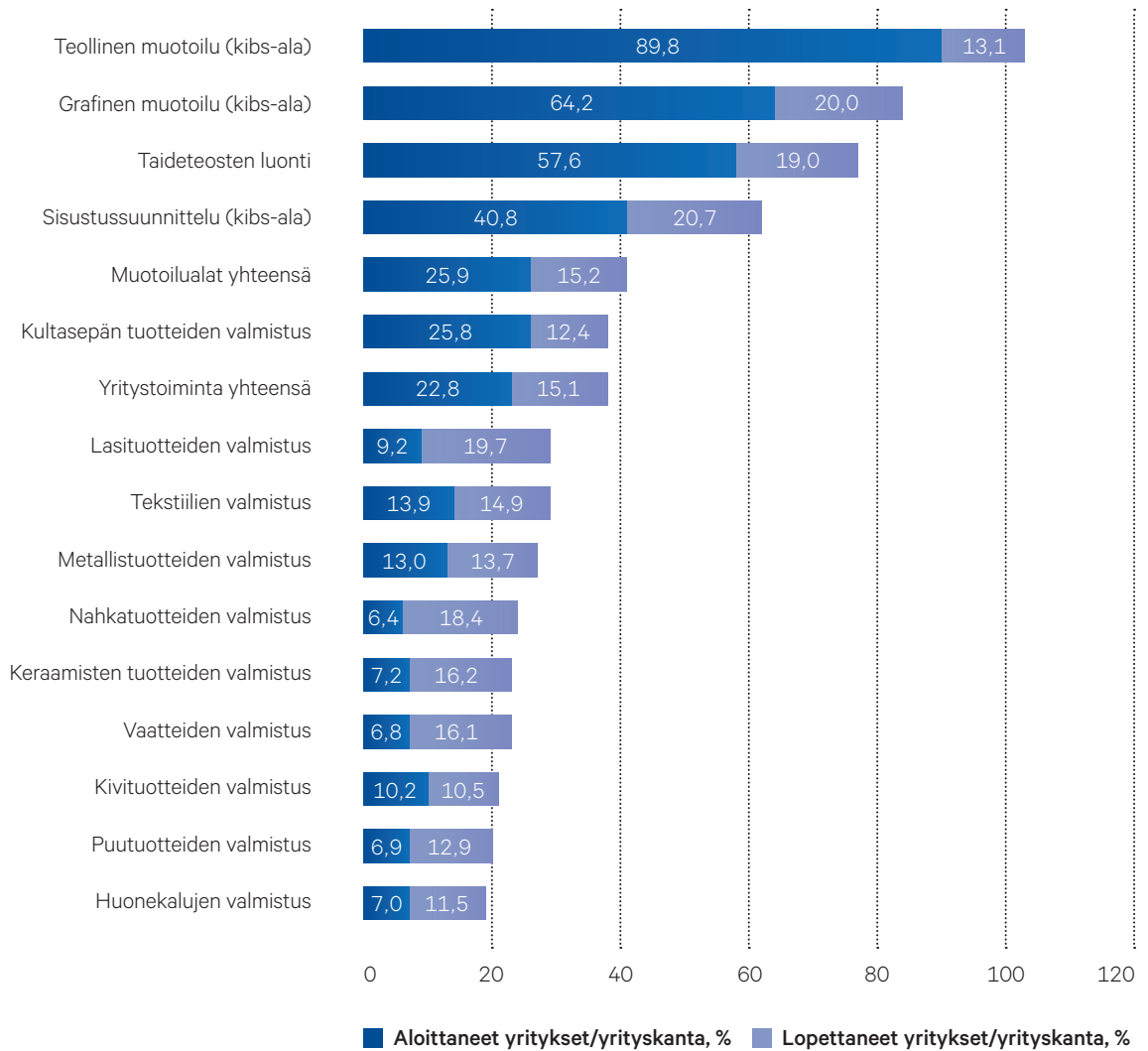
Työpaikkojen vaihtuvuus on tärkeä tekijä teknisessä kehityksessä ja tuottavuuden nousussa. Uudet työpaikat edustavat yleensä korkeampaa teknologiaa ja niiden työntekijät ovat koulutettumia, kun taas häviävillä työpaikoilla on tehotomampi teknologia ja vähemmän koulutettuja työntekijöitä. Työpaikkojen vaihtuvuus voi lisätä tuottavuutta, vaikka suuresta vaihtuvuudesta voi aiheutua sivukustannuksia. Vaihtuvuus varmistaa parhaiten sen, että uudet kasvavat yritykset löytävät tarpeisiinsa sopivat työntekijät ja työntekijät saavat haluamansa työpaikat.

Toisaalta korkea vaihtuvuus ei ole välttämättä aina osoitus eteenpäin vievästä muutosvoimasta. Muotoilun KIBS-palveluissa tai käsityövaltaisessa teollisuudessa suuri osa vaihtuvuudesta voi olla seurausta toiminnan alhaisesta aloittamiskynnyksestä, puutteellisista yrittäjätaidoista, ylikapasiteetista ja kovasta kilpailusta. Kertakäyttöyritysten hyväksikäytöllä voi olla yhteys verojen ja yhteiskunnallisten velvoitteiden laiminlyönteihin. Tilastokeskuksen aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilastoihin perustuva vaihtuvuus voi olla joskus myös puhtaasti tilastollista. 🔄

35 Uudessa liiketoimintamallissa yritys luo joko kokonaan tai osittain uuden tavan ansaita. Uusia ansaitsemistapoja voivat olla esimerkiksi toimintojen ulkoistus kotimaassa tai ulkomailla toimiminen osana yritysverkostoa tai allianssien rakentaminen (EK: Painoarvoa palvelujen kehittämiselle, 2008).

36 Global Entrepreneurship Monitor GEM 2011.

Kuvio 10 Yritysten vaihtuvuus muotoilualoilla ja yritystoiminnassa keskimäärin 2009–11
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).





Luku VI



Kasvuyrittäjäyys ja kansain- välistyminen

6 Kasvuyrittäjyys ja kansainvälistyminen

Arviolta joka kymmenes muotoilualan yritys on Ornamon kyselyjen mukaan voimakkaasti kasvuhakuinen ja yli puolet kasvaa mahdollisuuksien mukaan. Alan kasvuhakuisten yritysten suhteellinen osuus on hieman suurempi kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin. Pääasiallisia kasvukeinoja ovat toiminnan laajentaminen uusille markkina-alueille sekä tuotevalikoiman laajentaminen, mitkä ovat tyypillisiä orgaanisen kasvun välineitä. Monet luottavat myös markkinoinnin ja myynnin edistämiseen.

6.1 Kasvuyrittäjyyden olemus

Liiketaloustieteen mukaan yrityksen orgaaninen kasvu ilmenee markkinaosuuden kasvuna tai markkina-alueen laajenemisena (**geneerinen kasvu**), liiketoiminnan kehittymisenä uusiin tuotteisiin ja palveluihin (**diversifointi**) taikka yrityksen epäorgaanisena kasvuna yrityskauppojen myötä (osake- ja substanssikaupat). Reaalitaloudessa kasvu perustuu yrityskohtaisiin kilpailuetuihin, joita kilpailijoiden on vaikea kopioida ja joista asiakkaiden on vaikea luopua. Ilmiön monimuotoisuudesta kertoo se, että kasvu voi tapahtua yritysryppäiden tai verkottumisen kautta.

Yrityksen kasvua on kutsuttu talousteoreettisessa kirjallisuudessa monitahoiseksi sosiaalis-taloudelliseksi ilmiöksi, joka tapahtuu tiettyssä taloudellisessa, sosiaalisessa ja kulttuuriympäristössä. Erilaisia kasvuyrityksiä on paljon, ja esimerkiksi muotoilun KIBS-palveluissa kasvu ei välttämättä selity samoilla tekijöillä kuin kasvu muotoilun teollisuusaloilla. Eroja on myös samoilla aloilla toimivien yritysten välillä. Yritysten erilaisuus voimavarojen, toimintatilan ja liiketoimintamallin suhteen vaikuttavat kasvumahdollisuuksiin onnekaasta ajoituksesta puhumattakaan

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että yrityksen kasvuun vaikuttavat ainakin kolme yrityksen sisäistä asiaa: **yrityksen organisaation ja yrittäjän ominaisuudet sekä yrityksen kasvuun ja johtamiseen liittyvät strategiat**. Organisaation ominaisuuksilla viitataan yrityksen kasvutarpeeseen, toimialaan ja kasvuun tarvittaviin voimavaroihin. Esimerkiksi kaikilla pienillä aloittavilla yrityksillä ei ole riittävästi nopeaan orgaaniseen kasvuun tarvittavia henkilöstö- ja taloudellisia voimavaroja tai edes uskottavuutta markkinoilla asiakkaiden tai rahoittajien mielestä.

Avuksi tulevat silloin aloittavien yritysten vastuhenkilöiden viralliset ja epäviralliset verkostosuhteet ja niiden kautta tulevat suuremmat voimavarat. Verkottuminen muiden yritysten ja yhteistyö asiakkaiden kanssa edistää innovaatioita ja antaa pienelle, uudelle yritykselle tarpeellisia voimavaroja. Luonnolliset ne yritykset, jotka ovat syntyneet yritys- ja omistusjärjestelyjen kautta vanhoista yrityksistä, voivat päästä paremmin alkuun kuin puhtaalta pöydältä aloittavat aidosti uudet yritykset, koska niillä on useimmiten tuotantontekijät, markkinat ja asiakkaat valmiina.

Nuoren yrityksen kasvuhalu ja -kyky riippuvat yrittäjien tahtotilasta ja kyvykkyydestä. Varsinkin pienissä yrityksissä kasvutavoitteet ovat vahvasti sidoksissa itse yrittäjän persoonaan, kokemustaustaan, elämäntilanteeseen ja henkilökohtai-

siin tavoitteisiin. Keskeisiä ominaisuuksia ovat yrittäjän halu luoda ja tunnistaa uusia taloudellisia mahdollisuuksia sekä valmius kohdata kovaa kilpailua ja ottaa taloudellisia ja muita henkilökohtaisia riskejä. Riskinottovalmius tarkoittaa varmojen markkinoiden ja hyväksi havaittujen palvelujen tai tuotteiden hylkäämistä.

Riskinottovalmius ei tarkoita suinkaan holtitonta uhkapeliä, vaan tietoisien riskien ottamista. Kasvuun voi liittyä usein tulevaisuuteen katsova näkökulma. Taustalla on valistunut näkemys markkinoiden tai markkina-alueen ostovoiman kehityksestä, asiakkaiden uusista tai muuttuvista tarpeista taikka kehittyvän teknologian ja osaamisen antamista uusista mahdollisuuksista. Hyvällä tulevaisuuden ennakkoinnilla voidaan saavuttaa huomattavia kilpailuetuja, vaikuttaa kysynnän ja asiakkaiden tarpeiden muotoutumiseen ja asettaa kilpailijat haastajan asemaan.

6.2 Kasvuyritysten määrä Suomessa

Kansainvälisten Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2012) -tutkimuksen mukaan voimakkaasti kasvuhakuisten **uusien yritysten** (yrittäjien) osuus oli Suomessa vain 7,5 prosenttia vuonna 2012, kun vastaava luku oli kaikissa innovaatiovetoisissa kehittyneissä talouksissa yksitoista prosenttia. **Asemansa vakiinnuttaneissa** yrityksissä kasvuhakuisuus on vaatimattomampaa kuin uusien yritysten keskuudessa. GEM-tutkimuksen mukaan vain joka kolmastoista asemansa vakiinnuttanut yritys kuului Suomessa voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten piiriin.

GEM-tutkimuksen tulokset saavat vahvistusta Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n tuoreen syksyn 2013 pk-yritysbarometrin tuloksista. Pk-yritysbarometrin mukaan voimakkaasti kasvuhakuisia oli vain seitsemän prosenttia kaikista alle 250 henkilöä työllistävästä pk-yrityksistä. 38 prosenttia ilmoitti kasvavansa mahdollisuuksien mukaan. Loppupuolella yrityksiä ei ollut kasvutavoitteita tai ne pyrkivät korkeintaan säilyttämään asemansa. Lyhyeksi jääneen nousukauden jälkeen kasvuhakuisuus on jälleen vähenemässä.

Syksyn 2012 pk-yritysbarometrin mukaan kasvuhakuisia yrityksiä löytyy määrällisesti eniten alle viiden henkilön mikroyrityksistä, johon luetaan Tilastokeskuksen YTR:n mukaan 86 prosenttia Suomen kaikista yrityksistä (pl. alkutuotanto). Kuitenkin kasvuhakuisuus yleistyy suhteellisesti yrityskoon noustessa ja päinvastoin, eli kasvuyritykset ovat kasvaneet jo aiemmin tai ne ovat

lähtökohtaisesti keskimääräistä suurempia. Kasvuhakuisuus kohoaa voimakkaasti jo yli viiden henkilön yrityksissä ja sitten keskiuurissa vähintään 50 henkilön yrityksissä.

Nuoret 2010-luvulla toimintansa aloittaneet yritykset ovat kaikkien kasvuhakuisimpia etenkin silloin, kun puhutaan voimakkaasti kasvuhakuisista yrityksistä. Yritystoiminnan aloitusvaiheessa kasvuodotukset ovat luonnollisesti suuremmat kuin toimintansa vakiintuneilla yrityksillä keskimäärin. Päätoimialoittain katsottuna teolliset yritykset ovat kasvuhakuisempi kuin muiden toimialojen yritykset keskimäärin. Tosin teollisuusalat muodostavat vain alle kymmenesosa yrityskannasta, joten määrällisesti valtaosa maamme kasvuyrityksistä toimii palvelualoilla.

Toteutunut kasvu liikevaihdon mukaan

Kyselytutkimuksiin perustuvat arviot yritysten kasvuhakuisuudesta eivät takaa luonnollisesti kasvun toteutumisesta, vaan ne kuvastavat kyselyihin vastanneiden yritysjohtajien ja vastuuhenkilöiden omia toiveita tai näkemyksiä edustamansa yrityksen tavoitteista. Koska pyrkimykset eivät välttämättä toteudu, on tarpeellista tutkia tarkemmin toteutunutta kasvu. Siksi toteutunutta kasvu on tarkasteltu tässä Elinkeinoelämän Keskusliitto EK:n syksyllä 2012 teettämän selvityksen pohjalta. EK:n selvitys on pohjautunut Tilastokeskuksen YTR:n tilastoihin.

EK:n teettämässä selvityksessä kasvuyrityksiksi on luokiteltu kaikki ne yritykset, jotka ovat lisänneet **liikevaihtoaan** vähintään kymmenen tai yli 30 prosenttia kolmena peräkkäisenä vuonna. Kasvuyritykset on jaettu EK:n selvityksessä edelleen kahteen ryhmään sen mukaan, saavuttiko tai rikkoiko yrityksen liikevaihto ensimmäisenä kasvun vuonna 1,7 miljoonan euron rajan vai ei. Tarkasteluajanjakso on kattanut vuodet 1999–2011. Virallisen toimialaluokituksen muutoksista johtuvista syistä tarkkoja toimialakohtaisia aikasarjaverailu ei voida kuitenkaan tehdä.

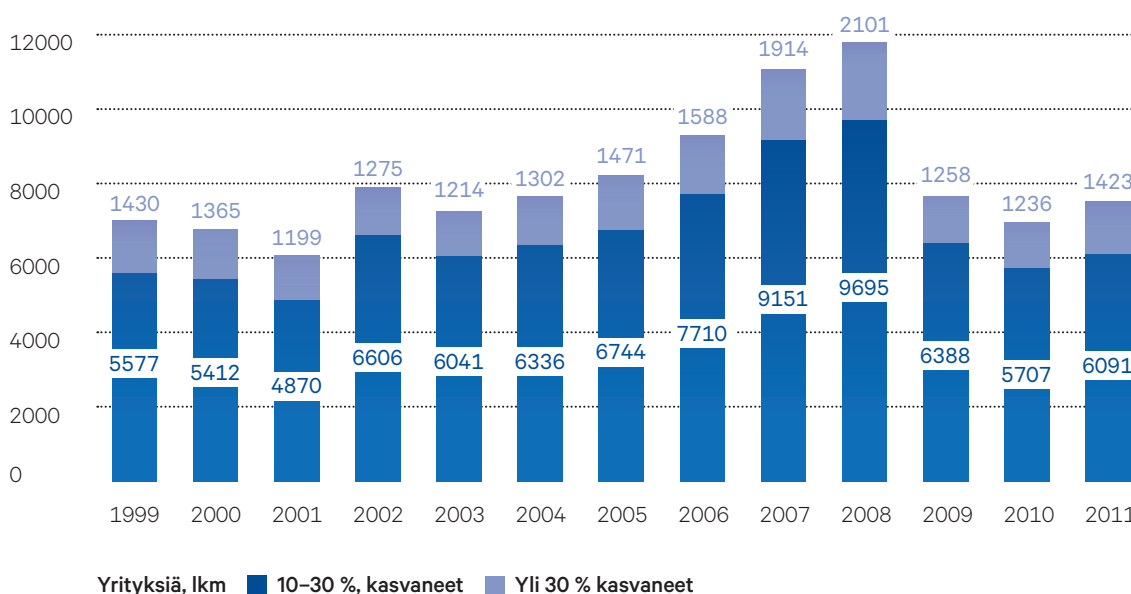
Kasvuyrityksiä, joiden liikevaihto oli kohonnut vähintään **kymmenen prosenttia** kolmena peräkkäisenä vuotena, oli Suomessa kaikilla toimialoilla yhteensä 7 520 vuonna 2011, mikä muodosti 2,83 prosenttia yrityskannasta. Näistä **vähintään 30 prosentin** liikevaihdon kasvu saavuttaneita oli **gasellyrityksiä** 1 420, eli 0,53 prosenttia yrityskannasta. Kasvuyritysten määrä ja prosentuaalinen osuus maamme yrityskannasta pienentyi vuosina 2009–10, mutta kasvuyritysten määrä kääntyi talousnäkymien väliaikaisen kohe- nemisen myötä nousuun vuonna 2011 (Kuvio 11).

6.3 Muotoilualojen kasvuyritykset

Suomessa laadituista tilastotarkasteluista ei saada tietoa muotoilualan kasvuyrittäjyydestä, sillä

Kuvio 11 Kasvuyritykset liikevaihdon kehityksen mukaan 1999–2011 (pl. alkutuotanto)

(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).



käytettävissä olevat kasvuyritystilastot eivät ulotu riittävän tarkalle toimialatasolle eikä kasvuyrittäjyyttä ole tutkittu toimialaryhmässä muutoinkaan. Tässä raportista toimialaryhmän yritysten kasvuhalukkuutta on kartoitettu Ornamon jäsenyrityksilleen suunnatussa kyselytutkimuksessa. Saaduista vastauksista ilmenee, että joka kymmenes osaamisalan yritys oli syksyllä 2013 voimakkaasti kasvuhakuinen ja 57 prosenttia pyrki kasvuun mahdollisuuksien mukaan.

Asemansa säilyttämiseen on tyytynyt viidennes Ornamon kyselyihin vastanneista. Loppuosalla yrityksistä ei ollut kasvutavoitteita tai yritys oli lopettamassa toimintaansa. Kaiken kaikkiaan muotoilualan yritykset ovat hieman kasvuhakuisempia kuin pk-yritykset keskimäärin. Varsinkin mahdollisuuksien mukaan kasvavia on enemmän muotoilualalla. Tämä voi johtua, että muotoilualalla on melko paljon tuotteiden valmistusta harjoittavia teollisia yrityksiä, jotka ovat myös pk-yritysbarometrin mukaan kasvuhakuisempia kuin kaupan ja palvelualojen yritykset.³⁷

Muotoilualalla kasvuhakuisuus vaihtelee erityyppisissä yrityksissä samalla tavalla kuin yritys-kentässä keskimäärin. Pääosa voimakkaasti kasvuhakuisista yrityksistä on suhteellisen nuoria vuosina 2005–09 toimintansa aloittaneita, joskin kaikkein nuorimpaan 2010-luvulla toimintansa aloittaneiden yritysten joukkoon ei kuulu- nut yhtään voimakkaasti kasvuhakuista yritystä. Kasvuhakuisuus lisääntyy yritys-köön kasvaessa. Päätoimialoittain tarkasteltuna 50 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä edusti pienteollisuutta ja 50 prosenttia muotoilun KIBS-yrityksiä.

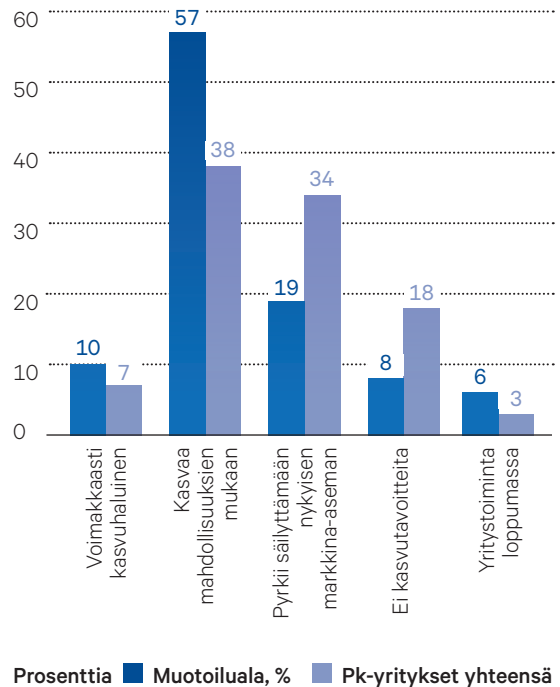
Kasvukeinot

Kyselyjen mukaan yli 50 prosenttia muotoilualan voimakkaasti ja maltillisesti kasvuhakuisista yrityksistä haluaa kehittää aktiivisesti toimintaansa orgaanisella kasvulla.³⁸ Keinoja ovat maantieteellisen markkina-alueen suurentaminen tai tarjonnan laajentaminen ja monipuolistaminen, mikä voi edellyttää uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä. Kolmannes yrityksistä luottaa myynnin ja markkinoinnin kehittämiseen. Vajaat viisi prosenttia pyrki lisäämään omia voimavarojaan teettämällä enemmän alihankintatöitä ja vain yksi

37 Syksyn 2012 pk-yritysbarometrin mukaan voimakkaasti kasvuhakuisia oli teollisuudessa 15 prosenttia, kaupassa 8 prosenttia, palvelualoilla 7 prosenttia ja rakentamisessa 4 prosenttia kaikista toimialansa pk-yrityksistä.

38 Maltillisesti kasvuhakuisilla tarkoitetaan mahdollisuuksien mukaan kasvavia muotoilualan yrityksiä.

Kuvio 12 Yritysten kasvuhakuisuus muotoilualalla ja pk-yrityskentässä keskimäärin syksyllä 2013
(Lähde: Ornamon yritys-kyselyt 2013; Suomen Yrittäjien, Finnveran ja TEM:n pk-yritysbarometri syksy 2013).



yritys turvautuisi yritysostoihin.

Kasvuyrittäjyyden perusta on kaikilla toimialoilla yhteydessä innovatiivisuuteen. GEM-tutkimusten mukaan Suomessa on kuitenkin kehittyneiden kansantalouksien joukossa keskiarvoa vähemmän innovatiivista uutta tai olemassa olevaa yritystoimintaa. Yritykset hyödyntävät hyvin uusinta teknologiaa ja osaamista toiminnassaan, mutta niistä vain harvat tuovat markkinoille tuotteita, jotka ovat kokonaan uusia asiakkaille ja jotka eivät kohtaa paljon kilpailua. Innovatiivisuus myös vähenee siirryttäessä uusista yrityksistä toimintansa vakiinnuttaneisiin yrityksiin.

GEM-tutkimukset eivät kerro, mihin yritysten innovatiivisuus katoaa, kun ne vakiinnuttavat toimintansa ja alkavat painottaa vain myynnin ja markkinoinnin kehittämistä. Vaikka myynnin ja markkinoinnin kehittäminen on esimerkiksi muotoiluintensiivisessä teollisuudessa tärkeää, toiminnan on perustuttava osaamiselle ja asiakkuuden kehittämiseksi.³⁹ Puhtaan teknologiaosaamisen

39 Suomalaisen yritysten osaamisen ja laadullinen kehitystaso ei ole niin hyvä kuin tänä päivänä yleensä uskotellaan, siksi menestys ei ole kiinni vain markkinointiosaamisen puutteesta (mm. Esko Aho, A-studio 21/08/2013).

rinnalle olisi nostettava valmiudet tunnistaa ja ymmärtää asiakkaan tarpeet ja ongelmat. Kyky löytää näihin ratkaisut tulisi olla kasvuhakuisissa yrityksissä osaamisen ydinalueita.

Syyt kasvuhaluttomuuteen

Noin kolmasosalla Ornamon kyselyihin vastanneista yrityksistä ilmoitti, että heillä ei ole kasvutavoitteita. Keskeisiä syitä kasvuhaluttomuuteen oli, että yrityskoko oli yrittäjien tai yrityksen vastuuhenkilön mielestä optimaalinen tai yritystoiminta oli loppumassa yrittäjän eläköitymisen vuoksi. Muita kasvuhaluttomuuteen vaikuttavia syitä olivat omien taloudellisten voimavarojen puute ja haluttomuus ottaa kasvuun liittyvää taloudellista riskiä, riittämätön kysyntä ja kireä kilpailu, korkeat työvoimakustannukset sekä kasvuun tarvittavan osaamisen riittämättömyys.

Kasvuhaluttomuutta lisää muotoilualalla ja koko yrityskentässä yleisesti se, että suuri osa yrityksistä on yksinyrittäjien tai sivutoimisten yrittäjien omistamia. Elämäntaparyttäjät eivät tavoittele kasvua, koska eivät halua siihen sisältyviä riskejä, lisätä työmääräänsä ja menettää yrittäjän vapautta. Heille riittää ainoastaan oman itsensä ja perheensä elättäminen. Kasvuhaluttomuuteen vaikuttaa luonnollisesti myös maamme yrittäjäkunnan ikääntyminen, sillä eläkeikä lähestyville yrittäjillä ei ole useinkaan kannustimia eikä halua lähteä kasvattamaan yritystään.⁴⁰

6.4 Kansainvälinen toiminta

EK:n ja Nordean tekemän selvityksen mukaan voimakkaasti kasvavista yrityksistä yli 50 prosenttia ja maltillisesti kasvavistakin noin 40 prosenttia harjoittaa ulkomaankauppaa.⁴¹ Sen sijaan asemansa säilyttäjästä ulkomaankauppaa harjoittaa vain runsas kymmenesosa. Selvityksen mukaan varsinkin voimakas kasvu ja yrityksen toiminnan jatkuvuus ja menestyminen pitkällä aikavälillä edellyttäisi yritykseltä jonkinlaista kansainvälistymistä. Yhtenä syynä Suomen suhteellisen pieneen kasvuyritysten määrään pidetäänkin pk-yritysten vähäistä kansainvälistymistä.

Yli 40 prosenttia Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä harjoittaa suoraa vientiä tai muuta ulkomaista toimintaa. Osalle

ulkomainen toiminta on kuitenkin pientä tai satunnaista. Yrityksiä, joissa ulkomainen toiminta vastasi vähintään kymmenesosan liikevaihdosta oli 25–30 prosenttia kaikista kyselyihin vastanneista ja yli 60 prosenttia kaikista ulkomaista toimintaa harjoittaneista yrityksistä vuonna 2012. Pääosa ulkomaista toimintaa harjoittavista yrityksistä harjoittaa tuotteiden valmistusta tai tarjoaa omaamisintensiivisiä muotoilun KIBS-palveluja.

Luonnollisesti yli rajojen tapahtuvan tavara- ja palvelukauppa, jota tarkastellaan perinteisillä Suomen Pankin tai Tullihallituksen laatimilla ulkomaankaupan tilastoilla, kuvaa osaa yritysten kansainvälisestä toiminnasta. Yritykset hakevat uutta kasvua ulkomailta yritysostojen kautta tai uusia tuotantolaitoksia, kaupunkeja ja palveluyrityksiä perustetaan ulkomaille (*greenfield*), joskin tämäntyyppinen toiminta edellyttää yritykseltä hieman suurempaa kokoa, riskinottoa ja taloudellisia voimavaroja, mihin muotoilualan mikroyrityksillä ei ole mahdollisuuksia.

Pysyväisluonteisen ulkomaille sijoittautumisen sijasta yritykset voivat kansainvälistyä muillakin tavoin, kuten toimimalla ulkomailta kolmannen osapuolen kautta. Kolmannen osapuolen kautta tapahtuvassa toiminnassa yritys saavuttaa läsnäolon kohdemaassa jonkin jo maassa olevan toimijan kautta suoria investointeja tekemättä. Kolmannen osapuolen kautta tapahtuvan kansainvälistymisen päämuotoja ovat franchising, lisensiointi ja mitä erilaisimmat yhteistyösopimukset.⁴² Kansainvälisen yhteistyön muotoja ovat myös tuotteiden sopimusvalmistus.⁴³

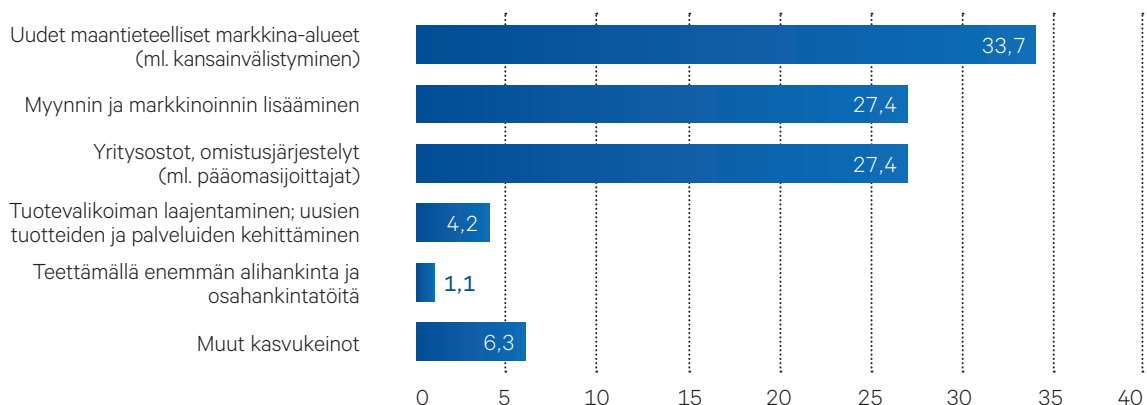
42 **Franchising-sopimus** tehdään kahden itsenäisen yrityksen välillä. Siinä franchise-antajalla on valmiiksi kehitetty toimintamalli tai liikeidea, jonka käyttöoikeus luovutetaan franchise-ottajalle määrätyksi sopimusajaksi korvausta vastaan. **Lisensioinnissa** toiselle osapuolelle luovutetaan käyttöoikeus patenttiin, mallioikeuteen, tavaramerkkiin tai tekijänoikeuteen, josta lisenssintottaja maksaa sopimuksen mukaista korvausta eli lisenssimaksua (kertamaksu, rojalit tai kynnysmaksu). Edellä mainituista yhteistyömuodoista franchising-mallia käytetään palvelualoilla, mutta lisensiointi liitetään yleensä fyysisiin tuotteisiin.

43 Sopimusvalmistuksessa ulkomainen yritys vain valmistaa tuotteen, mutta valmistuttajayritys vastaa tuotteen suunnittelusta ja myynnistä. Palvelujen puolella puhutaan **offshoring-toiminnasta** (palvelujen etätuotanto). Menettelyissä voimavaroja ei sidota tuotantotoimintaan vaan liikkeenjohtoon, tuotekehittelyyn ja markkinointiin. Molemmilla tapauksella on usein kysymys kuitenkin tuotannon siirtämisestä halvemmän kustannustason maahan.

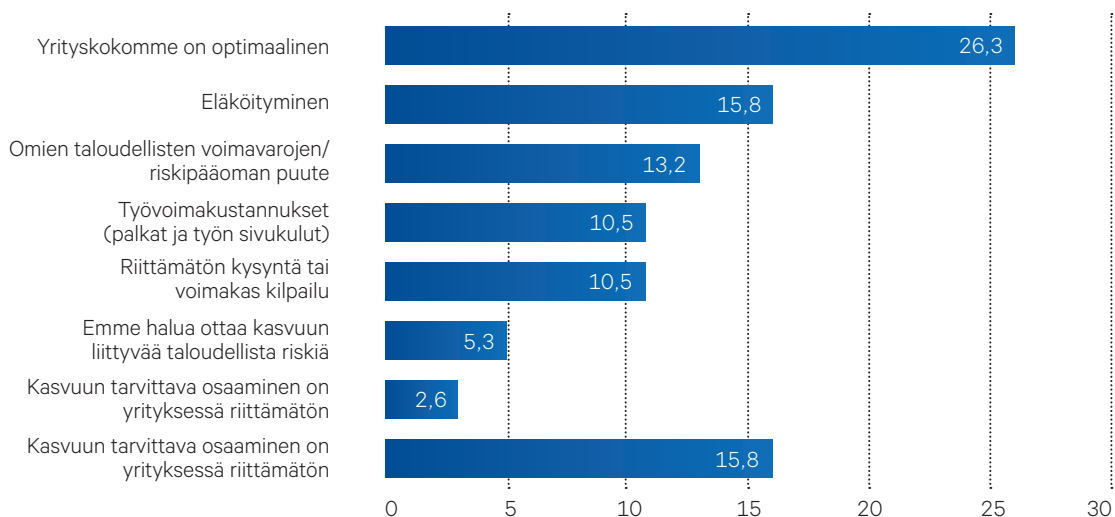
40 Myös perheyrietykset suhtautuvat hyvin maltillisesti kasvuun, koska perheyrietyksen jatkuvuutta ei haluta vaarantaa (Lith, Pekka: Kannattava kasvuyrittäjyys, 2013).

41 EK & Nordea: Selvitys omistaja- ja kasvuyrittäjyyden olemuksesta Suomessa, 2013.

Kuvio 13 Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä
(Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2013).



Kuvio 14 Tärkeimmät syyt yritysten kasvuhaluttomuuteen muotoilualalla, prosenttia kasvuhaluttomista yrityksistä
(Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2013).



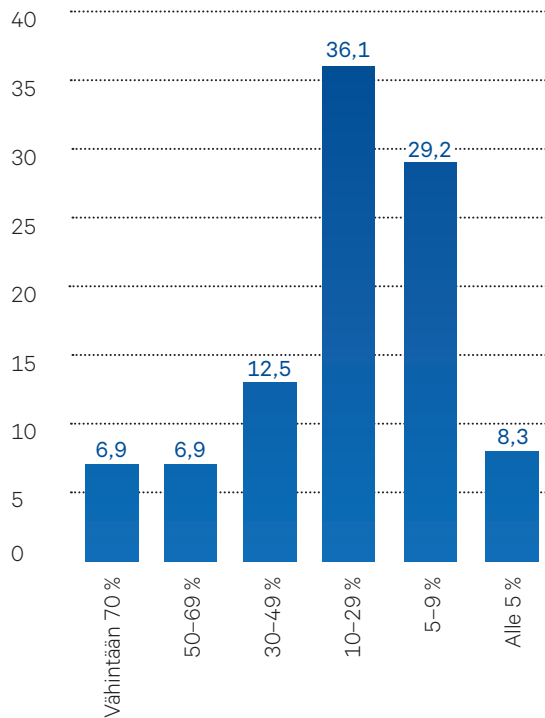
Kansainvälistymistä koskevat tavoitteet

Muotoilualan yritykset näyttävät olevan kansainvälisempiä kuin pk-yritykset keskimäärin, sillä pk-yritysbarometrin mukaan vain 14 prosenttia Suomen pk-yrityksistä harjoittaa vientiä. Kuitenkin tuotteiden valmistusta harjoittavien muotoilualan yritysten joukossa on vähemmän ulkomaan markkinoilla toimivia yrityksiä kuin niitä on koko teollisuudessa keskimäärin pk-yritysbarometrin mukaan. Erityisen ilahduttavaa on, että monella muotoilualan KIBS-yrityksellä on ulkomaisia asiakkaita, sillä yleensä kansainvälinen toiminta on palvelualoilla melko vähäistä.⁴⁴

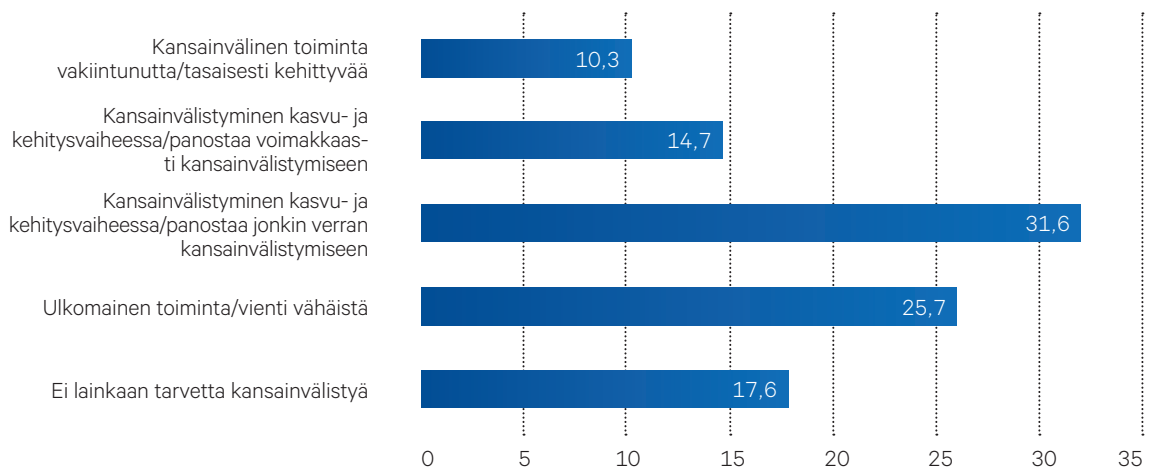
Ornamon kyselyihin vastanneista muotoilualan yrityksistä joka kymmenes ilmoitti, että kansainvälinen toiminta on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Joka seitsemännellä yrityksellä kansainvälistyminen on vasta kasvu- ja kehitysvaiheessa, mutta ne panostavat voimakkaasti ja määrätietoisesti ulkomaiseen toimintaan. Vajaa kolmannes panostaa jonkin verran kansainvälistymiseen. Runsaalla 40 prosentilla yrityksistä ulkomainen toiminta on hyvin pieni- tai satunnaista, eikä niillä ole tarvetta panostaa lainkaan kansainväliseen toimintaan (Kuvio 16). 📊

44 Suomen Yrittäjien, Finnveran ja TEM:n pk-yritysbarometrin mukaan vientiä harjoitti teollisuudessa noin 45 prosenttia, kaupassa 20 prosenttia, rakentamisessa seitsemän prosenttia ja palvelualoilla yhdeksän prosenttia pk-yrityksistä vuonna 2013. Ornamon kyselyjen mukaan teollisten tuotteiden valmistusta harjoittavista muotoilualan yrityksistä kansainvälistä toimintaa oli joka kolmannella. Myös joka kolmannella KIBS-yrityksellä oli kansainvälistä toimintaa. Kaikista muotoilualan palveluyrityksistä ulkomaista toimintaa harjoitti runsas neljännes.

Kuvio 15 Viennin ja muun kansainvälisen toiminnan osuus ulkomaista toimintaa harjoittaneiden muotoilualan yritysten liikevaihdosta 2012, prosenttia
(Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2013).




Kuvio 16 Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2013, prosenttia yrityksistä
(Lähde: Ornamon yritys­kysely 2013).





Luku VII



Muotoilualan
yritysten
taloudellinen
asema

7 Muotoilualan yritysten taloudellinen asema

Muotoilun KIBS-yrityksissä liikevaihto kasvoi viisi prosenttia vuonna 2012. Muotoiluintensiivisessä teollisuudessa vallitsi lähes nollakasvu, joskin toimialakohtaiset erot ovat suuria. Kasvu oli reippainta vaatteiden valmistuksessa, mutta myös nahkatuotteiden, metallituotteiden ja tekstiilien valmistuksessa päästiin plusmerkkisiin liikevaihdon kasvulukuihin vuonna 2012.

2010-luvulla tapahtuneesta kasvusta huolimatta liikevaihdon reaalin määrä on useimmilla muotoilualoilla alhaisempi kuin vuonna 2008. Poikkeuksen muodostavat muotoilun KIBS-toimialat, kultasepän tuotteiden ja nahkatuotteiden valmistus. Parhaassakin tapauksessa kestää useita vuosia, ennen kuin kaikilla teollisuusaloilla saavutetaan taantumaa edeltänyt taso.

Alan yritykset suhtautuvat luottavaisesti lähitulevaisuuteen, vaikka yleinen taloustilanne on haasteellisessa tilanteessa ja kansantalous kasvaa hyvin hitaasti lähivuosina. Noin 55–60 prosenttia yrityksistä oli Ornamon kyselyjen mukaan sitä mieltä, että liikevaihto ja kannattavuus kohoavat vuosina 2013–14, mutta henkilöstön palkkaamiseen suhtaudutaan pidättyvämmiin. Kyselyt lähetettiin 632 muotoilualan toimijalle. Määräaikoihin mennessä kyselyihin vastasi 156 yritystä ja yrittäjää, mikä oli noin 25 prosenttia kohdejoukosta. Vastausprosentti on samaa luokkaa kuin esimerkiksi monissa EK:n jäsenyrityskyselyissä.

7.1 Liikevaihto, kannattavuus ja tuottavuus

Muotoilualan yritysten taloudellista asemaa ja kehitystä on kuvattu Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisterin ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n Toimiala Online -palvelun tilastojen pohjalta vuosina 2007–12. Vuonna 2012 muotoilualalla toimivien yritysten nimellinen **liikevaihto** kasvoi keskimäärin 0,6 prosenttia. Koko yrityskentässä kasvu oli keskimäärin 1,3 prosenttia. Liikevaihdon kehitys poikkeaa toisistaan päätoimialoittain, jos muotoiluala jaetaan päätoimialoittain **muotoilun KIBS-palveluihin** ja **muotoiluintensiiviseen valmistukseen (teollisuuteen)**.

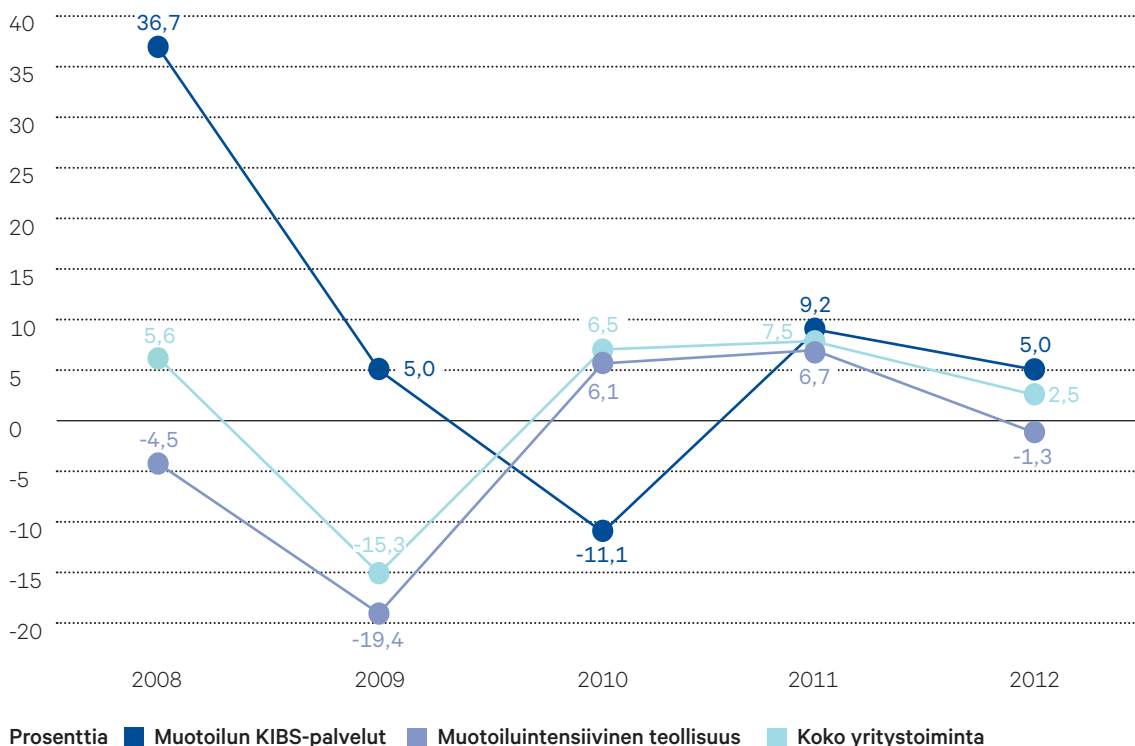
Muotoilun KIBS-palveluissa, eli graafisessa ja teollisessa muotoilussa sekä sisustussuunnittelussa liikevaihto on kehittynyt paremmin kuin muotoiluintensiivisessä teollisuudessa tai koko yrityskentässä keskimäärin. Myös reaalisen liikevaihdon määrä oli KIBS-palveluissa vuonna 2012 suurempi kuin vuonna 2008. Tosin KIBS-palvelut ovat jälkisuhdannealoja, joissa suhdannemuutokset ovat näkyneet pienellä viipeellä. Ripeintä kehitystä on ollut graafisessa ja teollisessa muotoi-

lussa. Sen sijaan sisustussuunnittelussa liikevaihdon kasvu on ollut hitaampaa.

Muotoiluintensiiviselle teollisuudelle vuoden 2009 taantuma merkitsi suurta takaiskua ja liikevaihdon romahdusta. Tilanne on kaikkein heikoin tekstiiliteollisuudessa, jossa yritysten reaalin liikevaihto oli vuonna 2012 vain 57 prosenttia vuoden 2008 tasosta. Myös keraamisten tuotteiden, metallituotteiden, huonekalujen ja kivituuotteiden valmistuksessa reaalin liikevaihto oli vuonna 2012 vähintään viidenneksen alhaisempi kuin neljä vuotta aiemmin, mutta tilanne ei ole keuhettava myöskään lasituotteiden, vaatteiden ja puutuotteiden valmistuksessa.

Muotoiluintensiivisessä teollisuuden liikevaihdon kehitys on ollut vuoden 2008 jälkeen parhainta nahkatuotteiden ja etenkin jalkineiden valmistuksessa sekä kultasepän tuotteiden muodostamassa toimialaryhmässä. Kultasepän tuotteet koostuvat muun muassa metallirahojen, mitalien, jalokivikorujen, kulta- ja hopeasepän tuotteiden sekä tekniseen ja laboratoriokäyttöön tarkoitettujen jalometallituotteiden valmistuksesta. Tosin suhdannenousun ja yksityisen kulutuksen kasvun taittuminen pysäytti liikevaihdon kasvun myös kultasepän tuotteissa vuonna 2012.

Kuvio 17 Yritysten liikevaihdon kehitys muotoilualalla ja Suomen koko yritystoiminnassa keskimäärin käyvin hinnoin 2008–12, prosenttia (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).



| | 2008, % | 2009, % | 2010, % | 2011, % | 2012, % | Kiintein hinnoin 2008–12, % |
|---|-------------|--------------|-------------|-------------|------------|--------------------------------|
| Muotoilun KIBS-palvelut | 22,4 | 8,9 | -5,8 | 11,0 | 5,3 | 7,1 |
| Graafinen muotoilu | 43,7 | 2,6 | -1,5 | 12,6 | 8,8 | 10,6 |
| Teollinen muotoilu ym. | 2,9 | 0,0 | 17,2 | -1,1 | 7,6 | 11,3 |
| Sisustussuunnittelu | 30,7 | 18,4 | -21,4 | 21,0 | 2,0 | 2,3 |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | -3,7 | -20,1 | 4,3 | 6,4 | 0,2 | -20,7 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | -7,3 | 11,8 | 0,7 | 9,9 | -0,4 | 10,1 |
| Nahkatuotteiden valmistus | -6,0 | -11,7 | 3,6 | 9,2 | 12,5 | 0,4 |
| Puutuotteiden valmistus | -5,0 | -20,2 | 16,0 | 7,4 | -2,4 | -13,4 |
| Vaatteiden valmistus | 4,9 | -27,9 | -29,3 | 12,4 | 63,9 | -16,1 |
| Lasituotteiden valmistus | -4,3 | 6,5 | 4,5 | -12,9 | -4,5 | -17,4 |
| Kivituotteiden valmistus | 6,6 | -15,8 | 1,7 | 4,6 | -0,3 | -20,2 |
| Huonekalujen valmistus | -3,2 | -25,6 | 1,3 | 8,3 | -1,4 | -28,1 |
| Metallituotteiden valmistus | -11,5 | -43,9 | 5,0 | 23,5 | 9,5 | -28,9 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 3,8 | -33,6 | 2,4 | -4,3 | -8,4 | -46,8 |
| Tekstiilien valmistus | -7,0 | -30,4 | -34,7 | 3,2 | 2,2 | -57,1 |
| Taiteellinen luominen | 10,2 | -1,3 | 6,5 | 8,2 | 6,0 | 7,7 |
| Muotoilualat yhteensä | -2,7 | -18,7 | 3,8 | 6,6 | 0,6 | -19,1 |
| Yritystoiminta yhteensä | 5,9 | -15,2 | 6,6 | 7,3 | 1,3 | -7,1 |

Taulukko 9 Muotoilualan yritysten liikevaihdon kehitys päätoimialoilla 2008–12 käyvin ja kiintein hinnoin, prosenttia
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

Kannattavuus

Kannattavuus parani muotoilun KIBS-palveluissa vuonna 2012. Kannattavuutta mitataan suhteuttamalla **liiketulos (voitto tai tappio) liikevaihtoon**, mikä soveltuu esimerkiksi käyttökateprosenttia paremmin yritysten väliseen vertailuun. Liiketulos saadaan vähentämällä käytökatteesta suunnitelman mukaiset 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 mahdollinen osingonjako.

Pitkällä aikavälillä liikevoitosta katetaan investointeja ja lainojen lyhennyksiä. Negatiivinen liiketulos kertoo yrityksen kannattavuusongelmista. YTN on antanut liikevoittoprosentille vain yleiset ohjeavrot, jotka eivät toimialasidonnaisia.⁴⁵ Käytännössä liikevoittoprosentin tulisi olla esimerkiksi

⁴⁵ Yritystoiminnan neuvottelukunta YTN:n ohjeavrot liikevoittoprosentille ovat seuraavat:
yli 10 % = hyvä, 5–10 % = tyydyttävä ja alle 5 % = heikko.

kaupassa ja jalostusaloilla parempi kuin palvelu-aloilla keskimäärin. Syynä on se, että liikevoiton tulee olla sitä suurempi, mitä pääomavaltaisemalla toimialalla yritys toimii, jotta se kykenisi suoriutumaan rahoituskuluista ja tekemään voittoa uusia investointeja.

Useimmilla muotoiluintensiivisillä teollisuuden toimialoilla kannattavuus on heikentynyt lukuun ottamatta lasituotteita, kivituotteita ja tekstiilejä. Tilanne on sikäli huolestuttavaa, sillä kannattavuus on monilla teollisuuden toimialoilla jo ennestään melko alhaisella tasolla. Kultasepän tuotteissa kannattavuus putosi negatiiviseksi. Ainoastaan nahkatuotteiden ja lasituotteiden valmistuksessa liiketulosprosentti nousi hyvälle yli kymmenen prosentin tasolle. Liiketoiminnan tuotot koostuvat liikevaihdosta ja liiketoiminnan muista tuotoista kuten avustuksista.

Tuottavuuden kehitys ja sen tulkinta

Tuottavuudella tarkoitetaan tuotannon määrän ja sen tuottamiseen käytettyjen tuotantopanosten määrän välistä suhdetta. Suhdeluvulla voidaan mitata talousyksikön toiminnan

| | 2008, % | 2009, % | 2010, % | 2011, % | 2012, % | Kannattavuuden taso 2012 |
|---|------------|------------|------------|-------------------|------------|--------------------------|
| Muotoilun KIBS-palvelut | 3,7 | 1,1 | 5,6 | -16,7 | 4,0 | Heikko |
| Graafinen muotoilu | 3,7 | -1,1 | 8,6 | ... ⁴⁶ | 5,8 | Tyydyttävä |
| Teollinen muotoilu ym. | 4,1 | 5,9 | 5,5 | 2,2 | 3,1 | Heikko |
| Sisustussuunnittelu | 2,9 | -1,5 | -0,3 | 1,6 | 2,0 | Heikko |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | | | | | | |
| Nahkatuotteiden valmistus | 9,8 | 7,2 | 12,4 | 13,0 | 11,7 | Hyvä |
| Lasituotteiden valmistus | 9,6 | 7,0 | 12,5 | 8,3 | 11,7 | Hyvä |
| Metallituotteiden valmistus | 11,1 | 7,3 | 4,6 | 9,8 | 9,3 | Tyydyttävä |
| Vaatteiden valmistus | 2,9 | 0,7 | 7,2 | 10,6 | 7,2 | Tyydyttävä |
| Tekstiilien valmistus | 7,2 | 4,5 | 5,0 | 3,7 | 4,3 | Heikko |
| Kivituotteiden valmistus | 4,9 | 1,4 | 4,4 | 1,5 | 2,3 | Heikko |
| Puutuotteiden valmistus | 3,3 | 0,6 | 3,0 | 3,0 | 2,0 | Heikko |
| Huonekalujen valmistus | 4,9 | 0,8 | 1,8 | 2,2 | 2,0 | Heikko |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 11,7 | 9,3 | 1,2 | 2,9 | 1,8 | Heikko |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | -3,0 | 1,3 | 1,0 | 4,3 | -2,4 | Heikko |

Taulukko 10 Kannattavuuden kehitys muotoilualalla yritysten liikeulosprosentilla (keskiarvo) mitattuna 2008–12 (Lähde: TEM:n Toimiala Online).

tehokkuutta, eli sitä, kuinka tehokkaasti tuotantopanoksia tuotannossa yhdistetään. Yrityksen kannalta tuottavuus on mitta sille, paljonko käytetyillä tuotantotekijöillä saadaan tuotantoa aikaan reaalisuureilla mitattuna. Tuotantoa voidaan mitata liikevaihdolla, tuotoksella tai arvonlisäyksellä. Arvonlisäys saadaan, kun tuotoksesta vähennetään hankittujen tuotantopanosten arvo.

Tuottavuudella ei ole välttämättä yhteyttä kannattavuuteen lyhyellä aikavälillä. Kannattavuus voi muuttua riippumatta tuottavuuskehityksestä. Kannattavuus voi parantua vain hinnan muutosten vuoksi, jos tuotteiden markkinahinta kohoaa tai tuotannossa käytettävien panosten hinta alenee. Pidemmällä aikavälillä kannattavuuden muutosten takana voivat olla tuottavuuden muutokset. Tehokkuuden parantumisesta johtuva kannattavuuden kasvu on keino erottua muista saman toimialan tai

samoja tuotteita tarjoavista yrityksistä koti- ja ulkomailta.⁴⁷

Tuottavuutta on tutkittu tässä suhteuttamalla muotoilun KIBS-yritysten ja muilla muotoiluintensiivisillä aloilla toimivien yritysten liikevaihto niiden henkilöstön määrään vuosina 2007–11. Tarkastelu osoittaa, että muotoilualan yritysten tuottavuus aleni tuntuvasti vuonna 2009, mutta on sittemmin kohentunut hieman nopeammin kuin koko yritystoiminnassa keskimäärin. Toimialakohtaiset erot ovat suuria. Muotoilun KIBS-palveluissa ja taideteosten luonnissa tuottavuus on alentunut jatkuvasti vuosina 2009–11, mutta teollisuusaloilla kehitys on ollut vaihtelevaa.

Erityisen selvästi tuottavuus on parantunut vaatteiden ja nahkatuotteiden valmistuksessa sekä kultasepäntuotteissa. Tilastollinen tuottavuus paranee, kun liikevaihto nousee enemmän kuin henkilöstö tai liikevaihto supistuu vähemmän kuin

⁴⁶ Tieto ei ole luotettava mahdollisesti yksittäisessä suuressa yrityksessä tapahtuneesta muutoksesta johtuen.

⁴⁷ Käytännössä tuottavuuden muutokset voivat johtua monesta tekijästä. Osa tekijöistä liittyy kyseisen toimialan tuottavuuden muutostekijöihin ja osa yritystasolle ja osa molempiin.

henkilöstö. Kehityksen taustalla voi olla uudenlainen tuotantoteknologia, toimintojen automatisointi tai alihankinnan lisääntyminen. Jos katsotaan euromääräisesti liikevaihdon suhdetta henkilöstöön, oli suhdeluku suuri vaatteiden ja kultasepäntuotteiden valmistuksessa ja pieni muotoilun KIBS-palveluissa ja taideteosten luonnissa.

Liikevaihdon ja henkilöstön välinen suhdeluku ei ole kuitenkaan kovin hyvä tuottavuuden mittari, mikäli henkilöstön tehtävissä, henkilöstörakenteessa tai palkkatasossa on huomattavia eroja eri toimialoja edustavien yritysten välillä. Asiantuntijoiden mukaan tuottavuuden tunnuslukuja laskettaessa on suositeltavaa korvata henkilöstön määrä henkilöstökulujen määrällä. Silloin vaihtoehtoisia parempi tuottavuuden tunnuslukuja voisivat olla esimerkiksi liikevaihto/henkilöstökulut, jalostusarvo/henkilöstökulut tai liikevoitto/henkilöstökulut.

7.2 Yleinen talouskehitys

Suomen yleinen talouskehitys on huolestuttavan huonoa. Kansantalouden tilinpidon tiedot osoittavat, että maamme bkt:n määrä supistui

1,0 prosenttia vuonna 2012 (Kuvio 12). Ennakotietojen mukaan bkt:n supistui 1,4 prosenttia vuonna 2013 eikä lähivuosille ole odotettavissa merkittävää kasvua.⁴⁸ Silti naapurimaassamme Ruotsissa bkt kasvaa 1–2 prosentin vuosivauhdilla ja myös euroalueen talous on elpymässä. Työnvälitystiedoista tilastoista ilmenee, että meillä oli 327 600 työtöntä työnhakijaa tammikuussa 2014, mikä oli 35 100 enemmän kuin vuotta aiemmin.⁴⁹

Kansantalouden kysyntä koostuu yksityisistä ja julkisista kulutusmenoista, investoinneista ja vientikysynnästä. Kysyntää ovat ylläpitäneet viime vuosina lähinnä vain **yksityiset kulutusmenot**, mutta ne supistuivat kansantalouden tilinpidon mukaan reaalisesti 0,8 prosenttia vuonna 2013. Yksityisten kulutusmenojen kasvua hillitsee kotitalouksien reaalityulojen kasvun pysähtyminen. Julkiset kulutusmenot kasvoivat vajaan

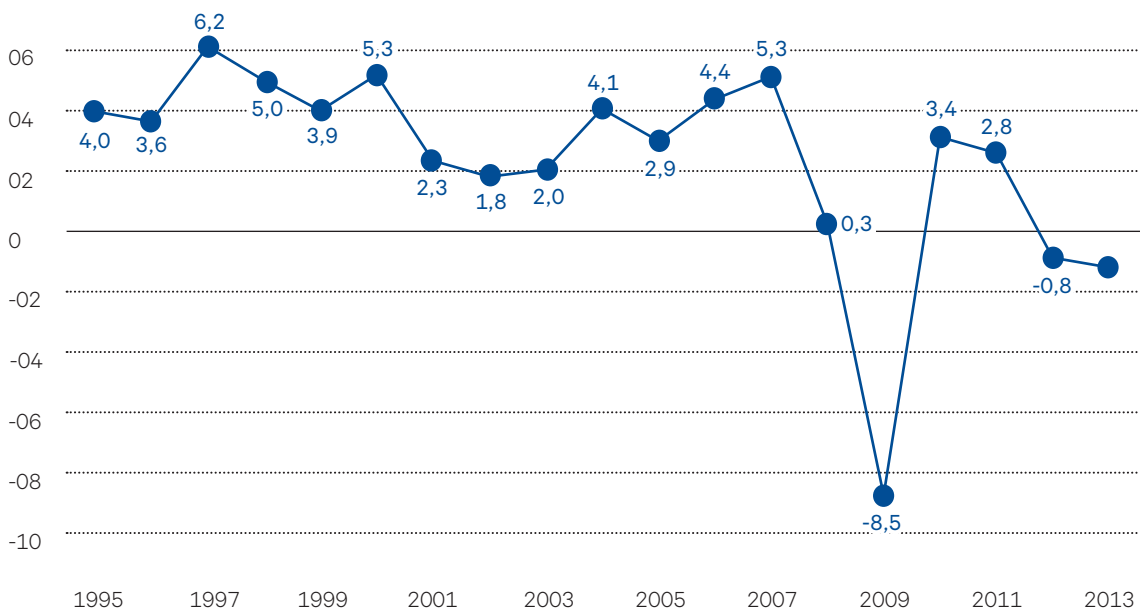
48 Nimellisesti Suomen bruttokansantuote oli 193 miljardia euroa vuonna 2013.

49 Yli vuoden työttöminä olleita työnhakijoita oli 85 500 tammikuussa 2014.

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Liikevaihto/ henkilöstö 2012, euroa |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---|
| Muotoilun KIBS-palvelut | 105,3 | 117,4 | 111,1 | 106,4 | 109,7 | 100174 |
| Sisustussuunnittelu | 113,7 | 149,5 | 135,9 | 128,4 | 135,7 | 123658 |
| Teollinen muotoilu ym. | 100,9 | 105,1 | 106,9 | 97,4 | 98,5 | 100741 |
| Graafinen muotoilu | 102,5 | 94,6 | 92,4 | 93,7 | 97,6 | 73088 |
| Muotoiluintensiivinen teollisuus | 100,8 | 92,1 | 101,1 | 105,6 | 112,1 | 160548 |
| Vaatteiden valmistus | 104,7 | 96,7 | 105,2 | 115,2 | 120,7 | 200820 |
| Kultasepän tuotteiden valmistus | 93,9 | 101,9 | 108,2 | 123,9 | 133,0 | 192848 |
| Lasituotteiden valmistus | 96,9 | 101,0 | 114,3 | 101,5 | 113,2 | 182997 |
| Puutuotteiden valmistus | 100,6 | 92,0 | 103,4 | 105,2 | 109,9 | 163863 |
| Nahkatuotteiden valmistus | 101,0 | 94,6 | 106,7 | 118,6 | 142,8 | 159574 |
| Huonekalujen valmistus | 101,7 | 88,4 | 96,0 | 104,7 | 108,9 | 157892 |
| Metallituotteiden valmistus | 104,5 | 80,6 | 88,0 | 94,9 | 103,3 | 138029 |
| Kivituotteiden valmistus | 105,8 | 101,1 | 110,9 | 109,0 | 114,6 | 137166 |
| Tekstiilien valmistus | 97,9 | 88,7 | 78,6 | 79,9 | 87,6 | 124481 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 76,5 | 76,2 | 79,0 | 75,6 | 76,4 | 77838 |
| Taideteosten luonti | 102,2 | 93,0 | 88,9 | 87,6 | 88,6 | 75610 |
| Muotoilualat yhteensä | 100,5 | 92,3 | 100,1 | 103,5 | 109,2 | 152237 |

Taulukko 11 Muotoilualan yritysten tuottavuuden kehitys päätoimialoittain 2008–12 liikevaihto per henkilöstön määrä, ind. (2007=100) (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

Kuvio 18 Bruttokansantuotteen määrän kehitys 1990–2013, prosenttia (Lähteet: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus).



prosentin vuonna 2013.⁵⁰ **Investoinnit** supistuivat 4,6 prosenttia ja tavara- ja palveluviennin määrä kasvoi 0,3 prosenttia, mutta vaihtotase oli yhä 1,6 miljardia euroa alijäämäinen.

Suomen vaihtotaseen alijäämän yhtenä tärkeänä syynä on korkean teknologian tuotteiden viennin romahdus. Vaihtotaseen alijäämää on lisännyt myös vaihtosuhteen⁵¹ heikkeneminen. Yksityisten ja julkisten kulutusmenojen sekä investointien kasvun hiipuminen (investointilama) vaikuttaa suoraan yritysten toimintaedellytyksiin monilla kotimarkkina-aloilla. Viennin heikko veto heikentää epäsuorasti myös useimpien teollisuusalojen ja teollisuusyritysten menestyksestä riippuvaisten tukkukaupan ja palvelualojen yritysten toimintaedellytyksiä.

Tilastokeskuksen kansantalouden tilinpidon mukaan yritysten toimintaylijäämä supistui puolestaan nimellisesti vuonna 2013 noin 9,0 prosenttia ja se oli ainoastaan 61 prosenttia huippuvuoden 2007 tasosta. Näköpiirissä ei ole odotettavissa sellaista kehitystä, mikä nostaisi toi-

mintaylijäämän vuotta 2009 edeltävälle tasolle. Sen sijaan yrittäjätulo kasvoi vuonna 2013 noin 5,0 prosenttia, mikä johtuu ulkomaisten sijoitusten hyvästä tuotosta. Yrittäjätulo otetaan huomioon omaisuustulot ja maksetut korot ja se vastaa voittoa ennen verojen ja osinkojen maksua.⁵²

Julkisen talouden tila

Valtion talouden osalta tilanne on muuttunut dramaattisesti vuodesta 2009 lukien, jolloin talouden elvytystoimet käynnistivät nopeasti etenevän valtion velkaantumiskehityksen. Elvytysrahat kanavoituivat kuitenkin lähinnä kulutukseen, eikä etsikkoaikaa käytetty kansantalouden investointiluonteiseen rakenteiden ja kilpailukyvyyn parantamiseen. Suomessa olisi tarvittu kuitenkin eräänlainen ”Affärsplan för Finland -hanke”, millä olisi voitu vastata ulkopäin tuleviin kansainvälisen talouden haasteisiin ja generoida kansantalouteen uutta kasvua.

Julkisen vallan mahdollisuuksia lisätä elvytysvaroja hankaloittaa se, että valtion rahoitusasema on ollut neljättä vuotta alijäämäinen. Valtion sulautettu bruttovelka puhkaisi 95 miljardin euron

50 Julkisen kulutuksen kasvu oli osin tilastollista, mikä johtui Yleisradion luokittelusta yrityksistä julkisyhteisöihin. Jos Yleisradion siirtymän vaikutus poistetaan 2012–2013 vertailusta, julkisten kulutusmenojen volyyymi ei olisi kasvanut lainkaan viime vuonna ja yksityiset kulutusmenot olisivat supistuneet noin 0,4 prosenttia.

51 Vienti- ja tuontihintojen välinen suhde.

52 Vuonna 2013 tapahtuneesta kasvusta huolimatta yrittäjätulo oli nimellisesti yhä 70 prosenttia vuoden 2007 tasosta. Tästä on seurannut edelleen se, että yrityksillä on ollut aiempaa vähemmän varoja esimerkiksi välittömien verojen ja osinkojen maksuun.

rajan vuonna 2013 ja valtion rahoitusaliijäämä kohosi 6,6 miljardiin euroon. Julkisyhteisöjen velka oli yhteensä 110 miljardia euroa, mikä oli 57 prosenttia bkt:sta. Vuodesta 2012 velan bkt-osuus kasvoi kolme prosenttiyksikköä. Velkaantumisen kasvua on vaikea pysäyttää lähivuosina, mikä tarkoittaa uusia leikkauksia julkisiin menoihin ja hallinnon tehostamistarpeita.⁵³

Julkisessa taloudenpidossa on nojaututtu siihen, että velkaantuminen on välttämätön välivaihe ja ongelmat hoituvat kivuttomasti talouskasvulla, kun kansainväliset suhdanteet paranevat ja taustalla vellova eurokriisi saadaan hallintaan. Asiassa on tuudittauduttu hyvään uskoon, että kaikki jatkuu kuten ennenkin. Tosiasiassa Suomen talouskehitys on hyvin epävarmalla pohjalla ja talousennusteet lupaavat lähivuosiksi hidasta talouskasvua, mikä ei riitä rahoittamaan kasvavia julkisia menoja tai edes pysäyttämään julkista velkaantumista.

Yritysten suhdanneodotukset

Suomen Yrittäjät ry:n, Finnvera Oyj:n ja elinkeinoministeriö TEM:n yhteistyössä syksyllä 2013 teettämän pienten ja keskisuurten yritysten toimintaa ja taloudellista toimintaympäristöä kuvaavan **pk-yritysbaremetrin** mukaan yritysten odotukset liikevaihdon kehityksestä on jo parin vuoden ajan vakiintunut tasolle, joka on vain puolet hyvän talouskehityksen aikaisesta. Näkemykset ovat parantuneet hieman teollisuudessa ja heikentyneet kaupan alalla. Korkeimmat ja samalla kaksijakoisimmat odotukset on keskisuurisissa yli 50 henkilön yrityksissä.

Voidaan todeta, että vuosien 2012–13 aikana yleinen suhdannetilanne oli huonontunut pk-yritysten näkökulmasta. Selvintä kehitys oli kaupan alan yrityksissä. Heikko ulkomainen kysyntä ja kotimarkkinoiden alamäki ovat näkyneet yritysten kannattavuusodotuksissa. Pessimistisistä talousnäkymistä huolimatta noin kolme neljäsosaa pk-yrityksistä aikoo säilyttää nykyisen henkilöstömääränsä. Poikkeuksen muodostaa kauppa, joka ei enää pysty työllistämään entiseen tahtiin. Myös toimintojen automatisointi vähentää jatkossa työvoiman tarvetta.

Taantuman myötä kohtuuttoman pitkät maksuajat uhkaavat yritystoimintaa, millä tarkoitetaan yli 30 päivän maksuaikoja. Eniten pitkittyneistä maksuajoista kärsii teollisuus. Pidentyneillä maksuajoilla on yhteys yritysten lisääntyneisiin mak-

suhäiriöihin. Suomen Asiakastieto Oy:n mukaan yli 55 100 yrityksellä oli maksuhäiriömerkintöjä joulukuussa 2013, mikä oli enemmän kuin koskaan aiemmin 2000-luvulla. Myös konkurssit ovat lisääntyneet. Tilastokeskuksen mukaan konkurssihaettuja yrityksiä oli 3 131 vuonna 2013, eli kuusi prosenttia enemmän kuin vuonna 2012.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK:n helmikuun **2014 suhdannebarometrin** tuloksista ilmenee, että suhdannekuva oli jatkunut selvästi keskimääräistä synkempänä alkuvuonna 2014 kaikilla päätoimialoilla, eikä kovin merkittävää käännettä parempaa ole odotettavissa. Suurin piirtein samanlaista kehitystä on ennustettu EK:n tammikuun 2014 lopun talouskatsauksessa, vaikka bkt ja kuluttajien luottamus kasvavat suurissa EU-maissa Saksassa ja Britanniassa. Ulkomaankaupassa koko EU:n tasoilla on selvä nousutrendi, mutta Suomi ei päässyt muiden mukaan.

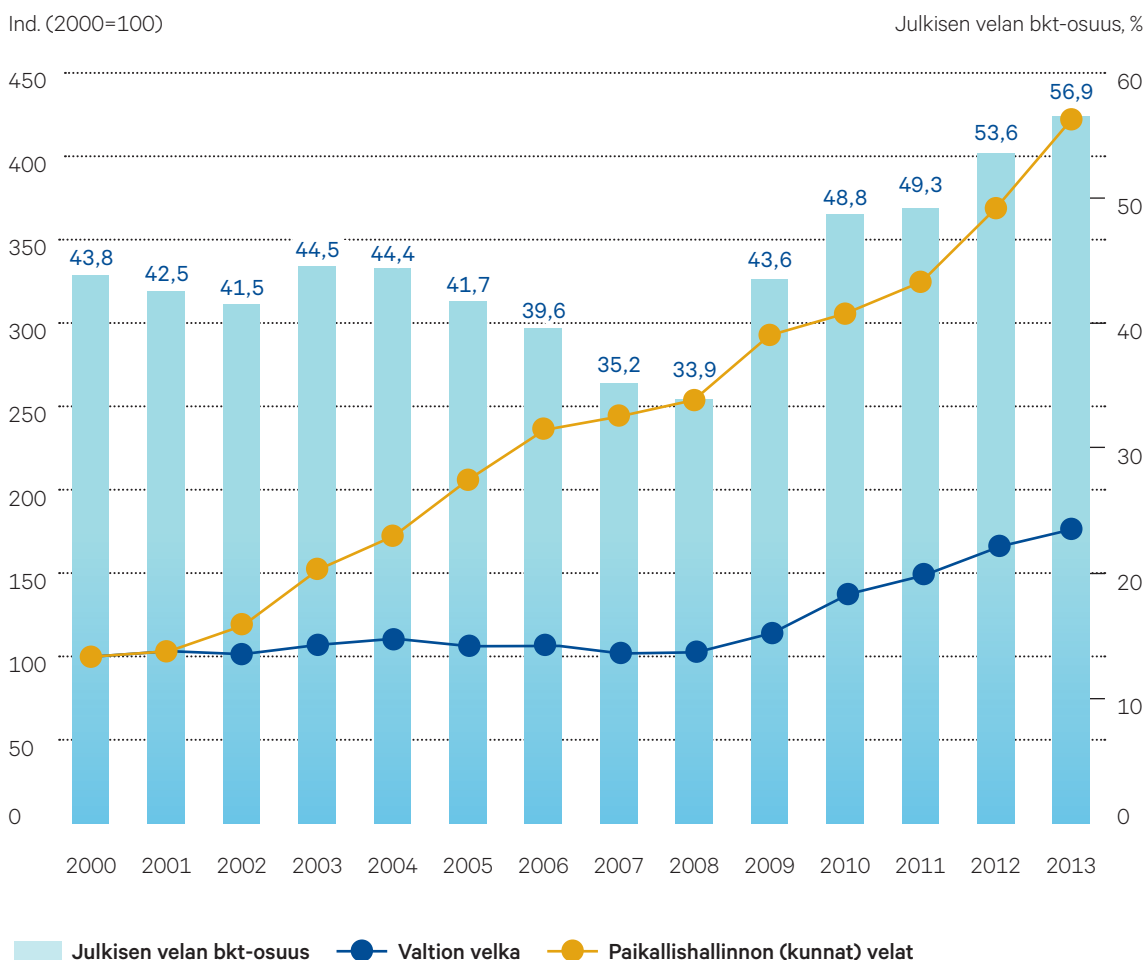
Ekonomistien mukaan Suomen talouden ongelmat eivät ole vain suhdanneluontoisia vaan rakenteellisia, jotka ovat johtaneet kilpailukyvyyn menetyksiin. Maltillinen palkkaratkaisu pysäyttää kilpailijamaita nopeamman kustannuskehityksen, mutta ei yksin riitä palauttamaan kilpailukykyä. Kilpailukyky kohenee kaikkein nopeimmin, kun lisätään innovatiivisuutta ja parannetaan yritysjohtamista toimintansa vakiinnuttaneissa yrityksissä. On helpompi vaikuttaa olemassa oleviin kuin synnyttää aivan uutta yritystoimintaa, vaikka sekin on tarpeellista.

Valtiovarainministeriön ennusteiden mukaan bruttokansatuote bkt:n määrän arvellaan nousevan vuonna 2014 noin 0,8 prosenttia ja myös viennin uskotaan kasvavan 3–4 prosenttia. Tosin työttömyysasteen odotetaan nousevan 8,4 prosenttiin vuonna 2014. Jatkuvat yt-neuvottelut eivät myöskään lupaa oleellista parannusta työllisyyteen, mikä yhdessä matalien palkkankorotusten kanssa leikkaa kotimaista kulutusta. Kokonaisuudessaan onkin kyseenalaista, pystyykö pienentynyt teollinen tuotantokapasiteetti todella nostamaan Suomen taantumasta.

Myös EK:n lähiaikojen suhdannenäkymiä kuvaavat **luottamusindikaattorit** olivat kaikilla päätoimialoilla pitkän aikavälin keskiarvon alapuolella tammikuussa 2014, minkä lisäksi luottamus on heikentynyt joulukuusta 2013. Luottamusindikaattorit heijastelevat epävarmuutta Suomen talouskehityksestä. Teollisuuden, rakentamisen, kaupan ja palvelualojen luottamusindikaattorit ovat Suomessa enemmän tai vähemmän EU-maiden keskiarvoa heikompia rakentamista lukuun ottamatta. Teollisuudessa luottamusindikaattori oli EU:n kolmanneksi alhaisin (Taulukko 12).

53 Nykyisellä tahdilla valtion bruttovelka tavoittaa 100 miljardin rajapyykin jo vuoden 2014 aikana.

Kuvio 19 Valtion ja kuntien julkisen velan kehitys ja julkisen velan bkt-osuus 2000–13 (Lähde: Tilastokeskus).



| | Saldoluku, tammikuu 2014 | Saldoluku, joulukuu 2013 | Pitkä aikavälin keskiarvo | Suhdannekehityksen suunta |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Teollisuus | -12 | -9 | 2 | Ennallaan |
| Rakentaminen | -29 | -14 | -7 | Laskussa |
| Vähittäiskauppa | -9 | -6 | 0 | Ennallaan |
| Palvelualat | 0 | 5 | 14 | Laskussa |

Taulukko 12 Päätoimialojen luottamusindikaattori joului- ja tammikuussa 2013–14 (Lähde: EK).⁵⁴

54 Luottamusindikaattorit ovat osa EU:n komission harmonisoitua tiedustelujärjestelmää www.ek.fi.

7.3 Muotoilualan yritysten suhdannenäkymät

Vajaa 40 prosenttia muotoilualan yrityksistä ilmoitti syksyllä 2013, että liikevaihto on kasvanut ainakin hieman kuluneen vuoden aikana.⁵⁵ Kannattavuuden suhteen tätä mieltä oli 28 prosenttia vastanneista (Kuvio 20). Noin neljäsosa totesi, että liikevaihto ja kannattavuus ovat heikentyneet. Esimerkiksi kannattavuuden kehitystä on voinut jarruttaa tuotantokustannusten samanaikainen nousu. Kustannukset koostuvat yritysten välttämättömistä aine-, tarvike- ja palveluostoista, työvoimakustannuksista, toimitilavuokrista ja muista liiketoiminnan kuluista.

Uutta henkilökuntaa oli palkannut vain joka kymmenes yritys. Valtaosassa yrityksiä henkilöstön määrä on pysynyt ennallaan. Uuden henkilökunnan palkkaamiseen on suhtauduttu pidättyvästi, mikä johtuu asiakastoimialojen ongelmista, tulevaan talouskehitykseen liittyvästä epävarmuudesta ja työvoimakustannuksista. Monet muotoilualan yritykset ovat yksinyrittäjien omistamia tai perheyrityksiä, jossa oman perheen ulkopuolisten työntekijöiden

55 Yrityskyselyt tehtiin syyskuussa 2013 ja saadut tulokset perustuvat muotoilualan yrittäjien tai yritysten vastuuhenkilöiden subjektiivisiin näkemyksiin oman yrityksensä ja edustamansa toimialan lähimenneisyyden ja -tulevaisuuden kehitysnäkymistä. Kyselyt lähetettiin 632 muotoilualan toimijalle. Määräaikaan mennessä kyselyihin vastasi 156 yritystä ja yrittäjää.

palkkaamiseen suhtaudutaan varauksellisesti. Kynnys muuttua työnantajayrityksissä voi olla melko korkealla.

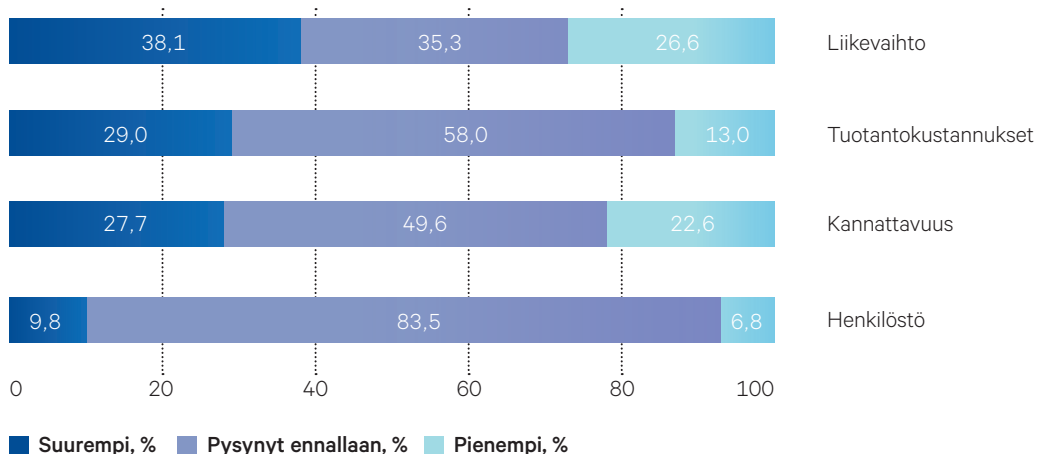
Lähtulevaisuuden suhdanneodotukset

Ornamon kyselyjen mukaan 35 prosenttia muotoilualan yrityksistä katsoi syksyllä 2013, että yleiset kysyntä- ja suhdannenäkymät paranevat seuraavan vuoden aikana. Vastaavasti 30 prosenttia arvioi näkymien heikkenevän, joten saldoluvuksi muodostui viisi.⁵⁶ Ylipäätään muotoilualan yritysten suhdanneodotukset ovat tasaisesti jakautuneet. Koko pk-yrityskenttään verrattuna muotoilualalla on enemmän sekä suhdanteiden paranemista ja heikkenemistä ennakoivia. Optimismi lisääntyy toimialalla edelleen, kun asiaa tarkastellaan kolmen vuoden perspektiivillä.

Alan yritysten optimismi näkyy selvästi liikevaihdon kasvuodotuksissa. Noin 60 prosenttia Ornamon kyselyihin vastanneista oli syksyllä 2013 sitä mieltä, että yrityksen liikevaihto kohoaa seuraavan vuoden aikana. Liikevaihdon laskua ennusti vain runsaat kymmenen prosenttia muotoilualan yrityksistä. Liikevaihdon ennakoitu kasvu ja tuotantokustannusten hitaampi kasvuvauhti merkitsee sitä, että kannattavuus paranee ensi vuonna. Liikevaihdon ja kannattavuuden kasvuodotuksiin verrattuna aikomukset palkata uutta henkilökuntaa ovat silti maltilliset.

56 Saldoluku saadaan, kun suhdanteiden paranemista odottavien prosenttiosuudesta vähennetään suhdanteiden heikkenemistä odottavien prosenttiosuus.

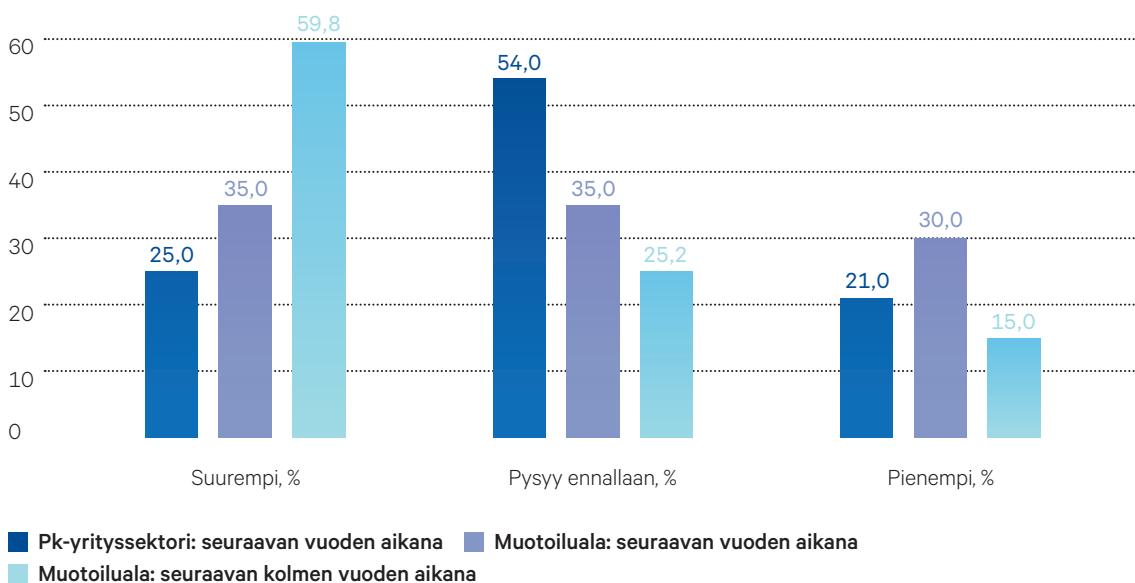
Kuvio 20 Muotoilualan liikevaihdon, kannattavuuden ja työllisyyden toteutunut kehitys 2012–13, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon yritys-kyselyt 2013).



Muotoilualan yritysten suhdanneodotukset ovat liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksen suhteen paljon myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä keskimäärin. Erot ovat suuria myös tuotantokustannusten osalta. Muotoilualan yrityksistä alle 30 prosenttia arveli tuotantokustannusten nousevan, mutta koko pk-yrityskentässä tätä mieleltä oli yli 40 prosenttia yrityksistä. Näkemykset uuden henkilökunnan palkkaamisesta ovat muotoilualalla ja koko pk-yrityssektorilla samansuuntaiset. Pk-teollisuudessa odotukset ovat jopa paremmat kuin muotoilualalla. 📈

tyskentässä tätä mieleltä oli yli 40 prosenttia yrityksistä. Näkemykset uuden henkilökunnan palkkaamisesta ovat muotoilualalla ja koko pk-yrityssektorilla samansuuntaiset. Pk-teollisuudessa odotukset ovat jopa paremmat kuin muotoilualalla. 📈

Kuvio 21 Muotoilualan yritysten ja koko pk-yrityssektorin näkemykset yleisistä kysyntä- ja suhdannenäkymistä seuraavan vuoden ja kolmen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna, prosenttia (Lähde: Ornamon jäsenyrityskyselyt 2013; Suomen Yrittäjien, Finnveran ja TEM:n pk-yritysbarometri).



| | Parempi, % | Pysyy ennallaan, % | Pienempi, % | Saldoluku, % |
|-----------------------------|------------|--------------------|-------------|--------------|
| Liikevaihto | | | | |
| Muotoiluuala | 60,6 | 27,0 | 12,4 | 48,2 |
| Pk-yritykset keskimäärin | 41,0 | 41,0 | 18,0 | 23,0 |
| Kannattavuus | | | | |
| Muotoiluuala | 56,0 | 28,4 | 15,7 | 40,3 |
| Pk-yritykset keskimäärin | 30,0 | 46,0 | 24,0 | 6,0 |
| Tuotantokustannukset | | | | |
| Muotoiluuala | 28,0 | 60,6 | 11,4 | 16,7 |
| Pk-yritykset keskimäärin | 42,0 | 49,0 | 9,0 | 33,0 |
| Henkilöstö | | | | |
| Muotoiluuala | 17,8 | 76,3 | 5,9 | 11,9 |
| Pk-yritykset keskimäärin | 17,0 | 72,0 | 11,0 | 6,0 |

Taulukko 13 Muotoilualan yritysten ja koko pk-yrityssektorin liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja työllisyyden ennakoitu kehitys 2013–2014, prosenttia (Lähde: Ornamon jäsenyrityskyselyt 2013; Suomen Yrittäjien, Finnveran ja TEM:n pk-yritysbarometri).



Luku VIII



Tilastokatsaus käsiyöyrityksiin

8 Tilastokatsaus käsityöyrityksiin

8.1 Käsityörittäjyden määritelmä

Käsitteellä ”käsityö” tarkoitetaan periaatteessa erilaisten esineiden ja tuotteiden suunnittelua ja valmistusta, jossa painotetaan tekijöiden ”taiteellisuutta ja luovuutta”. ”Käsityöyritykset” on määritelty puolestaan yrityksiksi, jotka valmistavat muotoiltuja tuotteita käsityönä tai käsin ohjattuja koneita apuna käyttäen. Pääosa käsityöyritysten valmistamista tuotteista on yksittäiskappaleita tai pienimuotoista sarjatuo- tannoa. Käsityöyritysten valmistamat tuotteet ovat tavallisesti käyttöesineitä sisustukseen (huonekalut, tekstiilit), kotitaloustarvikkeita, vaatteita tai jalkineita.

Käsityöyrityksen lähtökohtana on usein yrittäjän oma ammatillinen osaaminen ja tuoteidea. Kaikki itsenäiset käsityön ammattilaiset eivät miellä itseään varsinaisesti yrittäjiksi vaan esimerkiksi taiteilijoiksi tai muotoilijoiksi. Yritys tai oman toiminnan yhtiöittäminen on vain tekninen väline toteuttaa haluttu tuoteidea ja kanavoida toiminnasta aiheutuneet tulot ja menot. Valtaosa käsityörittäjistä on yksinyrittäjiä, eikä heillä ole oman perheen ulkopuolista palkattua työvoimaa. Osalle käsityöläisistä yrittäjyys on sivutoimista tai osa-aikaista tai kausiluonteista.

Käsityöllä ja käsityörittäjyydellä voidaan tarkoittaa myös palveluja. Esimerkiksi kampajat, kosmetologit ja hierojat tuottavat palveluja käsityönä. Käsityön ulottaminen laajasti palveluihin voi aiheuttaa hankalia määrittelyongelmia, minkä vuoksi käsityörittäjyys rajataan tässä katsauksessa **fyysisiä käsityötuotteita valmistaviin tai tuotteiden korjauspalveluja tarjoaviin mikroyrityksiin eli yrityksiin, jotka työllistävät alle kymmenen henkilöä, ja**

jotka toimivat tietyillä EU:n virallisen toimialaluokituksen (Nace) toimialoilla (käsityötoimialat).^{57 58}

Luokittelumuuttujana on käytetty toimialaluokitusta, koska sitä hyödynnetään lähes kaikissa tuotantoa, työllisyyttä ja yrityksiä kuvaavissa koti- ja kansainvälisissä tilastoissa. Tässä käsityötoimialat on määritelty toimialaluokituksen pohjalta samoin kuin KTM:n vuonna 2005 teettämässä selvityksessä. Siinä yksityiskohtaisten käsityötoimialojen valinta perustui asiantuntijoiden ja selvityksen tekijän näkemyksiin käsityötoimialoista, minkä taustalla oli pääasiassa se, mille toimialaluokituksen toimialoille käsityöammattien työllisyys on keskittynyt.

KTM:n selvityksessä käsityötoimiytykset oli poimittu silloin käytössä olleen vuoden 2002 toimialaluokituksen pohjalta, minkä vuoksi yrityksille oli löydettävä vastaavat toimialat nykyisin käytössä olevasta vuoden 2008 luokituksesta.⁵⁹ Kaikkien yksittäisten käsityötoimialojen osalta vuoden 2002 toimialaluokitus ei ole täysin yhdenmukaisia vuoden 2008 luokituksen kanssa,

57 Käsityöyrityksen määritelmä on sama kuin kauppa- ja teollisuusministeriö KTM:n (nyk. työ- ja elinkeinoministeriö TEM) teettämässä selvityksessä. (ks. Lith, Pekka: Käsityöyrityttäjä Suomessa 2000-luvulla, Yritykset ja alan keskeiset kehityslinjat, KTM:n julkaisu 10/2005, Helsinki 2005).

58 Rajaus mikroyrityksiin ei poissulje sitä mahdollisuutta, etteikö käsityötyyppisistä työskentelytapaa voisi noudattaa myös suuremmissa yrityksissä. Vastaavasti joissakin alle kymmenen henkilöä voidaan harjoittaa teollista sarjatuo- tannoa.

59 Vastaavuus haettiin pääosin niin sanotun luokitusavai- men avulla (ks. Toimialaluokitus 2008 käsikirja).

mutta vastaavuus on suuri.⁶⁰ Käsittelyn helpottamiseksi yksittäiset käsityötoimialat on luokiteltu myös 17 karkean tason toimialaryhmään samoin kuin KTM selvityksessä seuraavasti:

- Tekstiilien valmistus
- Vaatteiden valmistus
- Nahan ja nahkatuotteiden valmistus
- Puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus
- Painaminen ja kirjansidonta
- Lasin ja lasituotteiden valmistus
- Keraamisten tuotteiden valmistus
- Kivituotteiden valmistus
- Metallin takominen ja metallituotteiden valmistus
- Laivojen ja veneiden valmistus ja korjaus
- Huonekalujen valmistus
- Kultasepäntuotteiden valmistus
- Soitinten valmistus
- Urheiluvälineiden valmistus
- Peliin, leikkikalujen ja muiden tuotteiden valmistus
- Jalkineiden ja nahkatuotteiden korjaus
- Kellojen, kultasepäntuotteiden ja yms. tuotteiden korjaus

8.2 Käsityöyritysten määrä

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n mukaan Suomessa toimi noin 7 700 käsityöyritystä vuonna 2011, mikä muodosti 3,1 prosenttia kaikista alle kymmenen henkilön mikroyrityksistä ja 2,8 maamme koko yrityskannasta.⁶¹ Vuodesta 2008 käsityöyritysten määrä on vähentynyt yli 700 yrityksellä eli 8,5 prosenttia. Suhteellisesti eniten yritysten määrä on supistunut puusepän ja muiden puutuotteiden valmistuksessa, lasituotteiden valmistuksessa ja nahkatuotteiden valmistuksessa. Määrä on lisääntynyt lähinnä vain tavaroiden korjauksessa (kellot, kultasepän tuotteet).

60 Yksittäisiä 5-numerotason käsityötoimialoja löytyy toimialaluokituksen pohjalta noin 50–60.

61 YTR:n tilastoihin kuuluivat vuonna 2011 ne yritykset, jotka olivat toimineet tilastovuonna yli puoli vuotta, ja jotka työllistivät enemmän kuin puoli henkilöä vuositölliisyyden käsitteellä mitaten tai muodostivat liikevaihto yli 10 340 euroa. Tilastovuonna 2012 liikevaihtorajana oli 10 595 euroa. YTR:n vuoden 2012 tilastot julkaistiin marraskuun 2013 lopussa, mutta käsityötoimialoja koskevia tilastoja mikroyrityksistä ei ollut saatavilla Tilastokeskuksen verkkosivuilta, vaan tiedot olisi pitänyt tuottaa maksullisena toimeksiantona.

Käsityöyritysten määrän pieneneminen on koko 2000-luvun kestänyt suuntaus, mikä on liittynyt meillä kaiken kokoisten teollisuusyritysten määrää vähenemiseen. KTM:n selvityksen mukaan käsityöyrityksiä oli lähes 9 400 vuonna 2003. Taustalla ovat vaikuttaneet elinkeinorakenteen muutos, tuotannon siirtyminen halvan kustannustason maihin, kilpailun kiristyminen ulkomaisen tuonnin kasvun myötä ja käynnissä oleva talouden laskusuhdanne. Automatisointi, digitaalinen vallankumous ja muu teknologian kehitys voivat vähentää yritysten määrää myös jatkossa.⁶²

Osasyynä toteutuneeseen kehitykseen voivat olla kuluttajien käyttäytymisessä tapahtuneet muutokset tai eräänlainen kyllästyminen markkinoilla olevien tavaroiden tarjonnan paljouteen. Myös Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry:n vuoden 2013 käsityö- ja muotoilualan yrittäjäselvityksestä ilmenee, että kuluttajien kiinnostus käsityö-, taidekäsityö- ja muotoilutuotteita kohtaan on hieman vähentynyt. Tosin Taito ry:n selvityksen mukaan osa käsityöyrittäjistä uskoo mahdollisuuksiinsa säilyttää yritystoiminta vähintään nykyisessä laajuudessa tai jopa kasvattaa sitä.⁶³

8.3 Yritysten henkilöstö ja kokoluokka

Käsityöyritykset työllistivät Tilastokeskuksen YTR:n mukaan vajaat 11 100 henkilöä vuonna 2011 kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna. Vuodesta 2008 eli varsinkin lyhyessä ajassa työllisyys heikentyi lähes 1 100 henkilöllä (8,9 %). Työllisyys supistui suhteellisesti eniten keraamisten tuotteiden valmistuksessa sekä puusepän ja muiden puutuotteiden valmistuksessa. Muutamilla toimialoilla työllisyys kuitenkin lisääntyi. Niitä olivat tekstiilien valmistus, pelien, leikkikalujen ym. tuotteiden valmistus ja henkilökohtaisten kotitalousesineiden korjaus.

Käsityöyritysten toiminnalla on välittömien työllisyysvaikutusten ohella myös välillisiä työllisyysvaikutuksia muilla toimialoilla, kuten aineita ja tarvikkeita valmistavissa yrityksissä ja alihankintayrityksissä, kaupassa ja muilla yksityisillä

62 Kolmiulotteinen tulostus eli 3D-tekniikka mullistaa ainakin perinteisen tehdasteollisuuden asemaa, kun monia kulutustarvikkeita voidaan valmistaa niiden loppukäyttäjien toimesta. Tosin uusi teknologia voi antaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia myös pienyrityksille.

63 Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry: Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2013 www.taito.fi.

| | Yrityksiä 2011, lkm | Määrän muutos 2007–11, lkm | Määrän muutos 2007–11, % |
|--|---------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus | 1078 | -213 | -16,5 |
| Metallin takominen ja metallituotteiden valmistus | 953 | -134 | -12,3 |
| Vaatteiden valmistus | 945 | -67 | -6,6 |
| Huonekalujen valmistus | 853 | -114 | -11,8 |
| Painaminen ja kirjansidonta | 661 | -68 | -9,3 |
| Tekstiilien valmistus | 653 | -61 | -8,5 |
| Kellojen, kultasepäntuotteiden, ym. tuotteiden korjaus | 645 | 37 | 6,1 |
| Kultasepäntuotteiden valmistus | 310 | -9 | -2,8 |
| Laivojen ja veneiden valmistus ja korjaus | 297 | -6 | -2,0 |
| Pelien, leikkikalujen ym. tuotteiden valmistus | 251 | 16 | 6,8 |
| Jalkineiden ja nahkatavaroiden korjaus | 219 | 0 | 0,0 |
| Kivituotteiden valmistus | 216 | -15 | -6,5 |
| Nahan ja nahkatuotteiden valmistus | 189 | -35 | -15,6 |
| Urheiluvälineiden valmistus | 125 | -20 | -13,8 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 115 | -10 | -8,0 |
| Lasin ja lasituotteiden valmistus | 81 | -17 | -17,3 |
| Soitinten valmistus | 72 | 0 | 0,0 |
| Käsityöyritykset yhteensä | 7663 | -716 | -8,5 |

Taulukko 14 Käsityöyritykset toimialoittain 2011 ja niiden määrän suhteellinen muutos vuodesta 2008
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

| | Henkilöstö 2011, lkm | Määrän muutos 2007–11, lkm | Määrän muutos 2007–11, % |
|--|----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Huonekalujen valmistus | 1767 | -137 | -7,2 |
| Puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus | 1749 | -377 | -17,7 |
| Metallin takominen ja metallituotteiden valmistus | 1669 | -230 | -12,1 |
| Painaminen ja kirjansidonta | 1372 | -218 | -13,7 |
| Vaatteiden valmistus | 737 | -55 | -6,9 |
| Tekstiilien valmistus | 723 | 30 | 4,3 |
| Kellojen, kultasepäntuotteiden, ym. tuotteiden korjaus | 542 | 46 | 9,3 |
| Laivojen ja veneiden valmistus ja korjaus | 493 | -62 | -11,2 |
| Kivituotteiden valmistus | 379 | -30 | -7,3 |
| Kultasepäntuotteiden valmistus | 299 | -29 | -8,8 |
| Pelien, leikkikalujen ym. tuotteiden valmistus | 295 | 30 | 11,3 |
| Jalkineiden ja nahkatavaroiden korjaus | 291 | 23 | 8,6 |
| Nahan ja nahkatuotteiden valmistus | 269 | -33 | -10,9 |
| Lasin ja lasituotteiden valmistus | 160 | -3 | -1,8 |
| Urheiluvälineiden valmistus | 142 | -28 | -16,5 |
| Soitinten valmistus | 91 | 6 | 7,1 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 75 | -18 | -19,4 |
| Käsityöyritykset yhteensä | 11053 | -1085 | -8,9 |

Taulukko 15 Käsityöyritysten henkilöstö toimialoittain 2011 ja työllisyyden suhteellinen muutos vuodesta 2008
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

palvelualoilla, kuten taloushallinnon palveluja yrityksille tuottavissa tiloimistoissa. Tilastokeskuksen panos-tuotostutkimusten perusteella arvioituna käsityötoimialojen laskennallinen välitön ja välillinen työllisyysvaikutus oli kansantaloudessa vuonna 2011 karkeasti arvioiden yhteensä noin 17 400 henkilöä.^{64 65}

Yritysten kokoluokka

Kun tarkastellaan käsityöyritysten kokoa henkilöstön pohjalta, havaitaan, että keskimäärin yli 70 prosenttia yrityksistä on yksinyrittäjien tai ammatinharjoittajien omistamia. Yksinyrittäjien yritykseksi on määritelty yritys, jossa henkilöstön määrä on alle kaksi henkilöä vuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna. Tätä suuremmista mikroyrityksistä (2–9 henkilön yritykset) käytetään nimitystä pientyönantaja. Yksinyrittäjien määrä on kaikkein suurin keraamisten tuotteiden valmistuksessa, kellojen, kultasepäntuotteiden ym. korjauksessa sekä vaatteiden valmistuksessa.

Yksinyrittäjien suuresta määrästä huolimatta niiden osuus käsityöyritysten työllisyydestä oli vain runsas neljännes ja liikevaihdosta vajaa neljännes vuonna 2011. Suhteellisesti korkein eli yli 50 prosenttia yksinyrittäjien työllisyysosuus oli keraamisten tuotteiden valmistuksessa ja kellojen, kultasepäntuotteiden ym. korjauksessa. Yli 40 prosenttiin työllisyysosuus nousi myös kultasepäntuotteiden, soitinten ja vaatteiden valmistuksessa sekä jalkineiden ja nahkatavaroiden valmistuksessa. Itse asiassa monet yksinyrittäjät toimivat alalla sivutoimisesti tai osa-aikaisesti.

Tilastokeskuksen YTR:n vuositilastoihin sisältyvistä käsityöyrityksistä keskimäärin noin

47 prosenttia (noin 3 630 yritystä) oli itse asiassa sivutoimisten ja osa-aikaisten tai kausiluonteisten yrittäjien omistamia vuonna 2011. Käsityöyritysten työllisyydestä sivutoimisten yritysten osuus oli yhdeksän prosenttia. Jos sivutoimisten yritysten joukkoon arvioidaan YTR:n vuositilastojen ulkopuolelle jääneet yritykset, kasvaa niiden määrä edelleen.⁶⁶ Sivutoimisuus on määritelty YTR:n vuositilastojen samalla tavoin kuin muotoilualan yritysten osalta (ks. luku 4.3).⁶⁷

Käsityöyritysten pieni keskimääräinen koko on saanut vahvistusta Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry:n 2010-luvun kyselytutkimuksista. Esimerkiksi vuoden 2013 kyselytutkimukseen osallistuneista yrityksistä 97 prosenttia kuului alle kymmenen henkilön mikroyrityksiin, joista ainoastaan yhden henkilön työllistäviä (yksinyrittäjiä) oli 82 prosenttiyksikköä. Kyselyjen tuloksista voidaan päätellä myös, että yksinyrittäjistä yli 40 prosenttia oli ei-päätoimisia tai osa-aikaisia yrittäjiä, jotka saavat pääasiallisen ansionsa muista lähteistä etupäässä palkansaajina.⁶⁸

Pienestä yrityskoosta kielii myös pieni keskimääräinen liikevaihto ja käsityöyritysten pääasiallinen yritysmuoto. Taito ry:n vuoden 2013 kyselyihin vastanneista yrityksistä yksityisten toimimien osuus nousi 70 prosenttiin. Yksinyrittäjävaltaisuus ja yksityinen toiminimi yritysmuotona on maassamme tyypillistä naisvaltaisille toimialoille. Taito ry:n kyselytutkimuksista ilmenee, että naisyritysten osuus käsityöyrityksistä on keskimäärin 80 prosenttia. Myös sivutoimisten ja osa-aikaisten yrittäjien joukossa on keskimääräistä enemmän naisia kuin miehiä.

64 Laskelmat perustuvat siihen, että käsityötoimialojen vuoden 2011 liikevaihto kerrotaan toimialoittain Tilastokeskuksen panos-tuotostutkimuksen työllisyyskertoimilla, jotka kuvaavat työllisyysvaikutuksia toimialoittain yhtä miljoonan euron tuotosta kohden. Tuotoksella tarkoitetaan määrättyinä aikana, kuten esim. kalenterivuoden aikana, tuotettujen tavaroiden ja palvelujen arvoa. Kansantalouden tilinpidossa tuotoksen laskenta perustuu jalostusaloilla pitkälti yritystoimipaikkojen liikevaihtotietoon (ml. valmisteväestön muutos, liiketoiminnan muut tuotot ja valmistus omaan loppukäyttöön).

65 Vuodesta 2003 työllisyysvaikutukset ovat vähentyneet noin 4 000 henkilöllä. Työllisyysarvio perustuu vain alle 10 työntekijän käsityöyritysten välittömiin ja välillisiin työllisyysvaikutuksiin, mutta myös suurissa yrityksissä on kädentaitoihin nojaavaa tuotantoa, mikä lisää kansantaloudessa käsityön työllisyysvaikutuksia.

66 YTR:n vuositilastojen ulkopuolelle jäi noin 1 250 sivutoimista ja osa-aikaista tai kausiluonteista yritystä vuonna 2011. Jos nämä lasketaan mukaan, nousee käsityöalojen sivutoimisten yritysten määrä 4 880 yritykseen. Samalla käsityöalojen yritysten kokonaismäärä kohoaa 8 920 yritykseen, joista sivutoimisia oli yhteensä peräti 55 prosenttia.

67 Kohdejoukko koostuu konserneihin kuulumattomista yksityisistä kotimaisista käsityöalojen yrityksistä, joiden toiminta-aika ylitti vuonna 2011 puoli vuotta ja joiden henkilöstö oli 0,1–0,5 henkeä kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitaten. Tilastovuonna 2011 toimintansa aloittaneet ja lopettaneet yritykset on rajattu tarkastelun ulkopuolelle. YTR:n vuositilastoihin sisältyvät ja sen ulkopuolelle jääneet sivutoimiset yritykset poikkeavat toisistaan siten, että jälkimmäisten liikevaihto jäi alle 10 340 euroon vuonna 2011.

68 Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry: Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2013, Helsinki 2013 www.taito.fi.

| | Yrityksiä, lkm | Osuus, % | Henkilöstö, % | Osuus, % |
|---|----------------|--------------|---------------|--------------|
| Yksinyrittäjät | 5496 | 61,6 | 2913 | 26,0 |
| kokopäiväiset yrittäjät | 1868 | 20,9 | 1920 | 17,1 |
| sivutoimiset (osa-aikaiset) yrittäjät | 3628 | 40,7 | 993 | 8,9 |
| Pientyönantajat | 2167 | 24,3 | 8140 | 72,6 |
| Yhteensä (YTR:n vuositilastot) | 7663 | 85,9 | 11053 | 98,4 |
| Sivutoimiset yrittäjät (ei vuositilastossa) | 1255 | 14,1 | 155 | 1,4 |
| Kaikki yhteensä | 8918 | 100,0 | 11208 | 100,0 |

Taulukko 16 Käsityöyritykset ja niiden henkilöstö kokoluokittain 2011 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri).

| | Liikevaihto 2011, milj. euroa | Osuus liike- vaihdosta 2011, % | Määrän muutos 2007–11, % |
|--|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus | 206,0 | 17,5 | -26,8 |
| Metallin takominen ja metallituotteiden valmistus | 203,7 | 17,3 | -24,9 |
| Huonekalujen valmistus | 198,4 | 16,9 | -12,6 |
| Painaminen ja kirjansidonta | 141,5 | 12,0 | -17,1 |
| Vaatteiden valmistus | 77,5 | 6,6 | -13,4 |
| Tekstiilien valmistus | 65,7 | 5,6 | -16,6 |
| Laivojen ja veneiden valmistus ja korjaus | 50,8 | 4,3 | -30,2 |
| Kivituotteiden valmistus | 44,7 | 3,8 | -16,5 |
| Kellojen, kultasepäntuotteiden, ym. tuotteiden korjaus | 36,5 | 3,1 | 6,1 |
| Pelien, leikkikalujen ym. tuotteiden valmistus | 32,9 | 2,8 | 15,8 |
| Nahan ja nahkatuotteiden valmistus | 29,7 | 2,5 | -9,5 |
| Kultasepäntuotteiden valmistus | 26,7 | 2,3 | -16,6 |
| Urheiluvälineiden valmistus | 17,5 | 1,5 | -32,9 |
| Jalkineiden ja nahkatavaroiden korjaus | 17,2 | 1,5 | 2,8 |
| Lasin ja lasituotteiden valmistus | 16,3 | 1,4 | -15,6 |
| Soitinten valmistus | 5,9 | 0,5 | 13,1 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | 5,3 | 0,5 | -24,1 |
| Käsityöyritykset yhteensä | 1176,5 | 100,0 | -18,7 |

Taulukko 17 Käsityöyritysten liikevaihto toimialoittain 2011 ja liikevaihdon määrän muutos vuodesta 2008 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

| | Aloittaneet yritykset, lkm | Lopettaneet yritykset, lkm | Yritysten nettolisäys, lkm | Yrityskannan vaihtuvuus, % |
|------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 2007 | 857 | 758 | 99 | 13,7 |
| 2008 | 868 | 913 | -45 | 15,0 |
| 2009 | 722 | 854 | -132 | 13,5 |
| 2010 | 759 | 669 | 90 | 12,3 |
| 2011 | 722 | 724 | -2 | 12,4 |
| 2012 | 717 | 798 | -81 | 13,0 |

Taulukko 18 Käsityöyritysten toimintansa aloittaneet ja lopettaneet yritykset ja yrityskannan vaihtuvuus 2007–12 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).

8.4 Liikevaihdon kehitys

Tilastokeskuksen YTR:n mukaan käsityöyritysten liikevaihto oli 1,176 miljardia euroa vuonna 2011. Summa muodosti 1,8 prosenttia kaikkien alle kymmenen henkilön mikroyritysten ja 0,3 prosenttia koko yrityskentän liikevaihdosta. Liikevaihdoltaan suurimpia toimialoja ovat puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus, metallin takominen ja metallituotteiden valmistus sekä huonekalujen valmistus. Seuraavaksi tulevat painaminen ja kirjansidonta sekä vaatteiden ja tekstiilien valmistus, joten järjestys on suurin piirtein samanlainen kuin työllisyyden osalta.

Liikevaihto supistui nimellisesti 11,4 prosenttia vuosina 2008–11, mutta määrällisesti liikevaihto oli vuonna 2011 lähes viidenneksen pienempi kuin vuonna 2008. Lisäksi nimellinen liikevaihto oli jopa alhaisempi kuin vuonna 2003. Toimialakohtainen kehitys on ollut kuitenkin erilaista. Liikevaihdon määrä on vähentynyt eniten urheiluvälineiden valmistuksessa sekä laivojen ja veneiden valmistuksessa ja korjauksessa. Sen sijaan henkilökohtaisten kotitalousesineiden korjauksessa sekä soitinten, pelien, leikkikalujen ym. valmistuksessa liikevaihto on lisääntynyt.

8.5 Yrityskannan vaihtuvuus

Käsityöalan toimintansa aloittaneiden yritysten määrä oli vuosina 2007–09 keskimäärin noin 810–820 yritystä, mutta vuosina 2010–12 määrä on alentunut keskimäärin noin 730 uuteen yritykseen vuodessa. Samanaikaisesti toimintansa lopettaneiden yritysten määrä on lisääntynyt, mikä on painanut yritysten määrän nettolisäyksen negatiiviseksi kuuden viime vuoden

tarkasteluajanjaksolla. Silti toimialakohtaiset erot ovat suuria. Määrällisesti eniten yritysten määrä on pienentynyt huonekalujen ja puusepän tuotteiden valmistuksessa sekä painamisessa ja kirjansidonnassa.

Yritysten määrän nettolisäys on ollut plusmerkkinen eräillä käsityöaloilla, kuten kellojen, kultasepäntuotteiden ym. tuotteiden korjauksessa, pelien, leikkikalujen ym. tuotteiden valmistuksessa, kultasepäntuotteiden valmistuksessa ja vaatteiden valmistuksessa. Tosin aloittaneiden ja lopettaneiden yritysten tilastoon perustuvaa yritysten määrä lisäystä ei voida verrata Tilastokeskuksen YTR:n vuositilastoissa tapahtuneisiin yritysten määrän muutoksiin, sillä osassa uusia yrityksiä toiminta on niin vähäistä, että yritys ei täytä vuositilastoihin pääsyn minimikriteereitä.

Yritystoiminnan dynaamisuutta ja uudistuskäkyä kuvaava yrityskannan vaihtuvuus on vähentynyt monilla käsityöaloilla ja vaihtuvuus on käsityöaloilla pienempi kuin koko yrityskentässä. Vaihtuvuus on kaikkein pienintä niillä toimialoilla, joissa yritysten määrä nettolisäys on negatiivinen, kuten huonekalujen valmistuksessa, puusepän tuotteiden ja muiden puutuotteiden valmistuksessa, metallin takomisessa ja metallituotteiden valmistuksessa. Toisin sanoen jo entisestään pienentyneestä vaihtuvuudesta suurin osa selittyy lopettaneiden yritysten enemmyydellä. 📍

| | Yritysten nettolisäys 2010–12, lkm | Aloittaneet yritykset 2010–12/ yritys- kanta 2012, % | Lopettaneet yritykset 2010–12/ yritys- kanta 2012, % | Vaihtuvuus 2010–12, % |
|--|--|---|---|--------------------------|
| Kellojen, kultasepäntuotteiden, ym. tuotteiden korjaus | 211 | 33,4 | 19,4 | 52,8 |
| Pelien, leikkikalujen ym. tuotteiden valmistus | 110 | 31,2 | 20,1 | 51,3 |
| Vaatteiden valmistus | 51 | 27,3 | 24,0 | 51,3 |
| Laivojen ja veneiden valmistus ja korjaus | 23 | 21,6 | 26,1 | 47,7 |
| Tekstiilien valmistus | -30 | 20,6 | 23,0 | 43,6 |
| Soitinten valmistus | 25 | 27,8 | 15,1 | 42,9 |
| Kultasepäntuotteiden valmistus | 56 | 23,6 | 18,8 | 42,3 |
| Urheiluvälineiden valmistus | 11 | 22,1 | 15,7 | 37,7 |
| Jalkineiden ja nahkatavaroiden korjaus | 4 | 19,4 | 17,3 | 36,7 |
| Painaminen ja kirjansidonta | -120 | 11,0 | 19,2 | 30,2 |
| Kivituotteiden valmistus | -9 | 12,9 | 17,3 | 30,1 |
| Keraamisten tuotteiden valmistus | -20 | 13,8 | 15,4 | 29,2 |
| Huonekalujen valmistus | -132 | 11,9 | 17,2 | 29,1 |
| Nahan ja nahkatuotteiden valmistus | -43 | 12,3 | 17,5 | 29,7 |
| Puusepän ja muiden puutuotteiden valmistus | -145 | 11,7 | 15,8 | 27,5 |
| Lasin ja lasituotteiden valmistus | -19 | 10,0 | 17,1 | 27,1 |
| Metallin takominen ja metallituotteiden valmistus | -44 | 12,7 | 13,3 | 26,0 |
| Käsityöyritykset yhteensä | -71 | 18,9 | 18,9 | 37,8 |

Taulukko 19 Käsityöyritysten yrityskannan vaihtuvuus toimialoittain 2010–12
(Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri, Tilastokeskus).





Luku IX



Alan yritys- toiminnan kehittäminen

9 Alan yritystoiminnan kehittämisen

Muotoilualan yritykset korostavat markkinoinnin ja myynnin edistämistä. Tosin markkinointiponnisteluilla tai teknologiaan perustavalla tuote- ja palvelukehitystyöllä ei ole menestystä, elleivät tuotteet ja palvelut vastaa asiakkaiden todellisia tarpeita. Tähän ongelmaan viittaa Suomessa se, että tk-panostukset ovat kasvaneet koko 2000-luvun ajan, mutta yritysten tuotannon määrä on alentunut.

Yrityskyselyjen mukaan julkiset hankinnat ovat tärkeitä tai melko tärkeitä lähes joka kolmannelle muotoilualan yritykselle. Hankinnoissa toimittajan tärkeimpiä valintatekijöitä ovat aiemmat referenssit, yrityksen tunnettuus, saavutettavuus ja henkilökohtaiset kontaktit, mikä osittain viittaa suorien hankintojen suureen merkitykseen muotoilualalla ja vakiintuneiden toimittajien vahvaan asemaan.

Uusien toimintatapojen kehittämisestä ei ole saatu paljon laadullisia pisteitä, vaan hankinnoissa on painotettu olemassa olevaa osaamista. Uudet innovaatiot voisivat olla varsinkin nuorten yritysten vahvuuksia. Julkisissa hankinnoissa menestyminen edesauttaisi nuorten yritysten kehittymistä, jolloin ne saisivat uusia liiketoiminnan kasvumahdollisuuksia myös yksityisillä markkinoilla.

9.1 Yritysten omat kehittämistarpeet

Ornamon kyselyjen mukaan muotoilualalla korostetaan **markkinoinnin ja myynnin edistämistä**, mikä on tuttua monilla muillakin toimialoilla. Usein on toistettu väitettä, että suomalaiset tuotteet ovat kyllä mainioita ja teknologisesti edistyneitä, mutta liiketoimintaosaamisesta puuttuu myynnin ja markkinoinnin osaaminen. Asiaan sisältyy vain puolitotuus. Vaikka tuotteet ja palvelut olisivat niiden kehittäjien mielestä hyviä, ne eivät tuota liikevaihtoa ja katetta, ellei asiakkaiden tarpeita ole selvitetty hyvin eikä toiminta ole riittävän asiakaslähtöistä.

Myönteistä kuitenkin on, että muotoilualan yritykset pitävät tärkeänä **tuote- ja palvelukehitystä** sekä **asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä**. Tuote- ja palvelukehitystyön on oltava läheisessä yhteydessä loppuasiakkaan tarpeiden parempaan huomioonottamiseen. Asiakkaat voisi ottaa mukaan tuotteiden kehittämiseen aiempaa paremmin, sillä vuorovaikutuksen kautta asiakkaiden tarpeet välittyvät parhaiten muotoilun suunnittelijoille. Asiakaslähtöisyyteen kuuluu, että tuotteen valmistajilla olisi valmiuksia räätälöidä tarjontaansa myös asiakaskohtaisesti.⁶⁹

Vienti ja kansainvälistyminen sekä alihankinta ja verkottuminen olivat muotoilualan yrityksissä kohtalaisen tärkeitä kehittämiskohteita. Vientiä ja kansainvälistymistä on käsitelty aiemmin luvussa 6.4. Verkottuminen tarkoittaa puolestaan ulkopuolisten muotoilualan asiantuntijayritysten, fyysisten tuotteiden valmistajien, kaupan välipor-taiden sekä muiden toimittajien välistä yhteistyötä. Alihankinnan kasvu on sen sijaan seurausta erikoistumisesta muun muassa suunnitteluun, myyntiin ja valmistukseen tai toimintojen ulkoistamisesta kokonaistoimituksissa.

Alihankinnan lisääntyminen merkitsee uusia haasteita tuotantoketjun toimivuuteen sekä laadunhallintaa ja -valvontaan, missä suomalaisilla yrityksillä olisi parantamisen varaa verrattuna esimerkiksi ruotsalaisiin tai saksalaisiin tuotevalmistajiin tai -valmistuttajiin. Keskimäärin laatu ja laadunvalvonta eivät sijoittuneet kuitenkaan

kovin korkealle muotoilualan yritysten kehittämiskohteissa. Yhtenä syynä on muotoilualan monitoimialaisuus, sillä laadunvalvonnalla on aivan toisenlainen merkitys tuotteiden valmistusta harjoittavissa yrityksissä kuin palvelualojen yrityksissä.

Henkilöstön kehittäminen ja koulutus, johtaminen, rahoitus ja taloushallinto sekä tietotekniikka nousivat vain harvoin kolmen tärkeimmän kehittämisen osa-alueen joukkoon. **Tietotekniikan kehittämiseen** on kiinnitetty yllättävän vähän huomiota muotoilualan yrityksissä, vaikka tieto- ja tiedonsiirtotekniikan (ICT) kehityksellä on ollut suuri vaikutus toimialakehitykseen. Tietokoneavusteisen suunnittelun merkitys yritysten liiketoiminnasta on kasvanut voimakkaasti jo 1980-luvulta lukien, mikä on korostanut henkilöstön tietoteknisten perusvalmiuksien merkitystä.

Ylipäätään henkilöstön kehittämisen ja koulutuksen merkitystä ei ole nostettu kovin tärkeäksi ilmeisesti siksi, että muotoilualan yritysten keski-ko on hyvin pieni. Varsinaisia työnantajayrityksiä on melko vähän ja useissa KIBS-yrityksissä ja muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistusta harjoittavissa yrityksissä ainoat työntekijät koostuvat omistajayrittäjistä puhumattakaan taideteosten luonnin toimialalla olevista taidekäsityöläisistä. Samasta syystä myöskään henkilöstön (kannustavien) **palkkausjärjestelmien** kehittäminen ei saanut osakseen lainkaan huomiota.

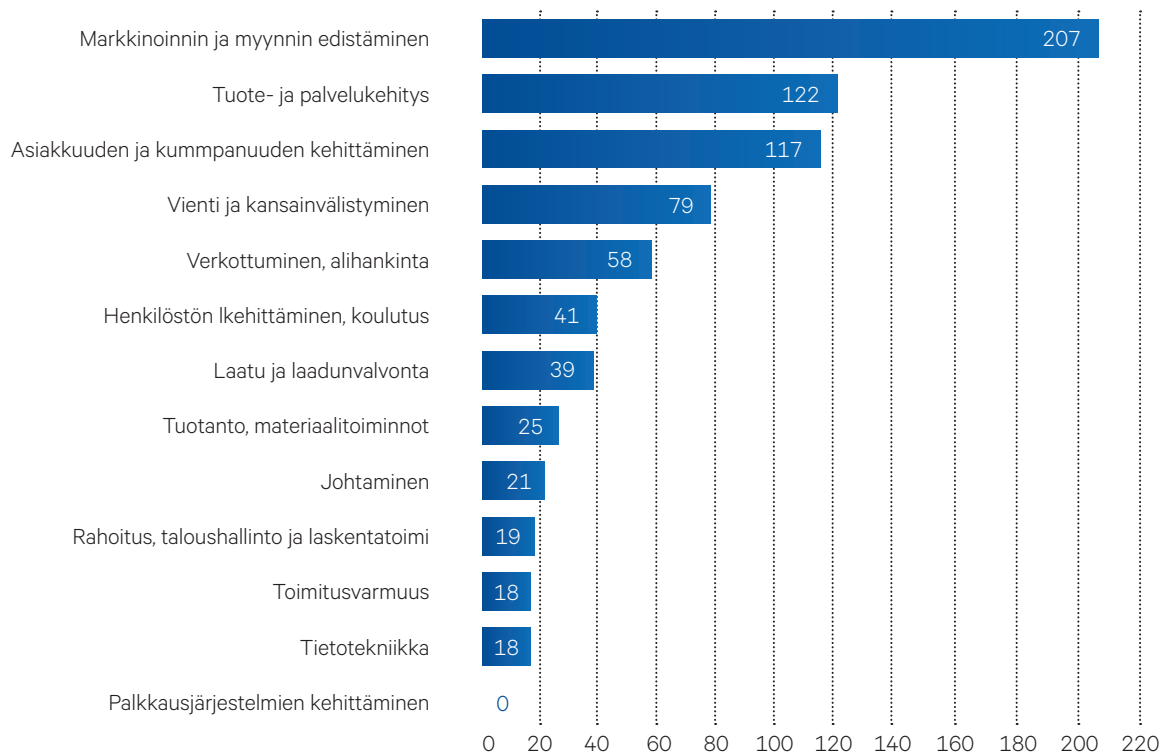
Johtamisen kehittämistä ei ole koettu tärkeäksi muotoilualan yrityksissä, vaikka yleisesti ottaen johtamisen merkitys on kasvanut elinkeinoelämässä. Suhdannevaihtelut ja varsinkin käynnissä oleva talouden murroskausi asettavat johtamiselle haasteita työnantajayrityksissä. Johtamisessa henkilökohtaisten taitojen ydintä ovat yrityksen tavoitteiden, toimintaympäristön, voimavarojen ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien kokonaisvaltainen ymmärtäminen ja hyödyntäminen, minkä lisäksi ihmisten ja asioiden johtamisen on oltava keskenään tasapainossa.

Johtamisen merkitys korostuu erityisesti kasvuhakuisissa yrityksissä, mutta ongelmaksi voi muodostua riittävän asiantuntemuksen puute. Sen tähden kasvuyrityksen kehittäminen voi vaatia usein ulkopuolista osaamista.⁷⁰ Selvitysten mukaan suomalaiset pk-yritykset henkilöityvät hyvin usein omistajayrittäjiin ja niissä on melko harvoin ulkopuolisia palkkajohtajia tai hallituksen

69 Muotoilualan kehittämisen haasteita lisää jatkossa se, että valtio vähentää tuntuvasti julkista tutkimus- ja kehitysrahoitusta (tk-rahoitus) vuonna 2014. Vähennykset koskevat lähinnä Innovaatiokeskus Tekesin jakamaan tk-rahoitusta. Samalla rahoituksen painopistealue siirtyy työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalta enemmän opetus- ja kulttuuriministeriön hallinnonalalle, jossa tk-rahoituksen määrä lisääntyy hieman.

70 EK & Nordea: Selvitys omistaja- ja kasvuyrittäjyyden olemuksesta Suomessa, 2013.

Kuvio 22 Muotoilualan yritysten tärkeimmät kehittämisen osa-alueet 2013, vastauspisteet
(Lähde: Ornamon yrityskselyt 2013).⁷¹



jäseniä. Ylipäättään ulkopuolisia palkkajohtajien ja hallituksen jäseniä on vain voimakasta kasvua hakevissa suomalaisissa yrityksissä ja yli 20 henkilöä työllistävissä yrityksissä.

Rahoitus ja taloushallinto kuuluivat Ornamon kyselyssä vain harvoin keskeisiin kehittämisskohteisiin. Silti hyvällä talouden raportoinnilla voi olla suuri tai ratkaiseva merkitys yrityksen ulkopuolisen rahoituksen hankinnassa, koska ennen kaikkea sijoittajat haluavat saada tietoja yrityksen talouden ohjauksen luottavuudesta. Tämä on risirahoituksen saannin edellytys. Tästä syystä yrityksen tulisi järjestää taloushallinnon raportointi siten, että liiketoiminnan ansaintamalli pystytään näkemään numeroiden valossa riittävän läpinäkyvästi nyt ja tulevaisuudessa.

Muotoilun asiakasyritysten arviot palveluntoimittajista

Muotoilupalvelujen ostajien näkemykset palveluntoimittajien toiminnasta ovat kuitenkin varsin myönteisiä, jos asiaa katsotaan saldolukuina. Saldoluvut saadaan, kun samaa mieltä olevien prosentiosuudesta vähennetään eri mieltä olevien prosentiosuus. Parhaimmat pistemäärät annettiin palveluntuottajien luotettavuudesta, toiminnan laadukkuudesta ja osaamisesta. Tosin vajaa

viides asiakasyrityksistä sitä mieltä, että palveluntuottajien asiakaslähtöisyydessä ja joustavuudessa voisi olla parantamisen varaa. 46 prosenttia piti ostopalveluja myös hintavina.

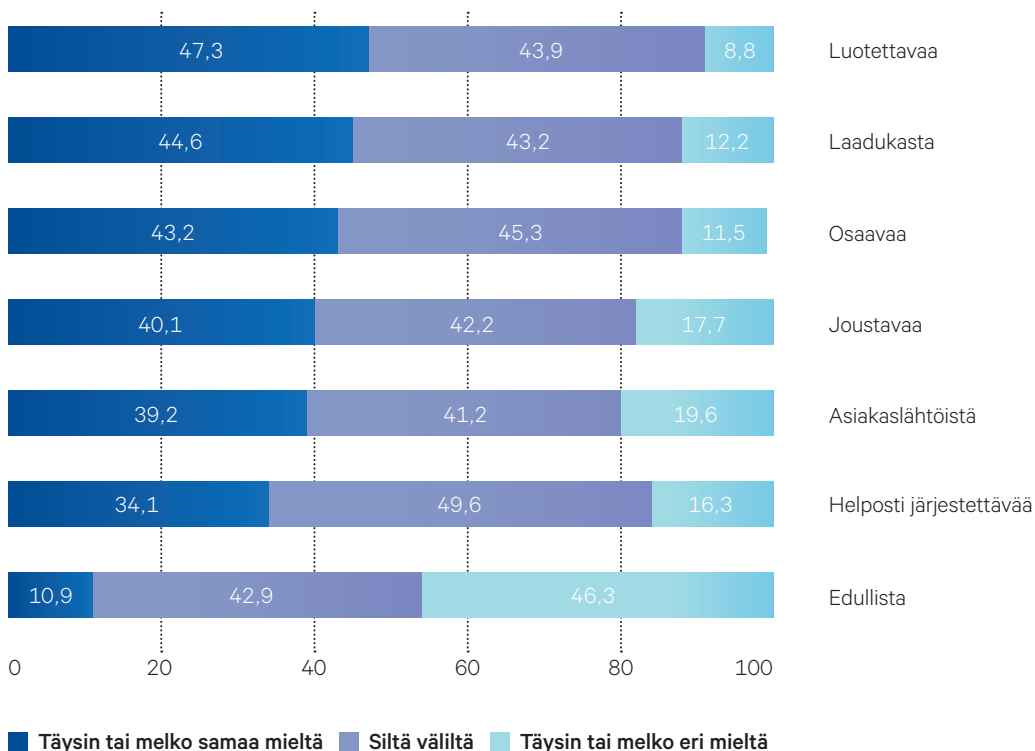
9.2 Ammattitaitoisen työvoiman saanti ja koulutus

Markkinataloudessa työvoiman kysyntä on niin sanottua johdettua kysyntää, mikä riippuu yleisen talusteorian mukaan tuotettujen hyödykkeiden menekistä ja työvoiman merkityksestä hyödykkeiden (tuotteet ja palvelut) tuotannossa, eli rajatuottavuudesta.⁷² Rajatuottavuuskäyrä muodostaa työvoiman kysyntäkäyrän. Jos palkkataso (työn hinta) on annettu, yrityksen kannattaa palkata työvoimaa niin paljon, että sen rahassa mitattu

⁷¹ Vastaukset on pisteytetty yritysakohtaisesti ja summattu yhteen siten, että tärkein kehittämiskohte on saanut kolme pistettä, toiseksi tärkein kaksi pistettä ja kolmanneksi tärkein yhden pisteen.

⁷² Rajatuottavuus ilmoittaa, kuinka paljon yhden työpanosyksikön lisäys kasvattaa tuotosta, kun muiden tuotannon tekijöiden määrä on muuttumaton.

Kuvio 23 Muotoilun ostopalveluja käyttävien asiakasyritysten näkemykset ulkopuolisten palveluntuottajien toiminnasta, prosenttia yrityksistä (Lähde: EK:n pk-yrityskysely syysy 2013; Ornamon yritys kyselyt 2013).



rajatuottavuus on yhtä suuri kuin palkka. Mitä alhaisempi on palkkataso, sitä suurempaa on työvoiman kysytty määrä ja päinvastoin.⁷³

Mikäli työvoiman hinta nousee, yrityksen kannattaa siirtyä pääomavaltaisempaan tuotantotekniikkaan, automatisoida tuotantoa ja kysyä vähemmän työvoimaa, jos se on mahdollista. Yritykset voivat hakea joustavuutta muullakin tavoin, jos työn hintaan ei pystytä kotimaassa vaikuttamaan. Kysymykseen tulee työvoiman vuokraaminen, jolloin ei sitouduta oman vakituisen työvoiman aiheuttamiin kiinteisiin kustannuksiin, kuten rakennusalalla, teollisuudessa ja monilla palvelualoilla on toimittu. Lisäksi tuotantoa voidaan siirtää halvemman kustannustason maihin.

Työvoiman kysyntään vaikuttaa myös sen tarjonta, joka on riippuvainen yksityisten henkilöiden päätöksistä ja preferensseistä käytettävissä olevan ajan suhteen. Yksinkertaistaen kotitaloudet saavat työhön kulutetusta ajastaan korvauksena palkkaa, jolla ne lisäävät kulutusmahdollisuuksia ja nostavat elintasoaan. Sen vaihtoehtokustannus koostuu menetetyistä vapaa-ajasta, jota erilai-

set kotitaloudet arvostavat eri tavoin. Palkkatason noustessa määrättylle tasolle työvoiman tarjottu määrä ei teoriassa välttämättä enää lisäännny, vaan se saattaa jopa vähentyä.⁷⁴

Kansantalouksien työmarkkinoista ei ole helppo saada selkeää kokonaiskuvaa, sillä työmarkkinat jakaantuvat moniin osamarkkinoihin, joilla on oma työvoiman kysyntänsä ja tarjontansa. Henkilöt eivät myöskään vaihda työpaikkaa vain vapaana olevien työpaikkojen ja niiden palkkatason mukaan, vaan valintoihin vaikuttavat perhe-tilanteet, sosiaaliset verkostot, harrastukset, asu-
miskustannukset tai haluttomuus muuttaa tutulta kotipaikkakunnalta. Tämä seurauksena eri alueilla ja toimialoilla voi esiintyä samanaikaisesti työvoimapula ja työttömyyttä.

Lyhyellä aikavälillä myös suhdannevaihtelut vaikuttavat työvoiman kysyntään ja tarjontaan. Laskusuhdanteessa työttömyysasteen nousu vähentää työllisyyttä. Samalla työmarkkinoiden käytössä olevan työvoiman määrä vähenee, mikä loiventaa työttömyysasteen kasvua. Syynä on, että osa työikäisestä väestöstä siirtyy opiskelemaan

73 Ks. esimerkiksi Pekkarinen ja Sutela: Kansantalous, 2005.

74 Ks. muun muassa Pekkarinen ja Sutela: Kansantalous, 2005.

tai hoitamaan omia lapsiaan tai omaisiaan. Vastaavasti noususuhdanteessa työvoiman tarjonta lisääntyy ja tilastollinen työllisyysaste nousee. Työllisyysasteella tarkoitetaan työvoiman osuutta työikäisestä väestöstä.

Muotoilualan työvoima- ja koulutuskysymykset

Ornamon yrityskyselyjen mukaan ammattitaitoisen työvoiman saatavuus ja laatu on pääasiassa hyvää tai kohtalaista. Osasyynä voi olla kansantalouden laskusuhdanne, joka on lisännyt työttömyyttä ja työvoiman tarjontaa yritysten näkökulmasta. Alan työttömyyden kasvu on ollut seurausta paitsi matalasuhdanteesta kuin myös teollisuuden rakennemuutoksesta, jonka seurauksena teollisuudesta on kadonnut 60 000-70 000 työpaikkaa vuodesta 2008 lukien. Pääosa työpaikoista on hävinnyt maastamme lopullisesti ja korvaavaa toimintaa on tullut tilalle vähän.

Samanaikaisesti muotoilualan työttömyys on kaksinkertaistunut. Työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n mukaan muotoilualalla oli keväällä 2013 noin 1 300 työtöntä työnhakijaa. Pahinta tilanne oli graafisessa suunnittelussa, jossa työttöminä oli liki 30 prosenttia työvoimasta. Määrällisesti työttömiä on paljon myös teollisessa suunnittelussa sekä sisustus- ja kalustesuunnittelussa. Viimeksi mainitun toimialan työllisyyteen on vaikuttanut yksityisen kulutuksen hiipuminen. Yhteensä muotoilualan työttömiä oli TEM:n mukaan noin viidennes työvoimasta.⁷⁵

Esimerkiksi teollisuudessa tapahtuvaa rakennemuutosta ei kannata nähdä vain kielteisenä ilmiönä, jos tehottomien yritysten poistuminen markkinoilta antaa tilaa elinkelpoisten yritysten kasvulle lisäämällä työpaikkojen vaihtuvuutta. Periaatteessa **työpaikkojen vaihtuvuus** voi toimia modernia muotoilualaa eteenpäin vievänä voimana. Esimerkiksi Nokiasta ja sen alihankkijoista tai muista suurista teollisista yrityksistä irtaantuvat osaajat ovat vahvoja alansa asiantuntijoita, joilla voi olla kokemusta kansainvälisestä liiketoiminnasta. Ilmiö on yksi luovan tuhon ilmenemismuoto.

Julkisen sektorin **koulutustarjonta** ei ole sen sijaan vastannut kaikilta osin yritysten todellisia tarpeita. Yrityskyselyssä todettiin, että muun muassa vaatetusalalla uusien työntekijöiden ammattitaito on kaventunut ja materiaalitiedot ovat heikentyneet, mikä on johtunut koulutuksen väärästä painotuksesta. Asiaa ei ole käsitelty yrityskyselyssä yksityiskohtaisesti, mutta koulutus-

laitosten tulisi toimia tiiviimmässä yhteistyössä yritysten kanssa ja oppisopimuskoulutusta kannattaisi hyödyntää aiempaa enemmän ja laajentaa korkea-asteen opintoihin joillakin muotoilualoilla.

Joillakin muotoilualoilla on yrittäjien mukaan liikakoulutusta. Myös TEM:n asiantuntijoiden mukaan koulutuksen aloituspaikkoja on runsaasti työn kysyntään nähden. Koulutuspaikkoja ei ole haluttu vähentää, millä on haluttu varautua väestörakenteen muutoksiin ja siitä johtuvaan työvoiman tarjonnan niukkenemiseen ensi vuosikymmenellä. Asiassa tulisi ottaa kuitenkin huomioon teknologian kehityksestä johtuva tuotantotoiminnan automatisointi, digitaalinen vallankumous ja keinoälypohjaisen toiminnan lisääntyminen, mikä voi vähentää työvoiman lisätarvetta.

Työlainsäädäntöön ja asianomaisten toimialojen **työehtosopimuksiin** nähden esiintyi myös tyytymättömyyttä. Asia voi liittyä työmarkkinoiden joustamattomuuteen, työehtosopimusten yleisittovuuteen ja työvoimakustannuksiin, joka voivat haitata uusien työntekijöiden palkkaamista. Esimerkiksi Suomen Yrittäjien, Finnveran ja TEM:n pk-yritysbarometrien mukaan palkkatasoa ei ole nähty suureksi työllistämisen esteeksi, mutta sitä ovat ennen kaikkea työn sivukulut, jotka koostuvat sosiaaliturva- ja vakuutusmaksuista ja niin sanotuista sosiaalipalkoista.⁷⁶

Suomessa kannattaisi kiinnittää huomiota työttömyyden hoidossa välillisiin työvoimakustannuksiin ja lisätä työmarkkinoiden joustavuutta (vrt. Saksan malli) sen sijaan, että varoja tuhlataan työttömien työvoimapoliittiseen koulutukseen ja kurssitukseen tai työnantajia houkutellaan palkkaamaan työntekijöitä palkkatuella, mikä voi vääristää työmarkkinoita ja yritysten välistä tervettä kilpailutilannetta. Pitkittyvään työttömyyteen ja työelämästä syrjäytymiseen on silti puututtava erityistoimilla, mikä tarkoittaa ammatillisen kuntoutuksen kehittämistä.

9.3 Julkiset hankinnat⁷⁷

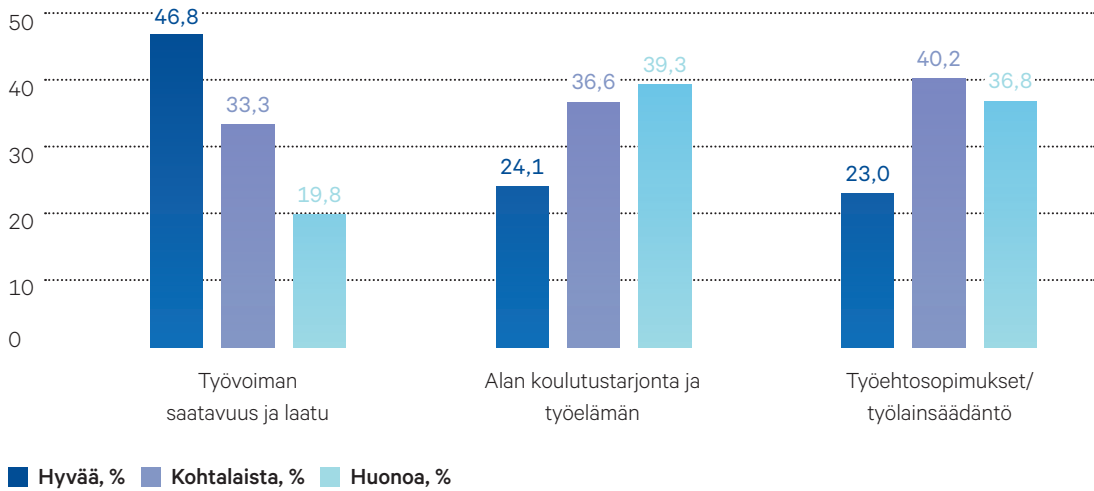
Ornamon jäsenyrityskyselyihin sisältyi ensimmäistä kertaa kartoitus julkisten hankintojen merkityksestä ja hankintamarkkinoiden toimivuudesta muotoilualalla. Kyselystä ilmeni, että

⁷⁵ Ornamo lehti 3/2013 (artikkeli: Muotoilualan työttömyyden tarvitaan ratkaisu (toim. Pekka Tiainen).

⁷⁶ Sosiaalipalkkoja ovat muun muassa vuosilomapalkat, lomarahat, työajan lyhennys (palkalliset vapaapäivät ja ns. pekkaspäivät) sekä sairausajan palkat. Sosiaalipalkat perustuvat työehtosopimuksiin ja vuosilomalakiin.

⁷⁷ Ks. myös liite 1: Julkisten hankintojen pelisäännöt.

Kuvio 24 Muotoilualan yritysten näkemykset työvoiman tarjonnasta, saatavuudesta, työolainsäädännöstä ja koulutusasioista, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon jäsenyrityskyselyt 2013).



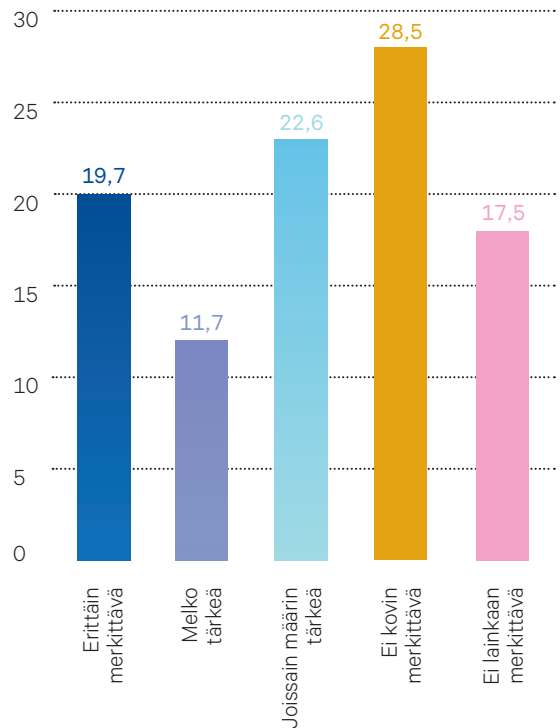
valtio-organisaatioiden ja kuntayhteisöjen (kunnat ja kuntayhtymät) hankinnat ovat tärkeitä tai melko tärkeitä vajaalle kolmasosalle ja jossain määrin tärkeitä 20–25 prosentille alan yrityksiä. Asiakkaina kuntayhteisöt saattavat olla vielä tärkeämpiä kuin valtio-organisaatiot. Vajaat 50 prosenttia kyselyyn vastanneista totesi, että julkisilla hankinnoilla ei ole merkitystä tai niiden merkitys on pieni (Kuvio 25).

Neljä kymmenestä muotoilualan yrityksestä ilmoitti, että julkiset hankinnat muodostivat vähintään 30 prosenttia liikevaihdosta vuonna 2012, kun tarkastellaan yrityksiä, joille julkiset hankinnat ovat vähintään jossain määrin tärkeitä. Samoista yrityksistä noin 39 prosenttia arveli, että julkisyhteisöjen tuote- ja palveluostot lisääntyvät ainakin jonkin verran seuraavan kolmen vuoden aikana. Kun hankintojen vähenemiseen uskoi vain 13 prosenttia, oli hankintojen kasvua kuvaava saldoluku 26. Siksi julkiset hankinnat ovat lupaava markkinasegmentti monelle alan yritykselle (Kuvio 26).

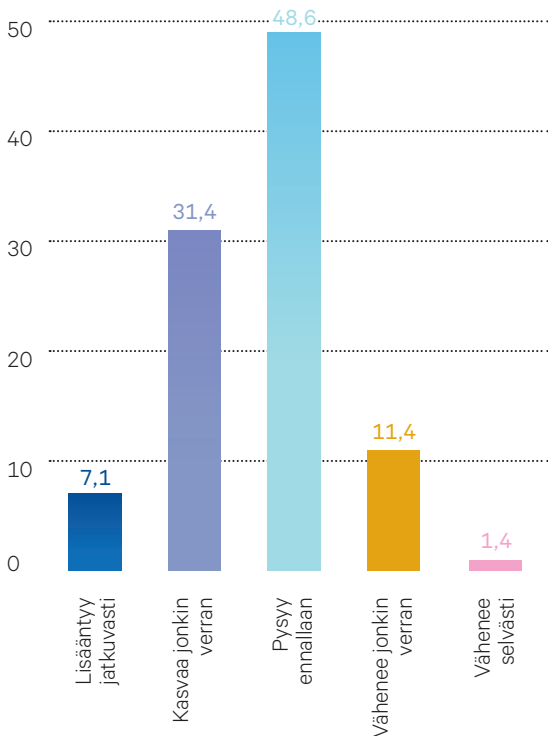
Toimittajan valintaperusteet

Muotoilualan yritysten kokemukset toimittajien tärkeimmistä valintatekijöistä julkisissa hankinnoissa poikkeaa monien muiden toimialojen yritysten kokemuksista siten, että julkiset

Kuvio 25 Julkisten hankintojen merkitys muotoilualan yritystoiminnassa, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon yrityskyselyt 2013).



Kuvio 26 Julkisten hankintojen kehitys muotoilualalla seuraavan kolmen vuoden aikana
(Lähde: Ornamon yritys­kyselyt 2013).



hankintayksiköt painottavat toimittajat aiempia referenssejä, yrityksen tunnettavuutta sekä henkilökohtaisia kontakteja. Aiempien referenssien merkityksen painoarvo on ymmärrettävää sikäli, jos on kysymys vaikkapa brändituotteista. Valintatekijöiden painotus henkilökohtaisiin kontakteihin viittaa suorien hankintojen merkittävään osuuteen tutuilta muotoilualan yrityksiltä.

Suorien hankintojen merkitystä nostaa todennäköisesti se, että suuri osa muotoilualan hankinnoista voi jäädä arvioltaan kansallisten kynnysarvojen alapuolelle, jolloin hankinnoista ei tarvitse ilmoittaa avoimesti eikä niissä tarvitse noudattaa varsinaista hankintalakia. Suorien hankintojen kielteisenä puolena on se, että uudet ja pienet muotoilualan yritykset eivät pääse näyttämään osaamistaan. Ylipäätään julkisista hankinnoista välittyy käsitys hankintojen keskittymisestä ja siitä, että niissä suositaan vanhoja ja tuttuja toimintansa vakiinnuttaneita toimittajia.

Muotoilualan liiketoiminta ei silti eroa ratkaisevasti muista toimialoista siinä, että vahvat kotimarkkinat ja menestyminen julkisissa hankinnoissa antaa pohjaa kasvaa yrityksenä. Jos uusia toimintatapoja ja teknologiaa soveltava pieni muotoilualan yritys voittaa julkisessa hankintakilpailussa, yritys voi saada uusia liiketoiminnan

kasvumahdollisuuksia jopa ulkomaisilla markkinoilla ja pystyy lisäämään investointejaan. Tämä pienentää edelleen yrityksen riskipääoman tarvetta, sillä riskipääoman puute on nähty yhdeksi yritystoiminnan kasvun esteeksi.

Huolestuttavaa muotoilualan julkisissa hankinnoissa on, että Ornamon kyselyjen mukaan **uusien toimintatapojen ja -menetelmien** kehittämistä ja soveltamisesta ei ole saatu paljon laadullisia pisteitä, vaan hankinnoissa on painotettu enemmän olemassa olevaa osaamista, palvelun hintaa ja hinnoitteluperusteita. Uudet innovaatiot voisivat olla varsinkin nuorten yritysten vahvuuksia, mutta niiden saaminen julkiseen toimintaan saattaisi yritystoiminnan edistäminen eivät ole kuuluneet hankintapolitiikan keskeisiin tavoitteisiin. Tämä on tuttua myös muilla toimialoilla.

Hankintamarkkinoiden toimivuus

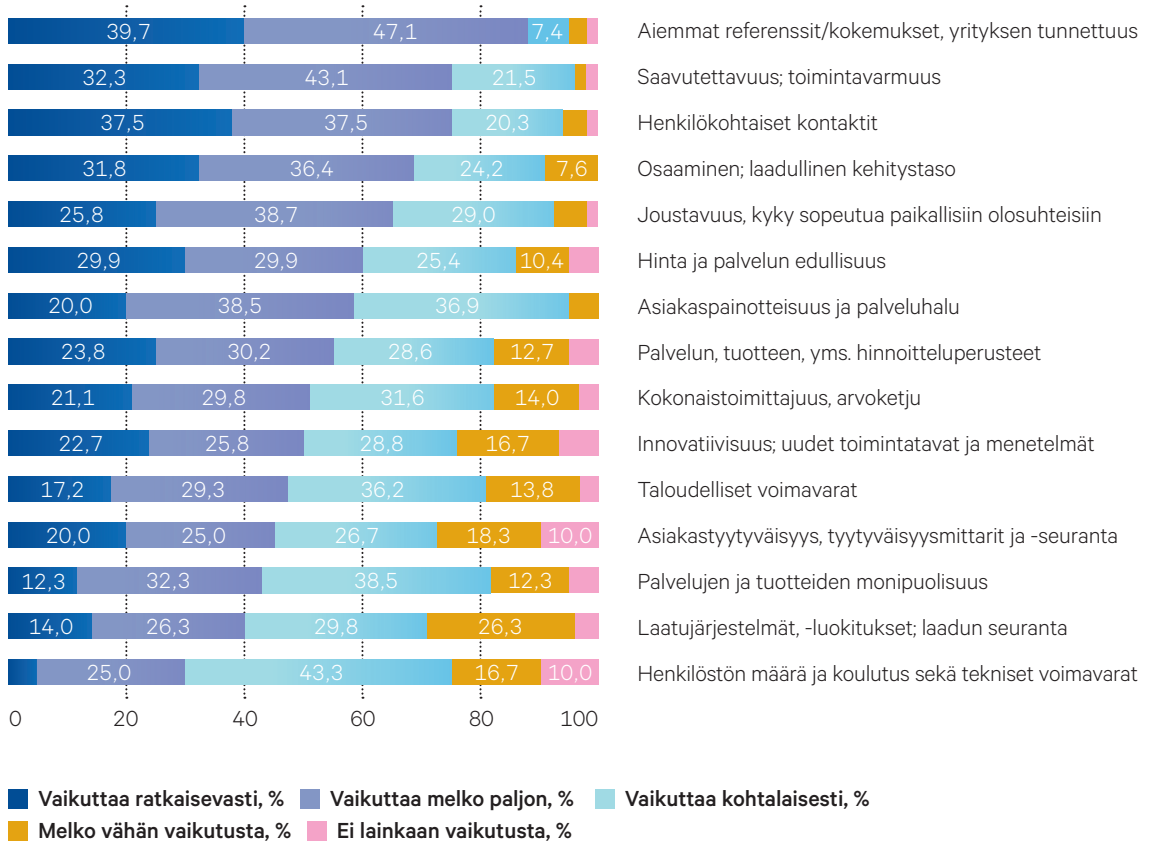
Julkisten hankintojen toimivuudesta on tehty 2010-luvulla muutamia selvityksiä esimerkiksi Helsingin seudun kauppakamarin, Finnsecurity ry:n, työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n, Terveyspalvelualan Liitto ry:n ja Sosiaalialan Työnantajat ry:n toimesta.⁷⁸ Kyselytutkimukset osoittavat, että yritysten arviot **julkisten hankintojen toimivuudesta** eivät ole erityisen mairittelevia. Muotoilualan yritysten saamat kokemukset asiasta ei poikkea juuri millään lailla tästä yleisestä linjasta, minkä mukaan hankintayksiköiden toiminnassa on paljon parantamisen varaa.

Ornamon kyselyissä muotoilualan yritykset antoivat kaikkein vähiten hyviä arvosanoja **ehdokkaiden ja tarjoajien yleisestä arvioinnista**. Asialla kiinteä yhteys **hinnan ja laadullisten kilpailutekijöiden** väliseen suhteeseen, sillä tarjouskilpailuissa ja toimittajan valinnassa painotetaan usein liiaksi hintaa laadun tai kokonaistaloudellisuuden kustannuksella. Saldolukuina mitattuna hinnan ja laadullisten kilpailutekijöiden välinen suhde saikin heikoimman arvion. Tosin hinta toimittajan valintatekijänä ei ole muotoilualalla yhtä korkealla sijalla kuin monilla muilla toimialoilla.

Hinnan ja laadullisten kilpailutekijöiden arviointiin vaikuttaa myös **tarjouspyyntöjen taso**, mikä on usein yhteydessä kilpailutettavan toimialan tuntemukseen. Muotoilualan yritystoiminnan heikohkoon tuntemukseen viittaa se, että Ornamon ja Uudenmaan liiton esiselvityksen

78 Myös Suomen Yrittäjät ja Suomalaisen Työn Liitto ovat olleet asiassa aktiivisia.

Kuvio 27 Tärkeimmät toimittajan valintatekijät muotoilualan julkisissa hankinnoissa yritysten saamien kokemusten mukaan, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon yritys­kyselyt 2013).



mukaan kolmasosa kunnan viranhaltijoista ei tuntenut toimialan yrityksiä lainkaan ja toinen kolmannes tiesi, että yrityksiä on olemassa, mutta alan tuntemus näyttää olevan melko ohutta. Viranhaltijoiden tietämys toimialasta oli vielä heikompa kuin luottamushenkilöiden keskuudessa.

Huonosti laaditut tarjouspyynnöt johtavat siihen, että tarjouksen tekijöille, eli tuotteen ja palvelun toimittajille voi syntyä erilaisia mielikuvia hankinnan kohteesta. Tämän tuloksena vastaanotetut tarjoukset eivät ole vertailukelpoisia keskenään, joten ainoaksi vertailukelpoiseksi valintakriteeriksi jää hinta. Tosin edullinen hinta ei välttämättä merkitse heikkoa laatua eikä korkea hinta korkeaa laatua. Halpa hinta voi perustua tekniseen innovaatioon, tuotteiden uuteen valmistusmenetelmään, töiden uudelleen järjestelyyn tai muihin tuottavuutta nostaviin toimintatapoihin.^{79 80 81}

Hankintamenettelyn valinta sai Ornamon kyselyssä muotoilualan yrityksiltä matalat pisteet.⁸² Vaikka hankintalain mukaan olisi käytettävä ensisijaisesti avointa tai rajoitettua menettelyä, avoimen hankintamenettelyn yleisyys voi olla julkisissa hankinnoissa yhtenä välillisenä syynä tarjouspyyntöjen heikkoon tasoon ja sitä kautta hinnan suureen painoarvoon. Kuitenkin hankintojen kohteet ovat muotoilualalla joskus niin monimutkaisia, että kelvollisten tarjouspyyntöjen laadinta voi olla mahdotonta ilman tarjoajien kanssa käytäviä tarkentavia neuvotteluja.

79 Julkinen hankinta voi olla tuotteen tai palvelun toimittajalle myös investointiluonteinen hanke uudella osaamisalueella tai asiakassegmentissä, jolloin ei edes pyritä maksimaan voittoja.

80 Hinnan merkitys korostuu enemmän pienten kuin suurten julkisten hankintayksiköiden hankinnoissa. Kysymys voi olla siitä, että pienissä hankintayksiköissä puuttuu eri toimialojen erikoisosaamista tai osaamista hankintapelisääntöihin liittyvistä perusasioista. Usein kysymys on yksinkertaisesti hankintayksiköiden, kuten pienten kuntien rajallisista taloudellisista voimavaroista, mikä korostaa hinnan merkitystä toimittajan valinnassa.

81 Alhainen tarjoushinta voi johtaa pahimmassa tapauksessa siihen, että tuotteen tai palvelun toimittaja ei kykene maksamaan itselleen riittävää korvausta tehdystä työstä tai maksamaa työntekijöilleen työehtosopimusten vähimmäisehtojen mukaista palkkaa, selviytymään veroista tai muista työnantajavelvoitteistaan.

82 Hankintalaissa mainittuja hankintamenettelyjä ovat avoin menettely, rajoitettu menettely, neuvottelumenettely, kilpailullinen neuvottelumenettely, suora hankinta ja puitejärjestelyt.

Hankintayksikkö osaa määritellä ratkaistavan ongelman, mutta ei sen ratkaisua, koska hankintayksiköllä ei ole tarkkaa käsitystä markkinoilla olemassa olevista erityisosaamista vaativista toteutustekniikoista. Siksi voisi olla suotavaa, että kilpailullista neuvottelumenettelyä käytettäisiin aiempaa useammassa tilanteessa. Kilpailullinen neuvottelumenettely tukisi parhaiten uuden tiedon, teknologian ja toimintamallien saamista julkiseen palvelutuotantoon.⁸³ Myös yksityisellä puolella yritysten välisissä hankinnoissa käydään usein tarkentavia neuvotteluja osapuolten kesken.

Hankintayksiköillä on yritysten mukaan parannettavaa tarjouskilpailuista tiedottamisessa. Avoin kilpailuttaminen ja **tarjouskilpailuista tiedottaminen** on aiempaa tärkeämpää, jos hankintasäännösten ja avoimen ilmoitusvelvollisuuden alaisten hankintojen kynnsarvoja nostetaan entisestään. Toisaalta pienten alle kansalliset kynnsarvot jäävien hankintojen vapauttaminen hankintalain soveltamisalasta on vähentänyt hankintojen kokoon nähden kohtuutonta hallinnollista byrokratiaa, kustannuksia, näennäiskilpailuituksia ja markkinaoikeuden työtaakkaa.

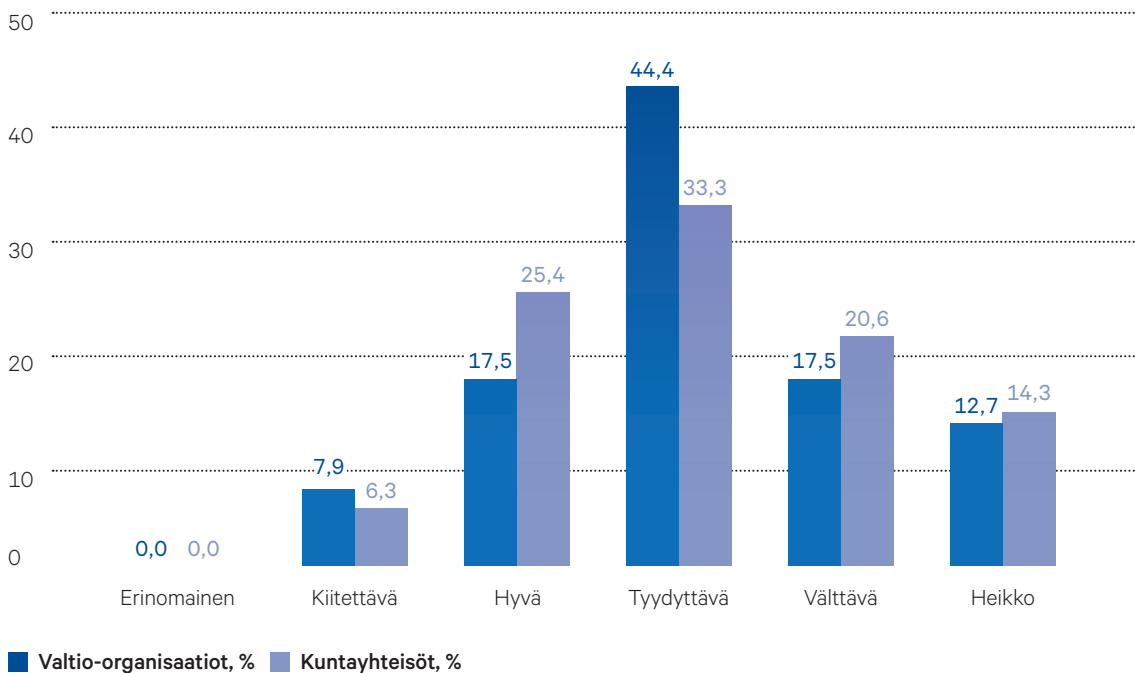
Kynnsarvon alittuminen ei tosin vapauta julkista hankintayksikköä hankkeen kilpailuttamisvelvollisuudesta. Pelisäännöt määräytyvät silloin hankintayksikön omien hankintasääntöjen ja -ohjeiden mukaan. Lisäksi valtion ja kunnan viranomaisten tekemistä pienhankinnoista (mm. alle 30 000 euroa) on mahdollista tehdä oikaisuvaatimus tai valitus, vaikka pienhankinnat eivät kuulu hankintalain soveltamisalan piiriin.⁸⁴ Käytännössä pienhankintoja ostetaan usein tarjouskilpailulla, mutta tarjouspyynnöt toimitetaan ehdokkaille vain sähköpostitse tai kirjeitse.

Suorahankintoja voidaan tehdä arvoltaan vähäisissä hankinnoissa, mutta niiden maksimikoko on syytä määritellä hankintaohjeissa. Muita perusteluita suorahankinnalle ovat kiire, tarjouskilpailun suuret kustannukset suhteessa hyötyihin tai se, että vastaavaa tuotetta on hankittu

83 Kilpailullinen neuvottelumenettely voidaan toteuttaa siten, että lopulliset tarjoukset pyydetään vain yhdestä parhaaksi katsotusta ratkaisusta. Tällöin hankintayksikkö tekee kaksi päätöstä, eli mikä ehdolla olevista ratkaisumalleista on paras ja mikä toimittajista pystyy parhaiten toteuttamaan ratkaisun. Kilpailullinen neuvottelumenettely sopii esimerkiksi julkisen vallan ja yksityisten toimittajien pitkäkestoisiin yhteishankkeisiin ja laajoihin tietotekniikkaan liittyviin hankkeisiin, joihin tarvitaan innovatiivisia ratkaisuja.

84 Kuntalaki (365/1995) ja hallintolaki (434/2003).

Kuvio 28 Muotoilualan yritysten julkisille hankintayksiköille antamat arvosanat hankintamarkkinoiden toimivuudesta 2013, prosenttia (Lähde: Ornamon yrityskselyt 2013).



lähiaikoina samalta toimittajalta ja hintataso on selvillä.⁸⁵ Suorahankinnat voivat olla pienhankinnoissa sellaisten mikroyritysten etu, joilla ei ole voimavaroja osallistua julkisiin hankintakilpailuihin. Esimerkkinä voidaan mainita pienet omistajayrittäjävetoiset muotoilualan yritykset.

Ornamon ja Uudenmaan liitto esiselvitys osoittaa, että suorahankintana tilatut työt ovat ainakin Uudenmaan kunnissa yleinen tapa ostaa muotoiluun liittyvää suunnitteluosaamista.⁸⁶ Näennäiskilpailutukset eivät ole myöskään harvinaisia pienhankinnoissa. Näennäiskilpailutuksissa toimittaja on periaatteessa jo valittu, mutta tarjouspyyntöjä lähetetään muutamalle muulle ehdokkaalle, jotta hankintaohjeiden mukainen kilpailuttamisvelvoite täyttyisi. Näennäiskilpailutusten tunnusmerkkejä ovat usein huonosti tai hätäisesti laaditut tarjouspyynnöt sekä lyhyt tarjousaika.

Yritysten mielestä julkiset hankintayksiköt voisivat ryhtyä kehittämään hankintastrategioitaan.⁸⁷ Hankintastrategioista selviäisi muun

muassa se, mitä tullaan tulevaisuudessa kilpailuttamaan. Asia liittyy lisäksi siihen, että julkisilla hankintayksiköillä ja yrityksillä voisi olla enemmän yhteistyötä ja vuoropuhelua ennen kilpailutusten järjestämistä. Esimerkiksi Ornamon ja Uudenmaan liiton esiselvityksestä ilmenee, että hyvin monet muotoilualan yritykset eivät tunne kuntien terminologiaa ja hankintakäytäntöjä, eivätkä tiedä mistä saisi tietoa kuntien hankinnoista.⁸⁸

Muotoilualan yritykset antoivat julkisyhteisöille hankintamarkkinoiden toimivuudesta kouluarvosanoilla mitattuna vain välttävän ja tyydyttävän rajamaille asettuva keskiarvon (6,90). Valtio-organisaatiot saivat enemmän kiitettäviä arvosanoja kuin kuntayhteisöt, mutta kokonaisuudessaan valtio-organisaatioille annettu keskiarvo oli lähes sama kuin kuntayhteisöille annettu keskiarvo (Kuvio 29). Valtiolla hankintaorganisaatiot ovat tietysti suurempia kuin kuntayhteisöissä ja niillä voi olla palkkalistoillaan enemmän hankinta-asioihin perehtynyttä henkilöstöä. 📍

85 Pekkala, Elise: Hankintojen kilpailuttaminen, 2007.

86 Ornamo: Muotoilun hyödyntäminen Uudenmaan kunnissa -esiselvityksen tuloksia, lokakuu 2013.

87 Hankintastrategioista yritykset saivat enemmän tietoa hankintayksiköiden edustamien julkisyhteisöjen tarpeista ja hankintayksiköt tietoa markkinoilla olevista vaihtoehdoista.

88 Ornamo: Muotoilun hyödyntäminen Uudenmaan kunnissa -esiselvityksen tuloksia, lokakuu 2013.

Kuvio 29 Muotoilualan yritysten arviot julkisten hankintamarkkinoiden toimivuudesta yksittäisten hankinta-asioiden osalta, prosenttia vastauksista (Lähde: Ornamon yrityskselyt 2013).



| | Saldoluku, % |
|--|--------------|
| Julkisyhteisöt sopimuskumppaneina ja maksajina | 63,2 |
| Julkisen toiminnan avaaminen kilpailulle | -5,8 |
| Tehdyistä hankintapäätöksistä ilmoittaminen (jälki-ilmoitus) | -10,9 |
| Tarjouspyyntöjen laatu ja sisällöllinen selkeys | -11,9 |
| Julkisyhteisöjen hankintastrategiat (mitä tullaan kilpailuttamaan) | -21,2 |
| Hankintahenkilöstön osaaminen ja ammattitaito | -21,4 |
| Tarjouskierroksista tiedottaminen ja neuvonta | -22,8 |
| Hankintamenettely valinta | -25,5 |
| Ehdokkaiden ja tarjoajien yleinen arviointi | -30,2 |
| Hinnan ja laadullisten kilpailutekijöiden välinen suhde | -36,4 |

Taulukko 20 Muotoilualan yritysten arviot julkisten hankintamarkkinoiden toimivuudesta yksittäisten hankinta-asioiden osalta saldolukuina⁸⁹, prosenttia (Lähde: Ornamon jäsenyrityskselyt 2013).

89 Saldoluvut saadaan, kun "hyvää" vastanneiden prosenttiosuudesta vähennetään "välttävää/huonoa" vastanneiden prosenttiosuus.

Lähteitä

Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Luottamusindikaattorit tammikuu 2014, Helsinki 2014. www.ek.fi

Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Muotoilulla menestykseen? Muotoilun hyödyntäminen pienissä ja keskisuurissa yrityksissä, Helsinki 2007.

Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, helmikuu 2014, Helsinki 2014.

Pekkala, Elise: Hankintojen kilpailuttaminen, Jyväskylä 2007.

Stiftelsen Svensk Industridesign: Svenska företag on design 2008, Stockholm 2008. www.svid.se

Suomalaisen Työn Liitto: Designilla kilpailuetua ja kasvua yrityksen liiketoimintaan, kyselytutkimus 2013. www.avainlippu.fi

Suomen Yrittäjät, Fimvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö: Pk-yritysbarometri syyskuu 2013, Helsinki 2013. www.yrittajat.fi

Suomen Yrittäjät, Fimvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö: Pk-yritysbarometri syyskuu 2012, Helsinki 2012.

Taideteollinen korkeakoulu: Muotoilun toimialakartoitus 2006.

Teollisuustaitteen Liitto Ornamo: Muotoilun hyödyntäminen Uudenmaan kunnissa –esiselvityksen tuloksia, lokakuu 2013. www.ornamo.fi

Tilastokeskus: Toimialaluokitus TOL 2008, käsikirjoja 4. www.tilastokeskus.fi

Tilastokeskus: Yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n ja työssäkäyntitilaston tietoja 2000-luvulta.

Työ- ja elinkeinoministeriö: Kasvuyrityskatsaus 2012, TEM:n julkaisuja 20/2012, Helsinki 2012. www.tem.fi

Työ- ja elinkeinoministeriö: Toimiala Online -palvelun tilastoja 2000-luvulta.

Työ- ja elinkeinoministeriö: Yrittäjyyskatsaus 2010, TEM:n julkaisuja 46/2012, Helsinki 2012.

Työ- ja elinkeinoministeriö: Yrittäjyyskatsaus 2011, TEM:n julkaisuja 34/2011, Helsinki 2011.

Työ- ja elinkeinoministeriö: Yrittäjyyskatsaus 2010, TEM:n julkaisuja 60/2010, Helsinki 2010.

Liite 1

Hankintapelisäännöt⁹⁰

Nykyiset säädökset, hankintalaki (348/2007), erityisalojen hankintalaki (349/2007) ja lakeja täydentävä hankinta-asetus (614/2007) tulivat voimaan kesäkuussa 2007. Lakiuudistuksella saatettiin voimaan vuonna 2004 annetut Euroopan parlamentin ja neuvoston hankintadirektiivi (2004/18/EY) ja erityisalojen hankintadirektiivi (2004/17/EY). Samalla uudistettiin kansallista lainsäädäntöä, jonka tärkeimpiä muutoksiin kuului oli hankintoja koskevan avoimen ilmoitusvelvollisuuden laajeneminen kansalliset kynnysarvot ylittäviin hankintoihin.

Hankintalakia muutettiin vuonna 2010. Muutosten taustalla oli EU:n oikeussuojadiirektiivi (2007/66/EY). Lisäksi markkinaoikeus⁹¹ sai käyttöönsä uusia seuraamuksia, jotka ovat hankintasopimuksen tehottomuusseuraamus, seuraamusmaksu ja sopimuskauden lyhentäminen. Samalla nostettiin kansallisia kynnysarvoja. Kansallisena oivalluksena hankintalaissa otettiin käyttöön niin sanottu hankintaoikaisu, jonka avulla hankintayksikkö voi peruttaa tekemänsä virheellisen päätöksen tai

90 Suomen julkisten hankintojen säätely perustuu EU:n julkisten hankintojen direktiiveihin sekä Maailman kauppajärjestö WTO:n julkisten hankintojen GPA-sopimukseen. Direktiivit ja GPA-sopimus koskevat niin sanotut kansainväliset kynnysarvot ylittäviä tavara- ja palveluhankintoja sekä rakennusurakoita.

91 **Markkinaoikeus** on Suomessa julkisia hankintoja koskevia asioita käsittelevä erityistuomioistuin, johon tarjoajat voivat kirjallisella hakemuksella saattaa julkista hankintaa koskevan asiansa ratkaistavaksi. Markkinaoikeuden ratkaisuun voidaan hakea muutosta **korkeimmalta hallinto-oikeudelta**.

ratkaista asian uudelleen, ennen kuin hankintasopimus on tehty.

Kansallista hankintalakia uudistettiin jälleen syksyllä 2011, kun laki sähköisestä huutokaupasta ja dynaamisesta hankintajärjestelmästä tuli voimaan.⁹² Uudistusten tarkoituksena on edistää sähköisten menettelyjen käyttöä julkisissa hankinnoissa läpi hankintaprosessin, sillä korkeintaan viisi prosenttia hankinnoista tehdään EU:ssa sähköisesti. Sähköiset hankinnat parantavat hankintatoiminnan avoimuutta ja vähentävät osapuolten hallinnollista taakkaa. Sähköisen huutokaupan säännökset koskevat kansallisia ja EU:n kynnysarvot ylittäviä hankintoja.⁹³

Julkisia hankintoja koskeva oikeudellinen kehys laajeni vuoden 2012 alussa, kun **laki julkisista puolustus- ja turvallisuushankinnoista** (1531/2011) sekä valtioneuvoston päätös asiasta tulivat voimaan. Lailla pantiin täytäntöön **EU:n puolustus- ja hankintadirektiivi** (2009/81/EY). Uusi laki ei ole muuttanut varsinaisen kansallisen hankintalain ja erityisalojen hankintalain soveltamisalaa, mutta se on tuonut laintasaisen säätelyn puolustus- ja turvallisuushankintoihin, jotka eivät olleet aiemmin hankintalain tai erityisalojen hankintalain piirissä.

92 Laki sähköisestä huutokaupasta ja dynaamisesta hankintajärjestelmästä (698/2011).

93 Hankintadirektiivien mukaisia dynaamista hankintajärjestelmää sovelletaan vain EU:n kynnysarvot ylittämissä hankinnoissa. Kansallisiin hankintoihin, EU:n kynnysarvot ylittäviin B-palveluihin sekä käyttöoikeussopimuksiin sovelletaan kevyempiä menettelytapoja.

Julkisten hankintojen määritelmä

Julkisista hankinnoista annetussa laissa määritelyjen hankintayksiköiden, joita ovat valtion, kuntien ja kuntayhtymien viranomaiset ja niiden liikelaitokset sekä määrätty uskonnolliset yhteisöt, on noudatettava hankintalainsäädäntöä tavara- ja palveluhankinnoissaan sekä rakennusurakoissaan. Hankintalakia sovelletaan julkisoikeudellisiin laitoiksi, jotka on perustettu huolehtimaan yleisen edun mukaisista tarpeista niiden oikeudellista muodosta riippumatta. Hankintayksiköihin rinnastetaan julkista tukea saavat yksityiset oikeushenkilöt.⁹⁴

Hankintaa ovat tavaroiden ja palvelujen ostaminen, vuokraaminen tai siihen rinnastettava toiminta sekä urakalla teettämisen taloudellista vastiketta vastaan. Hankintaa ei ole omana työnä tekeminen, palkkaaminen työsuhteeseen, rakennusten tai muun kiinteän omaisuuden hankinta ja vuokraus, välimies- ja sovittelumenettelyt tai tutkimus- ja kehittämispalvelut määrättyin edellytyksin. Hankintalakia ei sovelleta tärkeisiin valtion turvallisuuteen liittyviin hankintoihin⁹⁵, salassa pidettäviin hankintoihin tai ETA:n alueen ulkopuolella oleviin hankintoihin.

Periaatteessa hankintalakia sovelletaan aina silloin, kun hyödykettä ostetaan markkinoilta rahallista vastiketta vastaan riippumatta siitä, onko toisena osapuolena yksityinen yritys tai toinen hankintaviranomainen. Tämä tarkoittaa sitä, että hankintalakia on noudatettava esimerkiksi kuntien välissä hankinnoissa. Tosin kyse ei ole julkisesta hankinnasta tai palvelujen hankkimisesta markkinoilta, jos kunnat päättävät organisoida palvelutoimintojaan ja siirtävät niiden palvelutuotannon yhteisesti omistetulle oikeushenkilölle, kuten kuntayhtymälle.

Julkiset hankinnat jaetaan kolmeen pääryhmään. **EU-hankinnat** ovat EU-kynnysarvot ylittäviä hankintoja. **Kansalliset hankinnat** ovat Suomen kansallisten kynnysarvot ylittäviä hankintoja, jotka jäävät EU-kynnysarvojen alapuolelle. EU-hankintoihin sovelletaan direktiivien mukaisia kilpailuttamismenettelyjä, ja niistä on EU-laajuinen ilmoitusvelvoite. Kansallisiin hankintoihin sovelletaan joustavampia menettelyjä, ja

94 Säännöksen piirissä ovat minkä tahansa tahon tekemät hankinnat, joiden tekemistä varten on saatu julkista tukea yli 50 prosenttia hankinnan arvosta. Säännös on kilpailupoliittisesti tärkeä ja se tehostaa julkisten avustusten käyttöä ja seurantaa.

95 Ks. myös laki julkisista puolustus- ja turvallisuushankinnoista (1531/2011)

niistä ilmoitetaan vain kansallisesti. **Pienhankinnat** ovat kansalliset kynnysarvot alittavia hankintoja, joihin ei sovelleta hankintalakia.

Vuonna 2013 kansalliset kynnysarvot olivat tavara- ja palveluhankinnoissa, käyttöoikeussopimuksissa ja suunnittelukilpailuissa 30 000 euroa, B-palveluissa 100 000 euroa ja rakennusurakoissa ja käyttöoikeusurakoissa 150 000 euroa. Kansallisia kynnysarvoja korotettiin kesällä 2010 ja niitä voidaan muuttaa vain hankintalain nojalla. EU-kynnysarvot muuttuvat kahden vuoden väliajoin. Turvallisuuteen ja puolustukseen liittyvissä tavara- ja palveluhankinnoissa kansallinen kynnysarvo on 100 000 euroa ja urakoissa 500 000 euroa.

Pienhankinnat on vapautettu hankintalain soveltamisalasta, millä on haluttu vähentää hankintojen kokoon nähden kohtuutonta hallinnollista viranomaistyötä, kustannuksia ja näennäiskilpailutuksia. Pienten hankintojen vapauttaminen hankintalain soveltamisalasta on helpottanut markkinaoikeudessa tapahtuvaa työtä. Tämä ei tarkoittanut sitä, että kynnysarvon alittuminen sinänsä vapauttaisi hankintayksikön kilpailuttamisvelvollisuudesta. Pelisäännöt määräytyvät silloin ainoastaan hankintayksikön omien hankintasääntöjen ja -ohjeiden mukaan.

Hankintamenettelyt ja valintaperusteet

Pääasiallisia hankintamenettelyjä ovat **avoim menettely ja rajoitettu menettely**, jotka ovat kaikissa hankinnoissa hankintayksikön käytössä. Avoimessa menettelyssä tarjoajien määrää ei ole ennalta rajattu, jolloin kaikki halukkaat voivat osallistua tarjouskilpailuun. Rajoitettu menettely on kaksivaiheinen menettely, jossa hankintayksikkö valitsee osallistumishakemuksen perusteella tarjoajien joukosta ne, jotka saavat varsinaisen tarjouspyynnön. Tarjouspyyntöä ei voida toimittaa muille kuin osallistumishakemukseen osallistuneille toimittajille.

Neuvottelumenettelyä voidaan käyttää hankinnoissa, joissa tarjouspyyntöä ei voida laatia riittävän tarkasti, jotta tarjous voitaisiin käsitellä avointa tai rajoitettua menettelyä hyväksikäyttäen. Neuvottelumenettelyssä hankintayksikkö valitsee julkisen ilmoituksen pohjalta ne tahot, joiden kanssa se neuvottelee sopimuksen ehdoista. Vuonna 2010 neuvottelumenettelyä laajennettiin **kilpailulliseen neuvottelumenettelyyn**, jonka kohteina ovat monimutkaiset hankinnat, joissa ei voida laatia tarjouspyyntöä ilman asiantuntemuksen erityistä arviointia.

Hankintalaki mahdollistaa **puitejärjestelyjen** käyttöönoton, jolloin useita hankkeita voidaan

| | Kansalliset kynnysarvot | EU-kynnys-arvot: Valtion keskus-hallinto | EU-kynnys-arvot: Muut viranomaiset | EU-kynnys-arvot: Erityisalat ⁹⁶ |
|--------------------------------------|----------------------------|---|---------------------------------------|---|
| Tavara- ja palveluhankinnat | 30 000 | 130 000 | 200 000 | 400 000 |
| Käyttöoikeussopimukset ⁹⁷ | 30 000 | - | - | - |
| Suunnittelukilpailut | 30 000 | 130 000 | 200 000 | 400 000 |
| B-palvelut | 100 000 | - | - | - |
| Rakennusurakat | 150 000 | 5 000 000 | 5 000 000 | 5 000 000 |
| Käyttöoikeusurakat | 150 000 | 5 000 000 | 5 000 000 | - |

Taulukko 1 Julkisten hankintojen kansalliset kynnysarvot ja EU-kynnysarvot 2013, euroa (Lähde: Työ- ja elinkeinoministeriö).

toteuttaa yhden kilpailuttamisen kautta. Puitejärjestelyllä tarkoitetaan yhden tai usean hankintayksikön ja yhden tai usean toimittajan välistä sopimusta, jolla vahvistetaan tietyn ajan kuluessa tehtäviä hankintasopimuksia koskevat ehdot, kuten hinnat ja suunnitellut määrät. Hankintalain piiriin kuuluvista hankinnoista on **ilmoitettava** laajasti ja avoimesti. Välineenä käytetään työ- ja elinkeinoministeriön ilmaista sähköistä ilmoituskanavaa (HILMA).

Vaikka pääsääntönä on hankintojen kilpailuttaminen niiden koosta riippumatta, **suoria hankintoja** ilman kilpailuttamista voidaan tehdä määrättyissä olosuhteissa. Suorat hankinnat on perusteltava hankintapäätöksessä. Suorahankinnassa hankintayksikkö valitsee ilman hankintailmoitusta ja tarjouskilpailua yhden tai useamman toimittajan, joiden kanssa neuvotellaan sopimuksen ehdoista. Perusteluja voivat olla äärimmäinen kiire tai se, että mahdollisia toimittajia on vain yksi ja avoimessa tai rajoitetussa menettelyssä ei ole saatu yhtään tarjoutua.

Hankintalain mukaan **valintaperusteena** voidaan käyttää halvinta hintaa tai kokonaistaloudellista edullisuutta. Valintaperuste on ilmoitettava painotettuna jo tarjouspyyntöasiakirjoissa. Kokonaistaloudellisuus ottaa hinnan ohella huomioon myös laadullisia kilpailutekijöitä. Pelkästään halvimalla hinnalla tehtävät hankinnat ovat ny-

kyään harvinaistuneet. Hinta sopii ainoaksi valintaperusteeksi helposti yksilöitävissä ja tavanomaisissa tuotteissa. Jos valintaperusteesta ei ole mitään mainintaa, on tarjouksista valittava hinnaltaan halvin.

Hankintalain kokonaisuudistus

Julkisten hankintojen oikeudellinen kehys muuttuu lähivuosina, sillä EU:n komissio on julkaisut vihreän kirjan julkisten hankintojen säätelyn uudistamisesta.⁹⁸ Uudistusten kohteina olevien EU:n hankintadirektiivien kautta muutokset välittyvät aikanaan Suomen kansalliseen hankintalainsäädäntöön. Vihreällä kirjalla käynnistettiin laaja sidosryhmäkuuleminen ja tehtiin EU hankintalainsäädännön vaikutusarviointi, joiden tuloksena komissio julkaisi joulukuussa 2011 ehdotukset EU:n hankintadirektiivien kokonaisuudistuksesta.⁹⁹

Uudistuksilla halutaan yksinkertaistaa julkisia hankintoja koskevia sääntöjä ja tehdä niistä aiempaa joustavampia. Tämä tavoite saavutetaan, kun lisätään tarjousperusteisen neuvottelumenettelyn ja kilpailullisen neuvottelumenettelyn käyttöä. Innovatiivisiin hankintojen komissio on ehdottanut uutta hankintamenettelyä (*innovaatiokumppanuutta*), jonka tarkoituksena on luoda aiempaa paremman edellytykset sille, että julkiset hankkijat voisivat ostaa innovatiivisia tuotteita ja palveluja, edistää kasvua sekä julkisten palvelujen tehokkuutta ja laatua.

96 Erityisaloja ovat mm. vesi- ja energiahuollon, liikenteen ja postipalvelujen alalla toimivat hankintayksiköt.

97 Käyttöoikeussopimus on palveluja koskeva hankintasopimus, jossa palvelujen vastikkeena on joko oikeus hyödyntää palvelua tai tällainen oikeus ja maksu yhdessä. Käyttöoikeusurakka on sen sijaan rakennusurakkasopimus, jossa rakennustyön vastikkeena on joko yksin rakennettavan kohteen käyttöoikeus tai tällainen oikeus ja maksu yhdessä.

98 EU:n komission: Vihreä kirja, Bryssel 2011.

99 Euroopan komissio: Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviehdotus julkisista hankinnoista, 20/12/2011; Valtio- neuvoston kirjelmä Eduskunnalle ehdotuksista Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiveiksi julkisista hankinnoista ja palveluja koskevista käyttöoikeussopimuksista.

Ero A-palvelujen eli ensisijaisten palvelujen ja B-palvelujen eli toissijaisten palvelujen välillä aiotaan poistaa, minkä tuloksena ravitsemis- ja majoituspalvelut sekä oikeudelliset palvelut tulisivat täysimääräisesti hankintadirektiivien soveltamisalan piiriin.¹⁰⁰ Sosiaali- ja terveyspalvelujen katsotaan kuitenkin tarvitsevan erityissäännöksiä. Sähköisiä hankintamenettelyjä pyritään edistämään siten, että kaikissa hankintamenettelyissä siirrytään sähköiseen viestintään kahden vuoden kuluessa. Tämä koskee tarjouspyyntöasiakirjoja ja tarjouksia.

Säännösmuutoksilla halutaan parantaa pk-yritysten osallistumismahdollisuuksia julkisissa hankinnoissa. Tähän päästään, kun ilmoitusvelvoitteita ja asiakirjavaatimuksia yksinkertaistetaan (mm. Euroopan hankintapassi), osallistumisedellytyksiä vähennetään (mm. liikevaihtovaatimukset) ja mahdollistetaan suorat maksut alihankkijoille. Hankintayksiköille säädetään kannusteita siihen, että tietyn euromäärän ylittävät hankintasopimukset voidaan jakaa osiin, jotta pk-yritysten olisi helpompi osallistua erikokoisiin julkisiin hankintoihin.

Asianmukaiset menettelytavat halutaan turvata erityissäännöksillä, millä vähennetään mahdollisten eturistiriitojen syntymistä, kohtuuttomien etujen saamista ja muuta lainvastaista toimintaa. Direktiiviehdotuksen mukaan jäsenvaltioiden tulisi nimetä yksi kansallinen viranomainen, joka vastaisi julkisia hankintoja koskevan lainsäädännön seurannasta, täytäntöönpanosta ja valvonnasta. Valvontaelimellä on mahdollisuus viedä havaitsemiaan väärinkäytöksiä kansallisten tarkastuselinten, tuomioistuinten tai muiden viranomaisten tietoon.¹⁰¹

100 Nykyisin ensisijaisiin palveluhankintoihin sovelletaan hankintalakea kokonaisuudessaan. Sen sijaan toissijaisiin palveluhankintoihin sovelletaan myös EU-kynnysarvon ylittyessä pääsääntöisesti kansallisia menettelyjä. Toissijaisia palveluja ovat esimerkiksi sosiaali- ja terveyspalvelut, ravitsemis- ja majoituspalvelut, koulutuspalvelut sekä virkistys-, kulttuuri- ja urheilupalvelut.

101 Uudistuspaketti sisältää **käyttöoikeussopimuksia koskevan** erillisen **direktiivin**. Direktiiviehdotus kattaa sellaiset kumppanuussopimukset, joiden osapuolina ovat julkinen laitos ja yksityiset yritykset, ja jotka ottavat kantaakseen infrastruktuurien (mm. satamat, maksulliset moottoritiet) ylläpidon ja kehittämisen tai yleishyödyllisten palvelujen (mm. energiahuolto, jätehuolto, terveydenhoito) tarjoamiseen liittyvät riskit (ks. Euroopan komissio: Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviehdotus käyttöoikeussopimusten tekemisestä, 20/12/2011).

Alun perin tavoitteena oli, että lopulliset hankintadirektiivit olisivat olleet valmiina vuoden 2012 lopussa ja niiden saattaminen kansallisiin hankintalakeihin olisi suoritettu vuoden 2014 kesäkuun loppuun mennessä. Aikataulu osoittautui liian kireäksi, sillä direktiivit hyväksyttiin Euroopan unionin parlamentissa vasta tammikuussa 2014, jonka jälkeen ne tarvitsevat neuvoston hyväksynnän. Sitten jäsenmailla on kaksi vuotta aikaa toimenpanna direktiivit kansallisessa lainsäädännössä. Tämä tarkoittaa sitä, että hankintalaki tulee Suomessa voimaan vuonna 2016.

Suomi on suhtautunut hankintadirektiivien muutoksiin pääosin myönteisesti. Hankintalainsäädännön valmistelua varten on asetettu ohjausryhmä ja pienempi valmisteluryhmä, joiden toimikausi kestää vuoden 2015 huhtikuuhun asti. Hallitus on asettanut eräitä tavoitteita kansalliselle hankintalaille. Niiden mukaan kansallisia kynnysarvoja nostetaan lähemmäksi EU-direktiivitasoja. Innovaatio-, ympäristö- ja sosiaalipoliittiset¹⁰² näkökulmat otetaan paremmin huomioon julkisissa hankinnoissa. Samalla vakainaistetaan valtion ja kuntien yhteinen julkisten hankintojen neuvontayksikkö. 📍

102 Sosiaalipoliittiset näkökulmat voivat liittyä esimerkiksi ammatilliseen kuntoutukseen koulutukseen työpaikalla, työoloihin, työehtoihin tai pitkäaikaistyöttömien ja osatyökykyisten palkkaamiseen.

Liite 2

Raportissa

käytettyjä käsitteitä

Arvonlisäys

Arvonlisäys (brutto) tarkoittaa tuotantoon osallistuvan talousyksikön (mm. yritystoimipaikan) synnyttämää arvoa. Se lasketaan markkinatuotannossa siten, että talousyksikön tuotoksesta vähennetään tuotannossa käytetyt välituotteet eli tavara- ja palveluostot muilta talousyksiköiltä. Markkinattomassa tuotannossa, kuten julkisessa toiminnassa arvonlisäys saadaan laskemalla yhteen palkansaajakorvaukset, kiinteän pääoman kuluminen (poistot) ja mahdolliset tuotannon ja tuonnin verot.

Bruttokansantuote

BKT, bruttokansantuote, markkinahintaan on kotimaisten tuotantoyksiköiden tuotantotoiminnan lopputulos. Se voidaan määritellä kolmella tavalla: institutionaalisten sektoreiden tai eri toimialojen (brutto) arvonlisäysten summana lisätynä tuoteveroilla ja vähennettynä tuotetukipalkkioilla; kotimaisten institutionaalisten yksiköiden tavaroiden ja palveluiden loppukäytön summana (kulutus, pääoman bruttomuodostus, vienti miinus tuonti); tulojen summana (palkansaajakorvaukset, tuotanto- ja tuontiverot miinus tukipalkkiot, bruttotoimintaylijäämä ja sekatalo, brutto).

Design-ammattilainen

Tarkoitetaan eri toimialojen yrityksissä ja muissa organisaatioissa muotoilualan työtehtäviä suorittavaa henkilöä. Voidaan jakaa muotoilun kisa-ammattilaisiin (mm. teollinen muotoilija) ja muissa muotoiluintensiivisissä toiminnoissa työskenteleviin henkilöihin (mm. kultaseppä).

Henkilöstö

Henkilöstö on Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkatilastoissa (YTR) käytetty tilastollinen muuttuja. Henkilöstö sisältää palkansaajat ja yrittäjät. Henkilöstö on muunneltu kokopäivätyölliseksi siten, että mm. puolipäiväinen työntekijä vastaa puolta henkilöä ja kaksi puolivuotista työntekijää vastaa yhtä kokovuosityöllistä. YTR:ssä työllisyyden käsite on erilainen kuin muissa työllisyyttä kuvaavissa tilastoissa, kuten työvoimatutkimuksissa tai työssäkäyntitilastossa, joissa yksi osapäiväinenkin työntekijä tilastoituu yhdeksi työlliseksi.

Innovaatio

Innovaatio on yrityksen markkinoille tuoma uusi tai olennaisesti parannettu tuote (tavara tai palvelu), yrityksen käyttöön ottama uusi tai olennaisesti parannettu prosessi, yrityksen käyttöön ottama uusi markkinointimenetelmä tai yrityksen käyttöön ottama uusi organisatorinen menetelmä liiketoimintakäytännöissä, työorganisaatiossa tai ulkoisissa suhteissa. Innovaation (tuote, prosessi, yms.) on oltava uusi kyseisen yrityksen kannalta. Innovaation kehittäjä voi olla kyseinen yritys tai muut yritykset ja organisaatiot.

ICT

Information and communication technology (tieto- ja viestintäteknologia).

Julkinen hankinta

Julkiset hankinnat kattavat julkisten hankintayksiköiden tavaroiden ostamisen, vuokraamisen ja niihin rinnastettavat toiminnot sekä palvelujen ostamisen ja urakalla teettämisen (rakennustyöt).

Julkinen hankintayksikkö

Julkisia hankintayksiköitä ovat kuntien ja kuntayhtymien viranomaisten lisäksi valtion viranomaiset ja niiden liikelaitokset sekä evankelis-luterilainen kirkko ja ortodoksinen kirkkokunta. Yksin- ja erityisoikeuden nojalla toimivat, julkisen sektorin määräämisvallassa olevat vesi- ja energiahuollon ja liikenteen peruspalveluyksiköt kuuluvat julkisten hankintojen piiriin vain ns. kynnysarvojen ylittävien hankintojen osalta. Hankintasäännöksiä ei kuitenkaan sovelleta kilpailutaloudessa toimiviin valtionyhtiöihin.

Julkiset kulutusmenot

Julkisyhteisöjen kulutusmenot koostuvat 'muusta markkinattomasta tuotoksesta' sekä maksetuista luontoismuotoisista tulonsiirroista. 'Muu markkinaton tuotos' saadaan, kun tuotoksesta vähennetään markkinatuotos, tuotos omaan loppukäyttöön sekä markkinattomien tuotteiden myynnit. Julkisyhteisöjen kulutusmenot jaetaan yksilöllisiin ja kollektiivisiin kulutusmenoihin. Julkiset kulutusmenot ovat esimerkiksi julkisyhteisöjen kustantamat koulutus-, terveys-, sosiaali- ja hallintopalvelut.

KIBS

Tarkoittaa osaamisintensiivisiä liike-elämän palveluja (knowledge intensive business service). Muotoilun KIBS-palveluilla (yrityksillä) tarkoitetaan toimintaa, joka tilastoituu seuraaville virallisen toimialaluokituksen toimialoille: graafinen suunnittelu, sisustussuunnittelu, teollinen muotoilu. Vastaavia muotoilualan tehtäviä eri toimialojen yrityksissä tekevästä henkilöstä kutsutaan nimitystä muotoilun kisa-ammattilaiset (knowledge intensive service activities).

Kiinteän pääoman kuluminen

Kiinteän pääoman kuluminen kuvaa tarkasteluajanjakson, kuten vuoden aikana loppuun käytettyä kiinteiden varojen määrää. Kuluminen on seurausta normaalista kulumisesta ja ennakoitavasta vanhenemisesta. Lisäksi siihen sisältyvät sellaisista satunnaisista vahingoista aiheutuneet kiinteän pääoman menetykset, joiden varalle voidaan ottaa vakuutus. Kiinteän pääoman kuluminen on periaatteessa lähellä liikeloudellisten poistojen käsitettä, mutta se poikkeaa kuitenkin niistä.

Kuluttajien luottamusindikaattori

Kuluttajien luottamusindikaattori on keskiarvo tulevaa 12 kuukautta koskevasta neljästä saldoluvusta: oma ja Suomen talous, työttömyys sekä kotitalouksien säästämismahdollisuudet. Saldoluvut ja luottamusindikaattori voivat vaihdella miinus 100 ja plus 100 välillä. Positiivinen lukema tarkoittaa optimistista ja negatiivinen pessimististä näkemystä taloudesta.

Käsityöryitys

Käsityöksi voidaan sanoa erilaisten esineiden ja tuotteiden suunnittelua ja valmistusta, jossa painotetaan tekijöiden taiteellisuutta ja luovuutta. Käsityöryitys on yritys, joka valmistaa muotoiluja tuotteita käsityönä tai käsin ohjattuja koneita apuna käyttäen. Pääosa käsityöryitysten valmistamista tuotteista on yksittäiskappaleita tai pienimuotoista sarjatuohtantoa. Tässä raportissa käsityöryitykset ovat alle kymmenen henkilön yrityksiä, jotka toimivat määrättyillä virallisen EU:n toimialaluokituksen (Nace) toimialoilla, jotka on ryhmitelty 17 eri toimialaryhmään.

Käyttökate

Yrityksen tulos ennen poistoja ja rahoituseriä. Käyttökateprosentti on kannattavuuden mitta, joka saadaan suhteuttamalla käyttökate liikevaihtoon (lisättyä liiketoiminnan muilla tuotoilla).

Liiketulos

Yrityksen tulos, joka saadaan vähentämällä käyttökateesta suunnitelman mukaiset poistot. Liikevoittoprosentti on kannattavuuden mitta, joka saadaan suhteuttamalla liiketulos liikevaihtoon (lisättyä liiketoiminnan muilla tuotoilla). Liikevoittoprosentti kertoo yrityksen tuloksen ennen rahoituseriä, joten velkainen ja velaton yritys ovat samalla viivalla liikevoittoa laskettaessa. Liikevoiton tulee kattaa lyhyellä aikavälillä rahoituskulut, verot ja osingonjako. Pitkällä aikavälillä liikevoitosta katetaan investointeja ja lainojen lyhennyksiä.

Maahanmuuttajayritys

Maahanmuuttajayrittäjyyttä lähestytään kahdella eri tavalla. Ensinnäkin maahanmuuttajayritys voi olla yritys, jonka vastuuhenkilöistä (hallituksen jäsenet, toimitusjohtaja, yhtiömies, ym.) yritysmuoto huomioon ottaen vähintään puolet on (Suomessa asuvien) ulkomaan kansalaisten hallinnassa. Perustiedot saadaan tässä tapauksessa Verohallinnon ja Patentti- ja rekisterihallitus PRH:n tilastoista; Tilastokeskus on tutkinut puolestaan yrittäjävetoisia maahanmuuttajayrityksiä. Ne ovat yrityksiä, joiden taustalla olevista yrittäjistä vähintään puolella äidinkieli on muu kuin ruotsi, suomi tai saame. Yrittäjät ovat henkilöitä, jotka ovat ammatin- ja liikkeenharjoittajia. Yhtiömuotoisten yritysten yrittäjiltä edellytetään tilastovuonna voimassa ollutta YEL-vakuutusta.

Markkinahinta

Markkinahinta vastaa taloustoimessa käytettävää rahamäärää, jonka ostaja maksaa myyjälle hankinnastaan vapaassa kauppatilanteessa.

Mikroyritys

Yritys, jonka henkilöstö on alle kymmenen työntekijää.

Ostopalvelu

Ostopalvelulla tarkoitetaan tilannetta, jossa ulkopuolisella palveluntuottajalla teetetään yksi tai useampi työsuoritus, mutta johtaminen pysyy tiukasti palveluntarjoajalla kuten kunnalla eikä tehtäväsuorituksen sisälly henkilöstön ja toimintojen siirtymisiä organisaatiosta toiseen.

Sivutoiminen ja osa-aikainen yritys

Tällä tarkoitetaan yritystoimintaa, jossa henkilö ansaitsee elantonsa muutoin kuin itsenäisenä yrittäjänä (palkansaaja, opiskelija, eläkeläinen). Yritys voi toimia myös osa-aikaisesti tai kausiluonteisesti, vaikka yrittäjällä ei olisikaan muuta päätoiminta tai tulonlähdettä.

Toimialaluokitus

Toimialaluokitusta käytetään yritysten ja muiden organisaatioiden tai yksittäisten toimipaikkojen luokitteluun niissä harjoitetun taloudellisen toiminnan perusteella. Suomessa nykyisin käytettyä toimialaluokitusta NACE (Nomenclature Generale des Activities Economiques les Communautés Europeennes) on uudistettu viimeksi vuonna 2008 EU:n komission asetuksella. Asetus toimialaluokituksesta on jäsenmaita velvoittava.

Toimipaikka

Toimipaikka on yhden yrityksen omistama, yhdessä paikassa sijaitseva ja pääasiassa yhdenlaisia tavaroita ja palveluja tuottava yksikkö. Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi toimipaikka, suurimmilla niitä on satoja.

Tuotos

Tuotos on määrättyinä aikana, kuten vuoden aikana tuotettujen tavaroiden ja palvelujen arvo. Tuotoksen arvo voidaan eritellä kolmeen tyyppiin, joita ovat markkinatuotos, tuotos omaan loppukäyttöön ja muu markkinaton tuotos.

Tuottavuus

Tuottavuudella tarkoitetaan tuotannon määrän ja sen tuottamiseen käytettyjen tuotantopanosten välistä suhdetta. Tuottavuuskäsitteen avulla voidaan mitata talousyksikön toiminnan tehokkuutta, toisin sanoen sitä, kuinka tehokkaasti tuotantopanoksia tuotannossa yhdistetään. Yrityksen kannalta tuottavuus on mitta sille, paljonko käytetyillä tuotantotekijöillä saadaan tuotantoa aikaan reaalisuureilla mitattuna.

Ulkoistaminen

Ulkoistaminen on yksittäistä ostopalvelua laajempi prosessi, jossa alkuperäinen tuotanto-organisaatio siirtää sopimuksella ulkopuoliselle palveluntuottajalle toimintoja, jotka on tehty aiemmin organisaation, kuten kunnan tulosyksikön omin voimavaroin.

Ulkomainen yritys

Suomessa toimiva yritys, jonka omistuksesta tai osakepääomasta yli 50 prosenttia on suoraan tai välillisesti yhden ulkomaisen tahon hallussa.

Vaihtosuhde

Vaihtosuhde kuvaa vienti- ja tuontihintojen välistä suhdetta.

Välituotekäyttö

Välituotekäyttö (vrt. tavara- ja palveluostot) koostuu tuotantoprosessissa panoksina kulutettujen tavaroiden ja palveluiden arvosta, lukuun ottamatta kiinteitä varoja, joiden kulutus kirjataan kiinteän pääoman kulumiseksi. Tavarat ja palvelut voidaan joko muuntaa tai käyttää hyväksi tuotantoprosessissa.

Yksityiset kulutusmenot

Kotitalouksien kulutusmenot ja kotitalouksia palvelevien voittoja tavoittelemattomien yhteisöjen (kolmas sektori) kulutusmenot yhteensä.

Yrityksen epäorgaaninen kasvu

Epäorgaanisella kasvulla tarkoitetaan yrityskauppojen kautta tapahtunutta kasvua. Se tapahtuu osakekauppana eli hankkimalla mm. ostettavan osakeyhtiön koko osakekanta, jolloin myyjänä ovat ostettavan yrityksen omistajat tai substanssi-kauppana, jolloin hankitaan vain jonkun yrityksen koko liiketoiminta tai osa siitä. Myyjänä on silloin toinen yritys, joka voi jatkaa edelleen itsenäistä elämäänsä markkinoilla.

Yrityksen orgaaninen kasvu

Orgaaninen kasvu ilmenee markkinaosuuden kasvuna määrättyissä tuotteissa ja palveluissa tietyllä markkina-alueella, markkina-alueen laajenemisena uusille markkina-alueilla (geneerinen kasvu) tai liiketoiminnan laajenemisena uusiin tuotteisiin ja palveluihin (diversifiointi). Orgaaniseen kasvuun voi liittyä uusien tytäryhtiöiden perustaminen (greenfield) (vrt. epäorgaaninen kasvu eli olemassa olevien yritysten tai niiden liiketoiminnan ostot).

Yrityskannan vaihtuvuus

Vaihtuvuudella tarkoitetaan määrättyllä tarkasteluajanjaksolla toimintansa aloittaneiden ja lopettaneiden yhteenlaskettua prosenttiosuutta vallitsevasta yrityskannasta. Vastaavalla tavalla voidaan arvioida myös työpaikkojen vaihtuvuutta.

