

Muotoilu 2021

Suhdanne- ja toimialakatsaus



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

ORNAMORY

Ornamo on Suomen suurin monialainen muotoiluyhteisö, joka kasvattaa muotoilijan työn arvoa yhteiskunnassa ja tukee muotoilijoita työssään. Yhdistämme muotoilijat, kehitämme alan ammatillista osaamista ja toimimme muotoilualan verkostona toimialojen välillä. Vuonna 1911 perustettuun Ornamoon kuuluu 2 700 jäsentä. Ornamon jäsenet työskentelevät teollisen muotoilun, tekstiili-, vaate- ja huonekalusuunnittelun, sisustusarkkitehtuurin, immateriaalisen suunnittelun, digitaalisten sisältöjen, käyttöliittymien, pakkaussuunnittelun sekä palvelumuotoilun ja pelisuunnittelun, taidekäsitöiden ja taiteen aloilla.

Kirjoittaja: Pekka Lith, Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith

Julkaisija: Ornamo

ISSN 2342-5938

ALUKSI

Käsillä oleva raportti kertoo muotoilualojen yritysten lähiajan suhdanneodotuksista, yritystoiminnan laajuudesta ja ulkoisesta toimintaympäristöstä, yritysten oman toiminnan kehittämisen osa-alueista kansainvälistymisestä sekä yhteiskuntaa myllertäneen koronakriisin hallinnasta.

Raportin lähteenä on toiminut Ornamon jäsenyrityksille kesä-elokuussa 2021 tehty jäsenkysely, johon vastasi määräaikoihin mennessä 103 yritystä. Muotoilualan yrityksiä ja toimipaikkoja koskevat tilastot pohjautuvat Tilastokeskuksen alueelliseen yritystoimintatilastoon sekä yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastoihin.

Raportti sisältää myös kuvauksen muotoiluosaamisen hyödyntämisestä eri toimialoja edustavissa jalostus- ja palvelualojen yrityksissä. Peruslähteenä on käytetty Helsingin seudun kauppakamarin jäsenyrityksille touko-kesäkuussa suunnattua kyselyä, johon osallistui määräaikoihin mennessä yhteensä 108 yritystä.

Helsingissä 23.8.2021

Pekka Lith

Sisältö

SIVU	4	1. Muotoilualan suhdannenäkemykset
	10	2. Muotoilualan yritystoiminnan laajuus ja rakenne
	20	3. Vienti ja yritysten kansainvälistyminen
	24	4. Alan kehittämisen kohteet ja epidemiakriisin vaikutukset
	29	5. Kriisirahoitustuet muotoilualalla
	35	6. Erityisteema: Muotoilun hyödyntäminen yrityksissä
	41	Yhteenveto
	45	Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili
	52	Liite 2: Muotoilualat ja toimialaluokitus
	57	Liite 3: Kauppakamarin kyselyyn vastanneiden profiili
	60	Liitetaulukkoita

1. Muotoilualan suhdannenäkemykset

Suhdanteet heikentyneet jo ennen koronakriisiä

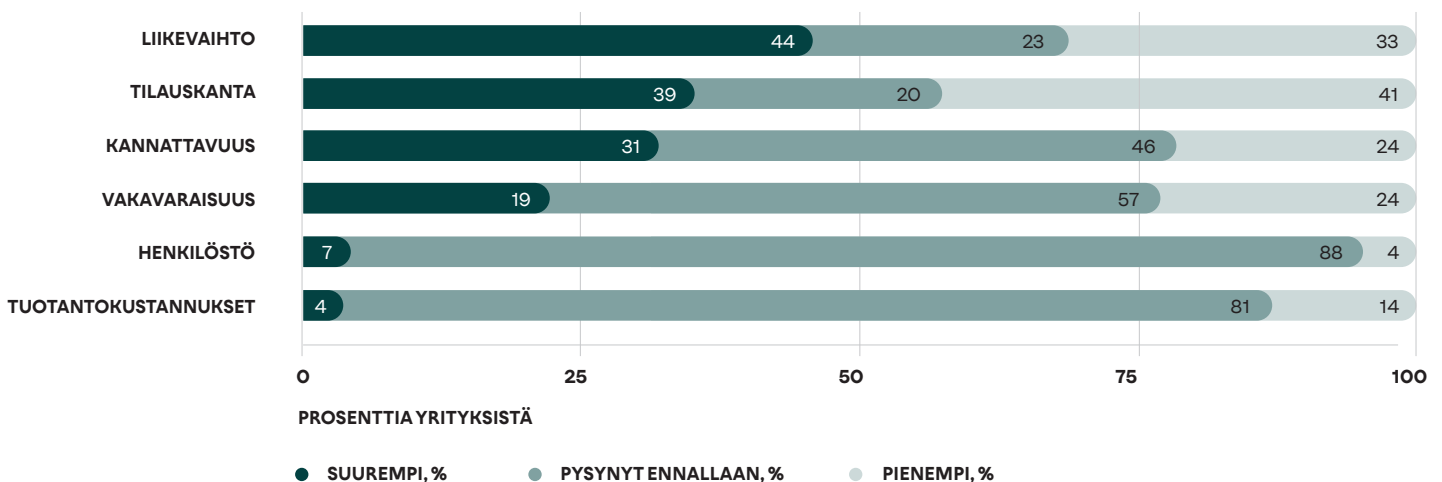
Noin 44 prosenttia yrityksistä ilmoitti kesällä 2021, että *liikevaihto* on kasvanut edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta (Kuviot 1). Vastaavasti kolmannes yrityksistä ilmoitti, että liikevaihto oli pienentynyt. Siten liikevaihdon kasvun *saldoluvuksi* saadaan plus 11. Luku oli samaa luokkaa kuin vuotta aiemmin (+10), mutta selvästi heikompi kuin vuosina 2015-19, jolloin saldoluku oli yli 20. Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta ilmoittaneiden yritysten prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon laskusta ilmoittaneiden prosenttiosuus.

Muotoilualan yritysten liikevaihdon ja tilauskannan kehitys on ollut linjassa kansantaloudessa tapahtuneen yleisen kehityksen kanssa. Bruttokansantuote bkt:n kasvu vuosina 2016-17 ja vielä vuonna 2018 näkyi liikevaihdon reippaana nousuna muotoilualalla. Bkt:n kasvu alkoi hidastua kuitenkin vuoden 2019 loppupuolella ja vuonna 2020 bkt aleni noin kolme prosenttia. Kansantalouden kasvuvauhdin hidastuminen on näkynyt liikevaihdon ja tilauskannan kehityksen kaksijakoisuutena, sillä epidemiakriisi ei ole kohdellut kaikkia yrityksiä samalla tavalla.

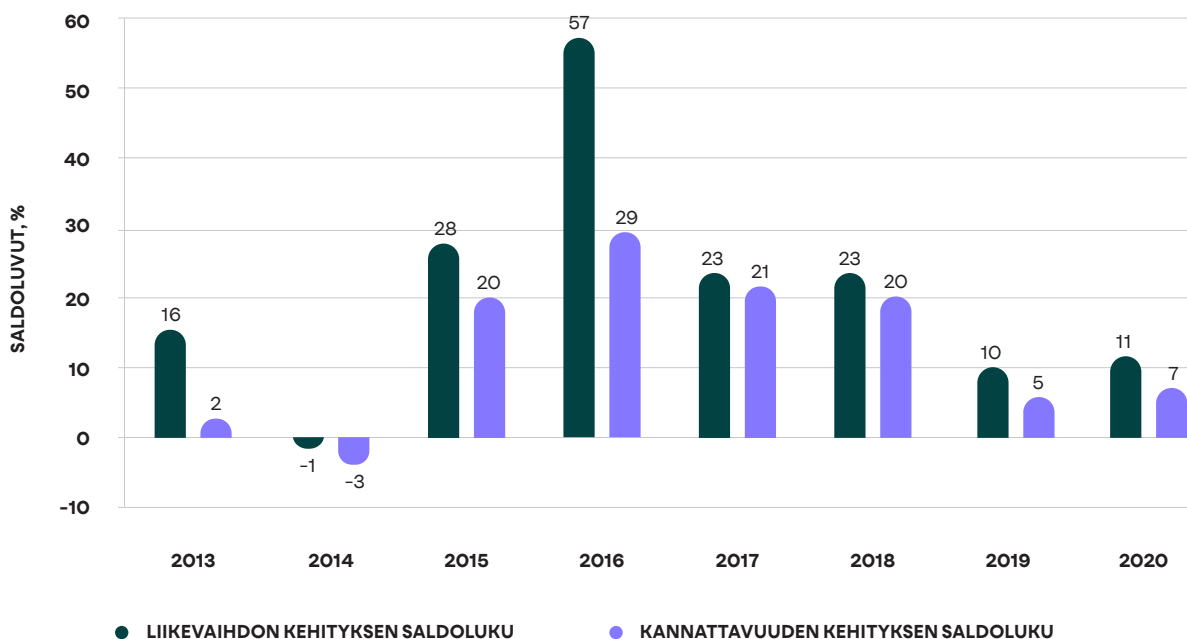
Kannattavuuden paranemisesta kertoi 31 prosenttia kyselyyn vastanneista ja 24 prosenttia arvioi sen heikentyneen. Saldoluvuksi saatiin plus 7, mikä oli lähes samaa luokkaa kuin vuotta aiemmin (+5) mutta heikompi kuin takavuosina (Kuvio 2). Epidemiakriisi on heikentänyt myös yritysten vakavaraisuutta.¹ Vaikutusta on vaimentanut *tuotantokustannusten* maltillinen kehitys. Lähes 90 prosenttia yrityksistä ilmoitti, että *henkilöstön* määrä on pysynyt ennallaan. Asiaa selittää paljolti se, että suuri osa kyselyihin vastanneista yrityksistä oli yksinyrittäjiä eikä toimi työnantajina.

Kuvio 1

Muotoilualan yritysten näkemykset liikevaihdon, henkilöstön, tuotantokustannusten, kannattavuuden, tilauskannan ja vakavaraisuuden kehityksestä koronakriisin aikana (kesä 2021) verrattuna vuoden takaiseen (kevät 2020) tilanteeseen, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



¹ Taseeltaan pienissä yrityksissä ei ole sanottavasti omaan pääomaan liittyviä puskureita, jolloin suhdannevaihtelut ja liikevaihdon kehityksessä tapahtuvat muutokset vaikuttavat niiden rahoitusasemaan voimakkaasti.



Suhdanneodotukset kohentuneet

Odotukset vuosien 2021-22 kehityksestä ovat kohtuullisen myönteiset, sillä liikevaihdon kasvun saldoluvuksi saatiin plus 44 (Kuvio 3). Vuotta aiemmin luku oli pyöreä nolla. Käytännössä Ornamon kyselyihin vastanneista 56 prosenttia uskoo liikevaihdon kasvavan ja 12 prosenttia ennustaa liikevaihdon vähenevän. Varsinkin liikevaihdon laskua ennakoivien osuus on pienentynyt, mikä kertoo muotoilualan yritysten vahvasta uskosta tulevaisuuteen. Saatu tulos on linjassa sen kanssa, että valtiovarainministeriön mukaan bkt kääntyy 2-3 prosentin kasvuun vuosina 2021-22.

Kannattavuuden paranemiseen luottaa 46 prosenttia ja sen heikentymistä pelkää vain seitsemän prosenttia, joten kannattavuuden saldoluku oli reilusti plus-sa puolelle (+38), kun se vuotta aiemmin oli vain plus kolme. Kannattavuuden paranemista edesauttaa tuotantokustannusten maltillinen kehitys, sillä tuotantokustannusten nousun saldoluvuksi saatiin nolla. Epidemiakriisin hellittäminen on voinut lisätä haluja palkata ulkopuolista työvoimaa joihinkin yrityksiin. Muotoilualan yritysten suhdanneodotukset näyttävätkin parantuneen tuntuvasti edellisvuoden aallonpohjasta.

Muotoilualan odotukset ovat liikevaihdon, kannattavuuden ja työllisyyden osalta myönteisemmät kuin koko pk-yrityskentässä, kun odotuksia verrataan Suomen Yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n keväällä 2021 julkistaman *pk-yritysbarometrin* (pky-barometri) tuloksiin (Taulukko 1).² Vielä vuotta aiemmin oli ollut päinvastainen siten, että muotoilualan odotukset olivat pessimistisemmät kuin pk-yrityskentässä keskimäärin. Erot johtuvat siitä, että suhdannevaihtelut heijastuvat herkemmin muotoilualan palvelujen kysyntään.³

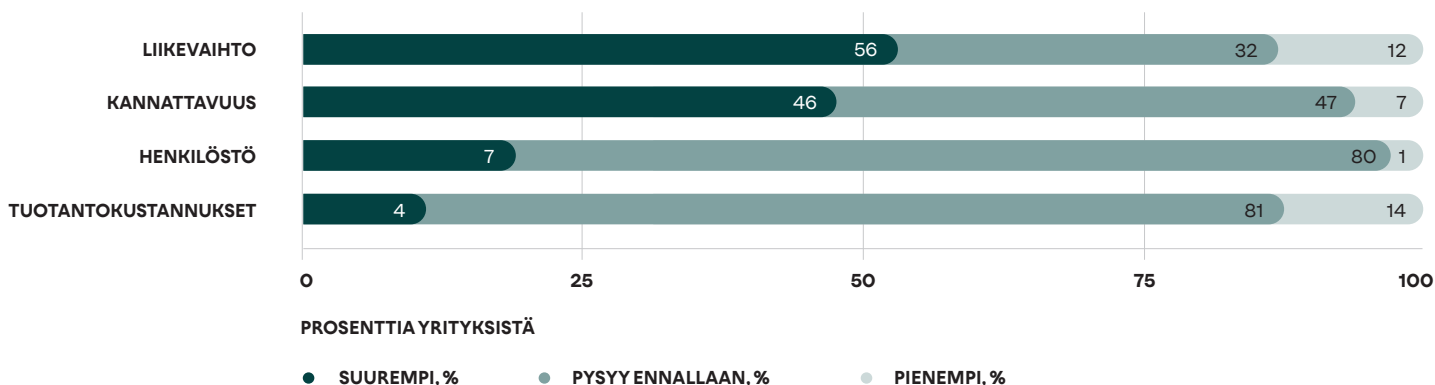
² Pky-barometri julkistetaan kaksi kertaa vuodessa keväällä ja syksyllä. Se laaditaan valtakunnallisena ja alueellisina raportteina. Kevään 2021 pky-barometri perustui 5 553 pk-yrityksen antamiin vastauksiin.

³ Muotoilualan palvelujen kysyntä on osin johdettua kysyntää, mikä riippuu asiakasorganisaatioiden tuotteiden ja palvelujen koti- ja ulkomaisen kysynnän kehityksestä.

Muotoilualan yritysten parantuneita näkemyksiä liikevaihdon ja kannattavuuden kehityksestä vahvistaa se, että alan näkemykset talouden yleisestä suhdanne- ja kysyntänäkemyksistä ovat paljon paremmat kuin koko pk-yrityskentässä. Ornamon kyselyjen mukaan 51 prosenttia muotoilualan yrityksistä ennusti kesällä 2021 yleisten suhdannenäkymien kohenemista seuraavan vuoden aikana. Kaikista pk-yrityksistä samoilla linjoilla oli 26 prosenttia. Muotoilualalla luottamus vahvistuu edelleen, jos asiaa katsotaan kolmen vuoden aikajänteellä (Kuvio 4).

Kuvio 3

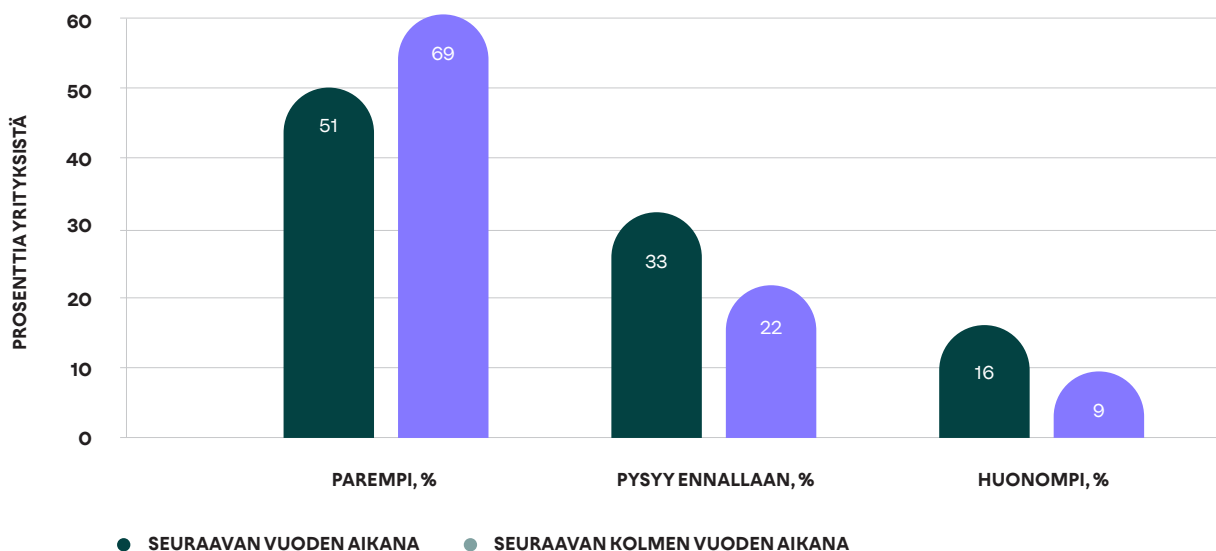
Muotoilualan yritysten odotukset liikevaihdon, henkilöstön, tuotantokustannusten ja kannattavuuden kehityksestä seuraavan vuoden aikana (kesä 2022) verrattuna nykyiseen tilanteeseen (kesä 2021), prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



Taulukko 1

Liikevaihdon, kannattavuuden, henkilöstön ja tuotantokustannusten kasvuodotukset vuodelle 2021 muotoilualalla ja koko pk-yrityskentässä saldolukuina, prosenttia (Lähde: TEM, SY:n ja Finnveran pky-barometri kevät 2021 ja Ornamon kyselyt 2021).

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	Pienempi, %	Saldoluku, %
Liikevaihto:				
- Muotoiluala	56	32	12	44
- Pk-yritykset keskimäärin	38	37	25	13
Kannattavuus:				
- Muotoiluala	46	47	7	38
- Pk-yritykset keskimäärin	28	44	28	0
Tuotantokustannukset:				
- Muotoiluala	13	73	13	0
- Pk-yritykset keskimäärin	39	53	9	30
Henkilöstö:				
- Muotoiluala	19	80	1	17
- Pk-yritykset keskimäärin	16	71	13	3



Kasvuyritysten määrä nousussa

Ornamon kyselyihin vuoden 2021 kyselyyn vastanneista yrityksistä *voimakkaasti kasvuhakuisia* oli noin kymmenen prosenttia, mikä oli hieman enemmän kuin edellisenä vuonna (8 %). Toisaalta voimakkaasti kasvuhakuisien yritysten osuudessa ei ole tapahtunut suuria muutoksia vuosina 2014-21. Edes epidemiakriisi ei ole alentanut niiden osuutta kovin paljon. *Mahdollisuuksien mukaan kasvavia* oli 58 prosenttia⁴ ja asemansa säilyttämiseen keskittyviä 24 prosenttia.⁵ Kasvuhaluttomia yrityksiä oli yhdeksän prosenttia mukaan lukien yritystoimintaa lopettamassa olevat yritykset.⁶

Muotoilualalla voimakkaasti kasvuhakuisiin kasvuyrityksiin kuului teollista sarjavalmistusta, käsityömaistä piensarjatuotantoa (taideteollisuus) sekä muutamia palvelualojen yrityksiä, jotka olivat sisustusarkkitehti- ja insinööritoimistoja. Mahdollisuuksien mukaan kasvavien yritysten kirjo oli monipuolisempia ja niihin kuului teollisten sarjavalmistusta harjoittavien ja taideteollisten yritysten ohella runsaasti muotoilutoimistoja. Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että eri tavoin kasvuhakuisia yrityksiä on muotoilualalla yhtä paljon kuin pk-yrityskentässä keskimäärin.

Keskeiset kasvukeinot

Muotoilualalla yritysten tärkein *kasvukeino* on myynnin ja markkinoinnin tehostaminen. Tätä mieltä oli 44 prosenttia vuoden 2021 kyselyyn vastanneista yrityksistä. Uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämiseen ja tuotevalikoiman monipuolistamiseen panostaa 27 prosenttia ja liiketoiminnan laajentamiseen uusille maantieteellisille markkina-alueille 17 prosenttia yrityksistä. Yrityksistä viisi prosenttia korostaa verkottumista ja teettäisi alihankkijoilla enemmän töitä. Kasvu kolmansien osapuolien tehtyjen sopimusten perusteella on harvinaista⁷ (Kuvio 6).

⁴ Mahdollisuuksien mukaan kasvavien yritysten osuus aleni vuosina 2019-20, mutta vuonna 2021 niiden osuus palasi lähes takavuosien tasolle.

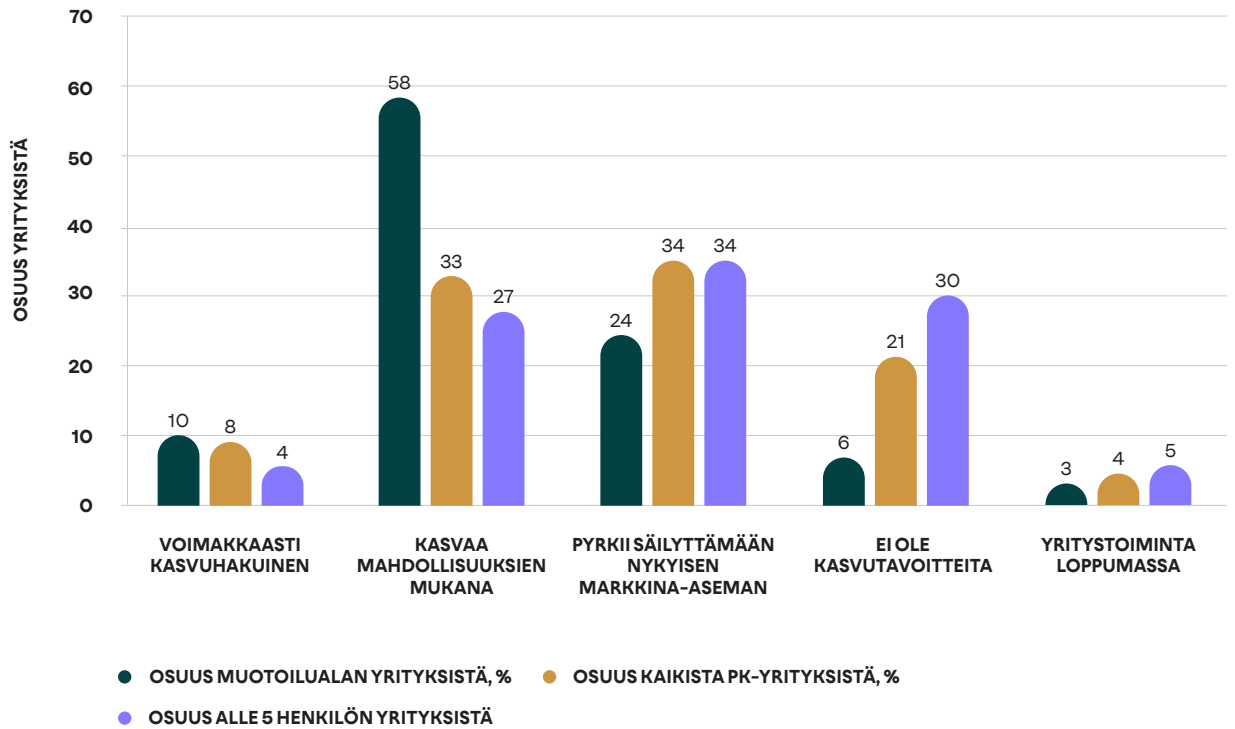
⁵ Myös asemien säilyttäminen voi edellyttää yritykseltä kasvua.

⁶ Kasvuhaluttomia ja yritystoimintaa lopettelemassa olevia yrityksiä on ollut vuosina 2020-21 keskimäärin enemmän kuin takavuosina.

⁷ Näillä tarkoitetaan tuotteiden lisenssivalmistusta tai palvelualoilla käytettyä franchising-liiketoimintaa.

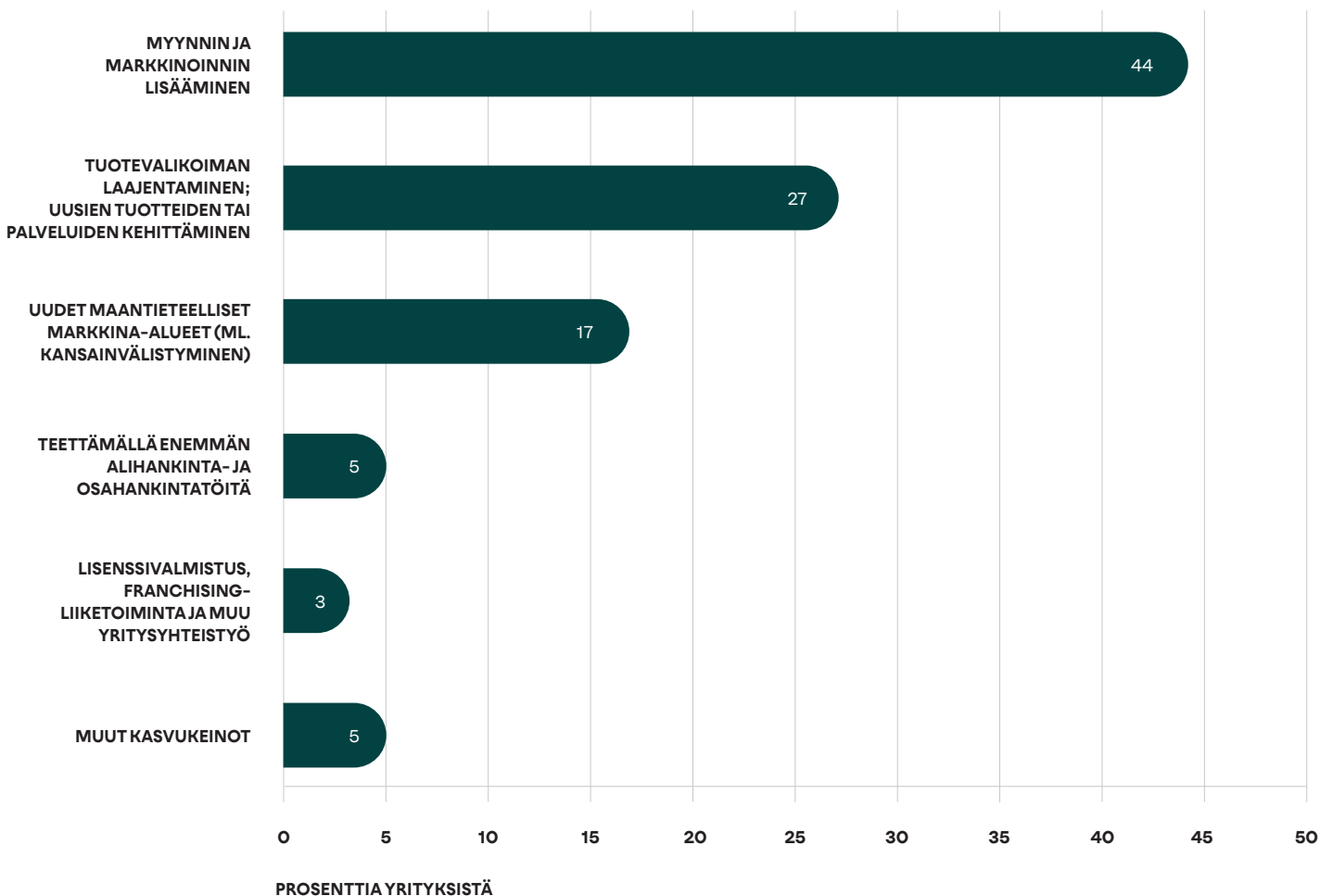
Kuvio 5

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



Kuvio 6

Muotoilualan yritysten färkeimmät kasvukeinot vuonna 2021, prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



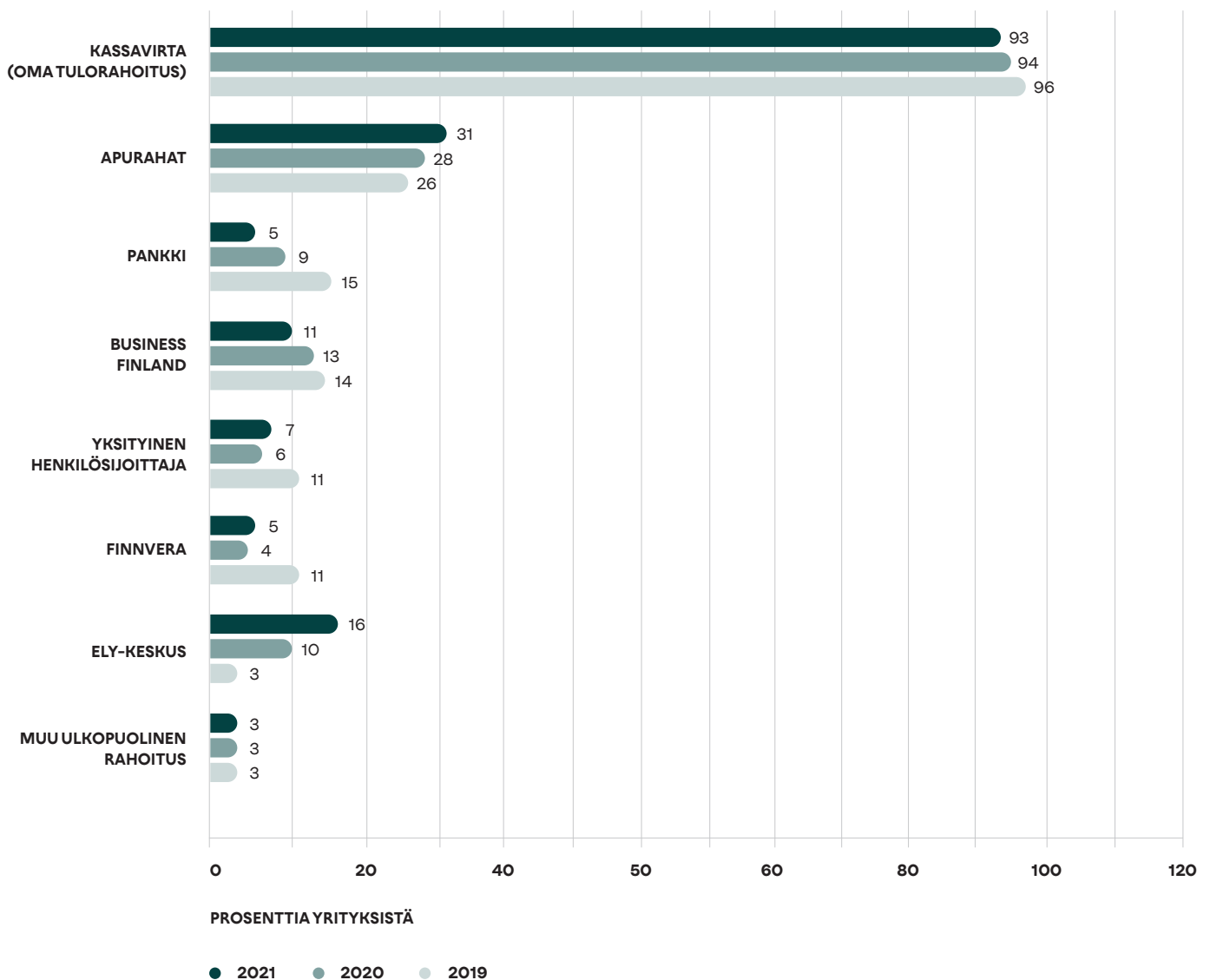
Kasvu yhä tulorahoituksen ja apurahojen varassa

Muotoilualan yritykset rahoittavat kasvuaan pääosin omalla *kassarahoituksella* ja toiseksi eniten *apurahoilla*. Tässä suhteessa ei ole tapahtunut muutoksia aiempaan. Pelkästään kassarahoitukseen nojasi 48 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä ja 93 prosentilla yrityksistä oma tulorahoitus oli ainakin yksi tärkeä kasvun rahoituslähde. Pelkästään tai pääosin kassarahoitukseen ja apurahoihin nojautuminen on hidas tie kasvuun, jos yrityksen laskutettavuusaste on korkea. Silloin kassavirta kuluu pakollisten toimintojen rahoittamiseen eikä toiminnan kehittämiseen jää varoja.

Ainoastaan viisi prosenttia ilmoitti käyttävänsä osittain pankkirahoitusta tai rahoitusyhtiötä oman tulorahoituksen rinnalla. Noin seitsemällä prosentilla oli yksityinen henkilösijoittaja ja yksityistä joukkorahoitusta. Yritystoiminnan julkisella rahoitustuella kasvuaan rahoitti osittain 27 prosenttia vastanneista (Kuvio 6). Julkista saaneiden osuus on ollut kasvussa parin viime vuoden aikana etenkin ELY-keskusten (ml. maaseudun kehitysrahoitus) myöntämän rahoitustuen osalta, joskin epidemiakriisin johdosta myönnettyt tuet ovat voineet vaikuttaa asiaan.

Kuvio 6

Muotoilualan yritysten kasvun rahoitustavat 2019–21 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019–21).



2. Muotoilualan yritystoiminnan laajuus ja rakenne

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

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

Muotoilu pitää tänä päivänä sisällään mm. tuote- ja käyttöesineiden suunnittelua, vaatesuunnittelua, tila- ja kalustesuunnittelua, käyttöliittymien ja digitaalisten ympäristöjen suunnittelua, tekstiili- ja pakkaussuunnittelua, palveluiden ja prosessien muotoilua ja tai materiaalien ja tuotteiden kehittämistä. Muotoilijat työskentelevät usein myös visuaalisten identiteettien ja brändien parissa. Muotoilun uusia sovellutusalueita ovat esimerkiksi strateginen muotoilu, jossa muotoilun avulla kehitetään yrityksen liiketoimintaa kokonaisuudessaan

Muotoilualan yritystoiminta

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

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

Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa muotoiluosaaminen liittyy tavallisesti eri materiaaleista ja eri käyttötarkoituksiin tarkoitettujen

kestokulutustavaroiden tai puolikestävien kulutustavaroiden tekemiseen. Osa tuotteista on luettu taide-esineisiin (korut, ym.). Virallisen toimialaluokituksen mukaan muotoiluintensiivinen valmistus on jaettu kymmeneen alatoimialaan, joita ovat tekstiilien, vaatteiden, nahkatuotteiden, puutuotteiden, lasituotteiden, keraamisten tuotteiden, kivituuotteiden, metallituotteiden, huonekalujen ja kulta-sepän tuotteiden valmistus.

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

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

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

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

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

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

Tässä yhteydessä käytetty muotoilualan toimialojen käsite ei ole millään tavoin tyhjentävä, sillä monet palvelumuotoilua harjoittavat yritykset ovat tarkastelun ulkopuolella tai toimialaluokituksista noudattavien tilastojen katveessa. Esimerkiksi osaamisintensiivisten liike-elämän palveluyritysten (KIBS-yritykset⁸) toimintaan liittyy paljon palvelumuotoilua. Palvelumuotoilu on tärkeää myös koulutuspalveluissa tai rahoitus- ja vakuutusalailla. Lisäksi palvelumuotoilu on levinnyt sosiaali- ja terveydenhuoltoon ja muille kuluttajapalveluja tuottaville toimialoille.⁹

Taulukko 2

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

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

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

⁹ Yritysmuotoisten palveluntuottajien muotoilupalveluja tuottavat ja tarjoavat markkinoilla julkisen alan tutkimuslaitokset ja muut yksiköt (VATT, Tekes, Tilastokeskus, jne.), yliopistot ja korkeakoulut, yksityiset kolmannen alan tutkimuslaitokset (Etla, jne.) ja elinkeinoelämän etu- ja toimialajärjestöt (EK, jne.).

Yritysten ja toimipaikkojen määrä

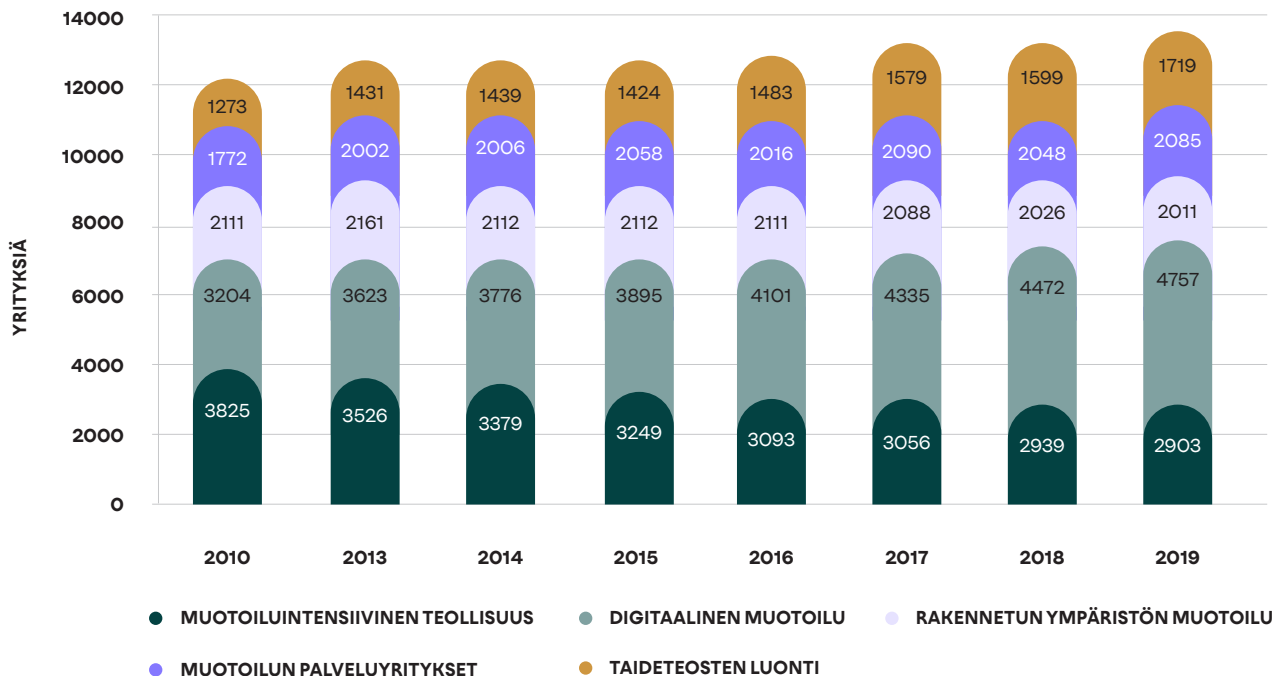
Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastojen mukaan Suomessa toimi edellä mainittujen toimialamääritelmien ja rajausten mukaan tarkasteltuna noin 13 480 muotoilualan *yritystä* vuonna 2019. Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastoihin sisältyvät vain ne yritykset, jotka ovat toimineet tilastovuonna vähintään puoli vuotta, ja joiden henkilöstö oli yli 0,5 henkilöä kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna tai niiden liikevaihto ylitti vuosittain määritellyn minimirajan (kynnysarvon). Vuonna 2019 liikevaihdon minimiraja oli 11 810 euroa.¹⁰

Yritysten lukumäärä on kasvanut runsaat seitsemän prosenttia eli 1 290 tilastoyksiköllä vuosina 2010-19. *Pääosaamisaloittain* tarkasteltuna yritysten määrän kasvu oli suurinta digitaalisessa muotoilussa, taideteosten luonnissa ja muotoilutoimistojen keskuudessa (Kuvio 7). Yksittäisten toimialojen osalta kasvu on ollut kovinta tietokonepelien kustantamisessa, ohjelmistojen suunnittelussa ja teollisessa muotoilussa. Muotoiluintensiivisten tuotteiden valmistuksessa (teollisuudessa) yritysten määrä oli vähentynyt noin 920 yrityksellä (24 %) 2010-luvulla (Taulukko 3).

Toimialoittain katsottuna yritysten määrä on vähentynyt eniten tekstiilien, puutuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa sekä arkkitehtipalveluissa. Suhteellisesti nopeinta kehitys on ollut lasituotteiden, tekstiilien ja vaatteiden valmistuksessa. Yritysten määrän väheneminen on rakenteellista ja suhdanne- luontoista. Rakenteellisiin muutoksiin vaikuttaa se, että toisiin markkinaolosuhteisiin perustetut yritykset ovat ajautuneet vaikeuksiin kilpailevan halpatuonnin puristuksessa tai yritykset ovat lopettaneet toimintansa yrittäjien eläköityessä ilman seuraajaa.

Kuvio 7

Muotoilualan yritykset Suomessa pääosaamisaloittain 2010-19 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2013-19), Tilastokeskus).



¹⁰ Vuositilastoihin ovat päässeet tilastovuodesta 2013 myös yritykset, joiden taseen loppusumma on vähintään 170 000 euroa, vaikka henkilöstö- ja liikevaihtokriteerit eivät täytyisikään.

Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan yritysten *toimipaikkoja* oli muotoilualoilla 14 080 vuonna 2019. Yritystoimipaikkojen lukumäärän kehitys on seurannut aika tarkasti yritysten määrän kehitystä vuosina 2010-19, sillä valtaosa muotoilualan yrityksistä on pieniä yksitoimipaikkaisia yrityksiä.¹¹ Periaatteessa toimipaikka on taloudellinen yksikkö, jossa saman omistajuuden tai valvonnan alaisuudessa harjoitetaan mahdollisimman samanlaisten tavaroiden ja palvelujen tuotantoa tavallisimmin yhdellä sijaintipaikalla (Taulukko 4).

Taulukko 3

Muotoilualan yritykset ja toimipaikat Suomessa 2010-19 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto sekä alueellinen yritystoimintatilasto (2019) Tilastokeskus).

	Yrityksiä 2019, lkm	Yritysten lisäys 2010- 19, lkm	Toimipaikkoja 2019, lkm	Toimipaik- kojen lisäys 2010-19 lkm
Muotoilun palveluyritykset	2085	313	2098	319
- Graafinen muotoilu	717	150	718	149
- Sisustussuunnittelu	724	-66	729	-61
- Teollinen muotoilu	644	229	651	231
Digitaalinen muotoilu	4757	1553	5167	1664
- Tietokonepelien kustantaminen	55	45	56	46
- Ohjelmistojen kustantaminen	69	-15	83	-17
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	4633	1523	5028	1635
Arkkitehtuuri ja maisemanhoito	2011	-100	2046	-77
- Arkkitehtipalvelut	1297	-250	1322	-238
- Maiseman hoitopalvelut	714	150	724	161
Muotoiluintensiivinen valmistus	2903	-922	3094	-783
- Tekstiilien valmistus	326	-230	337	-138
- Vaatteiden valmistus	70	-32	79	-26
- Nahkatuotteiden valmistus	139	-48	146	-47
- Puutuotteiden valmistus	837	-248	932	-230
- Lasituotteiden valmistus	28	-14	30	-16
- Keraamisten tuotteiden valmistus	85	-34	87	-37
- Kivituotteiden valmistus	194	-53	207	-51
- Metallituotteiden valmistus	92	-9	94	-9
- Huonekalujen valmistus	798	-230	845	-203
- Kultasepän tuotteiden valmistus	334	-24	337	-26
Taideteosten luonti	1719	446	1672	398
YHTEENSÄ	13475	1290	14077	1521

Yksinyrittäjävaltainen toimiala¹²

Muotoilualan yritykset ovat kooltaan varsin pieniä, sillä 70 prosenttia työllisti alle kaksi henkilöä tilastovuonna 2018. *Alle kahden henkilön yritykset* ovat usein ei-työnantajina toimivien pää- ja sivutoimisten yrittäjien hallinnassa. Pienintä yrityskokoa edustavat taideteosten luonnin ja graafisen muotoilun toimialoille tilastoidut yritykset, joista alle kahden henkilön yritysten osuus oli 96 prosenttia. Myös graafisen muotoilun, sisustussuunnittelun, keraamisten ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa 85-90 prosenttia yrityksistä kuuluu pienimpään kokoluokkaan (Kuvio 8).

¹¹ Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi toimipaikka, mutta joillakin niitä on satoja (monitoimipaikkainen yritys).

¹² Tilastot koskevat vuotta 2018, koska luotettavia tietoja vuodelta 2019 ei ole saatavilla.

Pientyönantajia (2-9 henkilön yritykset) muotoilualan yrityksistä oli 21 prosenttia ja *vähintään kymmenen henkilön yrityksiä* yhdeksän prosenttia. Pientyönantajia ja vähintään kymmenen henkilön työnantajayrityksiä oli eniten digitaalisen muotoilun toimialoilla, puutuotteiden, huonekalujen ja kivituotteiden valmistuksessa. Mikroyritysvaltaisuudesta huolimatta vähintään kymmenen henkilön yritysten työllisyysosuus oli 77 prosenttia ja niihin kertyi 84 prosenttia alan liikevaihdosta vuonna 2018. Alle kahden henkilön yritysten osuudet olivat 5-6 prosenttia (Taulukot 5-6).

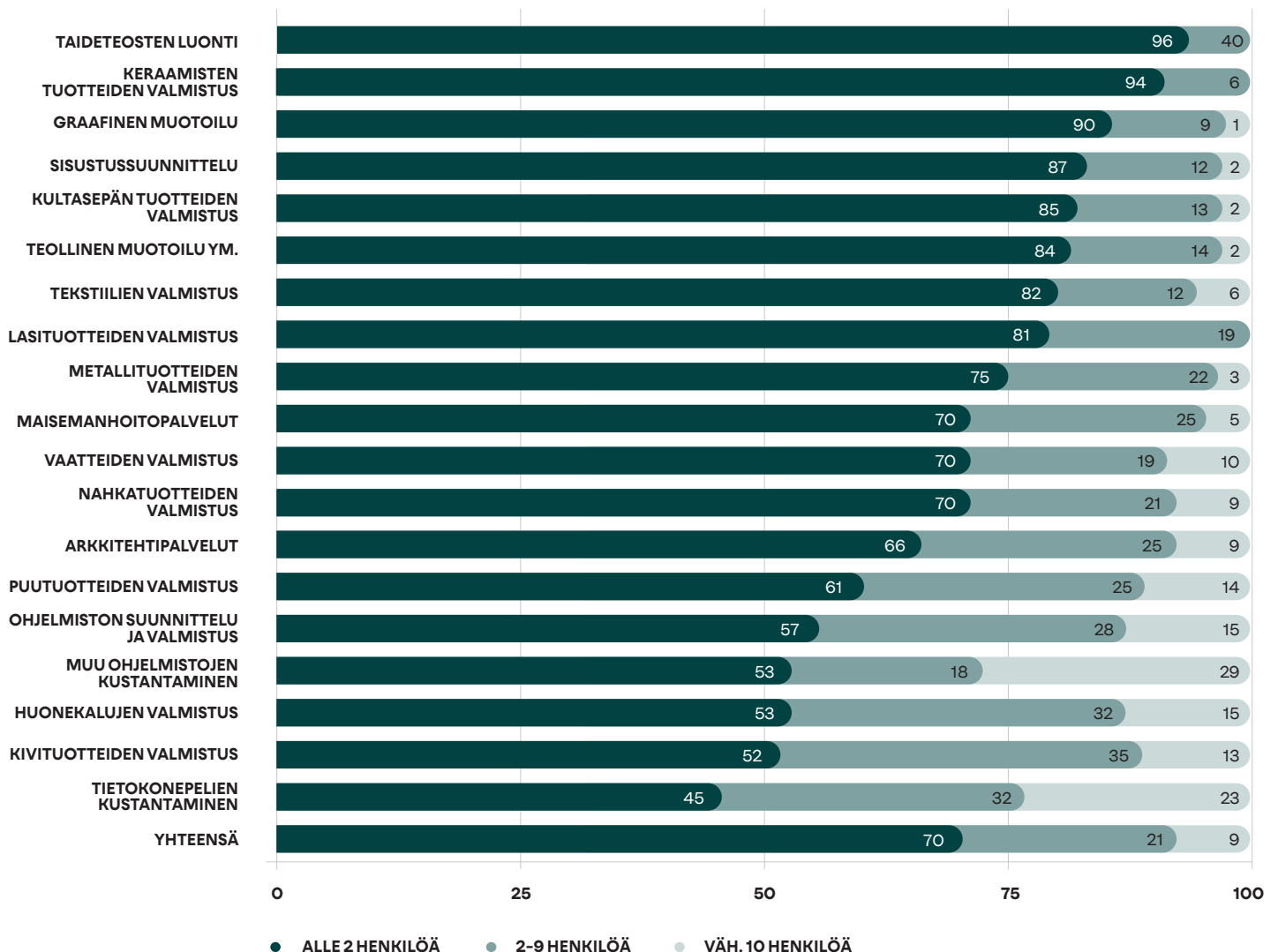
Taulukko 4

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

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	65,6	23,8	10,6
Digitaalinen muotoilu	56,9	27,9	15,2
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	67,4	25,2	7,5
Muotoilualan palveluyritys	86,9	11,7	1,4
Taideteosten luonti	95,6	4,1	0,4
YHTEENSÄ	69,9	21,1	9,0

Kuvio 8

Muotoilualan yritysten lukumäärä tarkimman toimialoittain mukaan ja henkilöstön kokoluokittain 2018, prosenttia yrityksistä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).



Taulukko 5

Muotoilualan työllisyys pääaloittain ja yritysten kokoluokittain 2018, osuus kokovuosityöllisyydestä (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	4,6	23,8	78,5
Digitaalinen muotoilu	3,3	27,9	84,0
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	12,0	25,2	55,0
Muotoilualan palveluyritys	36,3	11,7	24,5
Taideteosten luonti	70,8	4,1	5,4
YHTEENSÄ	6,2	21,1	77,2

Taulukko 6

Muotoilualan liikevaihto pääaloittain ja yritysten kokoluokittain 2018, osuus liikevaihdosta (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus).

	Alle 2 henkilön yritykset, %	2-9 henkilön yritykset, %	Väh. 10 henkilön yritykset, %
Muotoiluintensiivinen teollisuus	3,6	12,8	83,7
Digitaalinen muotoilu	2,9	7,3	89,8
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	12,8	29,8	57,4
Muotoilualan palveluyritys	34,9	39,3	25,8
Taideteosten luonti	75,9	21,1	3,0
YHTEENSÄ	4,8	10,8	84,4

Osa-aikainen ja sivutoiminen yrittäjyys¹³

Ornamon suhdannekyselyjen mukaan muotoilualalla on paljon osa-aikaisia tai sivutoimisia yrityksiä, mikä saa vahvistusta Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastoista. Niiden mukaan vuositilastoihin sisältyi arviolta 3 440 sivutoimista yritystä (yrittäjää) vuonna 2018. Sivutoimiseksi on määritelty kotimainen ja konsernien ulkopuolelle toimiva yritys, jonka kokovuosityöllisyydellä laskettu henkilöstö oli alle 0,5 henkilöä. Yhteensä osa-aikaisia tai sivutoimisia yrityksiä oli 26 prosenttia kaikista vuositilastoihin sisältyvistä muotoilualan yrityksistä.

Sivutoimisia yrityksiä on suhteellisesti eniten kultasepän tuotteiden valmistuksessa (46 %) ja taideteosten luonnissa (43 %). Kaikista yksinyrittäjien omistamista yrityksistä¹⁴ sivutoimiset yritykset ovat enemmistönä nahka-, puu- ja kultasepän tuotteiden valmistuksessa. Vähiten sivutoimisia yrityksiä toimii digitaalisen muotoilun piirissä (ohjelmistoliiketoiminta, tietokonepelien ja ohjelmistojen kustantaminen). Sivutoimiset yritykset työllistivät kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna vain 780 henkilöä vuonna 2018, mikä oli vain 1,3 prosenttia muotoilualan henkilöstöstä.

Osa alan sivutoimisista on jäänyt kokonaan Tilastokeskuksen yrityksiä koskevien vuositilastojen ulkopuolelle. Yhteensä tällaisia yrityksiä oli noin 1 130 vuonna 2018. Nämä yritykset nostavat periaatteessa muotoilualan yritysten kokonaisuutensa saman verran. Yritykset ovat jääneet vuositilastojen ulkopuolelle, koska ne eivät täytä tilastoihin pääsyn kriteereitä henkilöstön

¹³ Tilastot koskevat vuotta 2018, koska luotettavia tietoja vuodelta 2019 ei ole saatavilla.

¹⁴ Yksinyrittäjien omistamilla yrityksillä tarkoitetaan alle kahden henkilön yrityksiä.

eivätkä liikevaihdon suuruuden mukaan, vaikka yritystoimintaa on ollut tilastovuonna yli puolivuotta. Kokovuosityöllisyydellä mitattuna näiden yritysten työllisyys oli vain 140 henkilöä.¹⁵

Taulukko 7

Muotoilualan osa- ja sivutoimiset yritykset pääaloittain 2018 (Lähde: Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus; Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith).

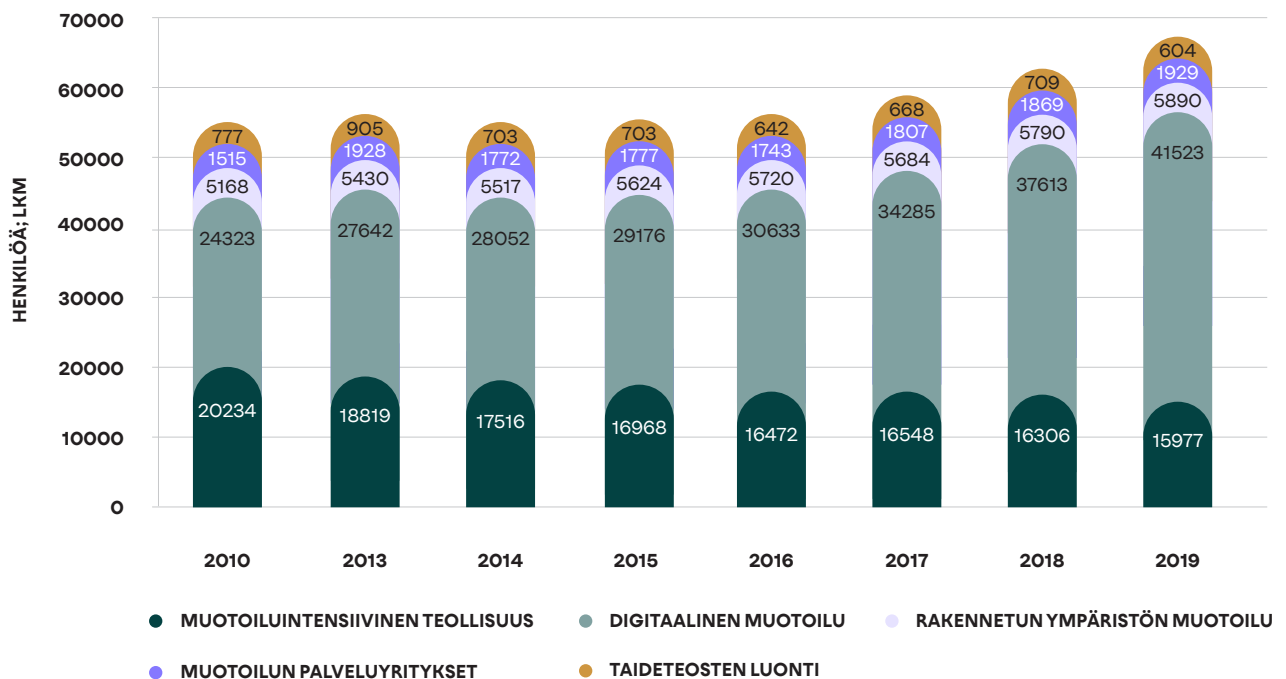
	Sivutoimisia yrityksiä (vuositilastot), lkm	Osuus kaikista alan yrityksistä, %	Osuus alan alle 2 henk. yrityksistä, %	Sivutoimisia yrityksiä vuositilastojen ulkopuolella, lkm
Muotoiluintensiivinen teollisuus	926	31,5	48,1	224
Digitaalinen muotoilu	700	15,7	27,5	107
Arkkitehtuuri ja maisemahoito	480	23,7	35,2	173
Muotoilualan palveluyritys	639	31,2	35,9	252
Taideteosten luonti	691	43,2	45,2	377
YHTEENSÄ	3436	26,3	37,6	1133

Muotoilualan työllisyyden kehitys

Muotoilualan toimipaikkojen *työllisyys* oli Suomessa kokovuosityöllisyyden käsitteellä mitattuna noin 65 920 henkilöä vuonna 2019. Vuosina 2010-19 työllisten määrä on kasvanut viidenneksellä (13 910 henkilöä). Määrällinen ja suhteellinen henkilöstön lisäys oli suurinta digitaalisessa muotoilussa (71 %). Muotoilutoimistoissa työllisyys kasvoi 27 prosenttia ja rakennetun ympäristön muotoilussa 14 prosenttia. Taideteosten luonnissa ja kaikilla muilla muotoiluintensiivisen teollisuuden aloilla paitsi vaatteiden ja metallituotteiden valmistuksessa työllisyys aleni.

Kuvio 9

Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön kehitys päätoimialoittain 2010-19, lkm (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja alueellinen yritystoimintatilasto (2013-19) Tilastokeskus).



¹⁵ Kokovuosityöllisyydellä mitaten vuositilastoihin ulkopuolelle jääneet yritykset työllistivät keskimäärin 0,12 henkilöä

Muotoilualan yritysten työllisyydestä *palkansaajia* oli Tilastokeskuksen yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastojen mukaan 58 260 henkilöä (88 %) ja *yrittäjiä* 7 640 henkilöä (12 %). Yrittäjien osuus työllisyydestä nousi merkittäväksi taideosten luonnin, keraamisten tuotteiden valmistuksen ja graafisen muotoilun toimialoilla, joissa yrittäjiä oli yli 40 prosenttia työllisistä (Taulukko 8). Muotoilualan yritykset työllistivät keskimäärin 4,3 palkansaajaa, mutta toimialojen väliset erot ovat suuria. Eniten palkansaajia oli yritystä kohden laskettuna digitaalisen muotoilun toimialoilla.

Taulukko 8

Muotoilualan yritystoimipaikkojen henkilöstön kehitys Suomessa tarkimman toimialan mukaan 2010–19 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010), alueellinen yritystoimintatilasto ja yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto (2019) Tilastokeskus).

	Henkilöstö (toimipaikat) 2019, lkm	Henkilöstön lisäys (toimipaikat) 2010–19, lkm	Yrittäjiä (yritysten) henkilöstöstä 2019, lkm	Yrittäjiä (yritysten) henkilöstöstä 2019, %
Muotoilun palveluyritykset	1929	414	641	33,2
- Graafinen muotoilu	547	64	254	46,4
- Sisustussuunnittelu	701	192	223	31,5
- Teollinen muotoilu	681	158	164	24,3
Digitaalinen muotoilu	41523	17200	1 238	3,0
- Tietokonepelien kustantaminen	1377	1273	10	0,7
- Ohjelmistojen kustantaminen	2136	625	11	0,5
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	38010	15302	1 217	3,2
Arkkitehtuuri ja maisemanhoito	5890	722	817	14,0
- Arkkitehtipalvelut	4108	374	544	13,3
- Maiseman hoitopalvelut	1782	348	273	15,5
Muotoiluintensiivinen valmistus	15977	-4257	1 005	6,4
- Tekstiilien valmistus	655	-156	97	12,3
- Vaatteiden valmistus	319	46	24	6,7
- Nahkatuotteiden valmistus	929	-520	49	5,2
- Puutuotteiden valmistus	6451	-905	272	4,6
- Lasituotteiden valmistus	218	-254	5	20,8
- Keraamisten tuotteiden valmistus	105	-319	36	64,6
- Kivituotteiden valmistus	913	-353	87	9,1
- Metallituotteiden valmistus	206	35	30	16,0
- Huonekalujen valmistus	5702	-1527	296	5,0
- Kultasepän tuotteiden valmistus	479	-304	108	22,4
Taideteosten luonti	604	-173	391	59,0
YHTEENSÄ	65923	13906	7638	11,6

Liikevaihdon kehitys

Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston mukaan muotoilualan toimipaikkojen *liikevaihto* oli vuonna 2019 Suomessa 12,6 miljardia euroa, mistä digitaalinen muotoilu muodosti 65 prosenttia. Liikevaihdosta muotoiluintensiivisen valmistuksen osuus oli 26 prosenttia ja muiden toimialojen yhdeksän prosenttia. Vuosina 2010–19 liikevaihdon määrä (volyymi) kasvoi muotoilualan toimipaikoilla 60 prosenttia. Kasvu oli nopeinta digitaalisessa muotoilussa (121 %). Muotoiluintensiivisessä valmistuksessa liikevaihto aleni keskimäärin kaksi prosenttia.

Yksittäisten toimialojen kehityksestä voidaan todeta se, että liikevaihto kasvoi vuosina 2010-19 eniten tietokonepelien ja muiden ohjelmistojen kustantamisessa, teollisessa muotoilussa ja vaatteiden valmistuksessa, mikä on näkynyt näillä toimialoilla myös työllisyyden kasvuna. Liikevaihto oli pudonnut eniten lasi- ja keraamisten tuotteiden valmistuksessa, mutta myös kivituohteiden, kultasepän tuotteiden ja tekstiilien valmistuksen liikevaihto alenivat. Osasyynä on valmistuksen siirtyminen pois Suomessa tai työn teettäminen alihankintana ulkomailla.

Vuosina 2018-19 muotoilualan kokonaisliikevaihto kasvoi 2,9 prosenttia ja 5,8 työllisyys prosenttia. Kehitys oli parempaa kuin keskimäärin koko yrityssectässä (pl. alkutuotanto), jossa liikevaihto kohosi 2,4 prosenttia ja työllisyys vain 2,2 prosenttia. Koko yrityssectän työllisyydestä ala muodosti 4,5 prosenttia ja liikevaihdosta 2,8 prosenttia, joskin liikevaihto-osuus ei kerro koko totuutta muotoilualan merkityksestä. Syynä on, että muilla toimialoilla liikevaihto voi kertaantua pitkien alihankintaketjujen takia tai nousta suureksi pelkän läpikulkulaskutuksen takia.

Siksi toimialojen kansantaloudellista merkitystä olisi parempi katsoa *jalostusarvon* (tai arvonlisäyksen) pohjalta. Jalostusarvo mittaa toimipaikan varsinaisessa tuotantotoiminnassa eri tuotantotehtäjäiden tuottamaa yhteenlaskettua arvonlisäystä. Jalostusarvo lasketaan tuotantotoiminnasta saatujen tuottojen ja toiminnasta aiheutuneiden kustannusten erotuksena (pl. toimipaikan työvoimasta aiheutuvat kustannukset). Tuottoihin sisältyvät toimipaikan toimitukset yrityksen toisille toimipaikoille ja kustannuksiin hankinnat yrityksen toisilta toimipaikoilta.

Taulukko 9

Muotoilualan yritystoimipaikkojen liikevaihdon kehitys Suomessa tarkimman toimialan mukaan 2010-19 (Lähde: Yritys- ja toimipaikkarekisteri (2010) ja alueellinen yritystoimintatilasto (2013-19) Tilastokeskus).

	Liikevaihto 2019, milj. euroa	Liikevaihdon määrän lisäys 2010-19, %	Liikevaihto kasvu 2018-19, %	Liikevaihto / henkilöstö 2019, 1000 euroa
Muotoilun palveluyritykset	275	59,5	5,4	143
- Graafinen muotoilu	51	35,3	3,9	93
- Sisustussuunnittelu	111	56,9	3,2	158
- Teollinen muotoilu	113	76,5	8,5	166
Digitaalinen muotoilu	8233	120,9	3,8	198
- Tietokonepelien kustantaminen	2051	21638,3	17,5	1489
- Ohjelmistojen kustantaminen	749	53,9	-36,5	351
- Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	5434	68,1	8,5	143
Arkkitehtuuri ja maisemanhoito	731	32,9	6,5	124
- Arkkitehtipalvelut	462	24,8	5,4	112
- Maiseman hoitopalvelut	269	49,7	8,5	151
Muotoiluintensiivinen valmistus	3286	-2,2	-0,4	206
- Tekstiilien valmistus	96	-20,0	3,9	147
- Vaatteiden valmistus	91	73,9	-8,4	286
- Nahkatuotteiden valmistus	222	15,0	15,5	239
- Puutuotteiden valmistus	1352	0,5	-7,6	210
- Lasituotteiden valmistus	51	-48,6	-0,7	234
- Keraamisten tuotteiden valmistus	5	-90,1	-8,7	46
- Kivituohteiden valmistus	133	-28,6	0,1	146
- Metallituotteiden valmistus	35	51,1	-0,3	171
- Huonekalujen valmistus	1200	4,0	7,8	211
- Kultasepän tuotteiden valmistus	99	-27,0	-12,8	208
Taideteosten luonti	87	31,5	3,7	144
YHTEENSÄ	12611	60,1	2,8	191

3. Vienti ja yritysten kansainvälistyminen

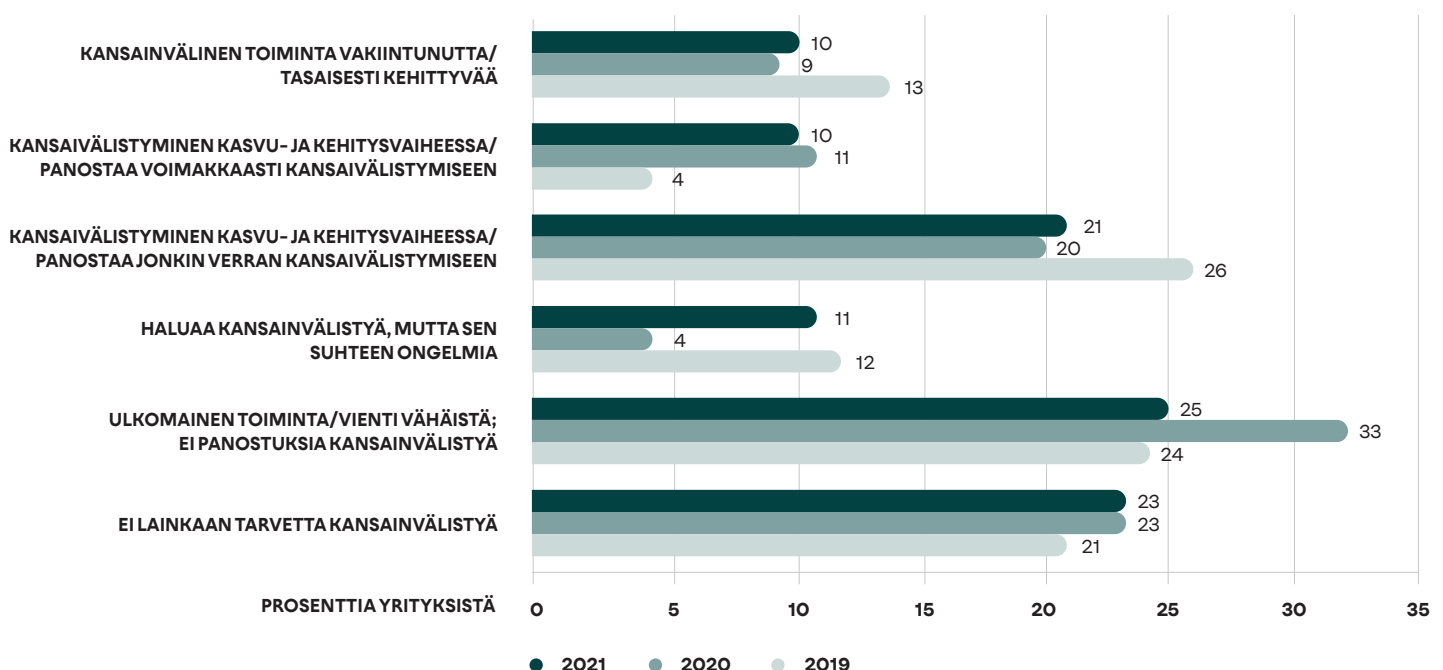
Ornamon vuoden 2021 kyselyyn vastanneista muotoilualan yrityksistä kolmella toista prosentilla *kansainvälinen toiminta* on vakiintunutta ja tasaisesti kehittyvää. Lisäksi 30 prosenttia yrityksistä panostaa voimakkaasti tai jonkin verran kansainväliseen toimintaan. Vastanneista kaksitoista prosenttia haluaisi kansainvälistyä, mutta sen suhteen on erilaisia ongelmia (Kuvio 10). Noin 45 prosentilla yrityksistä ei ollut tarvetta kansainvälistyä tai ulkomainen toiminta oli pientä tai satunnaista, jota ei voida määritellä varsinaiseksi kansainvälistymiseksi.

Edelliseen vuoteen verrattuna niiden yritysten osuus, jotka haluaisivat laajentaa toimintaansa ulkomaille, on palautunut epidemiakriisiä edeltäneelle tasolle. Vastaavasti voimakkaasti kansainvälistymiseen panostavien yritysten osuus on pienentynyt. Kansainvälistymistä on hidastanut se, että pienyrityksillä ei ole osaamista, tarvittavia suhteita tai taloudellisia voimavaroja palkata kansainvälisen myynnin ja markkinoinnin osaajia. Fyysisten tuotteiden valmistajilla ongelmana voivat olla myös alihankkijoiden, myyntikanavien ja jälleenmyyjien löytäminen.

Toisaalta verkkokauppa voi helpottaa etenkin niiden yritysten asemaa, joilla ei ole kattavaa jälleenmyynti- ja jakeluverkostoa. Verkkokaupalla voidaan palvella laajempaa asiakaskuntaa ajasta ja paikasta riippumatta ja myös kansainvälistyminen on helpompaa. Verkkokaupan tekninen perustaminen on nykyaikaisilla verkkokauppa-alustoilla helppoa ja nopeaa. Tosin menestyvän verkkokaupan ylläpitäminen on pitkäjänteistä toimintaa, joka edellyttää aktiivista markkinointityötä. Kehitystä voivat jarruttaa tässäkin pienten yritysten rajalliset voimavarat.

Kuvio 10

Muotoilualan yritysten kansainvälistymistä koskevat tavoitteet 2019–21, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2019–21).



Ulkomaisen toiminnan laajuus

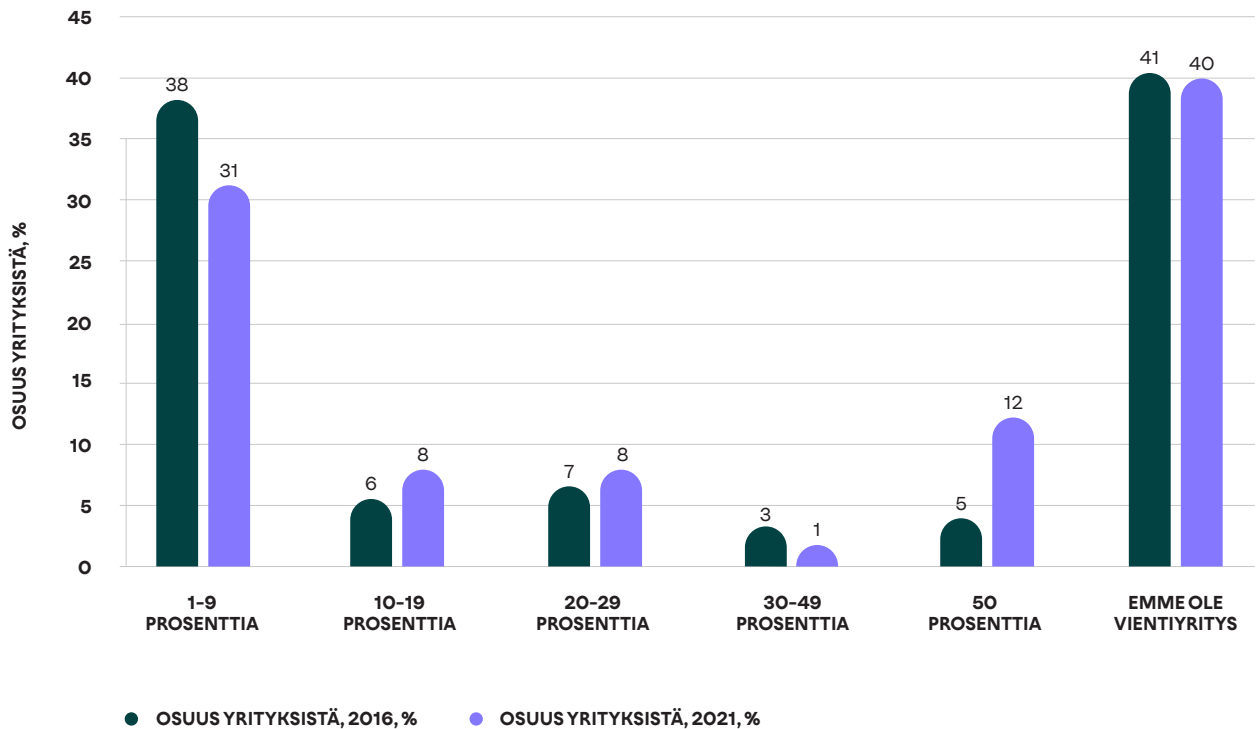
Muotoilualalla yritysten ulkomaisen toiminnan osuutta liikevaihdosta on tutkittu kyselytutkimuksilla vuosina 2016 ja 2021. Yrityksillä, joilla on ollut kansainvälistä toimintaa, ulkomaankaupan osuus on jäänyt tavallisesti alle kymmeneen prosenttiin liikevaihdosta, eli toiminta on useimmiten satunnaista. Vuonna 2021 tähän ryhmään kuului lähes kolmannes kyselyyn vastanneista. Seitsemällätoista prosentilla ulkomainen toiminta oli 10-49 prosenttia liikevaihdosta. Kahdellatoista prosentilla vastanneista ulkomainen toiminta oli yli 50 prosenttia liikevaihdosta (Kuvio 11).

Niiden yritysten osuus, joiden toiminnasta pääosa (yli 50 %) suuntautuu ulkomaille, on kasvanut vuosina 2015-20. Vastaavasti satunnaisten viejien määrä on alentunut. Yleisin viennin toimitustapa on ollut tavaravienti yli rajojen suoraan loppuasiakkaalle ilman erillisiä myyntikanavia tai paikallisia välikäsiä kohdealueella. Näin toimii 36 prosenttia yrityksistä. Tosin näiden yritysten osuus on alentunut vuodesta 2020. Sen sijaan niiden yritysten osuus, jotka harjoittavat tavaravientiä paikallisten markkinointi-, myynti- tai jakelukanavien kautta, on lisääntynyt.

Sähköistä suoraa palveluliiketoimintaa (mm. konsultti- ja asiantuntijapalvelujen toimitus verkossa yli rajojen) harjoitti viidenneksessä vastanneista, mutta digitaalisten tuotteiden tai sisällön kansainvälistä myyntiä sähköisen alustan (markkinapaikan, verkkokaupan) kautta vain pari prosenttia vastanneista vuonna 2021. Projektivienti oli pääasiallinen ulkomaisen toiminnan muoto runsaalle viidennekselle yrityksistä. Projektivienti voi edellyttää henkilön matkustamista kohdealueelle.¹⁶ Se on tyypillinen kansainvälisen toiminnan muoto insinööri- ja arkkitehtipalveluissa.

Kuvio 11

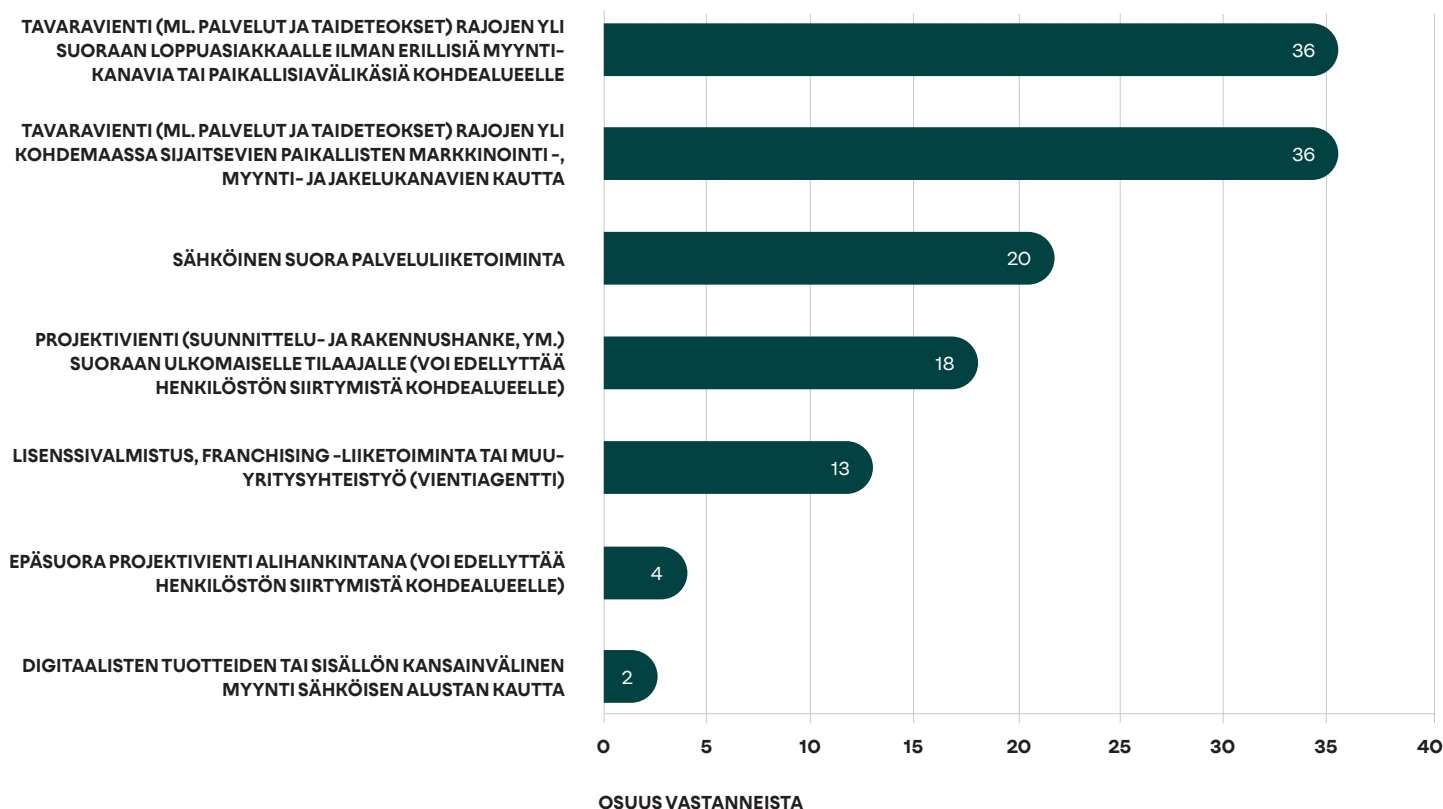
Kansainvälisen toiminnan osuus muotoilualan yritysten liikevaihdosta 2015 ja 2020, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2016 ja 2021).



¹⁶ Projektivienti voi tapahtua suoraan ulkomaiselle toimeksiantajalle tai se voi olla epäsuoraa projektivientiä kotimaisen toimeksiantajan kautta alihankintana ulkomaiselle tilaajalle.

Kuvio 12

Muotoilualan yritysten kansainvälisen toiminnan pääasialliset muodot, prosenttia yrityksistä 2021 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



Päämarkkinat nyt ja uudet kiinnostuksen kohteet

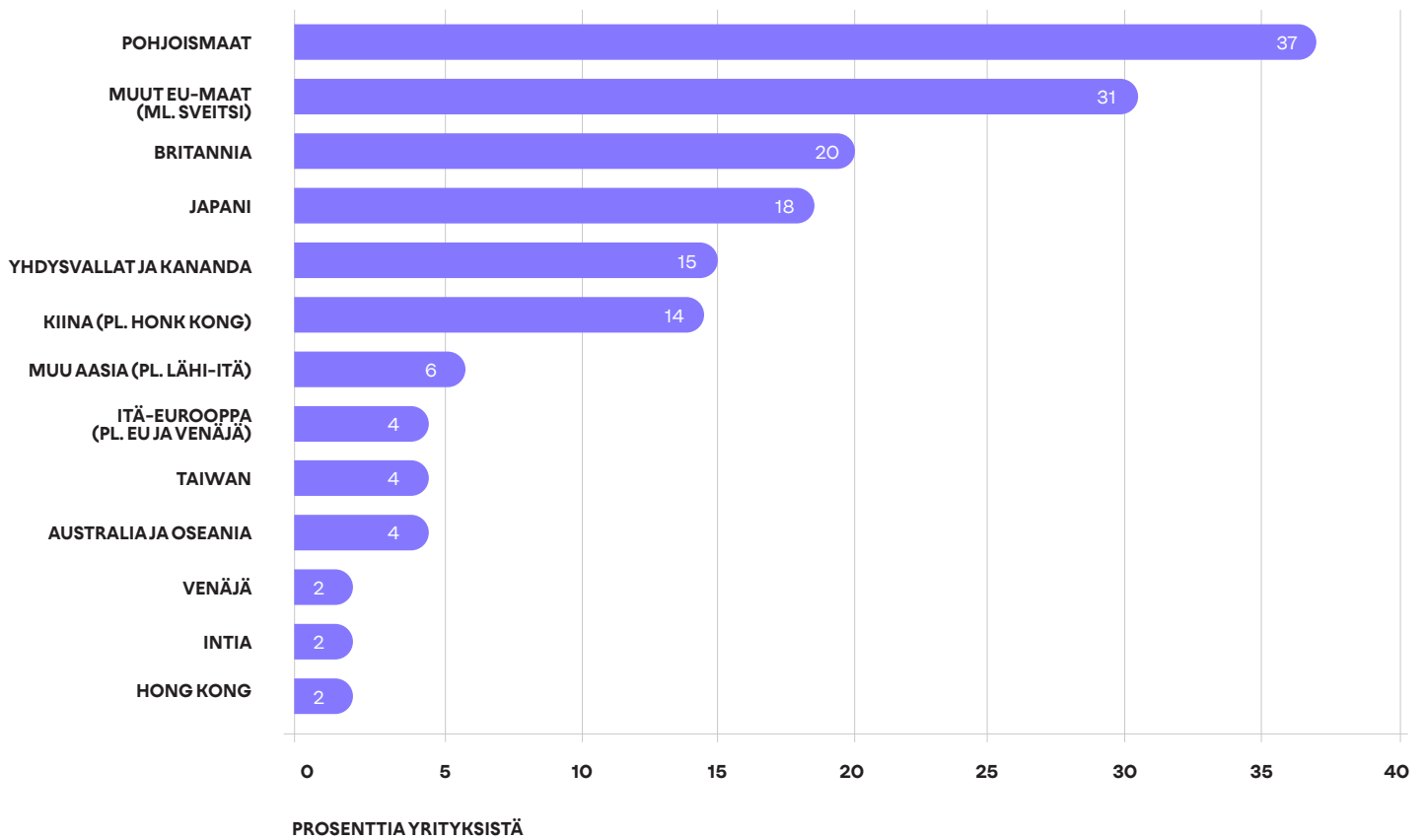
Vuoden 2021 kyselyjen mukaan ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten selvästi suurimmat päämarkkina-alueet ovat Pohjoismaat ja muut EU-maat. Molemmilla alueilla toimintaa on ollut yli 30 prosentilla vienti harjoittaneista. Seuraavaksi tärkeimpiä kohteita ovat Britannia, Japani, Pohjois-Amerikka ja Kiina (ml. Hong Kong¹⁷). Venäjällä ja muualla Itä-Euroopassa, Australiassa ja Oseaniassa, Intiassa ja muualla Aasiassa on toiminut vain muutama yritys. Lähi-idässä, Latinalaisessa Amerikassa tai Afrikassa ei ollut toimintaa yhdelläkään kyselyyn vastanneista.

Potentiaalisista markkina-alueista, joissa ei ole vielä ulkomaista toimintaa, suurimpia kiinnostuksen kohteita ovat Japani, muut EU-maat (ml. Sveitsi) ja Pohjois-Amerikka. Muut Pohjoismaat, Singapore, Australia ja Oseania ja Kiinalle kuuluva Hong Kong ovat kohtalaisen suuren kiinnostuksen kohteina. Yllättävää on, että lähinaapuri Venäjä on hyvin vähäisen kiinnostuksen kohde. Etenkin Venäjä lähialueet, kuten kasvava Pietarin talousalue, voisivat olla potentiaalinen uusi kiinnostava markkina-alue maantieteellisen läheisyytensä vuoksi (Kuvio 14).

¹⁷ Hong Kongin asema Kiinaan kuuluvana autonomisen erityishallintoalueen voi olla muuttumassa, kun Kiina julisti omat turvallisuuslakinsa alueella voimaan heinäkuussa 2020. Myös Hong Kongin taloudellinen merkitys Kiinalle on romahtanut. Vuonna 1997 Hongkongin osuus Kiinan bruttokansantuotteesta oli lähes 20 prosenttia, mutta vuonna 2019 se oli enää kolme prosenttia.

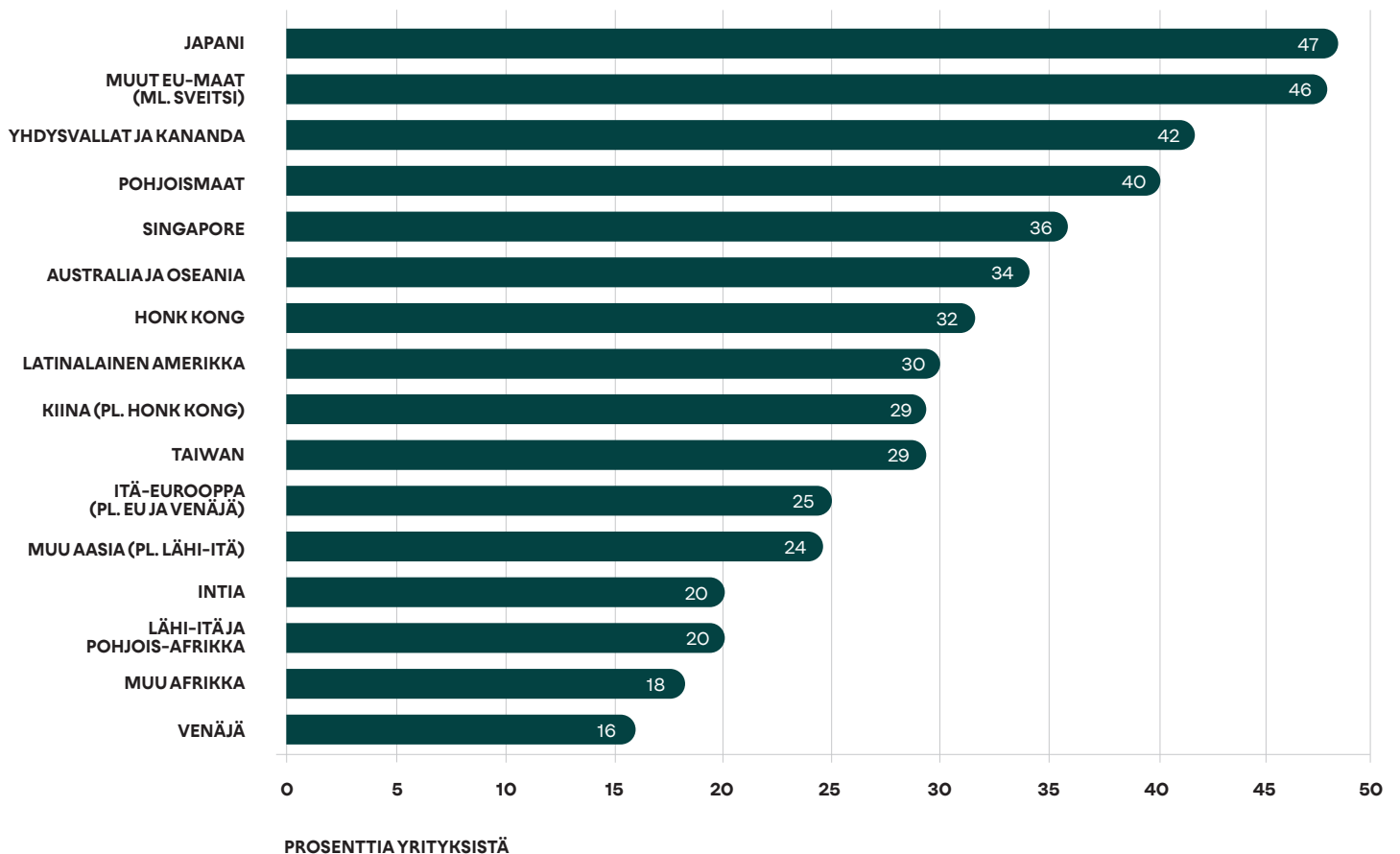
Kuvio 13

Kansainvälistä toimintaa harjoittavien muotoilualan yritysten pääasialliset markkina-alueet 2021, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



Kuvio 14

Muotoilualan yritysten uudet potentiaaliset kiinnostuksen vientikohteet (ei toimintaa tällä hetkellä 2021) kansainvälisillä markkinoilla, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



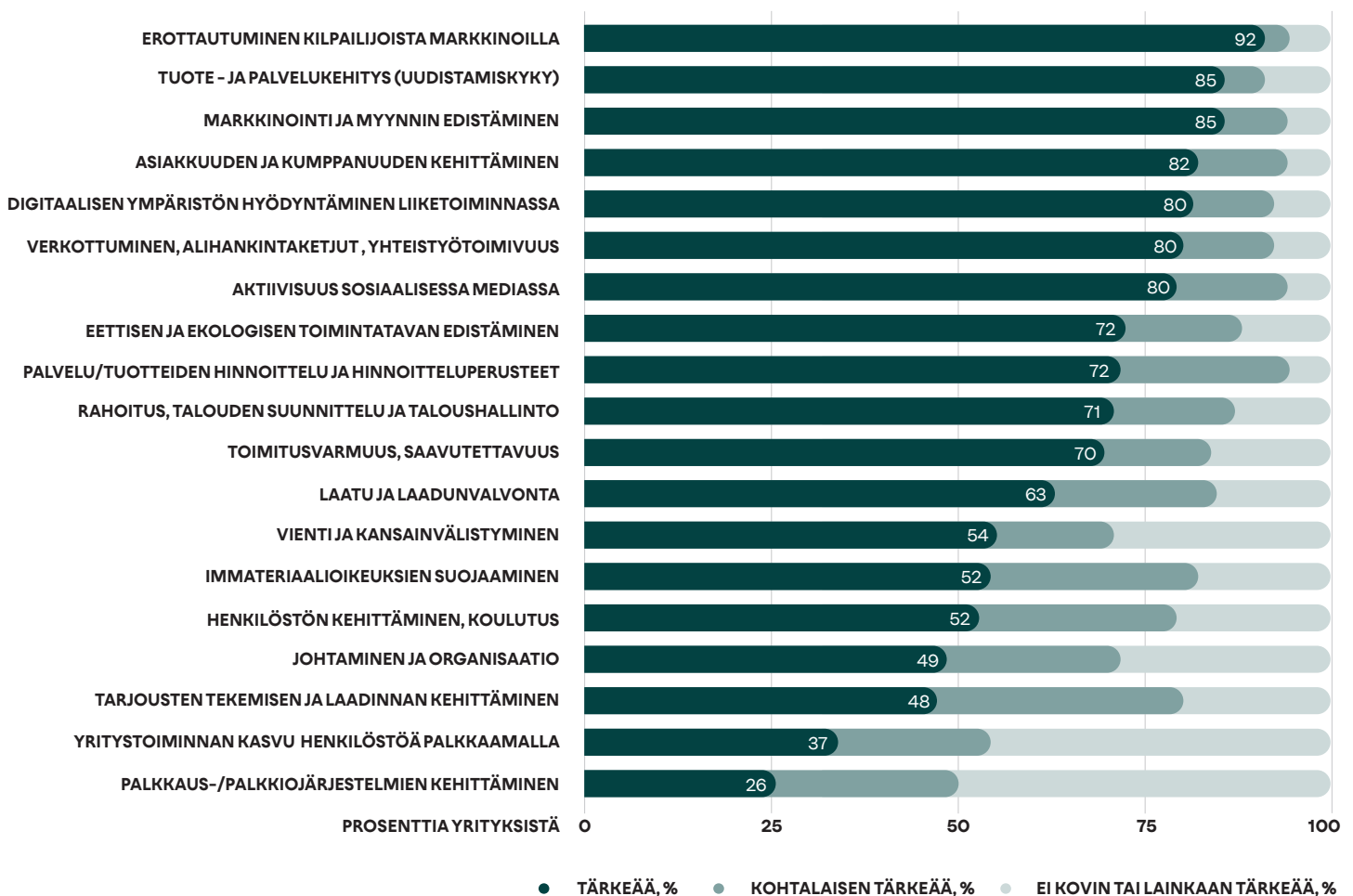
4. Alan kehittämisen kohteet ja epidemiakriisin vaikutukset

Ornamon vuoden 2021 suhdannekyselyjen mukaan muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan parantamisessa toimia, jotka koskevat erottautumista markkinoilla kilpailijoista, tuote- ja palvelukehitystä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä sekä asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä. Seuraavaksi tärkeimpinä vastaajat pitivät digitaalisen ympäristön hyödyntämistä liiketoiminnassa,¹⁸ verkottumista ja alihankintaketjujen toimivuutta sekä aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa. Kaikkia näitä asioita piti tärkeinä vähintään 80 prosenttia vastanneista (Kuvio 15).

Edelliseen vuoteen verrattuna korostettiin enemmän erottautumista markkinoilla ja uudistumiskykyä, verkottumista ja aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa. Sen sijaan eettisyyden ja ekologisuuden edistämisen asema heikkeni. Saldolukuina katsottuna tärkeimpien kehittämiskohteiden järjestys on lähes samanlainen. Saldoluvut saadaan, kun asiaa tärkeänä pitävien prosenttiosuudesta vähennetään asiaa vähemmän tärkeänä pitävien prosenttiosuus. Saldoluvut ottavat huomioon niiden yritysten mielipiteet, jotka eivät pidä asiaa tärkeänä toiminnan kehittämisen kannalta (Kuvio 16).

Kuvio 15

Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2021, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).

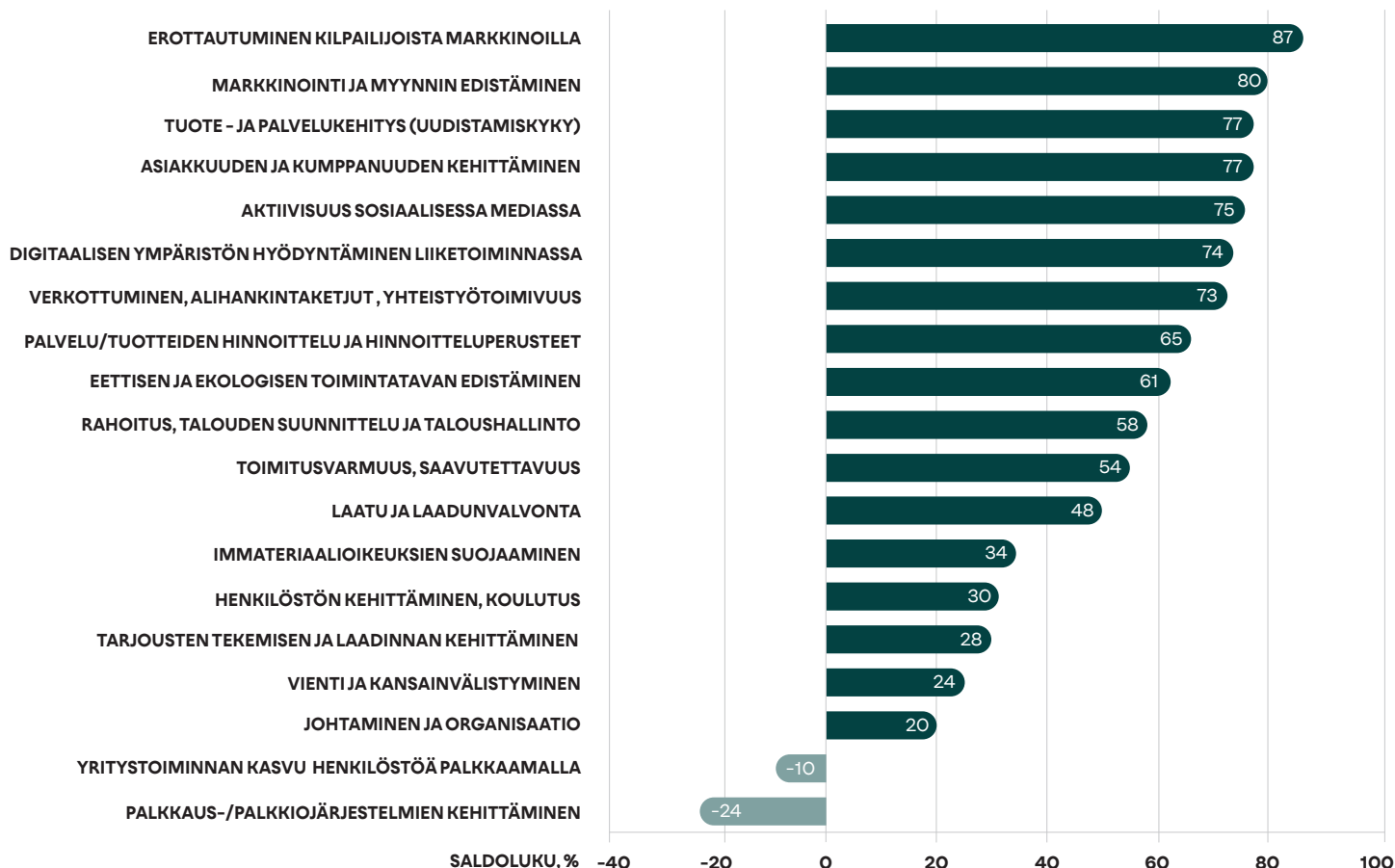


¹⁸ Digitaalisen ympäristön hyödyntämistä ja digitalisoinnin hyötyjä yritystoiminnassa on käsitelty tarkemmin Ornamon vuoden 2017 suhdanneraportissa.

Yritystoiminnan kasvu henkilöstöä palkkaamalla ja palkkausjärjestelmien parantaminen olivat vähiten keskeisiä kehittämiskohteita siksi, että suuri osa kyselyyn vastanneista oli yksinyrittäjiä. Näitä teemoja vähemmän tärkeänä pitävien vastaajien osuus oli vuonna 2021 sen verran suuri, että saldoluviut putosivat miinusmerkkisiksi. Yli 50 prosenttia koki immateriaalioikeuksien suojauksen tärkeäksi kehittämiskohteeksi. Osuus vastanneista oli suurempi kuin edellisellä vuonna, joskin immateriaalioikeudet eivät nousseet tärkeimpien kehittämiskohteiden joukkoon.¹⁹

Kuvio 16

Muotoilualan yritysten tärkeimmät oman toiminnan kehittämisen kohteet 2021, saldoluviut (%) (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



TKI-toiminta²⁰

Vuoden 2021 suhdannekyselyssä erottautuminen kilpailijoista sekä *tuote- ja palvelukehitys* nousivat keskeisiksi kehittämisen kohteiksi. Toiminnan jatkuva kehittäminen ja teknologioiden hyödyntäminen on tärkeää avoimilla kilpailuilla markkinoilla. Tuote- ja palvelukehitykseen liittyy saumattomasti asiakkuuden kehittäminen sekä *korkean laadun tavoittelu ja laatutarkkailu*. Alan innovatiivisuutta kuvastaa se, että TKI-panosten osuus liikevaihdosta on korkeahko, vaikka osa vastaajista ei pysty kertomaan tai mittaamaan TKI-toimintansa rahallista laajuutta.

Mikroyrityksissä on harvoin TKI-toimintaan keskittyneitä työntekijöitä puhumattakaan lukuisista yksinyrittäjistä, joiden on vaikea erottaa omista työ- ja muista kustannuksistaan varsinaista tuote- ja palvelukehitykseen kohdistunutta

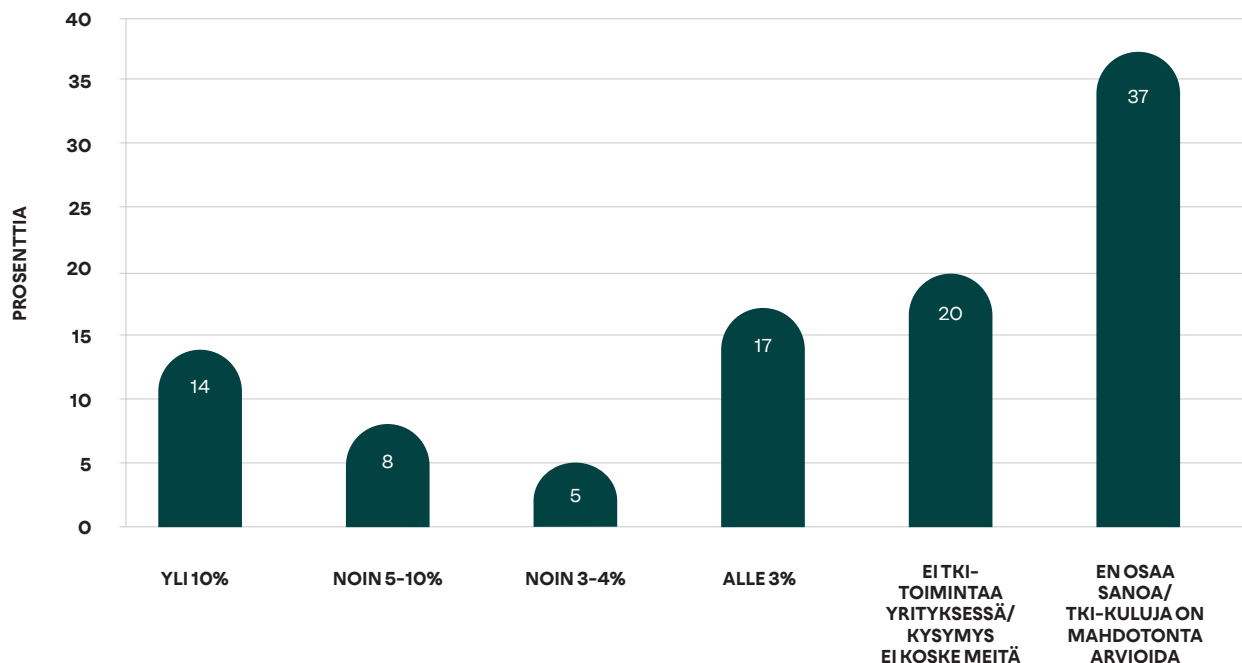
¹⁹ Immateriaalioikeuksia on käsitelty tarkemmin erityisteemana Ornamon vuoden 2018 suhdanneraportissa.

²⁰ Tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta..

osuutta. Jos TKI-toimintaan laajuuteen ”en osaa sanoa” –vastanneet yritykset jätetään huomiotta, runsas viidennes muotoilualan yrityksistä panosti TKI-toimintaa yli kymmenen prosenttia liikevaihdostaan vuonna 2020. Viidennes panosti TKI-toimintaa 3-10 prosenttia ja yli neljännes alle kolme prosenttia.²¹

Kuvio 17

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



Epidemiakriisi on vauhdittanut uusiutumista

Jo Ornamon vuoden 2020 suhdannekyselyssä osa vastanneista totesi, että epidemiakriisi on pakottanut kehittämään uusia tuotteita ja palveluvalikoimia jopa entistä nopeammalla aikataululla. Osasyynä on tilauskannan putoaminen ja voimavarojen vapautuminen kehittämistoimintaan. Varsinkin digitaalisten ratkaisujen kehittäminen on saanut uutta potkua, sillä fyysinen läsnäolo ei ole enää välttämätöntä. Myyntikanavat ovat muuttumassa digitaalisiksi ja sähköiset alustat mahdollistavat asiakkaiden palvelemisen maantieteellisesti laajemmin ja tehokkaammin.

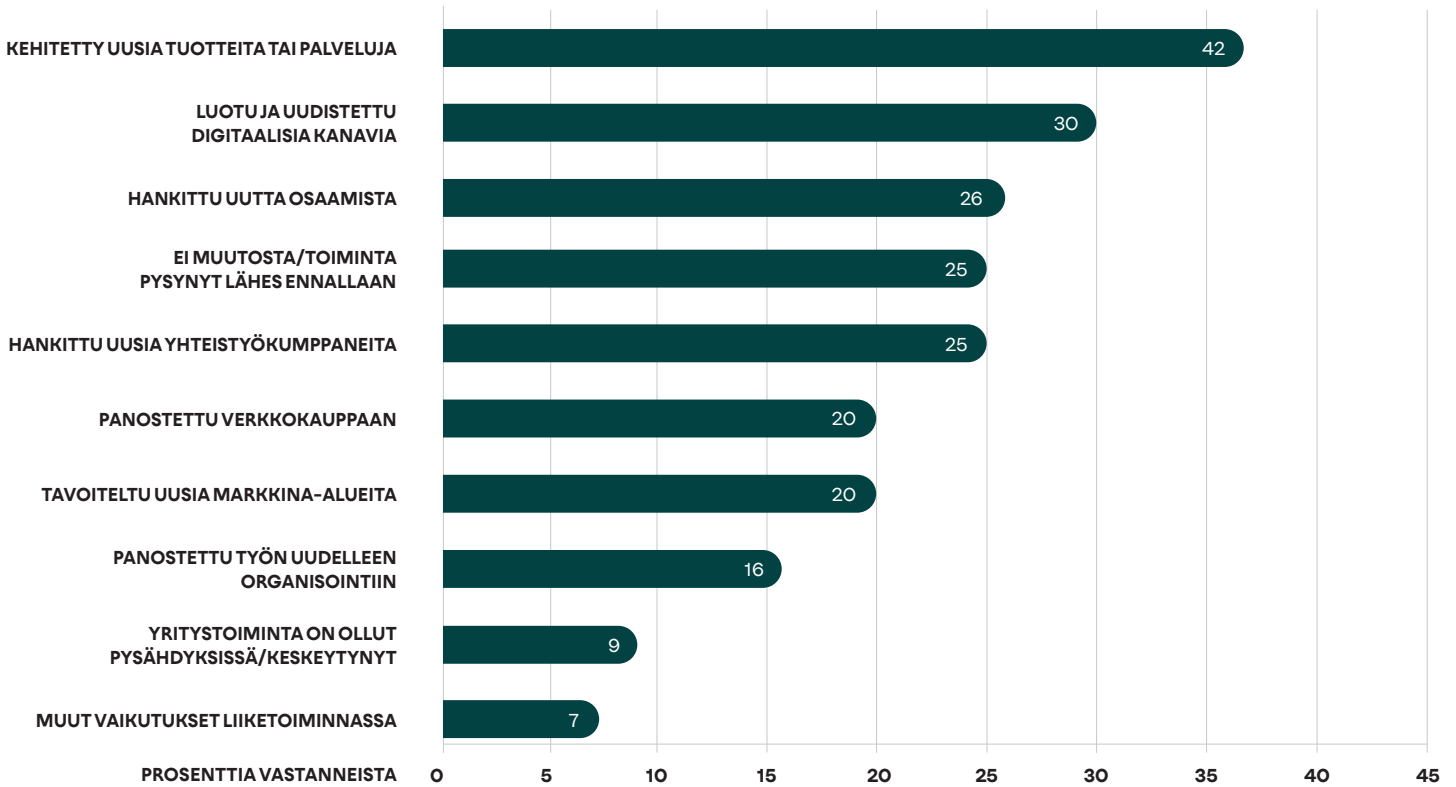
Vuoden 2021 kyselytulokset vahvistavat edellisvuonna saatuja tuloksia, sillä yli 40 prosenttia vastanneista yrityksistä on ilmoittanut kehittäneensä uusia tuotteita tai palveluja sekä 30 prosenttia kertoi luoneensa ja uudistaneensa digitaalisia kanavia epidemiakriisin aikana kesään 2021 mennessä. Vain neljännes vastanneista totesi, että toiminta on pysynyt ennallaan ja kymmenesosalla yritystoiminta on ollut pysähdyksissä (Kuvio 18). Yli kolmannes vastasi, että uudet toimintatavat sekä tuotteet ja palvelut jäävät osaksi liiketoimintaa myös tulevaisuudessa (Kuvio 19).

²¹ Mm. Ornamon vuoden 2020 suhdanne- ja toimiala raportista ilmeni, että valtaosa muotoilualan yritysten TKI-toiminnasta rakentuu kokonaan oman toiminnan ja tulo-rahoituksen varaan. Ulkopuolista rahoitusta, kuten julkista yritystoiminnan rahoitustukea ovat saaneet vain harvat yritykset. Tämä osoittaa sen, että pääosalle yrityksistä ei ole tarjolla sopivia tukimuotoja (mm. yksityiset elinkeinonharjoittajat) tai tukia ei osata hakea. Yleisimmät alalla hyödynnetyt tukimuodot olivat ennen epidemiakriisiä ELY-keskuksen kehittämisavustus, Business Finlandin avustus pk-yritysten innovaatiotoimintaa ja Business Finland:in innovaatioaseteli.

Vain harvat yritykset (8 % vastanneista) palaavat varmuudella kriisiä edeltäneeseen toimintatapaan. Toisaalta peräti kolmannes yrityksistä ilmoitti, että kriisin kaikki vaikutukset eivät ole tiedossa ja enemmän kuin joka kymmenes ei osannut vastata kysymykseen, joten tulevaisuus on vielä osittain usvan peitossa. Yleisellä tasolla kuitenkin selvä enemmistö eli lähes 60 prosenttia Ornamon vuoden 2021 suhdannekyselyihin vastanneista yrityksistä suhtautuu muotoilualan tulevaisuuteen optimistisesti. Ainoastaan joka seitsemäs asenne oli pessimistinen (Kuvio 20).

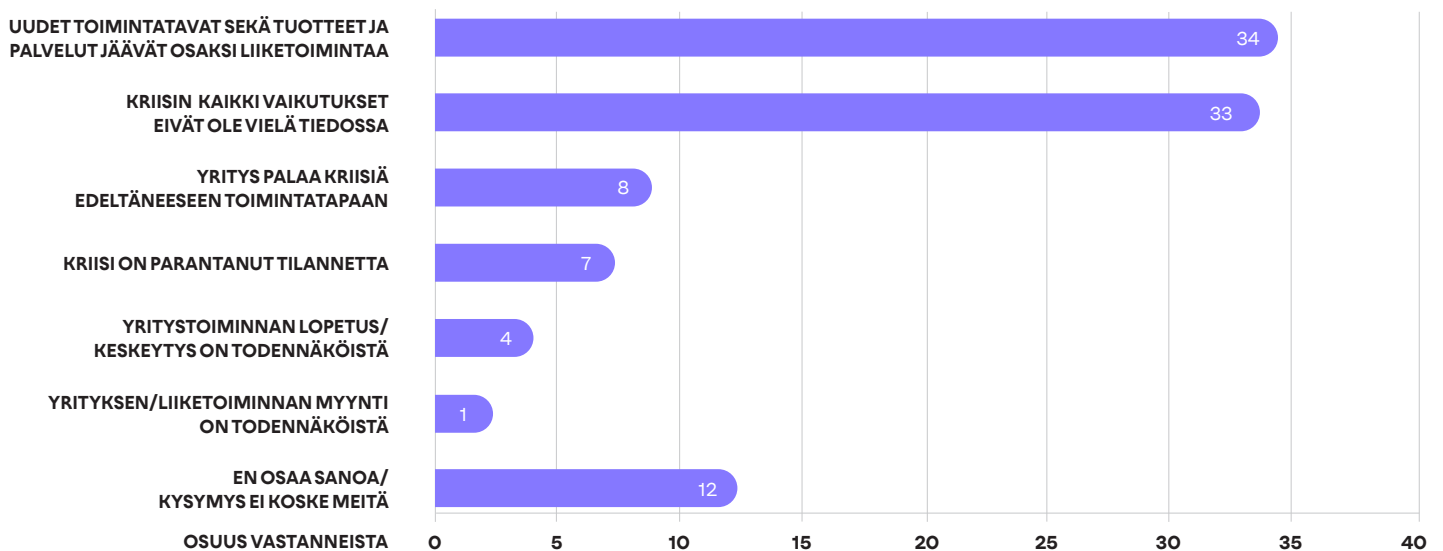
Kuvio 18

Epidemiakriisin vaikutukset muotoilualan yritysten toimintaa ja liiketoimintastrategiaan vuosina 2020–21, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



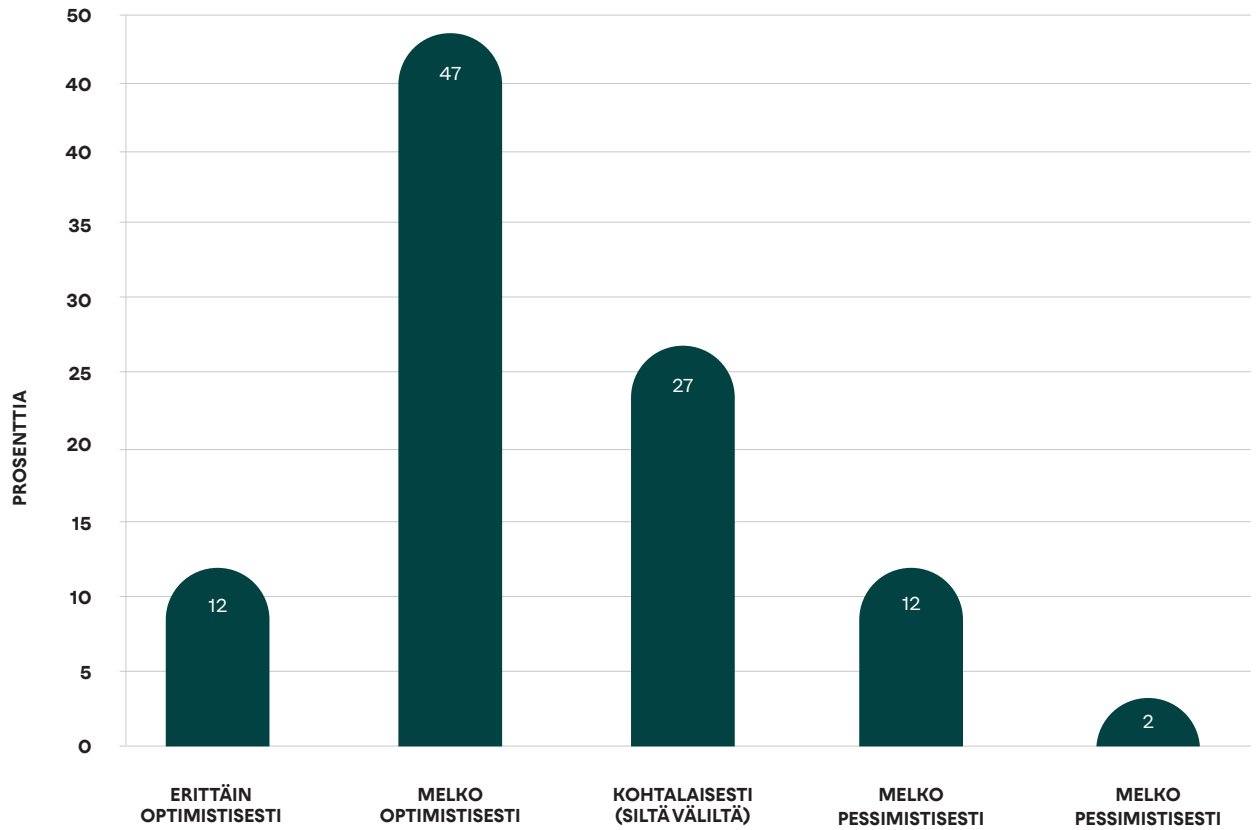
Kuvio 19

Muotoilualan yritysten yleiset lähiajan näkymät epidemiakriisin päättyessä, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



Kuvio 20

Muotoilualan yritysten yleiset lähiajan näkymät epidemiakriisin päättyessä, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



5. Kriisirahoitustuet muotoilualalla

Valtion kriisirahoitustukien ensimmäistä vaihetta sekä niiden merkitystä ja käyttökohteita muotoilualalla kevät-kesällä 2020 selvitettiin yksityiskohtaisesti Ornamon vuoden 2020 suhdanne- ja toimialaraportissa, mutta kuvausta on täydennetty etenkin valtiokonttorin myöntämien kustannustukien osalta vuoden 2021 suhdannekyselyssä. Päättyneiden tukimuotojen osalta voidaan todeta, että *kuntien yksinyrittäjätukea* oli saanut viidennes vuoden 2021 kyselyyn osallistuneista. Tukea myönnettiin maalis-elokuussa 2020 aiheutuneisiin kustannuksiin (Kuvio 21).

Avustuksen saajalta vaadittiin, että yritystoiminta on päätoimista. Päätoimisella yksinyrittäjällä tarkoitettiin yrittäjää, jolla on YEL-vakuutus tai joka pystyi esittämään vähintään vuosittaisen 20 000 euron yrittäjätulon tai laskutuksen. Yksinyrittäjällä ei saanut olla myöskään palkattua työvoimaa tuen hakemishetkellä. Yksinyrittäjäavustusta myönnettiin kaikkia yritysmuotoja edustaville yrityksille, eli elinkeinonharjoittajille, kommandiittiyhtiöille, avoimille yhtiöille, osakeyhtiöille tai osuuskunnille. Lisäksi tukea saivat freelancerit ja kevytyrittäjät.²²

Vuoden 2020 suhdannekyselyjen mukaan tuen tärkein käyttökohde oli yrittäjän oma toimeentulo, vaikka alun perin tuki oli suunniteltu muihin käyttökohteisiin. Näin ilmoitti 40 prosenttia vastanneista. Asiantuntijoiden mukaan tämä oli luonnollista, eikä asiaa tarkkailtu millään tavoin jälkeenpäin. Verot ja lakisääteiset YEL-vakuutusmaksut muodostivat yhdessä seuraavaksi suurimman käyttökohteen, vaikka niihin on ollut mahdollista saada lykkäystä maksujärjestelyin. Kolmanneksi tärkein käyttökohde koostui toimitilavuokrista (Kuvio 22).

ELY-keskuksen ja Business Finland:in kriisituet

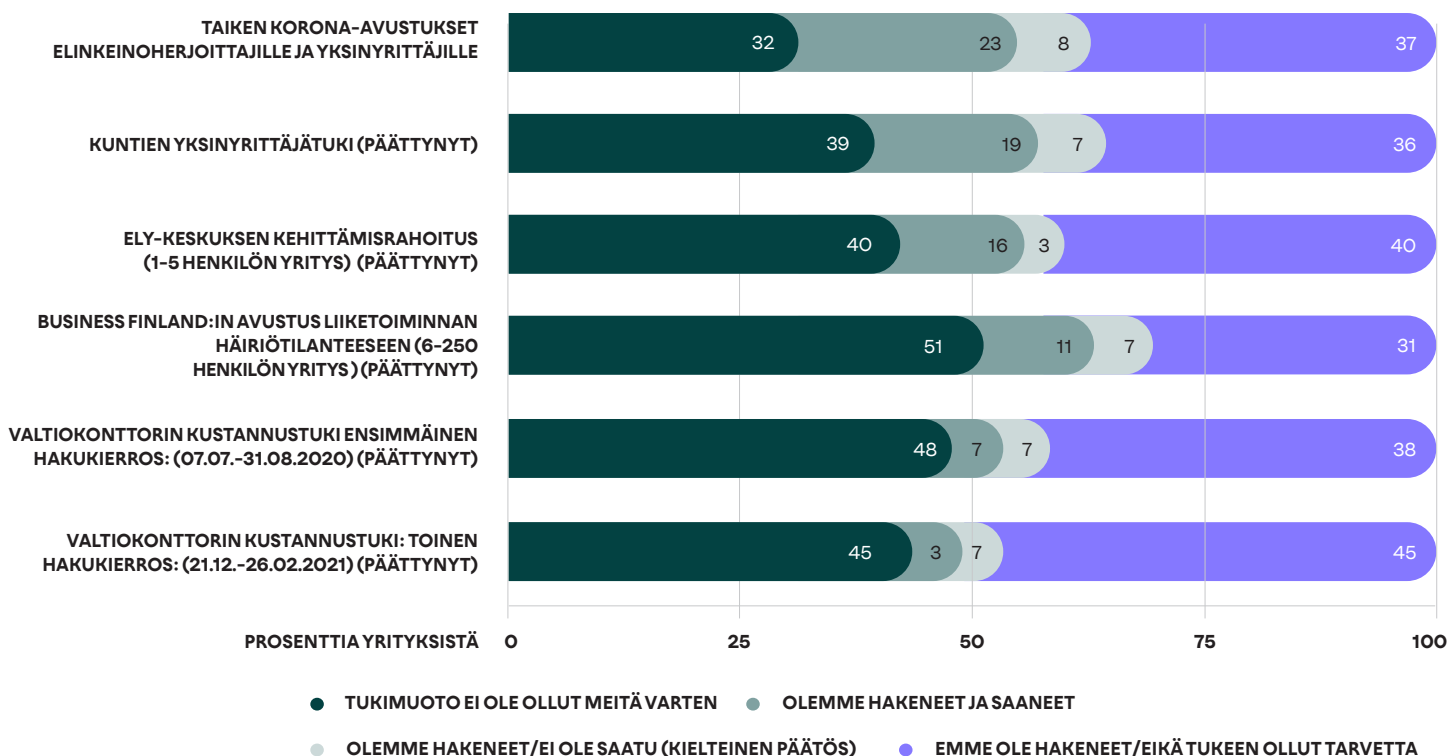
ELY-keskuksen myöntämää kehittämisavustusta 1-5 henkilöä työllistävillä yrityksillä oli saanut 16 prosenttia ja Business Finland:n avustusta liiketoiminnan häiriötilanteisiin oli saanut 11 prosenttia vuoden 2021 kyselyyn osallistuneista. *ELY-keskuksen avustuksella* voitiin kattaa korkeintaan 80 prosenttia hankkeen kokonaiskustannuksista ja sen suuruus oli tilanneanalyysin osalta maksimissaan 10 000 euroa ja kehittämistoimenpiteiden osalta 100 000 euroa. Avustuksen saannin kriteereinä oli, että yrityksen toiminnan edellytykset olivat kannattavat

BF:n rahoitus oli kahdentyyppistä: *esiselvitystä liiketoiminnan häiriötilanteisiin ja kehittämisrahoitusta liiketoiminnan häiriötilanteisiin*. Edellisen suuruus oli yritystä kohden korkeintaan 80 prosenttia hyväksytyistä kokonaiskustannuksista ja maksimissaan 10 000 euroa. Jälkimmäinen rahoitustyyppi oli myös korkeintaan 80 prosenttia hyväksytyistä kokonaiskustannuksista mutta maksimissaan 100 000 euroa. ELY-keskusten ja BF:n avustusten päättyi 08. kesäkuuta 2020. Näiden käyttöä vähensivät muotoilualalla, että ne eivät olleet yksityisyritysten ulottuvilla.

²² Avustuksen saajilta vaadittiin, että liiketoiminta täyttää kannattavan toiminnan edellytykset.

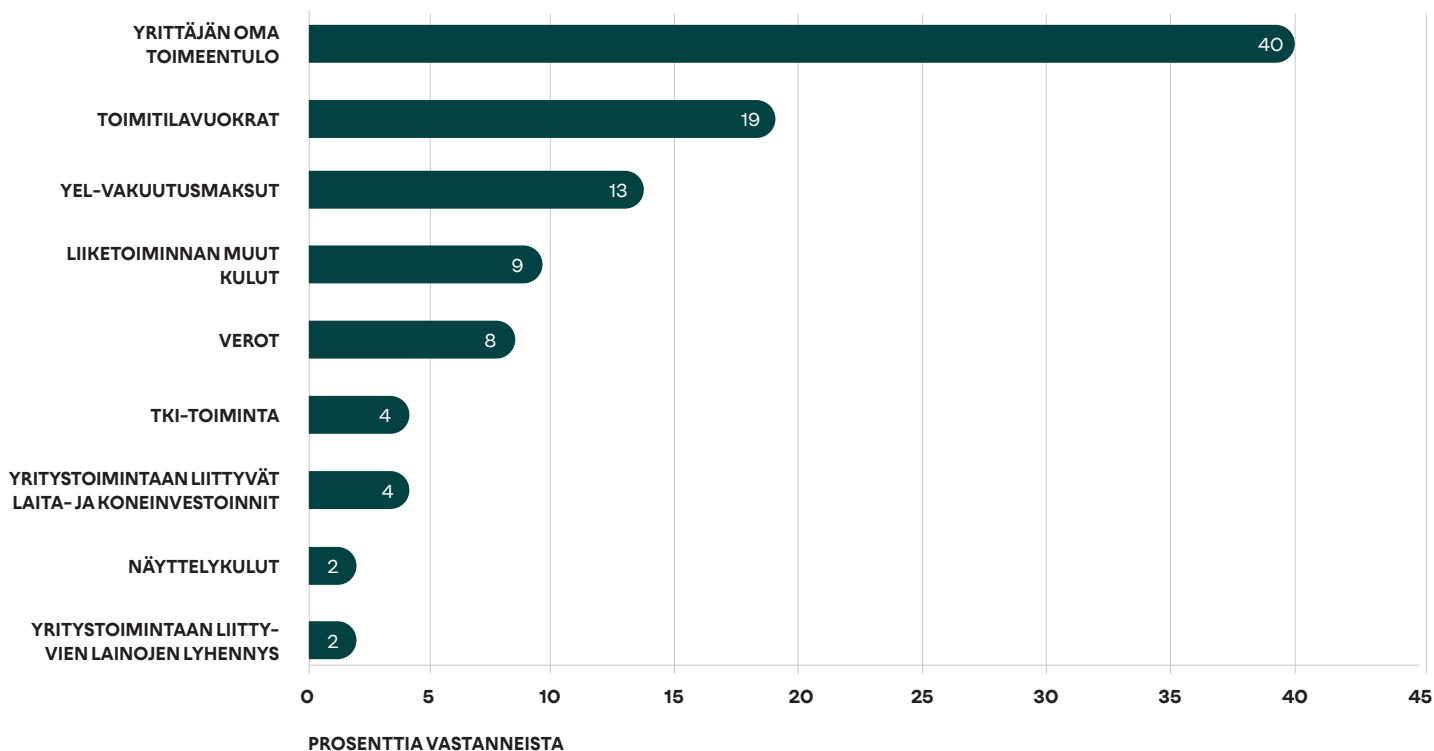
Kuvio 21

Julkisten rahoitustukien hyödyntäminen epidemiakriisiin muotoilualalla 2020-21 (pl. kustannustukia 3. ja 4.), prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



Kuvio 22

Yksinyrittäjän tuen käyttö koronakriisiin muotoilualalla 2020, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2020).



Kustannustuen neljä hakukierrosta

Heinäkuussa yrityksille 2020 avattiin mahdollisuus hakea Valtiokonttorista kustannustukea 01.04.-31.05.2020 syntyneisiin kiinteisiin kuluihin ja palkkakustannuksiin. Kustannustuen vähimmäismäärä oli 2 000 euroa ja enimmäismäärä

0,5 miljoonaa euroa. Myös yksityiset elinkeinonharjoittajat olivat tuen piirissä. Hakuaikaa oli elokuun 2020 loppuun saakka. Kysymys oli kustannustuen *ensimmäisestä hakukierroksesta*. Kustannustuen toinen kierros koski 01.06.-30.10.2020 syntyneitä kustannuksia. Siinä hakuaikaa oli helmikuun 2021 loppuun saakka.

Kustannustuen *kolmas hakukierros* käynnistettiin 27.04.-23.06.2021 välisenä aikana. Haettavissa olleen tuen tukikausi oli 01.11.2020-28.02.2021. Kustannustuen hakuehtoja on lievennetty eri hakukierroksilla. Kolmannella kierroksella tukea maksettiin vähintään 2 000 euroa, vaikka yrityksen tuki oli voinut jäädä laskennallisesti alle tämän summan. Siten tukea pystyivät saamaan aiempaa useammat pienyritykset ja yksinyrittäjät. Lisävaatimuksena oli, että tukea hakevan yrityksen liikevaihto oli alentunut yli 30 prosenttia vastaavaan ajankohtaan 2019-20 verrattuna.

Yrityksen omassa liikevaihdossa on arvioitu yrityksen edustaman virallisen toimialan (Nace) liikevaihdon kehitystä. Jos toimialan keskimääräinen liikevaihto oli alentunut vähintään 10 prosenttia tukikaudella, yritys on voinut saada kustannustukea ilman erityisiä lisäperusteluja, jos muut tuen ehdot täyttyvät.²³ Tosin kustannustukea on voitu myöntää harkinnanvaraisesti myös yrityksille, jotka eivät kuulu määrättyihin toimialoihin.

Kokonaisuudessaan kustannustuen hakeminen ja käyttö oli muotoilualalla tosi vähäistä ensimmäisellä ja toisella kierroksella. Vain seitsemän prosenttia yrityksistä oli saanut kustannustukea ensimmäisellä hakukierroksella. Toisella kierroksella tukea saaneita oli vain kolme prosenttia, minkä lisäksi jotkut olivat saaneet kielteisen päätöksen. Myös kolmannella kierroksella tukea hakeneiden määrä jäi pieneksi. Vain kuusi prosenttia kyselyyn vastanneista oli saanut tukea. Lisäksi neljä prosenttia oli hakenut, mutta päätöstä tuen myöntämisestä ei ole vielä saatu.

Pääsyyinä tuen hakematta jättämiseen oli, että epidemiakriisillä ei ole ollut vaikutusta liiketoimintaan. Toisaalta yritykset olivat jättäneet hakematta tukea monista muista syistä, vaikka yritys olisi ollut tuen tarpeessa. Rungas viidennes ei ollut hakenut tukea siksi, että yrityksellä ei ollut kustannustuen piiriin kuuluvia joustamattomia kuluja. Osa yrityksistä oli kokenut, että tuen hakeminen on hankalaa ja byrokraattista. Muita syitä olivat, että liikevaihdon pieneneminen ajoittui väärään ajankohtaan, yritys oli aloittanut juuri toimintansa tai kustannustukea ei tunnettu.

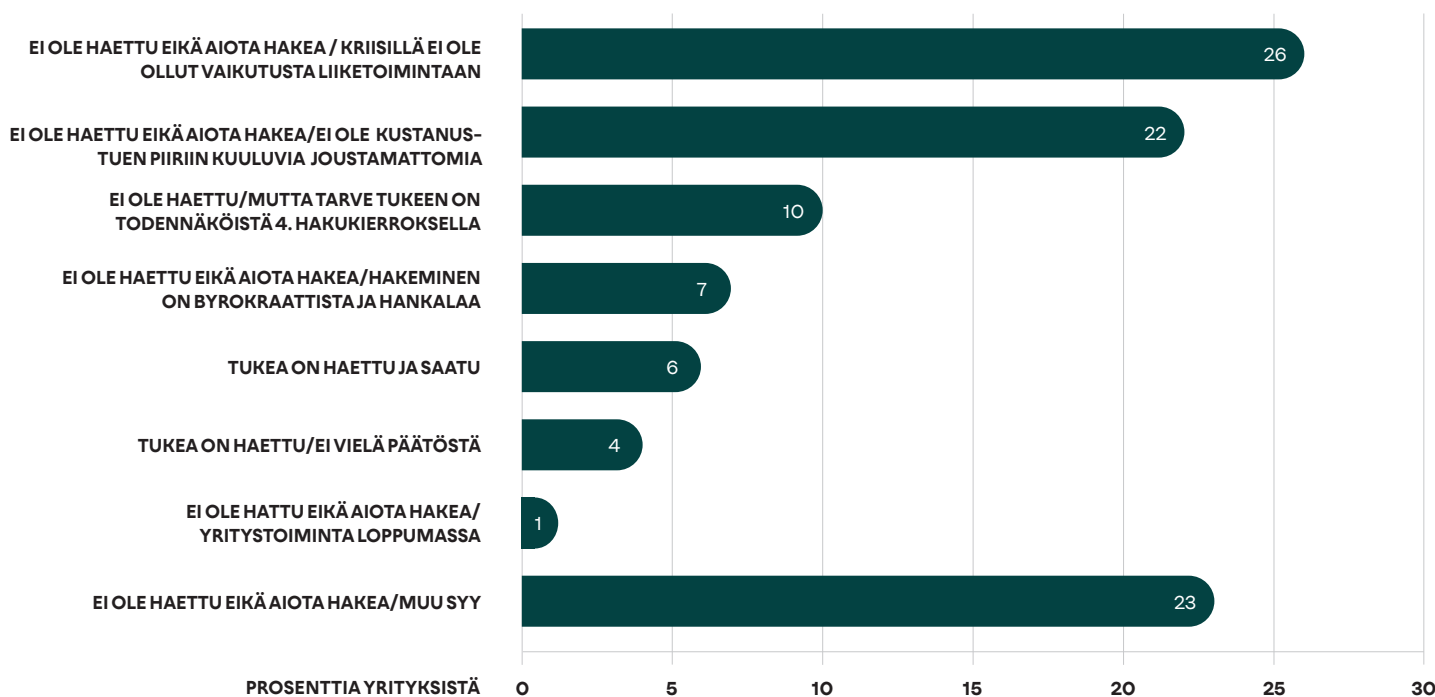
Valtionkonttori aloitti kustannustuen *neljännen hakukierroksen* 17. elokuuta. Tuen hakeminen päättyi 30. syyskuuta 2021. Tuki koskee 01.03.-31.05.2021 syntyneitä kustannuksia. Kustannustukea voivat saada yritykset, joiden liikevaihto on pudonnut koronapandemian vuoksi yli 30 prosenttia. Yrityksen liikevaihtoa maaliskuun 2021 verrataan vastaavaan ajanjaksoon vuonna 2019. Tuki on tarkoitettu yrityksen kiinteisiin kuluihin ja palkkamenoihin ja muutoinkin tuen saannin ehdot ovat samat kuin edellisellä kolmannella hakukierroksella.

Tuen hakeminen ilman erityisiä perusteluja pohjautui yhä viitteelliseen viralliseen toimialaluokitukseen. Lisäksi Valtioneuvosto antoi 12. elokuuta uuden asetuksen²⁴ toimialoista, joiden yritykset voivat hakea tukea ilman lisäperusteluja. Kriteerit täyttävien toimialojen määrä on alentunut selvästi esimerkiksi ensimmäiseen hakukierrokseen verrattuna.²⁵ Jos yritys ei kuulu asetuksessa määriteltyihin toimialoihin, sen on perusteltava erikseen tuen tarve. Käytännössä tuen myöntäminen tulisi perustua vain todelliseen tarpeeseen eikä viitteelliseen toimialaan.

²³ Toimialalista perustuu Verohallinnon arvonlisäverotietoihin.

²⁴ ks. valtioneuvoston asetus TEM/2021/120.

²⁵ Neljännellä kierroksella kriteerit täyttäviä toimialoja oli 221, kun ensimmäisellä hakukierroksella niitä oli 368.



Taiken apuraha

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneista lähes neljännes oli saanut Taiteen edistämiskeskus Taiken kriisiapurahaa. Taiken avustuksen hakukierroksia on ollut useita epidemiakriisin aikana. Apuraha oli tarkoitettu luovien alojen sekä kulttuuri- ja taidealan ammattilaisille, joiden työskentelymahdollisuudet olivat vähentyneet ja toimeentulo heikentynyt tautiepidemian vuoksi. Esimerkiksi kuvataiteilijat ja muotoilijat ovat voineet olla kriisiapurahan hakijoina. Apurahan saanti on riippunut kokonaisuuskannasta ja sen käytöstä on edellytetty kirjallinen loppuselvitys.

Kriisiapurahaa ovat voineet yksityishenkilöt tai elinkeinonharjoittajat (toiminimiyritykset). Viimeisimmän apurahakauden hakuaika oli 16.06-31.06.2021.²⁶ Apurahan määrä oli 6 000 euroa ja se oli tarkoitettu kolmen kuukauden työskentelyyn välillä 1.9. -31.12.2021, mutta apurahan saaja on voinut itse valita työskentelykuukaudet apurahan käyttöaikana. Apuraha voidaan käyttää esimerkiksi oman ammattitaidon ylläpitämiseen, käynnistävän toiminnan suunnitteluun, harjoitteluun, taiteelliseen tai luovaan työhön tai niitä tukevaan toimintaan.²⁷

Palkattu keikkaluonteinen ansiotyö on ollut sallittua apurahakauden aikana, mutta apurahakaudelta ei ole voinut saada samanaikaisesti työttömyyspäivärahaa tai työmarkkinatukea työttömyyskassasta tai Kansaneläkelaitos Kelalta. Apuraha ei ole myönnetty myöskään hakijalle, jolla on myönnetty samanaikaisesti valtion taiteilija-apuraha tai muu Taiken myöntämä vähintään neljän kuukauden mittainen työskentelyapuraha, eikä myöskään henkilölle, jolle on myönnetty valtion ylimääräinen taiteilijaeläke, tai jolla on päätoiminen kuukausi-palkkainen työ.

²⁶ Edellinen Taiken kriisituen hakukausi oli 29.03.-14.04.2021. Tuen suuruus oli yksityishenkilöille 4 000 euroa. Toiminimelle myönnettävän tuen suuruus oli 4 000 tai 8 000 euroa. Suurempi tuki oli mahdollista, jos projekti työllistää hakijan lisäksi muita henkilöitä. Tuen käyttöaika oli ajanjaksolla 1.6.-31.8.2021.

²⁷ Taiteelliseen toimintaan myönnetty apuraha on verovapaa.

Yrittäjien väliaikainen työmarkkinatuki

Päätoimisella yrittäjällä ei ole oikeutta työttömyysetuuteen ilman yritystoiminnan lopettamista, mutta sivutoimisella yrittäjällä voi olla oikeus soviteltuun työttömyysetuuteen²⁸. Edellä mainitusta säännöstä kuitenkin poikettiin jo vuonna 2020. Myös vuonna 2021 päätoimiset yrittäjät ovat voineet saada väliaikaisesti työmarkkinatukea kysynnän heikkenemisen takia 30.09.2021 saakka, mikäli yritystoiminta on kärsinyt epidemiakriisistä ja yritystoiminnasta saatu tulo on ollut vähemmän kuin 1 089,74 euroa ilman, että yritystä tarvitsee lopettaa.²⁹

Ornamon vuoden 2021 suhdannekyselyihin vastanneista runsaat viidennes oli hakenut tai aikoo hakea päätoimisen yrittäjän väliaikaista työttömyysetuutta epidemiakriisistä johtuvista syistä. Lisäksi 5-10 prosenttia ilmoitti, että tarve työttömyysturvaetuuteen voi olla todennäköistä (Kuvio 24). Lisäksi *aloittavan yrittäjän starttirahakauden* enimmäispituutta pidennettiin Suomessa vuonna 2020 väliaikaisesti siten, että starttirahaa voitiin myöntää yhteensä 18 kuukauden ajalle, mikäli yrittäjälle oli vaikeuksia käynnistää tai vakiinnuttaa yritystoimintaa starttirahakauden aikana.

Kuvio 24

Yrittäjän väliaikaisen työttömyysetuuden käyttö epidemiakriisiin muotoilualalla 2021, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



²⁸ Pää- tai sivutoimisuuuua ei selvitetä 4 ensimmäisen kuukauden aikana, jos työtön aloittaa uuden yritystoiminnan.

²⁹ Ks. lisätiedot www.kela.fi/tyottomuusturva-korona

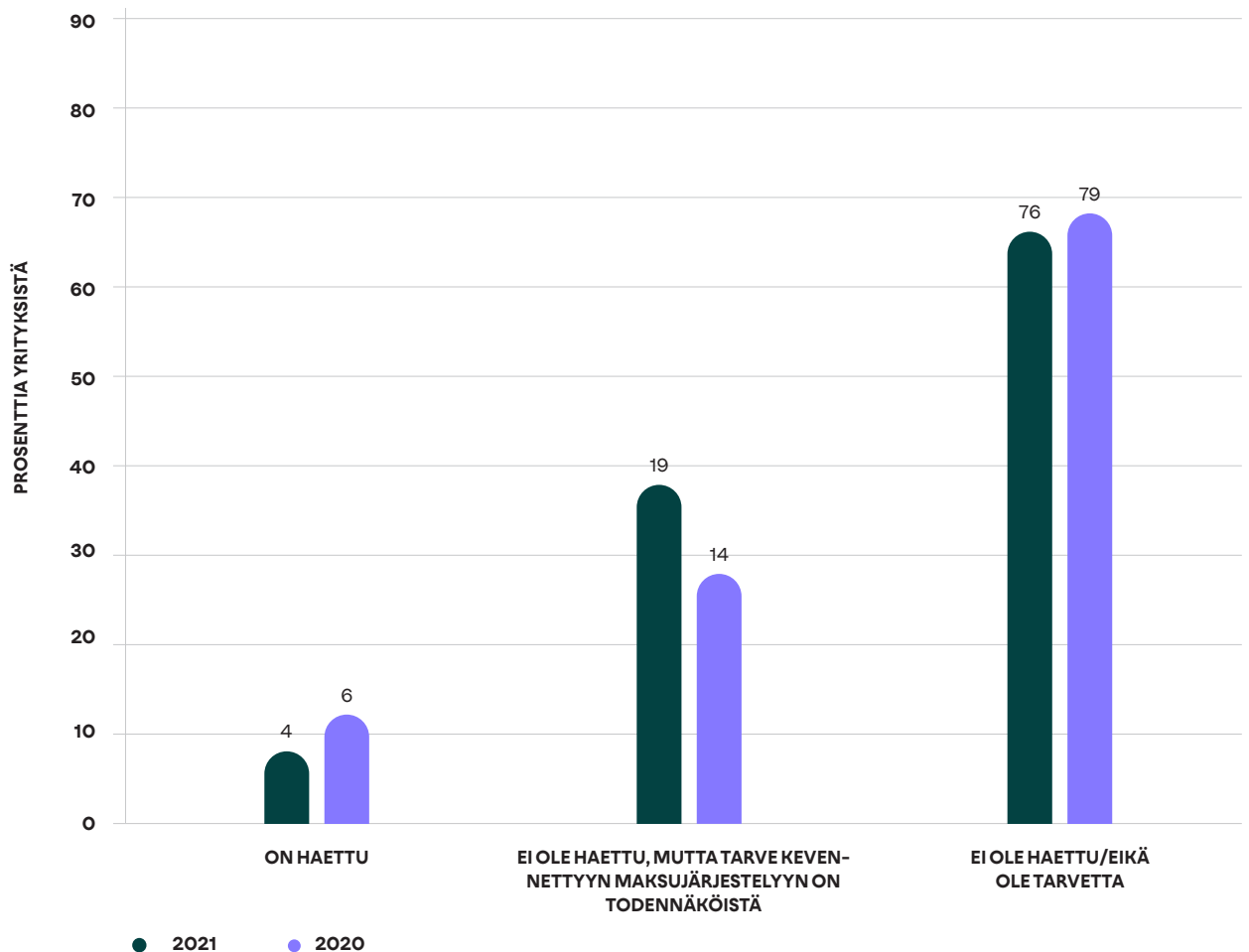
Lykkäykset verojen maksuun

Keväällä ja kesällä 2020 yrityksillä oli myös ensimmäistä kertaa mahdollisuus hakea lykkäystä verojen maksuun Verohallinnolta epidemiakriisistä johtuvista syistä. Samantyyppinen mahdollisuus hakea kevennettyä maksujärjestelyä toistettiin vuonna 2021. Käytännössä helpotettua maksujärjestelyä on voinut hakea 21.04-31.08.2021 välisenä aikana Omavero -palvelussa. Vajaa neljännes kyselyyn vastanneista oli hakenut tai oli aikonut todennäköisesti hakea Verohallinnolta uutta kevennettyä maksujärjestelyä epidemiakriisistä johtuvista syistä vuonna 2021.

Uutta maksujärjestelyä on ollut mahdollista hakea, vaikka aiempi maksujärjestely oli voimassa tai rauennut, jos verot eivät olleet ulosotossa ja kaikki veroilmoitukset sekä tulorekisteriin annettavat palkkatietoilmoitukset ja työnantajan erillisilmoitukset oli tehty määräajassa. Kaiken kaikkiaan verojen maksuun oli mahdollista saada lisää aikaa enintään 24 kuukautta. Maksujärjestelyyn kuului kaikki verot, jotka olivat maksujärjestelyn hyväksymishetkellä erääntyneitä ml. tiedossa olevat seuraavan 45 päivän sisällä erääntyvät verot, jos niistä oli annettu ilmoitus.^{30 31}

Kuvio 25

Verohallinnon helpotetun maksujärjestelyn käyttö 2020 ja 2021 epidemiakriisiin muotoilualalla 2021, prosenttia yrityksistä (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2020-21).



³⁰ Elinkeinonharjoittajien osalta maksujärjestelyyn on voinut saada muitakin kuin yritystoimintaa liittyviä veroja. Lisäksi kevennetyissä maksujärjestelyissä olleiden verojen viivästyskorkeo aleni väliaikaisesti 2,5 prosenttiin. Ks. lisätietoja www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uufishuone/korona/maksujarjestelyn-ehdoja-helpotetaan-tilapäisesti/

³¹ Vuonna 2020 yrityksillä olisi myös mahdollisuus pyytää alkuvuonna 2020 maksamia arvonlisäveroja takaisin Verohallinnolta niin sanottuna verolainan, mutta Ornamon vuoden 2020 kyselyjen mukaan vain muutamat muotoilualan yritykset olivat hyödyntäneet tätä mahdollisuutta. Lisäksi TyEI- ja YEI-maksuista oli voinut tehdä helpotettuja maksujärjestelyjä, joskin niiden määrästä muotoilualalla ei ole tietoja.

6. Erityisteema: Muotoilun hyödyntäminen yrityksissä

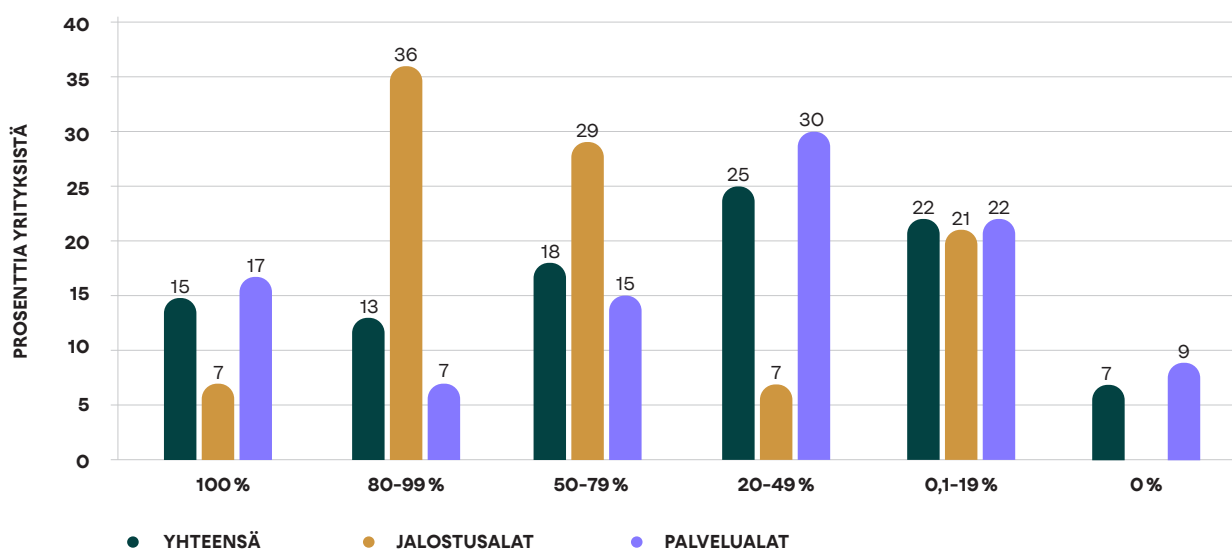
Muotoilun hyödyntämistä ja merkitystä sen eri osa-alueilla on selvitetty Helsingin seudun kauppakamarin jäsenyrityksille suunnatulla kyselyllä. Sen tarkoituksena oli kartoittaa, kuinka paljon tavalliset jalostus- ja palvelualueiden yritykset panostavat omaan ja ulkoa ostettuun muotoiluun, miten muotoilun kysyntä on kehittynyt tai kehittymässä lähivuosina, millaisia suoria ja välillisiä vaikutuksia muotoilulla on ollut liiketoimintaan, mitkä tekijät rajoittavat muotoilun käyttöä sekä millaisia kokemuksia yrityksillä on ollut ulkoa hankitusta muotoiluosaamisesta.

Kauppakamarin kysely tehtiin touko-kesäkuussa 2021 ja siihen vastasi määrällisesti 108 yritystä, joista jalostusaloja (teollisuus ja rakentaminen) edustivat 34 yritystä ja palvelualoja (ml. kauppa) 74 yritystä. Puhtaasti vain palveluja tuottavia vastanneista oli 53 prosenttia. Ainostaan seitsemän prosenttia keskittyi tuotevalmistukseen. Loppuosalla (40 %) liikevaihto koostui eri suhteissa fyysisten tuotteiden sekä palvelujen tarjonnasta. Pääosa (85 %) oli kasvuhakuisia tai kasvuun pyrkiviä yrityksiä, joiden liiketoiminnan digitalisointiaste oli varsin korkea.³²

Muotoiluintensiivisten tuotteiden ja palvelujen osuus kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdosta oli keskimäärin 47 prosenttia, jos asiaa arvioidaan keskiarvolla. Mediaani oli 40 prosenttia.³³ Yritys- ja toimialakohtaiset erot voivat olla tietysti suuria. Vastanneista lähes 30 prosenttia ilmoitti, että muotoiluintensiivisen tuote- ja palvelumyynnin osuus yrityksen liikevaihdosta oli vähintään 80 prosenttia. Vastaavasti yhtä moni kertoi, että osuus oli alle 20 prosenttia tai nolla. Jalostusaloilla muotoiluintensiivisen myynnin liikevaihtoosuus oli suurempi kuin palvelualueilla (Kuvio 26).

Kuvio 26

Muotoiluintensiivisen tuote- ja palvelumyynnin osuus yrityksen liikevaihdosta jalostus- ja palvelualoja edustavissa esimerkkiyrityksissä 2021, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



³² Tarkemmat tiedot Helsingin seudun kauppakamarin kyselyyn vastanneiden yritysten profiilista on liitteessä 3.

³³ Muotoiluintensiivinen liikevaihto syntyy sellaisten tuotteiden ja palvelujen myynnistä, joiden tuotekehitys- ja tuotekehitys-, myynnissä, markkinoinnissa, asiakaspalvelussa yms. toimintoissa on hyödynnetty yrityksen omaa (in-house) muotoiluosaamista tai ulkoa ostettua muotoilua.

Muotoilua on *hyödynnetty* eniten tuotteiden suunnittelussa ja testauksessa (tuotemuotoilu, teollinen muotoilu) sekä palvelujen suunnittelussa ja kehittämisessä sekä asiakas- ja palvelukokemuksen suunnittelussa eli toisin sanoen palvelumuotoilussa. Seuraavaksi yleisintä muotoilun hyödyntäminen on markkinoinnissa ja yritysviestinnässä, johon brändin rakentaminen, digitaalinen verkkoviestintä, verkkosivujen luonti. Myös videoneuvottelujen, kuten myynti- ja asiakastapaamisten ja etätyöpalaverien toteuttamisessa hyödynnetään paljon muotoilua (Kuvio 27).

Kuvio 27

Muotoilun hyödyntäminen jalostus- palvelualoja edustavien esimerkkiyritysten eri toiminnoissa 2021, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).

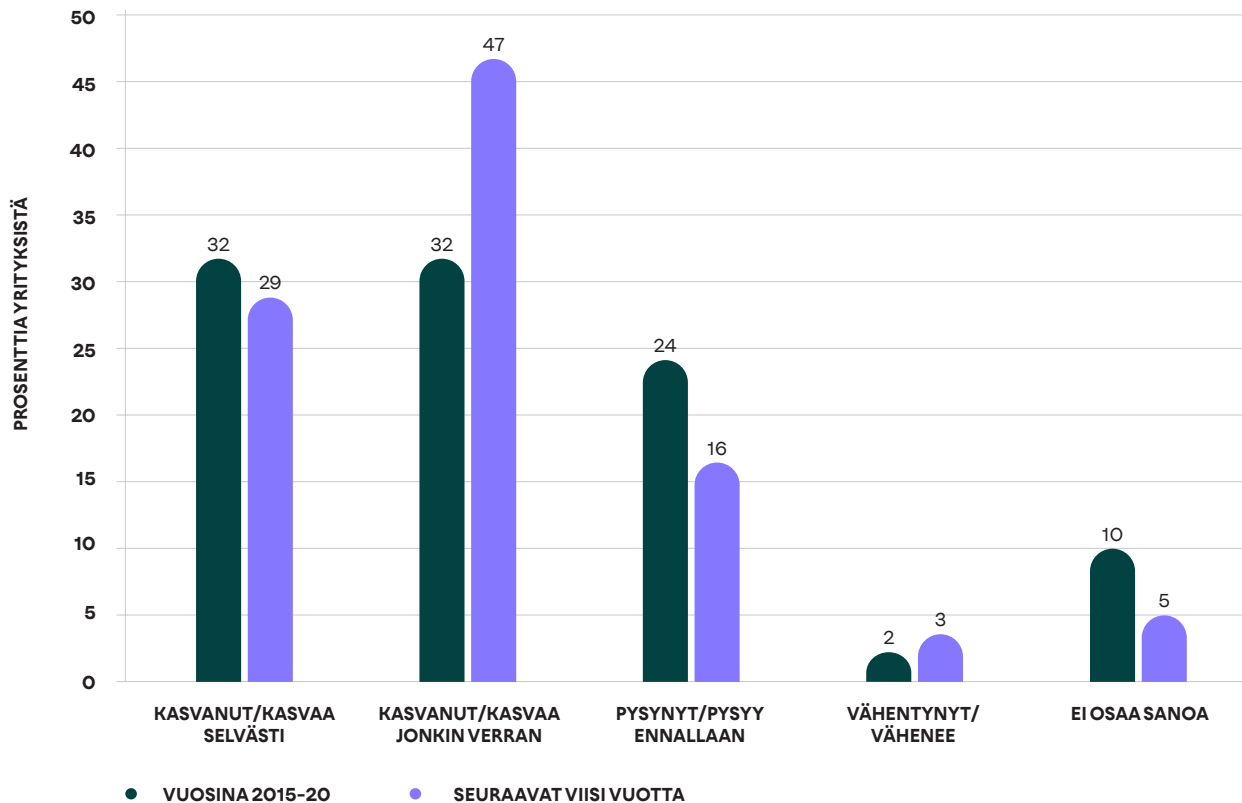


Enemmistö kauppakamarin kyselyyn vastanneista yrityksistä totesi, että muotoilun tarve tai muotoilupalvelujen kysyntä on kasvanut tuntuvasti tai jonkin verran viimeksi kuluneen viiden vuoden aikana (vuodet 2015-20). Vastaavasti vielä suurempi osuus yrityksistä ennakoii, että kasvu jatkuu seuraavan viiden vuoden aikana (Kuvio 28). Vain muutamat yritykset arvelivat kysynnän vähenevän. Valtaosa muotoilutyöstä tehdään oman yrityksen sisällä, sillä in-house -muotoilun osuus esimerkkiyritysten muotoilukustannuksista oli noin 67 prosenttia vuonna 2021.

Ulkoa ostettujen muotoilupalvelujen osuus muotoilun kysynnästä oli esimerkkiyrityksissä 33 prosenttia. Edellä mainitut luvut ovat keskiarvoja. Mediaaneina mitattuna oman muotoilutyön osuus oli 70 prosenttia ulkoa ostettujen muotoilupalvelujen ollessa 30 prosenttia. Noin 45 prosenttia esimerkkiyrityksistä vastasi, että muotoilukustannukset muodostivat vähintään viisi prosenttia liikevaihdosta ja yli 10 prosenttia ne olivat lähes joka neljännessä yrityksessä. Jalostusaloilla muotoilun liikevaihto-osuus oli hieman korkeampi kuin palvelualoilla (Kuvio 29).

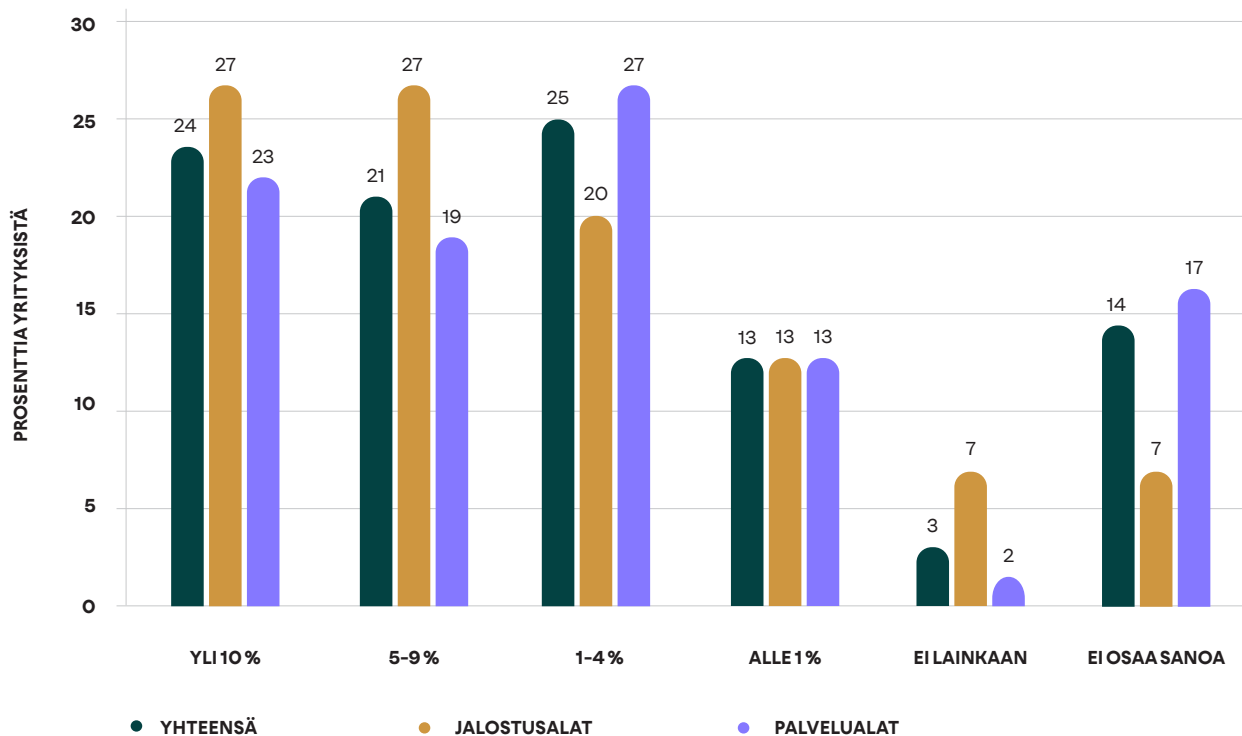
Kuvio 28

Muotoilun tarpeen ja muotoilupalvelujen kysynnän mennyt kehitys vuosina 2015-20 ja ennustettu kehitys vuosina 2021-25 jalostus- ja palvelualoja edustavissa esimerkkiyrityksissä, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



Kuvio 29

Muotoilukustannusten osuus jalostus- ja palvelualoja edustavien esimerkkiyritysten liikevaihdosta, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



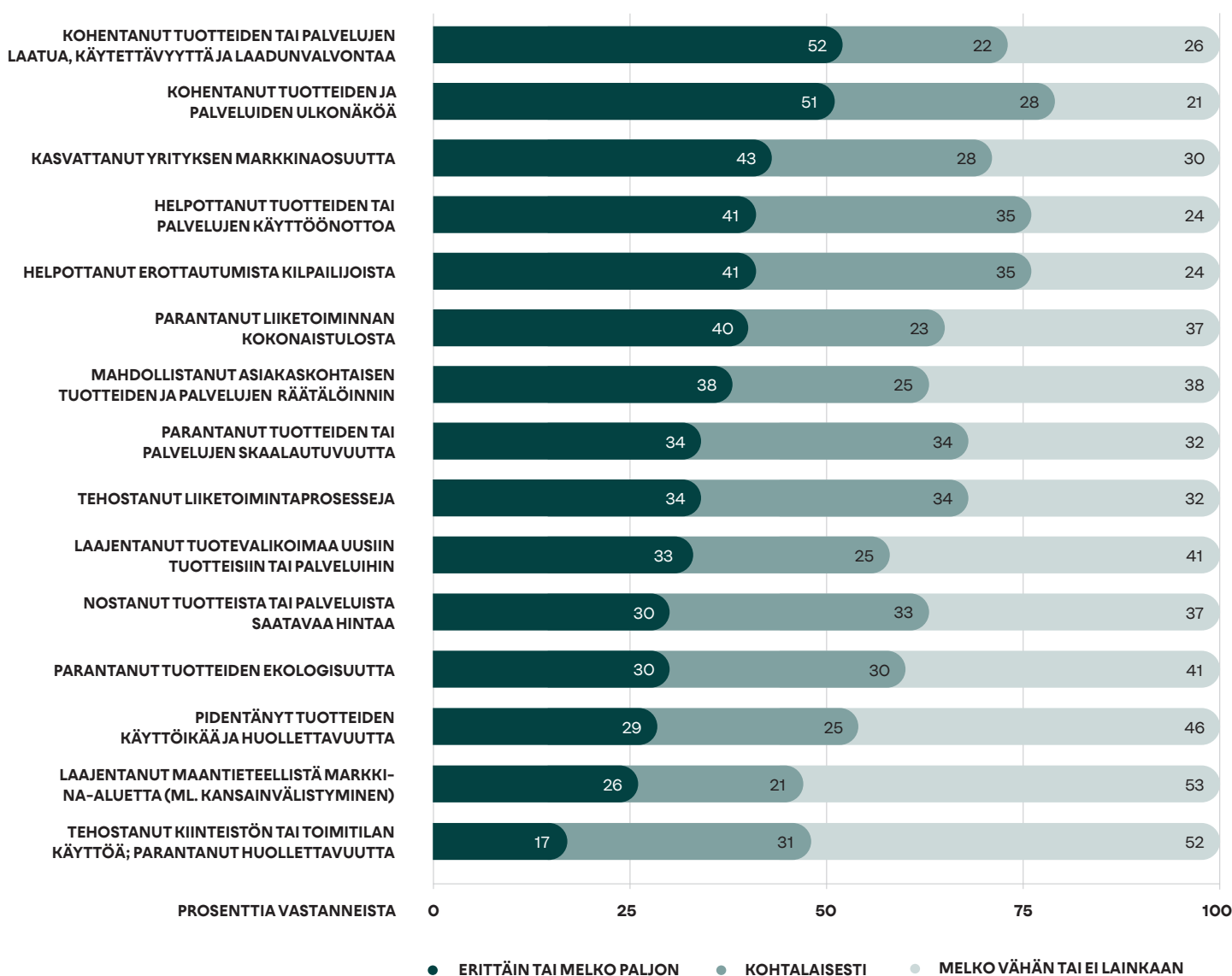
Muotoilun hyödyt ja vaikutukset liiketoimintaan

Kauppakamarin kyselyjen mukaan muotoilupaneustusten tärkeimmät hyödyt koskevat tuotteiden ja palvelujen parantunutta laatua, käytettävyyttä ja laadunvalvontaa sekä tuotteiden ja palvelujen ulkonäköä (estetiikkaa ja visuaalisuutta). Noin 50 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että muotoilulla on ollut edellä mainittuihin asioihin paljon vaikutusta. Vähintään 40 prosenttia kyselyyn vastanneista totesi, että muotoilulla on ollut merkittävä vaikutus myös yrityksen kilpailukyvyen parantumisessa, mikä on mahdollistanut markkinaosuuden kasvattamisen.

Muotoilu on helpottanut tuotteiden ja palvelujen käyttöötoa ja erottautumista kilpailijoista tai lisännyt myönteisellä tavalla omaperäisyyttä. Vähintään 40 prosenttia ilmoitti, että muotoilulla on pystytty parantamaan liiketoiminnan kokonaistulosta ja kannattavuutta. Muotoilu on mahdollistanut myös tuotteiden ja palvelujen asiakaskohtaisen räätälöinnin. Lisäksi muotoilu on parantanut osassa yrityksiä tuotteiden ja palvelujen skaalautuvuutta ja tehostanut liiketoimintaprosesseja eli nostanut tuottavuutta, mikä yksi tärkeä kannattavan liiketoiminnan perusta.

Kuvio 30

Muotoilun hyödyt ja vaikutukset jalostus- ja palvelualoja edustavien esimerkkiyritysten liiketoiminnassa, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



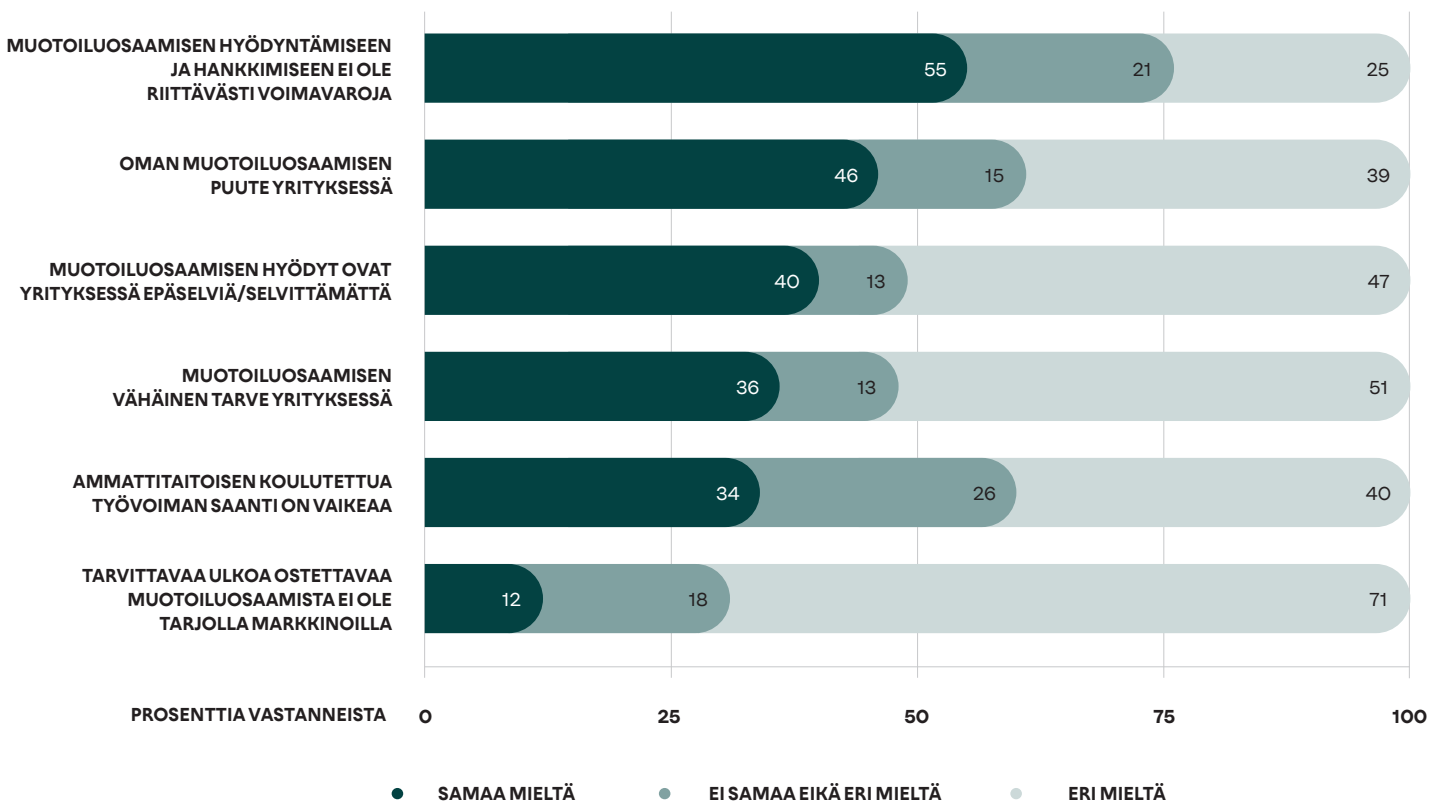
Muotoilun hyödyntämiseen esteet ja rajoitukset

Muotoiluosaamisen hidasteet koskevat kauppakamarin kyselyjen mukaan sitä, että yrityksellä ei ole riittävästi taloudellisia tai muita voimavaroja tai yritykseltä puuttuu muotoilualan osaamista ja henkilöstöä. Osassa yrityksiä muotoilun ja muotoiluosaamisen hyödyt ovat epäselviä tai ne ovat jääneet selvittämättä. Kysymys ei ole siten siitä, ettei muotoilulla olisi tarvetta tai, että markkinoilla ei olisi tarjolla osaamista. Osaamiseen hankintaan voidaan hakea myös julkista rahoitustukea, mutta vain osa kyselyyn vastanneista yrityksistä on saanut tukea (Kuvio 32).³⁴

Vaikka muotoiluosaamista ei löytyisi oman organisaation sisältä, sitä on mahdollista hankkia alan erikoistuneilta yrityksiltä tai yrittäjiltä. Kauppakamarin kyselyyn osallistuneista jalostus- ja palvelualojen yrityksistä pääosa katsoi, että markkinoilla muotoilupalveluja tarjoavien yritysten toiminta on osaavaa ja laadukasta. Palvelutoiminnan luotettavuudessa ja joustavuudessa ei ole paljon moitittavaa. Lisäksi palvelu on yleensä asiakaslähtöistä ja helposti järjestettävää. Tosin hyvä toiminta maksaa ja ulkoa ostettujen palvelujen hintataso koetaan korkeaksi.

Kuvio 31

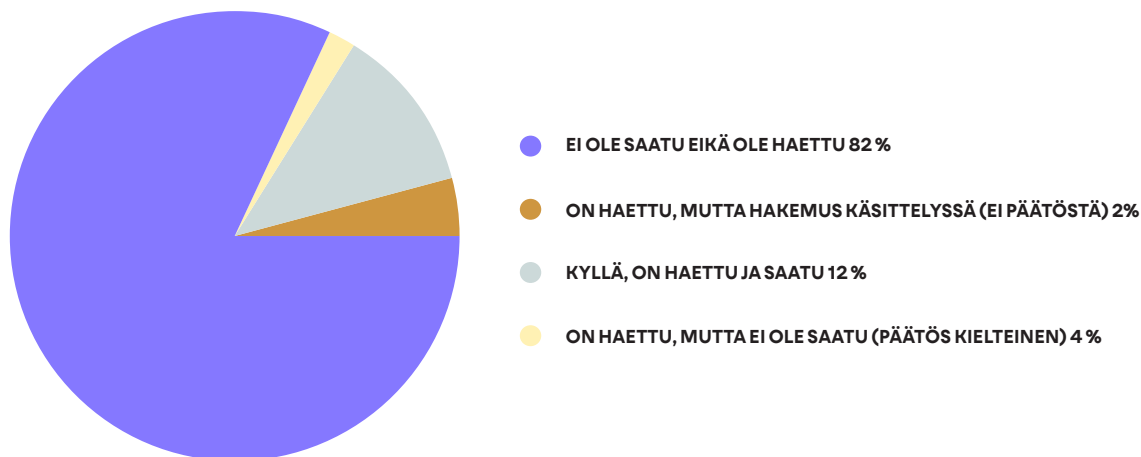
Muotoiluosaamisen hyödyntämistä hidastavat tai rajoittavat tekijät jalostus- ja palvelualoja edustavissa esimerkkiyrityksissä, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



³⁴ Kauppakamarin kyselyyn osallistuneista kaikkiaan 26 prosenttia ilmoitti, että yritys on rahoitustuen tarpeessa. Sen sijaan 74 prosenttia kertoi, että tarvetta ei ole.

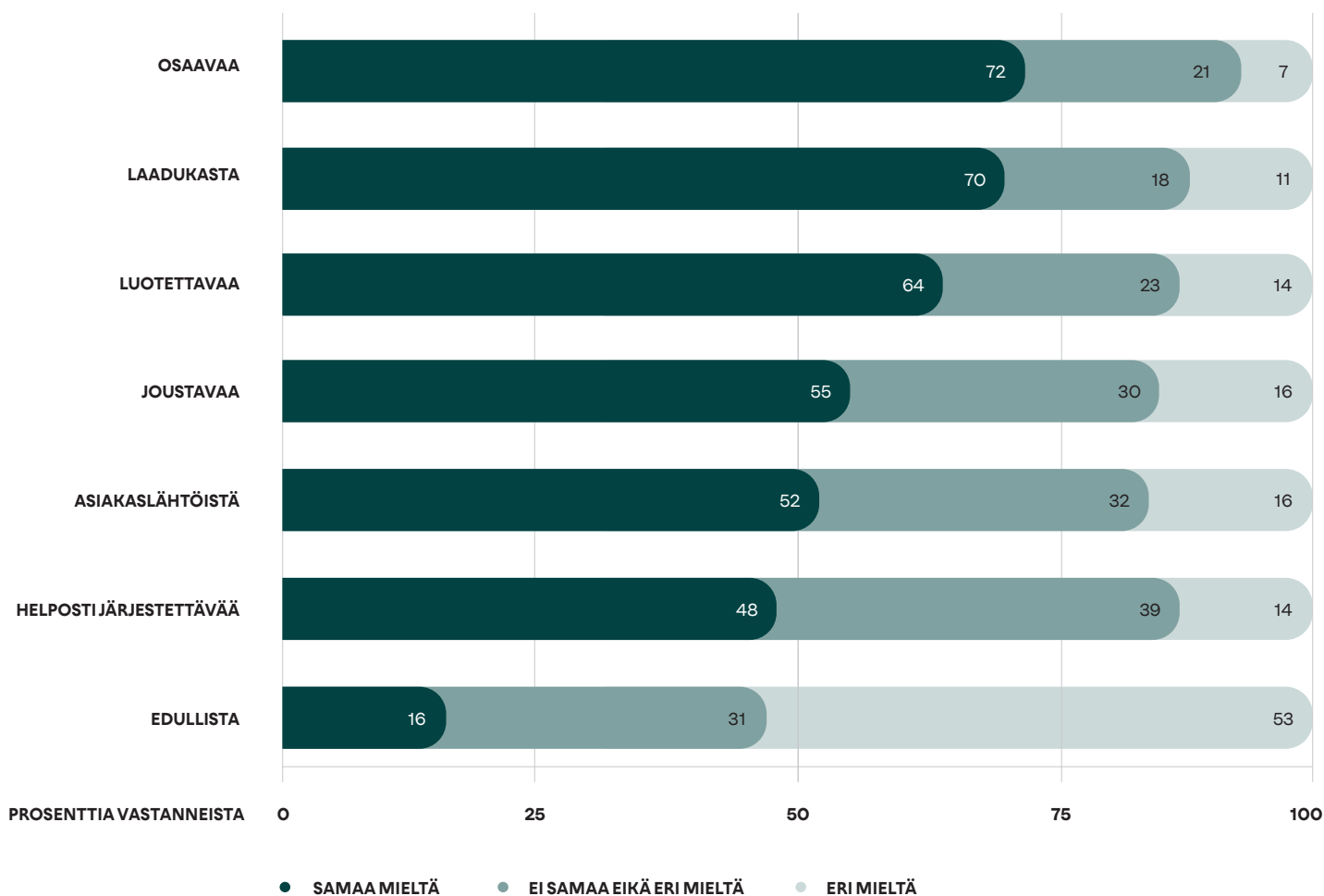
Kuvio 32

Yritystoiminnan rahoitustuen käyttö muotoiluosaamisen hankintaan ja hyödyntämiseen jalostus- ja palvelualoja edustavissa esimerkkiyrityksissä, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



Kuvio 33

Kokemukset yksityisten muotoilualan suunnittelutoimistojen ja muiden muotoilualan erikoistuneiden palveluntuottajien toiminnasta jalostus- ja palvelualoja edustavissa esimerkkiyrityksissä, prosenttia vastanneista (Lähde: Helsingin seudun kauppakamarin kysely 2021).



Yhteenveto

Arviolta 44 prosenttia Ornamon vuoden 2021 kyselyihin osallistuneista muotoilualan yrityksistä ilmoitti touko-kesäkuussa, että liikevaihto kasvoi edellisen vuoden vastaavasta ajankohdasta vuoden 2020 epidemiakriisin aikana. Liikevaihdon pienenemisestä ilmoitti kolmannes vastaajista. Siten liikevaihdon saldoluku oli plus 11, joka oli melkein sama kuin saldoluku ennen kriisiä vuonna 2019.³⁵

Liikevaihdon kasvulukujen samankaltaisuus vuosina 2019-20 johtuu siitä, että Suomen kansantalouden kehitys ja suhdanneherkän muotoilualan kasvu oli alkanut hidastua jo ennen epidemiakriisiä. Suhdanekyselyt osoittavat myös muotoilualan kaksijakoisuuden. Äkilliset muutokset toimintaympäristössä heijastuvat välittömästi joihinkin yrityksiä, mutta toisissa yrityksissä muutokset ovat pieniä.

Tilaukset kannan saldoluku painui lievästi miinusmerkkiseksi vuonna 2020. Kannattavuuden ja yritysten rahoitusasemaa kuvaavat saldolut olivat kuitenkin plusmerkkisiä, joskin suhdannevaihtelut näkyvät nopeasti ilman suuria puskureita toimivien pienten yritysten rahoitusasemassa. Toisaalta kannattavuuden heikkenemistä vaimensi tuotantokustannusten hidas nousu.

Odotukset kohentuneet silmin nähden

Optimismi talouden lähiajan kehitykseen on parantunut, sillä vuoden 2021 kyselyihin vastanneista yrittäjistä jo 51 prosenttia uskoi yleisten kysyntä- ja suhdannenäkymien kohenevan seuraavan vuoden aikana. Vuotta aiemmin osuus oli vain 26 prosenttia ja kaksi vuotta sitten 39 prosenttia. Myös liikevaihdon kasvuodotusten saldoluku oli plus 44, kun se vuotta aiemmin oli pyöreä nolla.

Kannattavuuden paranemiseen uskoo 46 prosenttia ja heikentymiseen vain seitsemän prosenttia, joten kannattavuuden saldoluku oli reilusti plussan puolella (+38), kun se oli vuotta aiemmin vain plus kolme. Kannattavuuden paranemista edesauttaa edelleen tuotantokustannusten maltillinen kehitys. Epidemiakriisin hellittäminen on lisännyt myös halua palkata uusia työntekijöitä joissakin yrityksissä.

Muotoilun liikevaihto lähenee 13 miljardia

Muotoilualan yritysten liikevaihto oli Suomessa 12,61 miljardia euroa ja työllisyys noin 65 920 henkilöä vuonna 2019. Yrityksiä muotoilualan piirissä toimii arviolta 13 480. Muotoilun yritystoiminta jaetaan edelleen muotoiluintensiiviseen teolliseen valmistukseen, digitaaliseen muotoiluun, arkkitehtuuriin ja maisemanhoitoon, muotoilutoimistojen toimintaan ja taideteosten luontiin.

2010-luvun kehitys osoittaa, että muotoiluintensiivisen tuotevalmistuksen merkitys on alentunut maassamme työllisyydellä mitattuna lähes kaikilla toimialoilla ennen vuoden 2020 epidemiakriisiä. Myös liikevaihdon kasvu on ollut vaatimatonta.³⁶ Sitä vastoin muiden muotoilun pääosaamisalueiden toiminta on ollut kasvussa. Liikevaihto on lisääntynyt myös taideteosten luonnin toimialalla.

³⁵ Saldoluku saadaan, kun liikevaihdon kasvusta kertoneiden (tai odottavien) prosenttiosuudesta vähennetään liikevaihdon pienenemisestä ilmoittaneiden (tai odottavien) prosenttiosuus.

³⁶ Poikkeuksen muodostavat vaate- ja nahkatuotteiden sekä metallituotteiden valmistus, joissa liikevaihto on kasvanut melko reippaasti vuosina 2010-19. Tosin työllisyyden kehitys on ollut näilläkin toimialoilla heikkoa.

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

Liikevaihto ja työllisyys ovat olleet kovassa nousussa lisäksi muotoilutoimistoissa. Kasvu on ollut ripeintä teollisessa suunnittelussa ja sisustussuunnittelussa, mutta myös graafisen muotoilun kehitys on ollut varsin myönteistä. Lisäksi arkkitehtipalvelut ja maisemasuunnitteluala ovat hyötäneet rakennusalan hyvästä vedosta ja rakennetun ympäristön laajenemisesta.

Kasvuhakuisuus on säilynyt korkealla tasolla

Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli vuoden 2021 kyselyyn vastanneista kymmenen prosenttia. Näiden yritysten osuus kohosi pari prosenttiyksikköä edellisestä vuodesta. Mahdollisuuksien mukaan kasvavia oli 58 prosenttia eli viisi prosenttiyksikköä enemmän kuin vuonna 2020. Asemansa säilyttämiseen tyytyviä oli 24 prosenttia, mutta myös asemien pitäminen voi edellyttää kasvua.

Alalla on paljon kasvuhalukkuutta, joka suurempaa kuin Suomen pk-yrityskentässä keskimäärin, vaikka epidemiakriisi on vaikuttanut myös muotoilualan yritysten kasvua koskeviin suunnitelmiin. Osalla yrityksiä kriisi on nopeuttanut kehitystä, pakottanut muuttamaan ja uudistamaan toimintatapoja, mutta tarjonnut myös uusia liiketoiminnan mahdollisuuksia digitalisoituvassa maailmassa.

Ornamenttien vuosien 2019-21 tekemien kyselyjen mukaan yritykset voivat tarvita ulkopuolista rahoitusta. Tällä hetkellä yritykset kehittävät toimintaansa pääosin kassarahoituksella ja jopa apurahoilla, mikä on sangen hidas tie kasvuun, jos yrityksen laskutettavuusaste on korkea. Silloin kassavirta riittää vain välttämättömien toimintojen ja yhteiskunnallisten velvoitteiden hoitamiseen.

Ulkomainen toiminta kiinnostaa monia

Vuoden 2021 kyselyjen mukaan 13 prosentilla muotoilualan yrityksiä ulkomainen toiminta on vakiintunutta. Noin 30 prosenttia yrityksistä panostaa ainakin jonkin verran kansainvälistymiseen. Nämä osuudet ovat pysyneet ennallaan epidemiakriisin aikana. Sen sijaan sellaisia yrityksiä on aiempaa enemmän, joilla on halua kansainvälistyä, mutta sen suhteen törmätään erilaisiin hidasteisiin.

Ulkomainen toiminta on useimmiten alle kymmenen prosenttia liikevaihdosta ja vain viidellä prosentilla ulkomainen toiminta on yli 50 prosenttia liikevaihdosta. Ulkomainen toiminta on useimmiten suoraa tai epäsuoraa tavaravientiä ulkomaiselle loppuasiakkaalle.³⁷ Projektivientiä harjoitti runsas viidennes ja sähköistä palveluvientiä 20 prosenttia kyselyyn osallistuneista vientiyrityksistä.

Ulkomaista toimintaa harjoittavien yritysten päämarkkina-alueet löytyvät Pohjoismaista ja muista EU-maista. Molemmilla alueilla toimintaa on ollut yli 30 prosentilla kansainvälistä toimintaa harjoittaneista yrityksistä. Seuraavina tulevat EU:sta eronnut Britannia, Japani ja Pohjois-Amerikan maat. Uusista potentiaalisista markkina-alueista kiinnostavin oli edelleen Japani.

³⁷ Sekä suoraa että epäsuoraa tavaravientiä harjoitti 36 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä.

Epidemiakriisi vauhdittaa toiminnan kehittämistä

Muotoilualan yritykset korostivat oman toiminnan kehittämisessä toimenpiteitä, jotka koskivat erottautumista kilpailijoista, tuote- ja palvelukehitystä, markkinoinnin ja myynnin edistämistä sekä asiakkuuden ja kumppanuuden kehittämistä. Erona edellisvuoteen oli, että eettisen ja ekologisen toimintatavan edistämisen ei noussut samalla tavoin kehittämiskohteiden kärkisijoille.

Yritystoiminnan kasvu henkilöstöä palkkaamalla, uudet palkkausjärjestelmät, johtaminen ja organisaation tehostaminen eivät ole keskeisiä kehittämiskohteita ilmeisesti siksi, että suuri osa kyselyihin vastanneista oli yksinyrittäjiä. Imateriaalioikeuksien suojaaminen ei sijoittunut kehittämistoiminnan kärkisijoille, mutta yli 50 prosenttia kyselyyn vastanneista koki asian kuitenkin tärkeäksi.

Epidemiakriisi on näkynyt tuloksissa siten, että yli 40 prosenttia vastanneista kertoi kehittäneensä uusia tuotteita ja palveluja sekä 30 prosenttia ilmoitti luoneensa ja uudistaneensa digitaalisia kanavia kriisin aikana. Lisäksi yli kolmannes vastasi, että uudet toimintatavat sekä tuotteet ja palvelut jäävät osaksi liiketoimintaa tulevaisuudessa. Tosin kaikki kriisin vaikutukset eivät ole vielä tiedossa.

Muotoilun merkitys kasvussa

Helsingin seudun kauppakamarin jäsenyrityskyselyn³⁸ mukaan muotoiluintensiivisten tuotteiden ja palvelujen osuus yritysten liikevaihdosta on keskimäärin 47 prosenttia keskiarvolla mitattuna. Yrityskohtaiset erot ovat suuria. Vajaa 30 prosenttia ilmoitti, muotoiluintensiivisen tuote- ja palvelumyynnin osuus on yli 80 prosenttia. Vastaavasti yhtä moni totesi, että osuus on alle 20 prosenttia tai nolla.

Muotoilua on hyödynnetty tuotesuunnittelussa ja -testauksessa (teollinen muotoilu) sekä palvelujen suunnittelussa sekä palvelujen asiakaskokemuksen kehittämisessä (palvelumuotoilu). Seuraavaksi yleisintä muotoilun käyttö on markkinoinnissa ja yritysviestinnässä, joihin kuuluvat esimerkiksi yrityksen brändin rakentaminen, digitaalinen verkkoviestintä ja verkkosivujen luonti.

Valtaosa muotoilutyöstä tehdään oman yrityksen sisällä, sillä in-house -muotoilun osuus yritysten muotoilukustannuksista oli kyselyjen mukaan noin 67 prosenttia vuonna 2021. Ulkoa ostettujen muotoilupalvelujen osuus muotoilun kysynnästä oli yrityksissä 33 prosenttia. Markkinoilta hankittavien palvelujen katsotaan olevan kyllä laadukkaita, mutta palveluhintoja pidetään korkeinta.

Enemmistö kauppakamarin kyselyyn vastanneista yrityksistä totesi myös, että muotoilun tarve tai muotoilupalvelujen kysyntä on kasvanut tuntuvasti tai jonkin verran viimeksi kuluneen viiden vuoden aikana (vuodet 2015-20). Vastaavasti vielä suurempi osuus yrityksistä ennakoii, että kasvu jatkuu seuraavan viiden vuoden aikana. Vain muutamat yritykset arvelivat kysynnän vähenevän.

³⁸ Kyselyn avulla kartoitettiin eri toimialoilla toimivien jalostus- ja palvelualoja edustavien yksityisten yritysten näkemyksiä muotoiluun suunnatuista panostuksista ja siitä, millaisia hyötyjä muotoilun käytöstä on ollut liiketoiminnassa ja, mitkä tekijät ovat hidastaneet muotoilun hyödyntämistä yrityksissä.

Muotoilun käytöstä monenlaista hyötyä

Muotoilun tärkeimmät hyödyt koskevat tuotteiden ja palvelujen parantunutta laatua, käytettävyyttä ja laadunvalvontaa sekä ulkonäköä. Muotoilulla on ollut suuri myönteinen vaikutus myös yrityksen kilpailukykyyn, mikä on mahdollistanut markkinaosuuden kasvattamisen. Muotoilulla on lisätty erottautumista kilpailijoista sekä nostettu tuottavuutta ja parannettu liiketoiminnan tulosta.

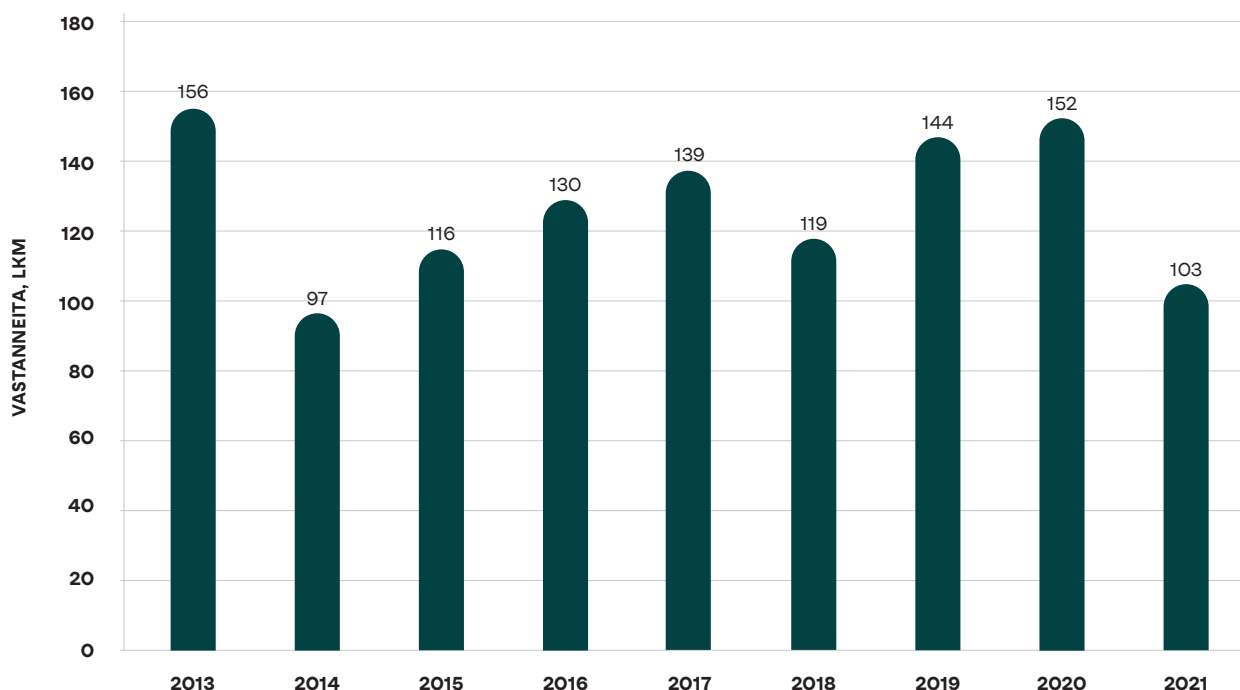
Vaikka muotoiluajattelun käytöstä liiketoiminnan prosesseissa on selvää näyttöä, sisältyy sen hyödyntämiseen hidasteita. Tärkeimpänä syynä on, että yrityksellä ei ole muotoiluosaamisen hyödyntämiseen ja hankkimiseen riittävästi taloudellisia voimavaroja varsinkin, jos yrityksellä ei ole omaa osaamista. Muotoiluosaamisen hyödyt voivat olla yrityksessä myös epäselviä tai niitä ei ole kunnolla kartoitettu.

Liite 1: Suhdannekyselyyn vastanneiden profiili

Ornamo ry:n muotoilualan yrittäjyyttä ja markkinatilannetta kartoittava suhdannekysely suoritettiin touko-kesäkuussa 2021 avoimen nettilinkin kautta. Määräaikoihin mennessä kyselyyn saatiin 103 vastausta, joista osa vastasi vain yrittäjän ja / tai yrityksen profilia koskeviin peruskysymyksiin. Vastaajat eivät siis vastanneet kaikkiin kysymyksiin esimerkiksi siitä syystä, että heillä ei ollut mielipidettä tai tietämystä asiasta. Vastanneiden yritysten ja yrittäjien määrä oli selvästi pienempi kuin vuonna 2020, jolloin kyselyyn saatiin yhteensä 152 vastausta (Kuvio 1)

Kuvio 1

Ornamo ry:n suhdannekyselyihin vastanneiden yritysten määrä 2013–21, lkm



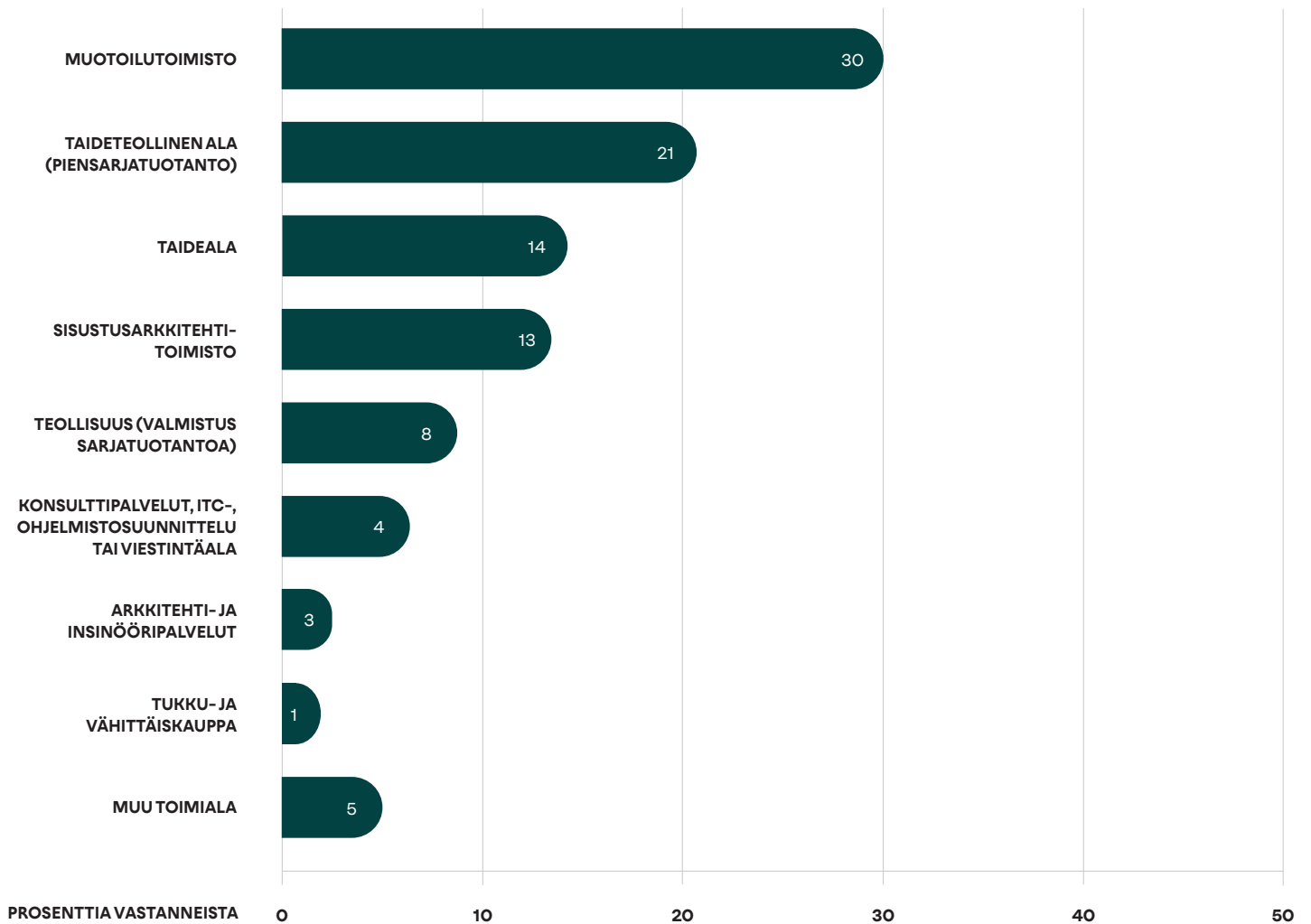
Vastaajien taustat

Vuoden 2021 suhdannekyselyyn vastanneista muotoilutoimistoja oli 30 prosenttia. Taideteollisia tuotteita piensarjatuotantoa valmistavia yrityksiä oli 21 prosenttia. Seuraavaksi eniten oli puhtaasti taidealalla toimivia yrittäjiä, sisustusarkkitehtitoimistoja, teollista sarjatuotannossa toimivia yrityksiä ja (Kuvio 2). Vastanneista 47 prosenttia tuotti pelkästään tai pääasiassa palveluita (muotoilutoimistot, konsulttiyritykset, yms.). Pelkästään tai pääasiassa tuotteiden valmistusta harjoittavia yrityksiä oli 40 prosenttia vastanneista (teollinen tuotanto, käsityöala) (Kuvio 3).

Pääosa kyselyyn vastanneista oli mikroyrityksiä, sillä 95 prosenttia työllisti alle kymmenen henkilöä. Niistäkin 69 prosenttiyksikköä työllisti alle kaksi henkilöä, eli ne työllistävät useimmiten vain yrittäjän itsensä pää- tai osatoimisesti (Kuvio 4). Kyselyyn vastanneista rekisteröityjä säännöllisiä työnantajia olikin ainoastaan 23 prosenttia. Satunnaisia työnantajia oli kuusi prosenttia. Alan yritysten kokorakenne ei poikkea kuitenkaan Suomen kaikkien yritysten profilista, sillä kaikista yrityksistä noin 70 prosenttia työllistää alle kaksi henkilöä.

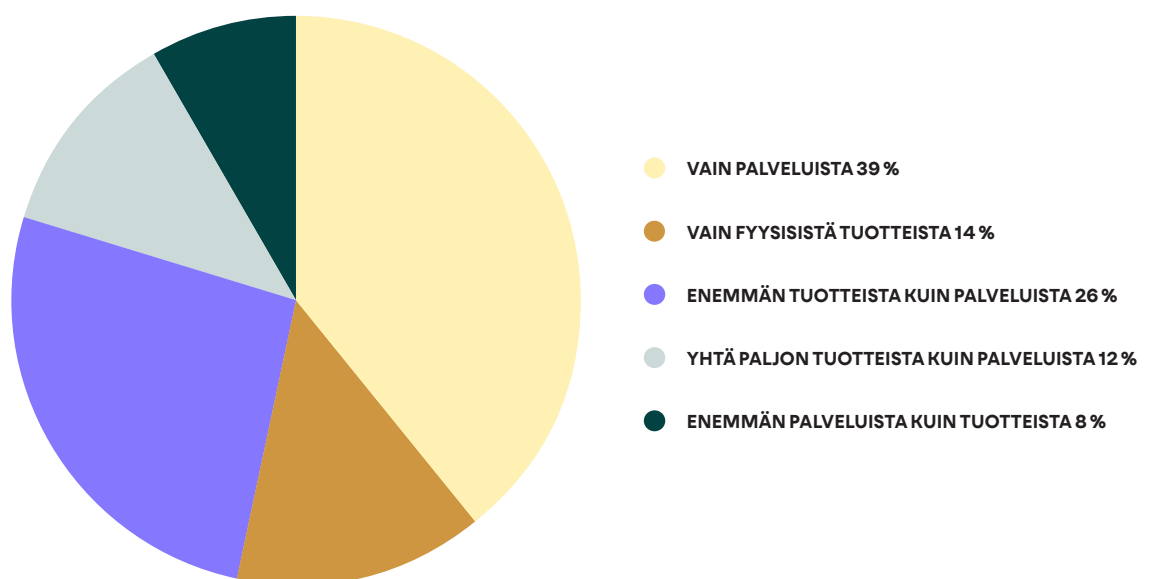
Kuvio 2

Ornamentin suhdannekyselyyn vastanneet yritykset päätoimialoittain 2021.



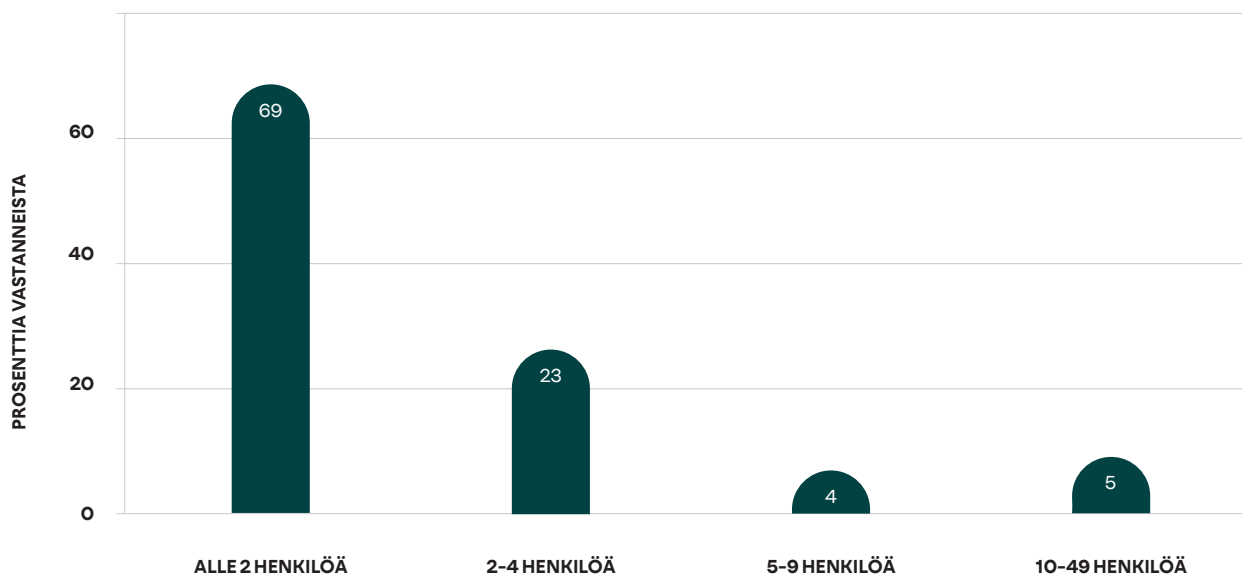
Kuvio 3

Ornamentin suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon rakenne 2021.



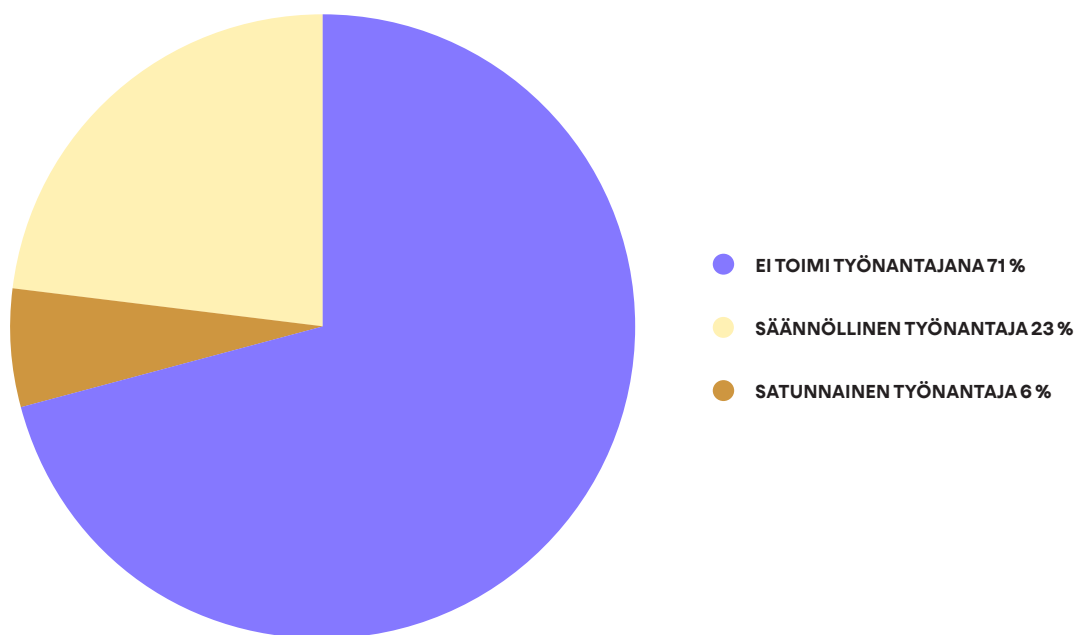
Kuvio 4

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneiden yritysten henkilöstön kokorakenne 2021.



Kuvio 5

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet työnantaja- ja ei-työnantajayritykset 2021.

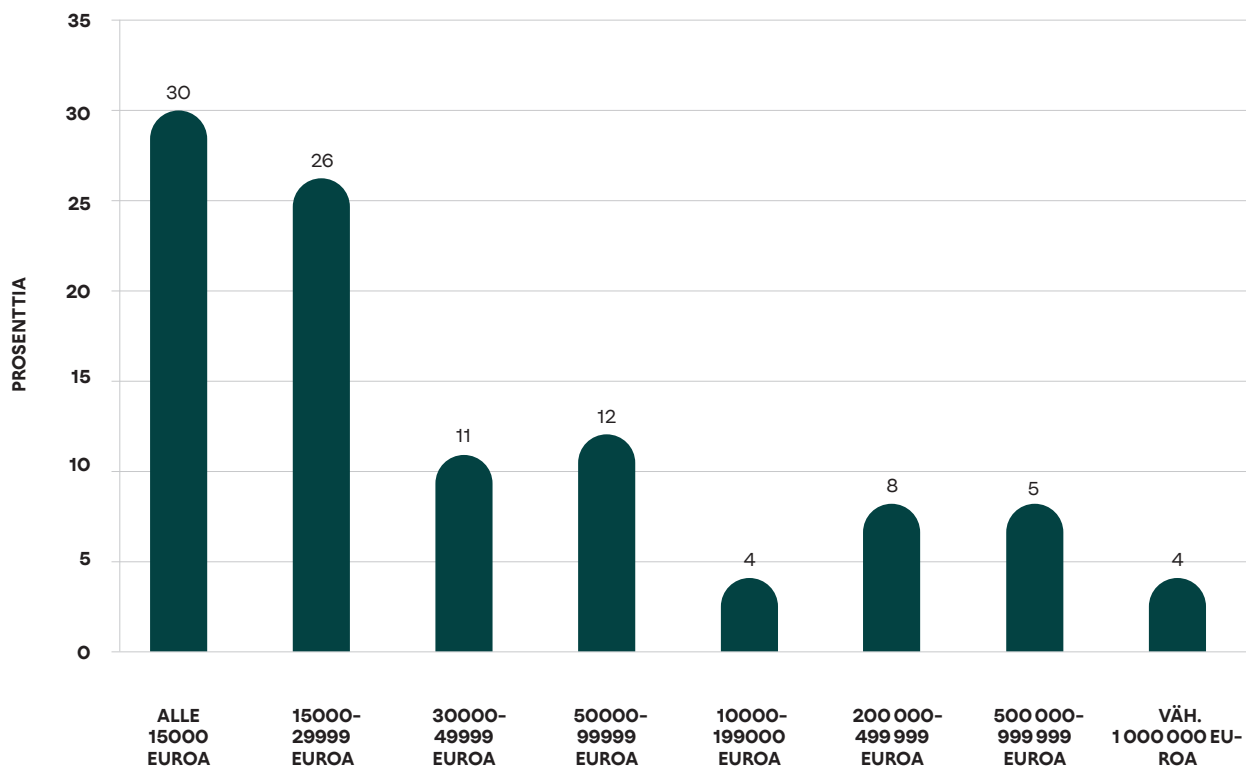


Liikevaihdon mukaan tarkasteltuna 21 prosentissa Ornamon kyselyyn vastanneista yrityksistä liikevaihto ylitti 100 000 euroa (Kuvio 6). Periaatteessa vain vähintään tämänkokoinen yritys voisi toimia työnantajana. Vajaa neljäsnes yrityksistä kuului liikevaihdon kokoluokkaan 30 000-99 999 euroa. Näistä osa saattaa olla sivutoimisten yrittäjien hallinnassa, sillä oikeastaan vain 50 000 liikevaihto voisi mahdollistaa päätoimisen yrittäjyyden. Liikevaihto oli 15 000-29 999 euroa 20 prosentissa yrityksistä ja alle 10 000 euroa lähes kolmasosassa yrityksistä.³⁹

³⁹ Arvonlisäverotuksessa yrityksen, jonka 12 kuukauden liikevaihto on enintään 15 000 euroa, ei tarvitse rekisteröityä arvonlisäverovelvollisten rekisteriin muuta kuin vapaaehtoisesti. Yritys, jonka liikevaihto on yli 15 000 euroa mutta alle 30 000 euroa voi saada puolestaan huojenuksen osasta arvonlisäveroa. Liikevaihto ratkaisee huojenuksen suuruuden, mutta yritysmuoto ei vaikuta huojenuksen määrään. Arvonlisäveron alarajahuojennus on tuloverotuksessa veronalaista tuloa. Huojennus on sen tilikauden tuloa, jonka aikana oikeus huojenukseen on syntynyt. Veroilmoituksessa huojenus rinnastetaan saatuihin tukiin ja avustuksiin. Alarajahuojennus on sen tulolähteen tuloa, josta huojenus on saatu. Yritystoiminnan alarajahuojennus on siis elinkeinotoiminnan tulolähteen tuloa ja maataloustoiminnasta saatu alarajahuojennus taas maatalouden tulolähteen tuloa.

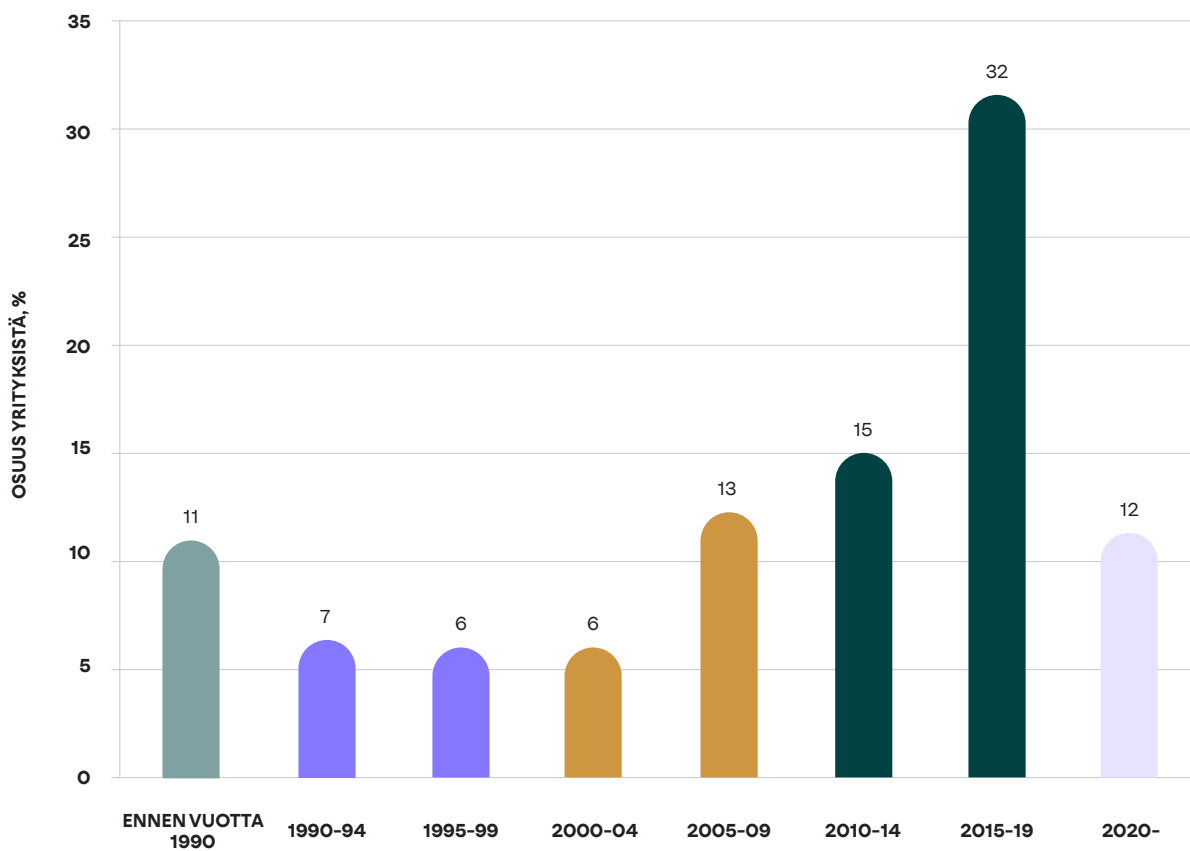
Kuvio 6

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset liikevaihdon mukaan 2021.



Kuvio 7

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset perustamisvuoden mukaan 2021.



Yritysmuoto

Alan pienestä yrityskoosta kertoo yritysten oikeudellinen muoto. Noin 38 prosenttia vastanneista oli yksityisiä elinkeinonharjoittajia (ammatin- ja liikkeenharjoittajia⁴⁰), joita kutsutaan puhekielessä toiminimiyrittäjiksi tai yritysmuotoa pelkästään toiminimeksi.⁴¹ Freelancereina ilman yritysmuotoa työskenteli yhdeksän prosenttia vastanneista. Ulkoisesti katsottuna freelancer toimii yrittäjämäisesti toimeksiantosuhteessa (vrt. kevytyrittäjä), jolloin muun muassa tarvittavat työskentelyvälineet ja toimitilat hankitaan itse, joita suorituksen maksaja ei korvaa.

Freelancer voi olla myös elinkeinonharjoittaja, jolla tarkoitetaan verotuksessa ammatin- ja liikkeenharjoittajaa (toiminimiyrittäjää).⁴² Lisäksi freelancer voi toimia työsopimuksen pohjalta, jolloin häntä koskevat samat velvoitteet ja oikeudet kuin muita palkansaajia. Osakeyhtiömuotoisia vastanneista oli 47 prosenttia. Henkilöyhtiöitä (avoin yhtiö tai kommandiittiyhtiö) kyselyyn vastanneista oli neljä prosenttia, minkä lisäksi osuuskuntia oli kolme prosenttia (Kuvio 8). Yritysmuodolla on vaikutuksia yrittäjien taloudellisiin vastuisiin ja verotukseen.

Toiminimeen ja henkilöyhtiöihin verrattuna osakeyhtiöllä on kaksi etua. Ensimmäinen etu liittyy velkojen ja vastuiden rajoittuminen yhtiölle.⁴³ Toiminimessä taloudelliset riskit ovat yrittäjän henkilökohtaisia riskejä. Sama koskee henkilöyhtiöiden (vastuunalaisia) yhtiömiehiä. Sen sijaan osakeyhtiö on erillinen oikeushenkilö, joka vastaa itse omista velvoitteista. Verotuksellisesti elinkeinotoiminnan tulosta verotetaan toiminimessä yrittäjän ja henkilöyhtiöissä yhtiömiesten tulona.⁴⁴ ⁴⁵ Sitä vastoin osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen.⁴⁶

Lakimuutos lisännyt osakeyhtiöiden määrää

Vuonna 2019 voimaan astunut osakeyhtiölain muutos on ilmeisesti näkynyt Ornamon yrityskyselyyn vastanneiden yritysprofiilissa siten, että osakeyhtiöiden suosio on kasvanut uusien yrittäjien keskuudessa ja jotkut toimintansa vakiinnuttaneita elinkeinonharjoittajat muuttaneet yritysmuotoa. Keskeisin kannustin on, että osakeyhtiön voi perustaa nykyisin ilman *osakepääomaa*.⁴⁷ Aiemmin osakeyhtiön perustaminen olisi vaatinut 2 500 euron minimiosakepääoman, vaikka itse yritystoiminnan harjoittaminen ei olisi edellyttänyt ehkä lainkaan investointeja.

⁴⁰ Ammatin- ja liikkeenharjoittajat ovat lähinnä verohallinnon käyttämiä nimityksiä erityyppisistä elinkeinonharjoittajista. Molempiin ryhmiin kuuluvat ovat voineet pitää yhdenkertaista kirjanpitoa vuodesta 2016 lukien, mutta liikkeenharjoittajien on edelleen oikaistava kirjanpito suoriteperusteiseksi verotusta varten. Liikkeenharjoittajiksi on kutsuttu perinteisesti niitä yrittäjiä, jotka harjoittavat elinkeinotoimintaa kiinteästä toimipaikasta käsin (kauppaliike).

⁴¹ Virallisesti lainsäädännössä toiminimellä tarkoitetaan kuitenkin yrityksen nimeä.

⁴² Työkorvauksia saavat freelancerit joutuvat hankkimaan myös YEL-vakuutuksen. Työnantajan näkökulmasta katsoen freelancer –muotoinen toiminta tarjoaa joustavuutta, koska töitä voidaan ostaa sitoutumatta palkanmaksuun.

⁴³ Yrittäjän taloudellinen vastuu osakeyhtiössä rajoittuu pääsääntöisesti hänen tekemänsä pääomasijoituksen määrään (osakepääomaan).

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

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

⁴⁶ Osakeyhtiö maksaa tuloksestaan yhteisöveroa (20 %) ja voi jakaa omistajilleen palkkatuloa kevyemmin verotettuja osinkoja. Osakeyhtiössä yrittäjät maksavat usein itselleen palkkaa, joka vähentää osakeyhtiön verotettavaa tuloa.

⁴⁷ Myös useassa muussa EU-maassa osakeyhtiö on mahdollista perustaa ilman osakepääomaa jo tällä hetkellä. Osakeyhtiölain muutos ei koske julkisia osakeyhtiöitä (Oyj), joissa minimiosakepääoma on 80 000 euroa.

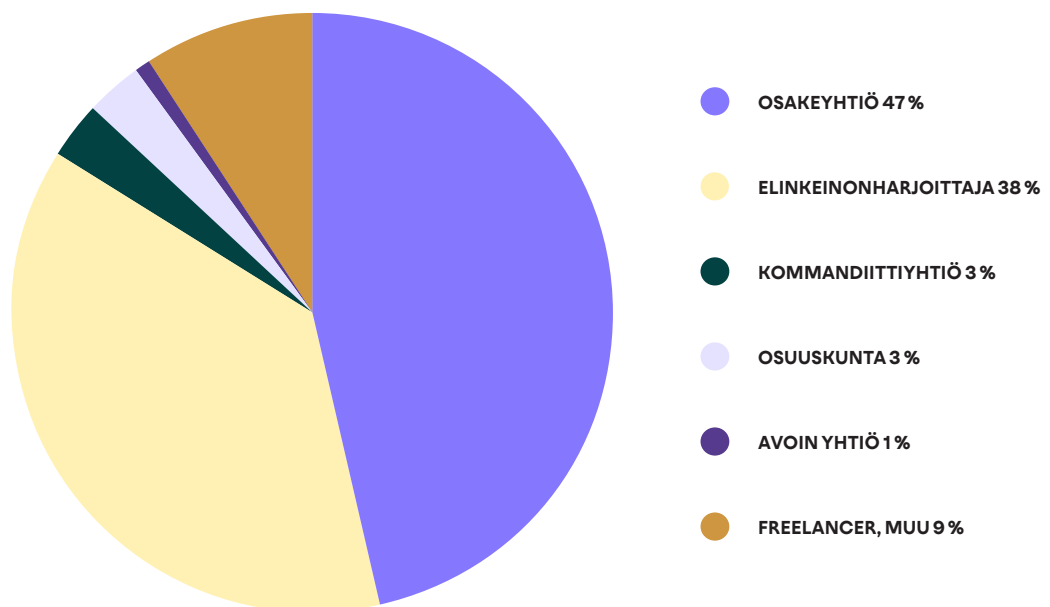
Samalla osakeyhtiölain muutos on yksinkertaistanut ja helpottanut yhtiön perustamisprosessia. Edellä mainittu tarkoittaa esimerkiksi sitä, että osakepääoman todennettua maksamista tositteineen ja mahdollista tilintarkastajan lausuntoa ei enää vaadita yhtiön perustamisvaiheessa. Muutos helpottaa lisäksi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

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

Osakeyhtiöissä yrittäjien on pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa, mitä elinkeinonharjoittajien ei ole pakko tehdä. Oman pääoman (mm. osakepääoma, tilikauden voitto) menetyksestä on tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin. Jos esimerkiksi nollopääomalla perustetun osakeyhtiön tilikauden tulos jää kulujen jälkeen ensimmäisenä vuonna miinusmerkkiseksi, on asiasta ilmoitettava kaupparekisteriin. Osakeyhtiöiden tilinpäätöstiedot ovat kaupparekisterissä myös julkisia päinvastoin kuin elinkeinonharjoittajien ja henkilöyhtiöiden tilinpäätökset pääsääntöisesti.⁴⁸

Kuvio 8

Ornamon suhdannekyselyyn vastanneet yritykset oikeudellisen muodon mukaan 2021.



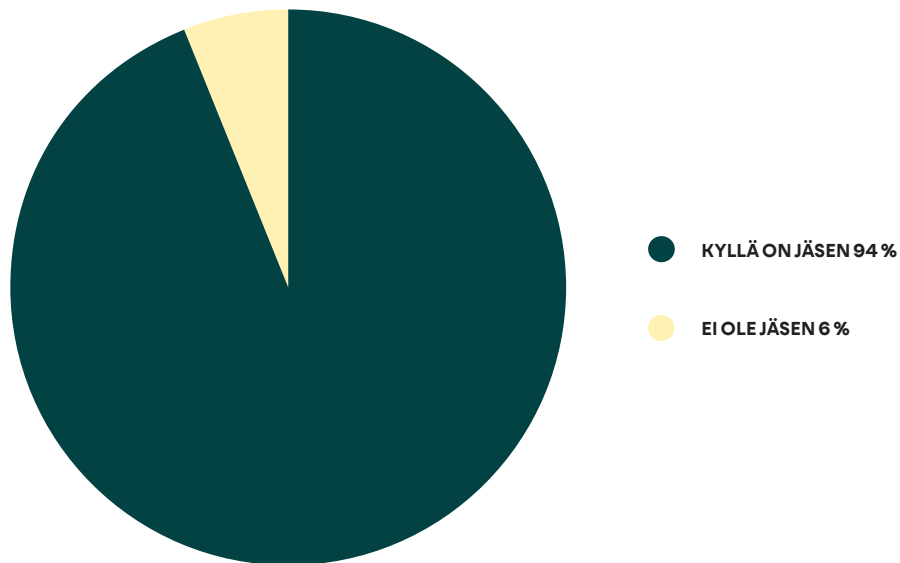
⁴⁸ Henkilöyhtiöiden ja elinkeinonharjoittajien osalta tilinpäätösten julkisuus koskee vain harvoja suuria yrityksiä, joissa toteutuu vähintään kaksi seuraavaa vaatimusta: liikevaihto 12 miljoonaa euroa, taseen loppusumma 6 miljoonaa euroa ja henkilöstö vähintään 50 henkilöä.

Kyselyyn vastanneiden järjestäytymisaste

Vuoden 2021 suhdannekyselyyn vastanneista 94 prosenttia (97 kpl) oli Ornamo ry:n jäseniä. Liiton ulkopuolisia vastanneiden joukossa oli kuusi prosenttia (6 kpl). Neljännnes vastanneista oli Suomen Yrittäjät ry:n jäseniä. Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry:n jäsenistöön kuului noin yksi prosentti vastanneista. Keskuskauppakamarin ja alueellisten kauppakamarien jäseniä oli kahdeksan prosenttia. Elinkeinoelämän edistämis- ja toimialajärjestöjen jäsenyydet (pl. Ornamo jäsenyys) ovat hieman tavallisempia suurempien muotoilualan yritysten keskuudessa.

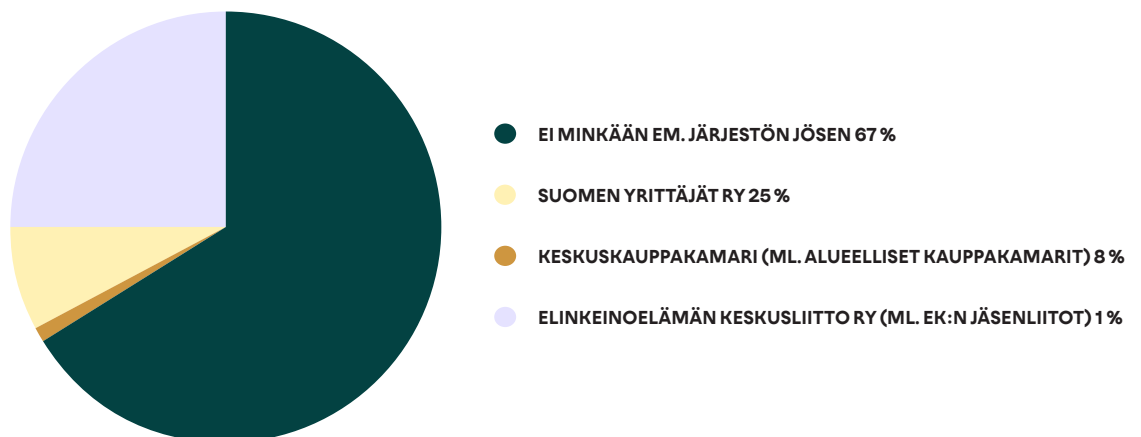
Kuvio 9

Kyselyyn vastanneiden jäsenyys Ornamo ry:ssä 2021.



Kuvio 10

Kyselyyn vastanneiden jäsenyys elinkeinoelämän järjestöissä 2021.



Liite 2: Muotoilualat ja toimialaluokitus

Tilastokeskuksen toimialaluokitusta koskevan käsikirjan mukaan toimialaluokitus kuvaa taloudellista toimintaa, jossa pääomahyödykkeitä, työvoimaa, tuotantotekniikoita ja välituotteita yhdistellään tiettyjen tavaroiden tai palvelujen tuottamiseksi. Luokituksessa samanlaista taloudellista toimintaa harjoittavat yksiköt luokitellaan samaan luokkaan riippumatta siitä, onko kyseessä yhtiö, yhtiöksi rekisteröidyn yksikön osa, ammatinharjoittaja tai julkisen hallinnon yksikkö, tai onko yksikkö ulkomaalaistaustainen vai ei tai onko kysymys yksi- tai monitoimipaikkaisesta yrityksestä.

Suomessa nykyisin käytössä oleva toimialaluokitus Nace (*Nomenclature Generale des Activités Economiques les Communautés Européennes*) on vuodelta 2008. Se perustuu EU:n toimialaluokitukseen Nace Rev. 2:een, joka on vahvistettu Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella, ja joka on jäsenmaita velvoittava. Rakenteen lisäksi luokituksen olennaisia osia ovat metodinen johdanto-osa ja luokkakuvaukset. Luokituksen (Nace Rev. 2) rakenne, eli luokkien koodit ja nimikkeet, on vahvistettu Euroopan yhteisön antamalla asetuksella

Toimialaluokituksen rakenne on hierarkkinen. Pakolliselle ylimmälle tasolle kuuluvat kaikissa EU-maissa kirjainkoodilla merkityt pääluokat (pääluokkien nimikkeet). Seuraavina tulevat 2-, 3- ja 4-numeroisella koodilla merkityt tarkemmat toimialaluokat. Esimerkiksi teollisuuden pääluokka on C. Siinä 2-numerotasoa edustaa vaatteiden valmistus (Nace 14). Kolminumerotasoa on neulevaatteiden ja sukkiin valmistus (Nace 143) ja siitä 4-numerotasoa edustavat sukkiin ja sukkihousujen valmistus (Nace 1431) ja muiden neuletuotteiden valmistus (Nace 1439).⁴⁹

Luokitusuudistus

EU:n toimialaluokitusta (Nace) ollaan uudistamassa. Uuden toimialaluokituksen rakenne pitäisi olla valmiina vuoden 2021 aikana ja se saisi lainvoiman vuonna 2022, minkä jälkeen vuonna 2023 voidaan aloittaa tiedonkeruu ja tilastojen tuotanto uudella luokituksella. Ilman uudistusta Nace on menettämässä merkitystään yhteiskunnan ja globalisoituvan taloudellisen toiminnan kuvaamisessa. Digitalisaation seurauksena monet jalostus- ja palvelualat ovat kehittyneet uusille osaamisalueille ja osa vanhoista toimialoista on häviämässä.

Toteutunut kehitys on vaikuttanut tavaravalmistuksen ja palvelutuotannon väliseen suhteeseen miltei koko tuotannollisessa toiminnassa. Myös Internet-pohjainen kauppa pakottaa luokittelemaan vähittäis ja tukkukaupan myynnin kohteen eikä myyntipaikan tai -kanavan mukaan. Nykyisin käytetty luokitus ei ole myöskään muotoilualoilla lainkaan tyhjentävä ja osa toiminnasta on jäänyt toimialaluokitusta noudattavien tilastojen katveeseen. Muotoilua tuottavien yritysten luokittelu on ollut muutoinkin sopimuksenvaraista. Samaa koskee myös esimerkiksi käsityöaloja.

⁴⁹ EU:n toimialaluokitusta koskeva asetus antaa yksittäisille jäsenmaille mahdollisuuden käyttää kansallisiin tarpeisiin tarkinta 5-numerotason toimialaluokitusta harkinnan mukaan. Tästä syystä johtuen eri jäsenmaiden toimialaluokitukset eivät ole vertailukelpoisia tarkimmalla 5-numerotasolla.

Luokituksia uudistetaan myös YK-tasolla (ISIC) ja Pohjois-Amerikassa. Toimialaluokituksen käyttööksi on arvioitu suunnilleen kymmenen vuotta. Tosin yhteiskunnat muuttuvat vauhdilla ja muutokset taloudellisessa toiminnassa tapahtuvat entistä nopeammassa tahdissa. Silloin vaarana on, että luokitus on jo osittain vanhentunut saadessaan lainvoiman. Luokitusjärjestelmästä tulisi rakentaa joustava ja moduulimallinen, jotta sillä voitaisiin kuvata helpommin muuttuneita olosuhteita. Lisäksi toimialaluokituksen muutokset on otettava huomioon tuoteluokituksissa.

Kansainvälisten talousluokitusten harmonisoituun kokonaisuuteen kuuluvat luokitukset ovat muun muassa YK:n tuoteluokitus CPC (*Central Product Classification*); Maailman tullijärjestön harmonisoitu tavarankuvaus- ja koodausjärjestelmä HS (*Harmonized Commodity Description and Coding System*); EU:n toimialoittainen tuoteluokitus CPA (*Classification of Products by Activity*); EU:n teollisten toimialojen tuoteluokitus PROCOM (*Production Communautaire*) sekä EU:n ulkomaankaupassa käytettävä tavaranimikkeistö CN (*Combined Nomenclature*).

Yritysten toimialan määräytymisestä

Yrityksellä on vain yksi päätoimiala. Päätoimi on toimiala, jolla yritys pääasiallisesti toimii. Yrityksen toimiala ilmoitetaan Patentti- ja rekisterihallitus PRH:n kaupparekisteriin yrityksen perustamisvaiheessa. Kaupparekisterissä toimiala voi olla kerrottu lyhyesti tai se voi sisältää yksityiskohtaista kuvausta tai mainintoja sivutoimialoista. Verohallinnolle toimitetaan yrityksen perustamisvaiheessa myös tarkkaan yksilöity EU:n toimialaluokituksen mukainen toimialakoodi. Koodin ja toimialan nimi näkyvät julkisena tietona PRH:n ja Verohallinnon ytj-järjestelmässä.⁵⁰

Yritysten perustajat ovat paljon vartijoina toimialaluokan valinnassa. Tilastokeskuksen yritysrekisterin asiantuntijoiden mukaan yritysten perustajat ottavat joskus yhteyttä asiassa, mutta yritysten perustamismääriin suhteutettuna yhteydenottoja ei ole paljon. Osakeyhtiöissä toimiala on mainittu myös yhtiöjärjestyksessä ja osuuskunnissa osuuskunnan säännöissä. Henkilöyhtiöissä (avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö) toimiala on määritelty yhtiösopimuksessa. Elinkeinonharjoittajan (ammatin- ja liikkeenharjoittaja) toimialan määrittely on vapaamuotoisempaa.

Osakeyhtiöiden yhtiöjärjestyksessä, osuuskunnan säännöissä ja henkilöyhtiöiden yhtiöjärjestyksissä toimialan kuvaus on siis pakollinen⁵¹ ja sen muuttaminen vaatii ilmoituksen ja rekisteröinnin PRH:n kaupparekisteriin. Yhtiöjärjestyksissä tai -sopimuksissa kuvatusta toimialasta ei voida silti useinkaan suoraan nähdä tai edes päätellä EU:n toimialaluokituksen mukaista toimialakoodia tai toimialan nimeä. Isossa osassa pienyrityksiä perustamisvaiheessa valitun toimialan kuvausta tuskin edes tarkastellaan kovin aktiivisesti yrityksen perustamisen jälkeen.

Tilastokeskuksen yritysrekisteri ylläpitää varsinaisesti yritysten tilastollista toimialaa. Samoja toimialatietoja käytetään yritysten rakenne- ja tilinpäätös-tilastossa sekä yritysten toimipaikkoja kuvaavassa alueellisessa yritystoimintatilastossa. Yritysrekisterin tiedot kuten tiedot toimintansa aloittaneista yrityksistä pohjautuvat Verohallinnolta saatuihin tietoihin, joita

⁵⁰ Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä (ks. www.ytj.fi)

⁵¹ Osakeyhtiön yhtiöjärjestyksessä on mainittava vähintään seuraavat seikat: osakeyhtiön toiminimi, kotipaikkana oleva Suomen kunta sekä osakeyhtiön toimiala. Henkilöyhtiön yhtiöjärjestyksessä on mainittava yhtiön toiminimi, kotipaikkana oleva Suomen kunta, toimiala ja yhtiömiehet. Toimialan valinnalla ja sen muutoksilla voi olla merkitystä myös yrityksen toiminimeen (ks. Toiminimilaki 128 /1979). Luvanvaraisessa toiminnassa, jossa vaaditaan lupaviranomaiselta elinkeinolupa, myös toimialan muotoilulla on merkitystä.

täydennetään ja päivitetään Tilastokeskuksen omista kyselyistä saaduilla tiedoilla. Niihin kuuluu toimiala. Uudet yritykset tai ainakin osa niistä saakin jonkin aikaa toimittuaan kyselyn Tilastokeskuksesta.

Lukumääräisesti *uusien yritysten kyselyssä* on vuosittain noin 2 500 yritystä. Siinä on mahdollista täsmentää yrityksen toimialatietoa, mutta se edellyttää yrityksen vastuuhenkilön omaa aktiivisuutta. Tilastokeskuksen asiantuntija-haastattelun mukaan uusien yritysten kysely kattaa kuitenkin vain ne yritykset, joiden liikevaihto on vähintään 18 000 euroa tai palkkasumma 3 050 euroa. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikkein pienimmät mikroyritykset ja sivutoimiset yritykset, joita on paljon esimerkiksi käsityö- ja muotoilualalla, eivät sisälly tiedusteluun.

Yritysrekisterin rakennekyselyillä kerätään sen sijaan vuosittain tietoja kaikista vähintään viisi henkilöä työllistävistä yrityksistä ja vähintään 20 henkilöä työllistävistä yksitoimipaikkaisista yrityksistä. Alle 20 henkilöä työllistävät yritykset tulevat tiedusteluun vain, jos niiden tiedot ovat muuttuneet muiden hallinnollisten rekistereiden, kaupallisten aineistojen tai Tilastokeskuksen muiden kyselyjen perusteella. Yritysrekisteri tekee vuosittain myös noin 1 500 yritystä käsittävän *laatukontrollikyselyn*, jonka piirissä voi olla satunnaisesti kaiken kokoisia yrityksiä.

Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että Tilastokeskuksen yritysrekisterin kyselyjen piirissä olevien yritysten määrä on verrattain pieni. Yksinomaan yritysten vuositilastoihin sisältyi 370 300 yritystä vuonna 2019. Alkutuotanto pois lukien yrityksiä oli 292 300, mutta sen päälle tulevat vuositilastojen ulkopuolelle jääneet yritykset. Kyselyissä on kuitenkin mahdollista täsmentää oikea toimialaluokka. Tosin kysely ei sinänsä takaa sitä, että vastaajat reagoivat asiaan millään lailla. Tämän vuoksi yritysrekisteri voi sisältää vanhentuneita tietoja yrityksen toimialasta.

Verohallinnolla ja ytj-järjestelmässä yrityksellä voi olla myös erilainen toimialatieto kuin Tilastokeskuksen yritysrekisterissä. Tilastokeskuksen asiantuntijan mukaan Verohallinto ei päivitä yritysrekisterin tietoja omaan tietokantaansa, vaikka tieto olisi muuttunut yritysrekisterissä. Lisäksi on muistettava, että monitoimipaikkaisessa yrityksessä yksittäisen toimipaikan toimiala voi poiketa yrityksen päätoimialasta. Käytännössä monitoimipaikkaisen yrityksen päätoimiala lasketaan yritysrekisterissä eri toimialoja koskevien arvonlisäysosuuksien avulla.⁵²

Oikealla ja ajantasaisella toimialalla voi olla yritykselle paljon käyttöä. Tällä hetkellä toimialaluokitus jakaa valtioneuvoston asetuksen mukaisesti esimerkiksi valtiokonttorista kustannustukea hakevat yritykset kahteen kategoriaan: yrityksiin, jotka voivat saada tukea ilman erityisiä perusteluja ja yrityksiin, jotka voivat saada tukea harkinnanvaraisesti erityisten painavien perusteluiden avulla. Käytännössä toimialaluokituksen suoraviivainen käyttö kustannustuen myöntämisessä voi aiheuttaa monia tulkintaongelmia ja asettaa yritykset eriarvoiseen asemaan.

Ongelmat syntyvät siitä, että valtioneuvoston asetuksessa lähtökohtana on Verohallinnon tieto yrityksen päätoimialasta, mikä huonompi kuin Tilastokeskuksen yritysrekisterissä oleva toimialatieto. Toiseksi myös yritysrekisterissä oleva toimialatieto voi olla vanhentunut tai harhaanjohtava, sillä etenkin pienet yritykset tai yrittäjät eivät ole pitäneet toimialatietoa

⁵² Mitä enemmän jokin toiminta lisää arvoa, sitä suurempi paino sille annetaan toimialamäärittelyssä. Jos arvonlisäystä ei tiedetä, käytetään esimerkiksi palkkoja, henkilöstön määrää, tuotannon bruttoarvoa ja liikevaihtoa.

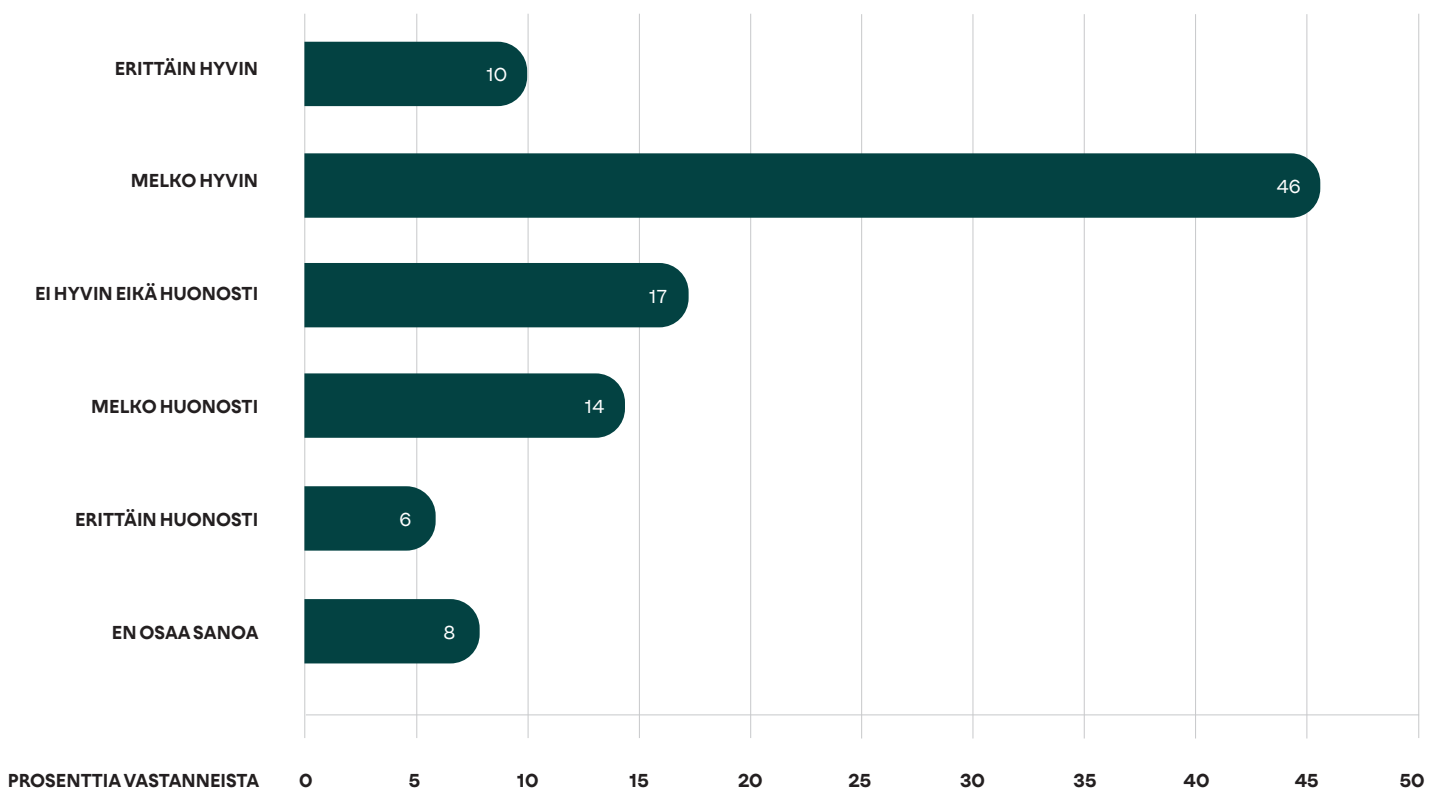
tärkeänä eivätkä huomanneet tai osanneet päivittää sitä. Kolmanneksi monitoimialaisessa yrityksessä päätoimiala ei kerro välttämättä kaikkea yrityksen liiketoiminnan todellisesta laajuudesta.⁵³

Muotoilualan yritysten näkemykset omasta toimialastaan

Taitoliiton vuoden 2021 yrittäjäkyselyihin vastanneiden yrittäjistä 56 prosenttia totesi, että heidän nykyinen virallinen toimialansa (Nace) vastaa erittäin tai melko hyvin yrityksen todellista liiketoimintaa. Sitä vastoin viidennes ilmoitti, että toimiala vastaa erittäin tai melko huonosti yrityksen todellista liiketoimintaa. Lisäksi 17 prosenttia kertoi, että toimiala ei vastaa liiketoimintaa hyvin eikä huonosti. Kyselytuloksia tarkasteltaessa kannattaa ottaa huomioon, että kahdeksan prosenttia ei osannut vastata kysymykseen eli toimialan määräytyminen ei ole heille tuttua.

Kuvio 1

Muotoilualan yritysten näkemykset virallisen toimialan ja todellisen liiketoiminnan vastaavuudesta (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt 2021).



Tulosten tulkintaa

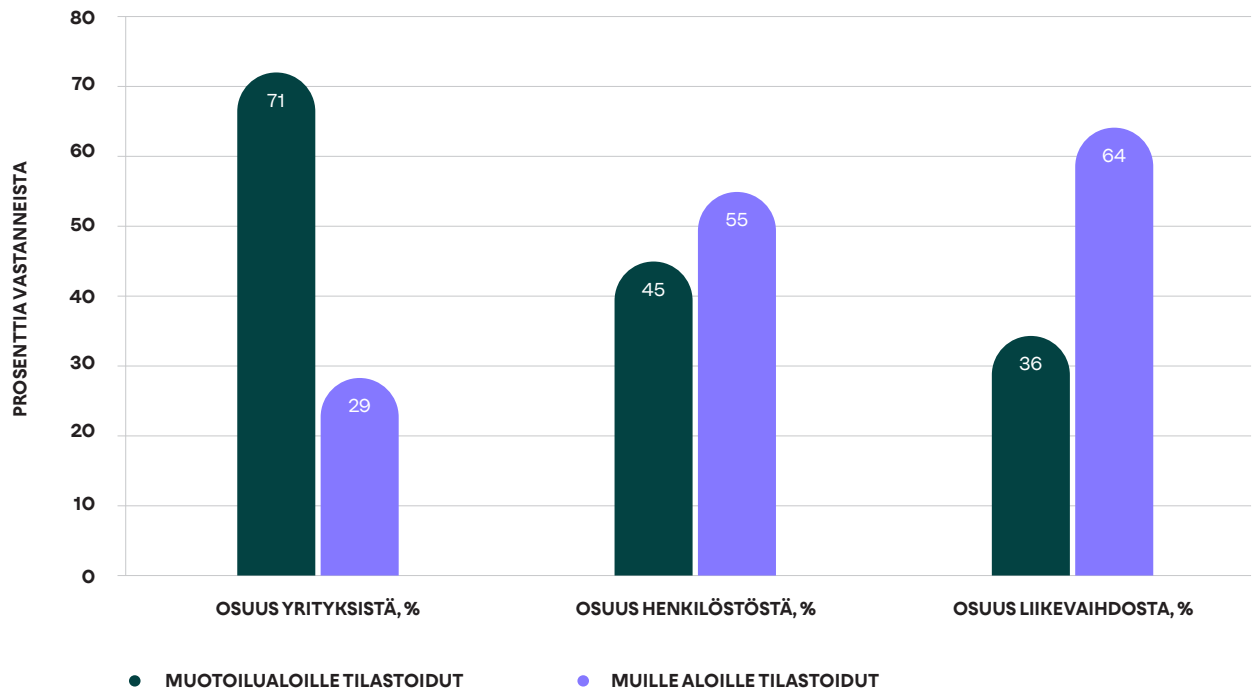
Kyselyjen pohjalta on vaikea tehdä tarkkaa arviota virallisen toimialan laadusta. Silti on selvää, että ainakaan osalla yrityksistä toimiala ei vastaa toiminnan todellista laatua. Yksi vertailukohta saatiin Ornamolle talvella 2021 tehdystä selvityksestä, jonka kohteena olivat 341 Ornamon jäsenyritystä tai liiton nimeämiä muita muotoilualalla toimivia yrityksiä. Yritysten virallisia toimialoja koskevat tiedot poimittiin Tilastokeskuksen yritysrekisteristä sen jälkeen, kun yrityksille on haettu nimilistan pohjalta PRH:n ja Verohallinnon yritys- ja yhteisötietojärjestelmästä y-tunnukset.

⁵³ Todennäköisesti yritysten jakaminen kahteen kategoriaan kriisitukia haettaessa helpottaa lähinnä vain tukipäästösten tekijöiden omaa työtä. Tuen saanti tulisi perustua kuitenkin vain todelliseen tarpeeseen eikä mihinkään viitteelliseen toimialatietoon, jonka totuudenmukaisuudesta ei ole takeita.

Ornamon laatimalla muotoilualan yrityslistalla olleista esimerkkiyrityksistä 71 prosenttia tilastoitui niille muotoilun toimialoille, joita on käytetty lähtökohtana alan yritystoiminnan laajuutta arvioitaessa. Näiden yritysten osuus kohdejoukon työllisyydestä jäi tosin vain 45 prosenttiin ja liikevaihdosta 26 prosenttiin. Perinteisten muotoilualojen ulkopuolella jääneistä yrityksistä pääosa tilastoituu tukku- ja vähittäiskaupan toimialoille sekä osaamisintensiivisille liike-elämän palvelualoilla, kuten teknisen suunnittelun toimialoille, liikkeenjohdon palvelualalle ja mainostoimistoihin.

Kuvio 2

Muotoilun toimialoille määritetyt esimerkkiyritysten toimialat 2019 (Lähde: Yritysrekisteri, Tilastokeskus).



Liite 3: Kauppakamarin kyselyyn vastanneiden profiili

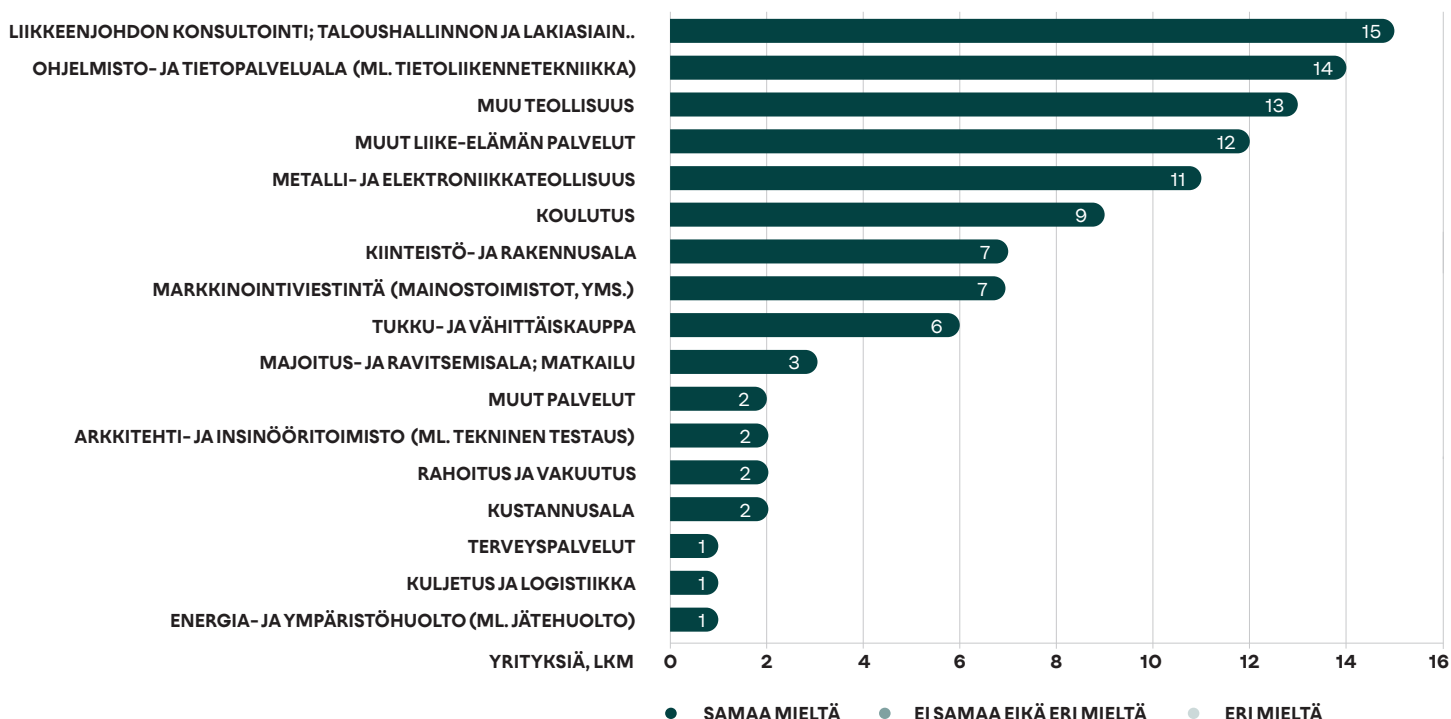
Helsingin seudun kauppakamarin muotoilualan yritys­kyselyyn vastasi määrä­aikojen puitteissa touko-kesäkuussa 108 yritystä. Niistä jalostusaloja edusti 34 yritystä ja palvelualoja (ml. kauppa) 74 yritystä. Yksittäisistä toimialaryhmistä suurin oli liikkeenjohdon konsultointi, taloushallinto (tilitoimistot yms.) ja laki­asiain palvelut (asianajotoimistot yms.). Seuraavina olivat ohjelmistoliiketoiminnan yritykset, teollisuusyritykset (metalli- ja elektroniikkateollisuus ja muut teollisuusalat) sekä tarkemmin erittelemättömät liike-elämän palveluja tuottavat yritykset.

Noin 53 prosenttia tarjosi markkinoille vain palveluja. Pelkästään fyysisiä tuotteita myyviä oli seitsemän prosenttia. Loppuosa kyselyyn vastanneista tuotti sekä palveluja että tuotteita eri suhteessa. Runsas kolmannes vastanneista oli keski­suuria tai suuria vähintään 50 henkilöä työllistäviä yrityksiä eli yritys­kooltaan vastanneet olivat Suomen yritys­kantaan verrattuna keskimäärin paljon suurempia. Pieniä 10-49 henkilöä työllistäneitä yrityksiä vastanneista oli 29 prosenttia. Loppuosa (36 %) oli alle kymmenen henkilöä työllistäviä mikroyrityksiä.

Suuri keskimääräinen yritys­koko selittää osin sen, että peräti 35 prosenttia edusti yrityksiä, jotka olivat aloittaneet toimintansa ennen vuotta 1990. Vastanneet yritykset olivat hyvin kasvuhakuisia, sillä 29 prosenttia ilmoitti olevansa voimakkaasti kasvuhakuisia ja 56 prosenttia kertoi tavoittelevansa kasvua mahdollisuuksien mukaan. Vastanneissa yrityksissä liiketoimintojen digitalisointi oli edennyt varsin pitkälle. Arviolta 40 prosenttia ilmoitti, että vähintään 70 prosenttia liiketoiminnan prosesseista, tuotteista ja palveluista nojautuu digitaalisiin laitteisiin, ohjelmistoihin ja dataan.

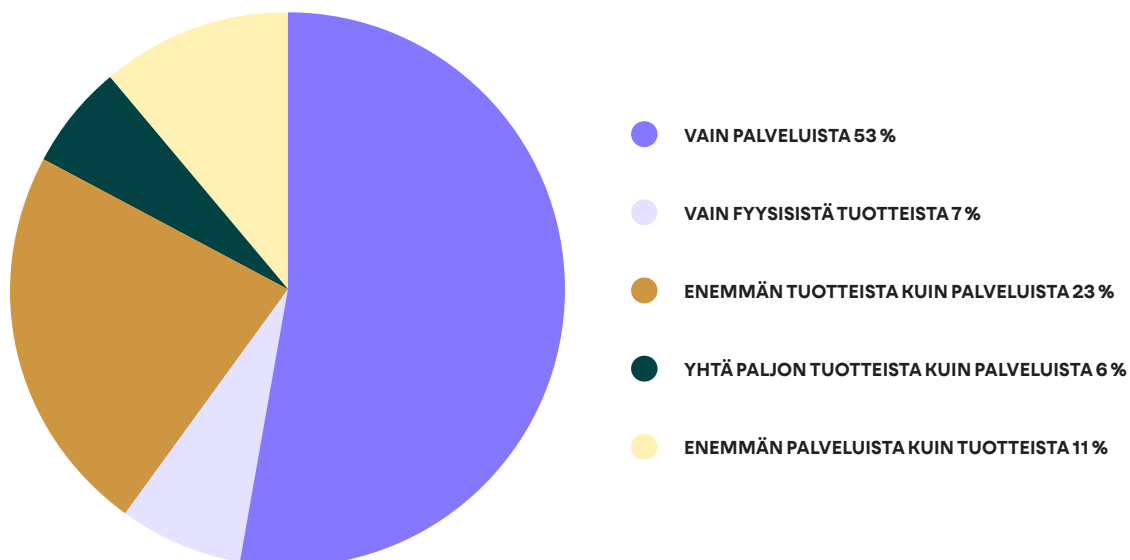
Kuvio 1

Kyselyyn vastanneet yritykset toimialoittain, lkm



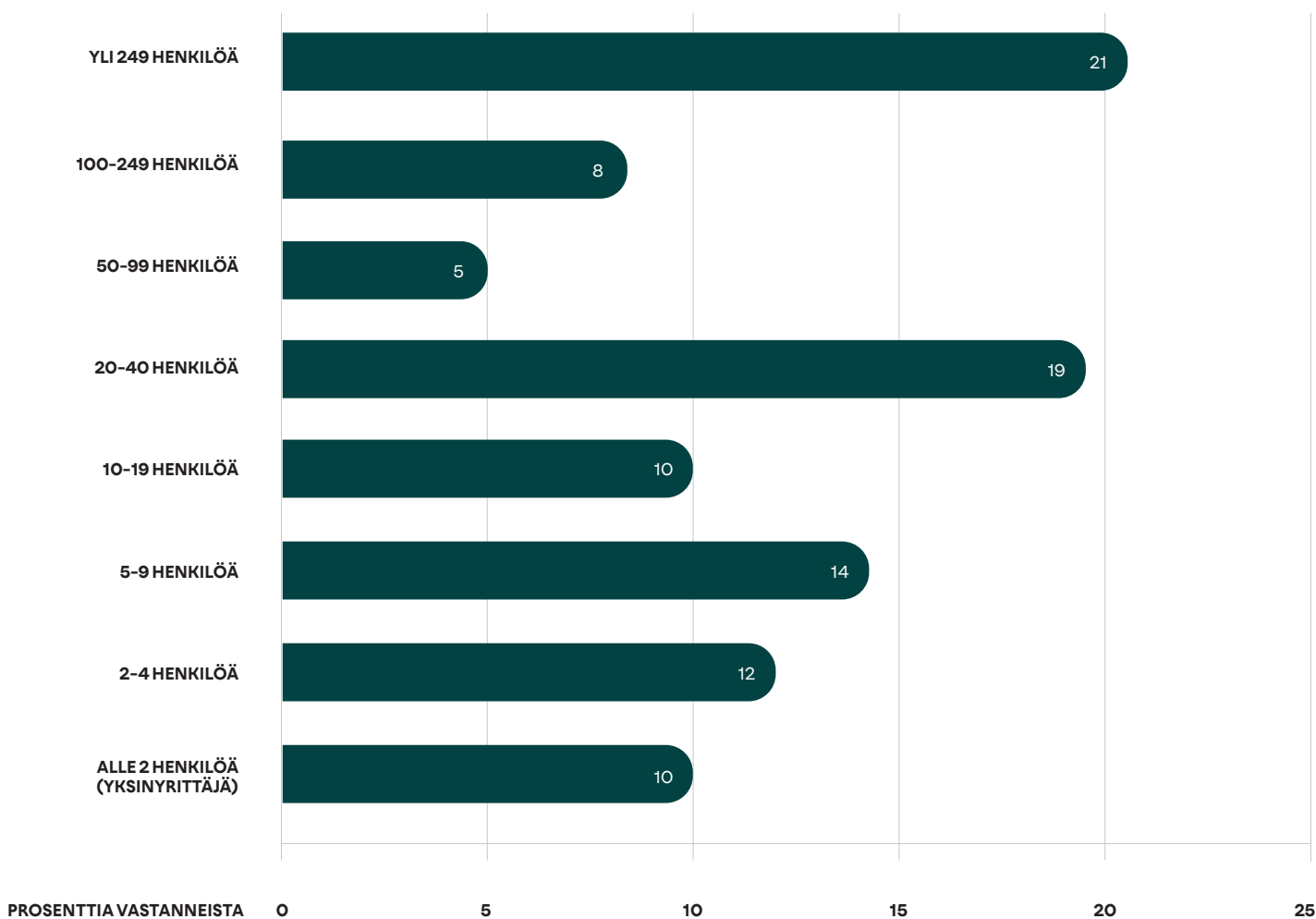
Kuvio 2

Kyselyyn vastanneet yritykset liikevaihdon pääasiallisen koostumuksen mukaan, prosenttia



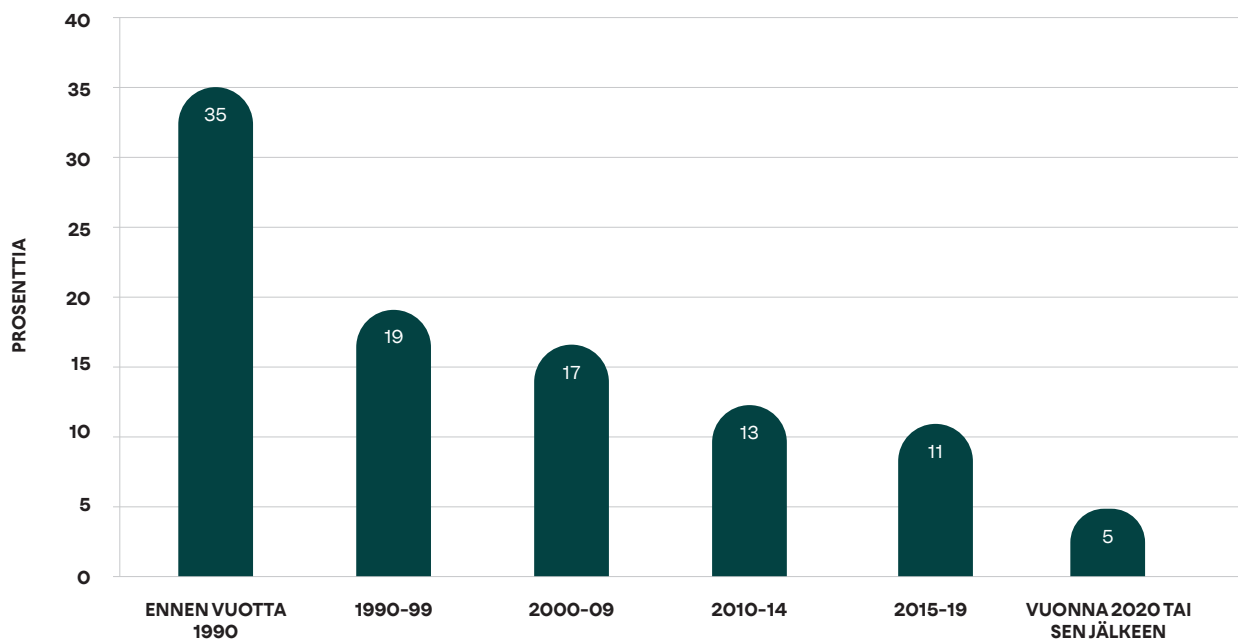
Kuvio 3

Kyselyyn vastanneet yritykset henkilöstön kokoluokittain, prosenttia



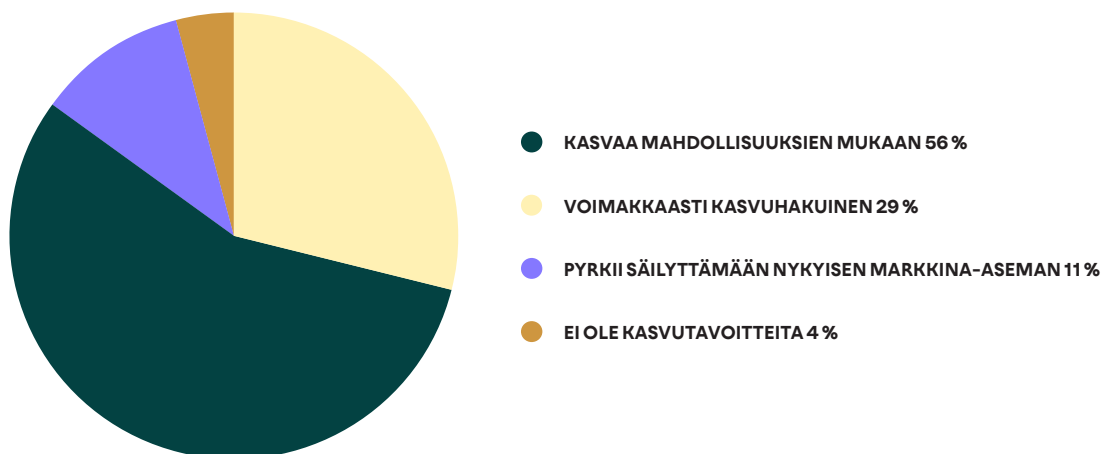
Kuvio 4

Kyselyyn vastanneet yritykset perustamisvuoden mukaan, prosenttia



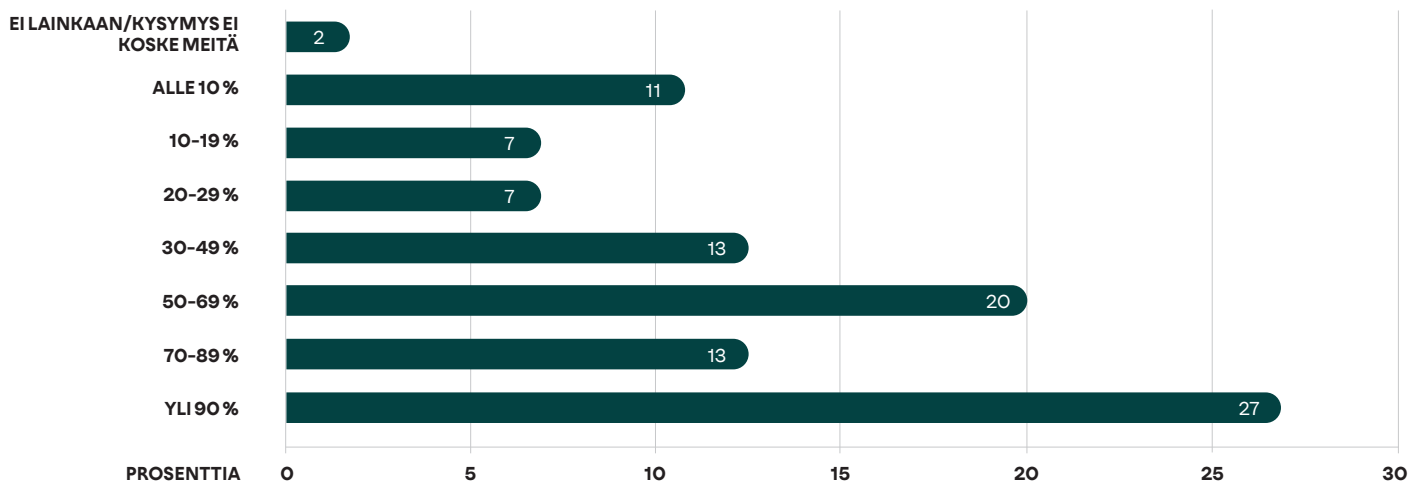
Kuvio 5

Kyselyyn vastanneet yritykset kasvuhakuisuuden perusteella, prosenttia



Kuvio 6

Kyselyyn vastanneet yritykset liiketoiminnan digitalisointiasteen mukaan, prosenttia



Liitetaulukkoita:

Taulukko 1

Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kehitys viimeksi kuluneen vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2014-21 (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	Huonompi, %	Saldoluku, %
Liikevaihto:				
2013-14	45,7	25,0	29,3	16,3
2014-15	36,9	25,2	37,8	-0,9
2015-16	50,8	26,7	22,5	28,3
2016-17	61,4	33,7	4,8	56,6
2017-18	47,4	27,8	24,7	22,7
2018-19	45,0	33,3	21,6	23,4
2019-20	43,1	23,9	33,0	10,1
2020-21	43,8	28,9	32,9	11,0
Kannattavuus:				
2013-14	32,6	37,1	30,3	2,2
2014-15	29,4	38,5	32,1	-2,8
2015-16	43,7	32,8	23,5	20,2
2016-17	40,0	48,9	11,1	28,9
2017-18	35,8	49,5	14,7	21,1
2018-19	38,4	42,9	18,8	19,6
2019-20	34,9	34,9	30,2	4,6
2020-21	30,6	45,8	23,6	6,9
Tuotantokustannukset:				
2013-14	30,7	58,0	11,4	19,3
2014-15	24,5	57,5	17,9	6,6
2015-16	26,7	61,2	12,1	14,7
2016-17	25,0	60,2	14,8	10,2
2017-18	25,8	62,4	11,8	14,0
2018-19	15,6	67,9	16,5	-0,9
2019-20	10,6	74,0	15,4	-4,8
2020-21	4,3	81,2	14,5	-10,1
Henkilöstö:				
2013-14	13,6	80,7	5,7	8,0
2014-15	19,4	72,2	8,3	11,1
2015-16	14,4	81,4	4,2	10,2
2016-17	19,8	75,8	4,4	15,4
2017-18	12,0	84,8	3,3	8,7
2018-19	12,4	81,9	5,7	6,7
2019-20	9,9	80,2	9,9	0,0
2020-21	7,5	88,1	4,5	3,0

Taulukko 2

Muotoilualan yritysten liikevaihdon, kannattavuuden, tuotantokustannusten ja henkilöstön kasvuodotukset seuraavan vuoden aikana nykytilanteeseen verrattuna (pl. EOS vastanneet), prosenttia vuosina 2014-22 vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).

	Parempi, %	Pysyy ennallaan, %	Huonompi, %	Saldoluku, %
Liikevaihto:				
2014-15	60,6	27,0	12,4	48,2
2015-16	68,8	16,1	15,2	53,6
2016-17	72,4	20,3	7,3	65,0
2017-18	78,7	14,9	6,4	72,3
2018-19	70,4	20,4	9,2	61,0
2019-20	62,5	33,0	4,5	58,0
2020-21	40,0	20,0	40,0	0,0
2021-22	55,9	32,4	11,8	44,0
Kannattavuus:				
2014-15	56,0	28,4	15,7	40,3
2015-16	59,1	28,2	12,7	46,4
2016-17	69,7	23,0	7,4	62,3
2017-18	70,7	28,3	1,1	69,6
2018-19	60,4	34,4	5,2	55,2
2019-20	60,2	31,9	8,0	52,2
2020-21	38,7	25,5	35,8	2,8
2021-22	45,6	47,1	7,4	38,2
Tuotantokustannukset:				
2014-15	28,0	60,6	11,4	16,7
2015-16	21,5	67,3	11,2	10,3
2016-17	26,2	66,4	7,4	18,9
2017-18	26,7	58,9	14,4	12,2
2018-19	18,8	71,9	9,4	9,4
2019-20	30,6	62,2	7,2	23,4
2020-21	10,8	72,5	16,7	-5,7
2021-22	13,4	73,1	13,4	0,0
Henkilöstö:				
2014-15	17,8	76,3	5,9	11,9
2015-16	23,6	72,7	3,6	20,0
2016-17	23,8	75,4	0,8	23,0
2017-18	25,5	72,3	2,1	23,4
2018-19	26,0	70,8	3,1	22,9
2019-20	22,1	77,0	0,9	21,2
2020-21	11,6	72,6	15,8	-4,2
2021-22	18,6	80,0	1,4	17,1

Taulukko 3

Muotoilualan yritysten ulkomaista toimintaa ja kansainvälistymistä koskevat tavoitteet (pl. EOS vastanneet) vuosina 2014–21, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).

	Kansainvälinen toiminta vakiintunutta tai tasaisesti kehittyvää	Kasvu- ja kehitysvaiheessa/panostaa voimakkaasti kv-toimintaan	Kasvu- ja kehitysvaiheessa/panostaa jonkin verran kv-toimintaan	Haluaa kansainvälistyä, mutta siinä ongelmia	Ulkomainen toiminta/vienti vähäistä	Ei lainkaan tarvetta kansainvälistyä	Yhteensä
2014	8,3	13,4	39,2	-	24,7	14,4	100,0
2015	9,7	15,9	38,1	-	25,7	10,4	100,0
2016	8,0	16,1	28,6	-	27,7	19,6	100,0
2017	12,0	19,0	26,0	-	32,0	11,0	100,0
2018	12,9	9,7	22,8	11,8	24,7	18,3	100,0
2019	9,9	9,9	20,7	10,8	25,2	23,4	100,0
2020	8,5	10,1	20,2	4,3	33,0	23,4	100,0
2021	13,2	4,4	26,5	11,8	23,5	20,6	100,0

Taulukko 4

Muotoilualan yritysten kasvuhakuisuus (pl. EOS vastanneet) vuosina 2014–21, prosenttia vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).

	Voimakkaasti kasvuhakuinen	Kasvaa mahdollisuuksien mukaan	Pyrkii säilyttämään nykyisen asemansa	Ei ole kasvutavoitteita	Yhteensä
2014	11,3	62,9	19,6	6,2	100,0
2015	15,7	60,0	20,0	4,3	100,0
2016	12,3	63,1	20,8	3,8	100,0
2017	11,8	63,6	19,1	5,5	100,0
2018	12,6	61,3	19,8	6,3	100,0
2019	10,8	52,5	30,0	6,7	100,0
2020	8,3	53,3	25,0	13,3	100,0

Taulukko 5

Muotoilualan yritysten tärkeimmät kasvukeinot (pl. EOS vastanneet) vuosina 2014–21, prosenttia kasvuhakuisista vastanneista (Lähde: Ornamon suhdannekyselyt).

	Uudet maantieteelliset markkina-alueet (ml. ulkomaat)	Myynnin ja markkinoinnin lisääminen	Uusien tuotteiden tai palvelujen kehittäminen, yms.	Teettämällä enemmän alihankinta- ja osahankintatöitä	Yritysosotot, lisenssi-valmistus, franchising, yms.	Yhteensä
2014	30,6	34,7	26,4	2,8	5,6	100,0
2015	25,6	43,0	27,9	2,3	1,2	100,0
2016	17,3	48,0	22,4	6,1	3,0	100,0
2017	20,3	41,8	31,6	1,3	1,3	100,0
2018	21,8	38,5	25,6	6,4	7,7	100,0
2019	11,1	52,8	25,0	5,6	5,6	100,0
2020	15,7	42,2	28,4	5,9	7,7	100,0
2021	17,2	43,8	26,6	4,7	7,8	100,0



ORNAMO