

1 JOHDANTO

Suomi kansantaloutena ja suomalaiset yritykset ovat menestyneet hyvin globaalissa kilpailussa 1990-luvun alun jälkeen. Suomesta on tullut tietotalous, joka on erikoistunut tieto- ja viestintäteknologian tuotantoon voimakkaammin kuin mikään muu maa ja jossa myös monet perinteisten alojen yritykset ovat menestyneet. Suomi menestyy hyvin lähes kaikissa kansainvälisissä talouden suorituskykyä ja osaamista mittaavissa vertailuissa.

Samaan aikaan globaali talous käy läpi suurempaa rakennemuutosta kuin vuosikymmeniin: maailman teollisuustuotannon kasvun painopiste on siirtynyt Aasiaan, Kiinasta on tullut maailman teollinen työpaja. Kiina tuottaa jo valtaosan esimerkiksi maailman kulutuselektroniikasta ja on ollut erikoistumassa myös suomalaiselle vahvuusalueelle – tieto- ja viestintälaitteiden valmistukseen. Myös tutkimus- ja tuotekehitystoiminta kasvaa nopeammin Aasiassa kuin Euroopan maissa. Vaikka uusien kehittyvien maiden talouskasvu hidastuisikin tai osa talouksista ajautuisi nopean kasvun takia epätasapainoon, kehitys näyttää väistämättömältä. Maailmantaloudessa on tapahtumassa suuri työnjaon muutos maiden ja alueiden kesken.

On helppo nähdä, että Suomen ja monien muiden Euroopan maiden asema kansainvälisessä kilpailussa muuttuu seuraavien 5-10 vuoden kuluessa merkittävästi. Ei siis välttämättä ole ristiriitaa niiden näkemysten välillä, jotka pitävät Suomen kilpailukykyä hyvänä ja niiden, jotka varoittavat globaalin rakennemuutoksen haasteista ja ongelmista. Tarkasteluhorisontti vain on erilainen.

Tämä tutkimus lähtee tästä ajankohtaisesta keskustelusta sekä lukuisien raporttien tunnistamista tulevaisuuden menestymishaasteista.¹ Raportit puhuvat Suomen paradoksista. Sillä tarkoitetaan juuri sitä, että olemme kärkisijoilla erilaisissa tietoyhteiskunta- ja kilpailukykymittauksissa, mutta sijoitumme vain keskimääräisesti kehittyneiden maiden elintasovertailuissa. Meille on jäänyt viimeisen vuosikymmenen nopeasta talouskasvusta huolimatta myös ongelmia. Näitä ovat monien alojen heikko tuottavuus – joka väestön nopean ikääntymisen vuoksi uhkaa jäädä vaikeasti korjattavaksi pulmaksi – matala työllisyysaste, ulkomaisten yritysten vähäinen kiinnostus investoida Suomeen sekä se, että näköpiirissä ei ole uusia, tieto- ja viestintäteknologian kaltaisia kasvuvetureita.

Vaikka talouden menestyminen on kansainvälisen mittapuun ja Suomen omankin taloushistorian valossa ollut 1990-luvun puolivälin jälkeen hyvä, monet arviot päättyvät siihen, että suhteessa tieto- ja osaamispanostuksiin olemme lievästi alisuorittaja. Panostukset olisivat voineet johtaa nopeampaankin kasvuun ja parempaan menestymiseen kansainvälisillä markkinoilla. Uusien kilpailijamaiden tulo suomalaisyritysten vahvuusalueille lisää tarvetta pohtia, voisimmeko hyödyntää osaamisvarantoamme nykyistä paremmin.

Suomi on yksi maailman tutkimusintensiivisimmistä maista: vain Ruotsissa ja Israelissa T&K-panosten suhde bruttokansantuotteeseen on Suomea korkeampi. Suomessa on lisätty myös koulutuspanostuksia nopeasti viimeisten parin vuosikymmenen aikana. Hyytinen ja Rouvinen (2005) päätyvät laajan talouskasvua käsittelevän kirjan yhteenvedossa siihen, että Suomen talouskasvua voidaan edelleen luonnehtia ekstensiiviseksi, panosten määrän lisääntymiseen perustuvaksi: sodanjälkeisinä vuosikymmeninä kasvua tukivat runsaat investoinnit fyysiseen pääomaan, 1980-luvulta alkaen henkiseen pääomaan – koulutukseen ja tutkimukseen. Nyt määrälliseen lisäämiseen perustuneesta kasvusta olisi siirryttävä intensiiviseen kasvuun – panosten tehokkaampaan hyödyntämiseen sekä niiden laadun parantamiseen. Poliittikan tavoitteena tulisi olla panoskäytön tehostaminen ja tuotteiden laadun parantaminen, jotka molemmat lisäävät tuottavuutta. Panosten määrällisen lisäämisen tie on pitkälti kuljettu loppuun – olemme jo lähellä kansainvälistä eturintamaa. Tällöin korostuu uusien toimintatapojen ja ratkaisujen tutkimus ja kokeilu niin tuotannossa kuin markkinoilla, sillä vakiintuneiden teknologioiden käyttöönotto ei riitä. Bartelsman (2005) osoittaa Suomen olevan lähellä tätä tilannetta.

Samassa tilanteessa ovat muutkin pisimmälle kehittyneet maat. Yhdeksi ratkaisuksi on haettu luovuuden lisäämistä ja hyödyntämistä yrityksissä ja koko taloudessa. Teemasta on tullut muodikas hokema, josta on vaikea saada kunnan otetta. Se epäilemättä liittyy innovatiivisuuteen, olemassa olevien resurssien uudelleen yhdistelemiseen, uusiin toimintatapoihin ja laadullisiin pikemminkin kuin määrällisiin muutoksiin. Eli ainakin osittain juuri siihen, mihin taloustieteellinen tutkimus viittaa puhuessaan intensiivisestä ja laatuun perustuvasta kasvusta seuraavana talouden kehitysvaiheena.

Luovuutta tuotantopanoksena tai luovia aloja osana kansantaloutta on vaikea mitata ja konkretisoida, vaikka melko paljon kokeilevaa työtä on tehtykin². Suomessa luovuus osana taloudellista toimintaa yhdistetään useimmiten muotoiluun ja muotoilun käyttöön tuotesuunnittelussa ja yritysten liiketoiminnassa yleensä. Se on tämänkin tutkimuksen kantava teema.

Muotoilua ja sen merkitystä yrityksille on tutkittu verraten paljon – harvoin kuitenkaan elinkeinopoliittisista lähtökohdista tai kvantitatiivisesti laajoilla aineistoilla kuten tässä. Olemme tietoisesti halunneet ottaa useita näkökulmia muotoiluun: muotoilu osana luovia aloja, muotoilu kilpailuetuna kansantaloudelle sekä muotoilu osana yrityksen johtamista ja kilpailustrategiaa. Olemme käyttäneet myös monenlaisia menetelmiä tiedon tuottamiseen: olemassa olevan tilastotiedon uudelleentulkintaa, erillisen ja Suomen oloissa ainutlaatuisen kyselyn aineistoa ja sen tilastollista analyysia sekä asiantuntijoiden näkemyksiä erillisten kirjoitusten ja visiotyöskentelyn muodossa.

Hankkeeseen on osallistunut lukuisa joukko tekijöitä: tutkijoita ja 'suomalaisen muotoiluyhteisön' edustajia. Luvun 6 visiota ja keinoja sen toteuttamiseksi on työstänyt joukko muotoilijoita ja muita alan asiantuntijoita.

Hankkeella on ollut poikkeuksellisen voimakas myötätuuli ja innostus takanaan. Muotoilun ja sen käytön edistämiseksi tehdään monenlaista työtä laajalla rintamalla. Tämä raportti on yksi puheenvuoro tässä keskustelussa.

Kirjan rakenne on seuraava. *Luvussa 2* pohditaan, mitä luovat alat ja muotoilu niiden osana ovat ja miten alan resurssit ovat kasvaneet. Osoittautuu, että luoville aloille on koulutettu viime vuosina runsaasti ihmisiä – enemmän kuin heille on työmarkkinoilla ollut kysyntää. Kulttuuri- ja taidealoille koulutettujen runsas tarjonta on sekä pulma että mahdollisuus. *Luku 3* käsittelee kilpailustrategioita ja muotoilua yritysten kilpailukeinona. Johtamis- ja strategiakirjallisuus päättyy siihen, että muotoilun hyödyt yrityksen menestymiselle liittyvät siihen *miten* sitä käytetään: muotoilu ei automaattisesti vaikuta menestymiseen, mutta sen integroiminen osaksi yritysstrategiaa ja sen jatkuva käyttö näyttävät siihen vaikuttavan. *Luku 4* perustuu kvantitatiivisiin menetelmiin sekä maakohtaisiin kilpailukykyindikaattoreihin ja pörssissä listattujen yritysten aineistoihin. Molemmat tarkastelut tukevat ennakkokäsityksiä: muotoilupanostuksilla ja maan kilpailukyvyllä on selvä yhteys ja voimakkaasti muotoiluun panostavilla pörssiyrityksillä myynnin kasvu on ollut nopeampaa kuin vähän panostavilla. Syy-seuraussuhteiden tulkinta on kuitenkin vaikeaa. *Luku 5* perustuu ainutlaatuisen suomalaisille yritykselle tehtyyn kyselyyn niiden muotoilupanosten suuruudesta ja käytöstä. Se osoittaa, että muotoilun käyttö on paljosta puheesta huolimatta edelleen verrattain vähäistä – suomalaisen muotoilun yrityskärki on kapea. Tilastollisen analyysin tulokset kuitenkin osoittavat, että muotoilu – mikäli se on integroitu T&K:hon ja markkinointiin ja on luonteeltaan strategista – on positiivisessa riippuvuussuhteessa yritysten menestymiseen. *Luku 6* on visio tulevaisuudesta. Sen mukaan suomalaisilla yrityksillä voisi olla nykyistä merkittävästi korkeampi maailmanmarkkinaosuus muotoiluintensiivisissä tuotteissa vuonna 2010 ja aktiivisesti muotoilua käyttävien yritysten osuus nykyistä huomattavasti laveampi. Merkittäviä tulevaisuustavoitteita esitetään myös koulutukselle ja muotoilupalveluita tuottaville yrityksille.

Tämäntapaisiin kunnianhimoisiin visioihin ja innostuneeseen muotoiluilmapiiriin kiinnittää huomiota *Mika Pantzar* kirjaan sisältyvässä artikkelissaan. Kaikki muotoilu ei välttämättä ole hyväksi taloudelle ja ihmiselle. Tarvitsemme laatua ja kansallista omaleimaisuutta – ehkäpä paluuta suomalaisen muotoilun juurille.

Tämän loppuraportin lisäksi projektissa on julkaistu seuraavat osaraportit:

- ♦ Calonius, M. (2004): *Luovan yhteiskunnan rakenteet, luovat toimialat, muotoilu-ala*. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos ETLA, Keskusteluaiheita no. 945.
- ♦ Lindström, M. (2005): *Onko luovilla aloilla taloudellista merkitystä? Luovat alat, kulttuurialat ja taidekoulutetut eri toimialoilla*. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos ETLA, Keskusteluaiheita no. 981.

- ◆ Nyberg, M. & Lindström, M. (2005): *Muotoilun taloudelliset vaikutukset*. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos ETLA, Keskusteluaiheita no. 982.
- ◆ Lindström, M. & Pajarinen, M. (2006): *The Use of Design in Finnish Manufacturing Firms*. The Research Institute of the Finnish Economy ETLA, Discussion Papers No. 1017.