SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

DESIGN FROM FINLAND®

Tutkimus:

Designilla kilpailuetua ja kasvua yrityksen liiketoimintaan

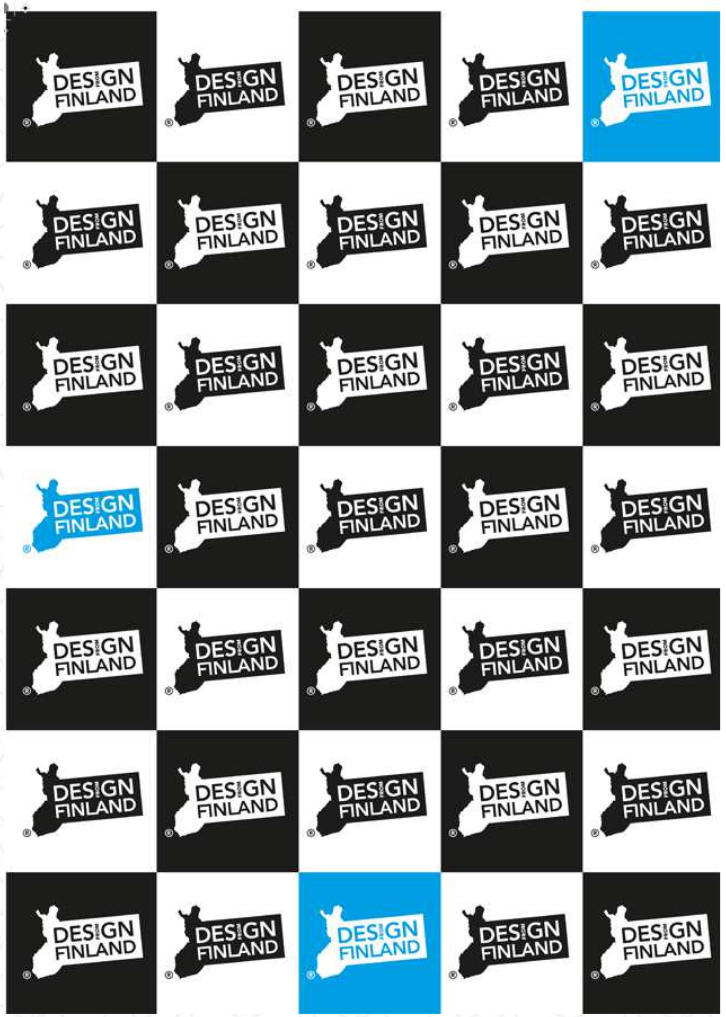
Mitä design merkitsee yrityksille 2012 ja 2013 - tulosten vertailu tammikuu 2012 ja maaliskuu 2013

SISÄLTÖ

1. Tutkimuksen johdanto ja toteutus
2. Tiivistelmä tutkimustulosten pääkohdista
3. Tutkimustulokset yksityiskohtaisesti:
    1. Mitä design on?
    2. Toiminnot, jotka tuottavat kilpailuetua.
    3. Yrityksen design-panostukset viimeisen kahden vuoden aikana.
    4. Miksi ei ole panostanut?
    5. Miksi on panostanut?
    6. Mihin designia on käytetty?
    7. Miten designin merkitys tulee kehittymään kahden seuraavan vuoden aikana?
    8. Mitkä ovat tulevat design-panostusten kohteet?
    9. Designiin liittyvät väittämät.
    10. World Design Capital -vuoden vaikutukset 2013 tutkimuksen osalta.
    11. Taustatiedot.

JOHDANTO

- Tämä tutkimus oli seurantatutkimus, jossa pyrittiin selvittämään, miten yritysten mielipiteet designista ovat muuttuneet vuoden aikana.
- Tutkimuksen keskeisimpinä tavoitteina oli selvittää:
  - ✓ **Onko designin merkitys muuttunut yrityksille?**
  - ✓ **Ovatko designpanostukset muuttuneet osana yritysten liiketoimintaa?**
  - ✓ **Ovatko designin tulevaisuusnäkymät muuttuneet yritysten näkökulmasta?**
- Suomalaisen Työn Liitto on tehnyt tämän tutkimuksen yhteistyössä Design Forum Finlandin, Finatexin, Suomen Muotoilutoimistot ry:n ja Suomen Uusyrityskeskukset ry:n kanssa molempina vuosina niin 2012 tammikuussa kuin 2013 maaliskuussa.



TUTKIMUKSEN KOHDERYHMÄ

2012:

- Vuoden 2012 vastaajajoukko koostui Suomalaisen Työn Liiton ja Finatexin jäsenistä sekä alle viisi vuotta toimineista Suomen Uusyrityskeskukset ry:n kautta yrittäjiksi ryhtyneistä uusyrittäjistä.
- Tutkimukseen vastasi noin 1380 yritysvastaajaa.
- Tutkimuksen vastausprosentti oli 11 %.

2013:

- Vuoden 2013 vastaajajoukko koostuu Suomalaisen Työn Liiton ja Finatexin jäsenistä sekä Suomen Uusyrityskeskukset ry:n kautta yrittäjiksi ryhtyneistä uusyrittäjistä.
- Tutkimukseen vastasi noin 274 yritysvastaajaa.
- Tutkimuksen vastausprosentti oli 3 %.
- Vuoden 2013 tuloksia voidaan pitää vain suuntaa-antavina, johtuen vastausprosentin pienuudesta.

TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

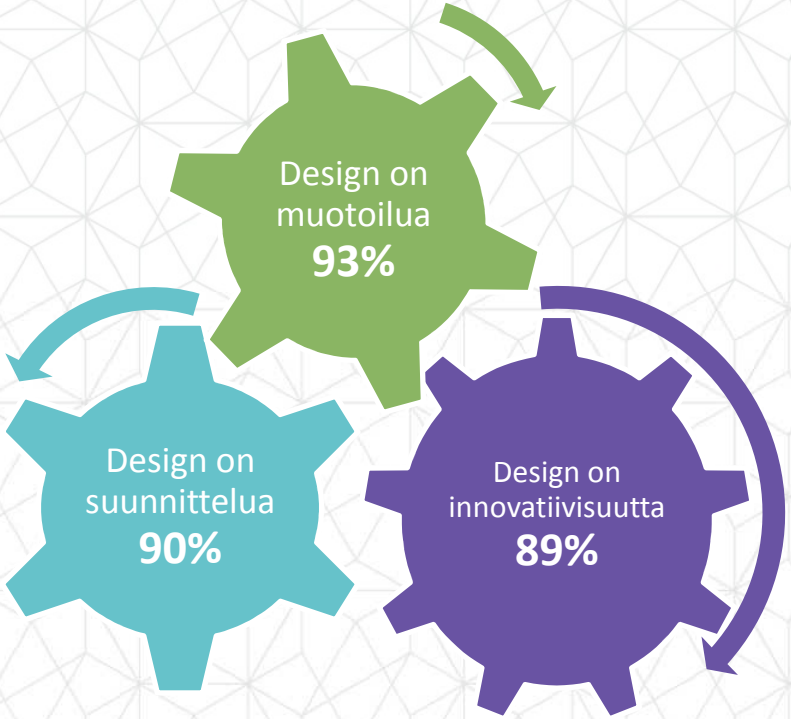
- Molempien tutkimusten tiedonkeruu toteutettiin Surveypal-tutkimustyökalun avulla. Vastaajille lähetettiin sähköpostitse kutsu tutkimukseen, johon pääsi kutsun mukana seuranneen linkin avulla.
- Tutkimusten kenttäajat olivat 27.12.2011–11.1.2012 ja 11.2.2013–1.3.2013.
- Molemmilla kerroilla aineiston keräämisestä, käsittelystä ja raportoinnista vastasi Suomalaisen Työn Liitto.

- Tiivistelmä tutkimustuloksista

TIIVISTELMÄ:
Design nähdään muotoilun lisäksi yhä enemmän käyttäjäkokemusta ja käytettävyyttä lisäävänä elementtinä

- Design nähdään yrityksissä ennen kaikkea muotoiluna, suunnitteluna ja innovatiivisuutena.
- Käytettävyyden ja asiakaslähtöisyyden korostuminen 2013 tutkimuksen tuloksissa antaisi ymmärtää, että design nähdään myös yhä enemmän suuntautuvan käyttäjäkokemukseen.

Mitä design pohjimmiltaan on?

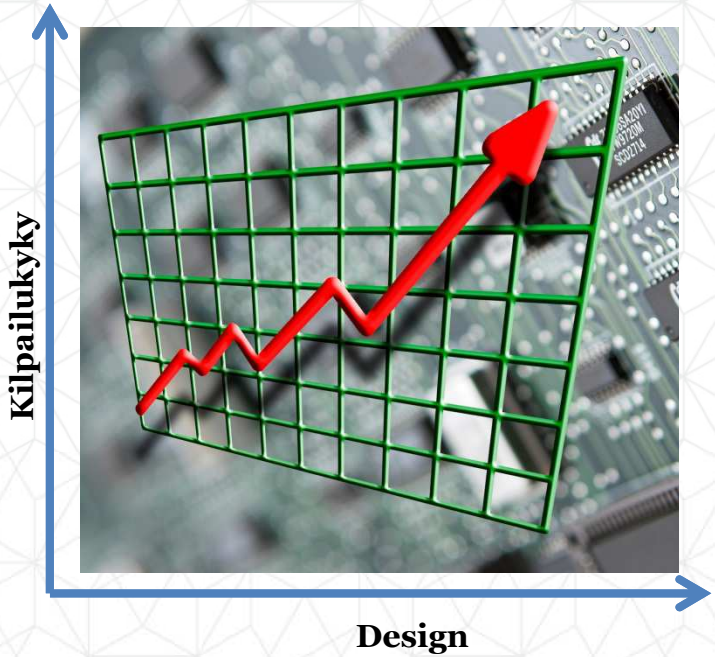


Design on käytettävyyttä **82** %
ja asiakaslähtöisyyttä **79%**

SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TIIVISTELMÄ:
Design merkitys kilpailukyvyn ydintoiminnassa on kasvamassa

- Vaikka designin nähdään pohjimmiltaan olevan kilpailukykyä, niin designiin panostus ei ole vieläkään yritysten kilpailukyvyn ydintoiminnassa.
- Kuitenkin panostus designiin näyttäisi olevan kasvamaan päin, kun vertaa vuoden 2012 tutkimustuloksia vuoden 2013 tutkimustuloksiin.



Yritysvastaajista **91%** on täysin tai jokseenkin samaa mieltä, että design on pohjimmiltaan **Kilpailukykyä.**

65% oli täysin sitä mieltä että **designin** hallinta **tarjoaa** yritykselle **kilpailuetua** vuonna **2013,** kun taas vuonna 2012 vain 45% oli tätä mieltä.

SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TIIVISTELMÄ:
Design mahdollistaa erottautumisen kilpailijoista ja on tärkeä osa yritysten strategiaa

- Designiin panostaminen näyttäisi olevan edelleen kasvussa.
- Designin avulla yritykset pyrkivät erottautumaan kilpailijoista ja rakentamaan brändiään.
- Tämän lisäksi design nähdään edelleen tärkeäksi strategiseksi kysymykseksi.

2013 tutkimuksen mukaan yritysten tulevat designpanostukset tulevat kohdistumaan yrityksen **brändin rakentamiseen 62%** ja **tuotteen ideointiin 61%.**

66% oli panostanut erittäin tai melko paljon **designin** viimeisen kahden vuoden aikana **2013,** kun vuonna **2012** vastaavan luku oli **53%.**

SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

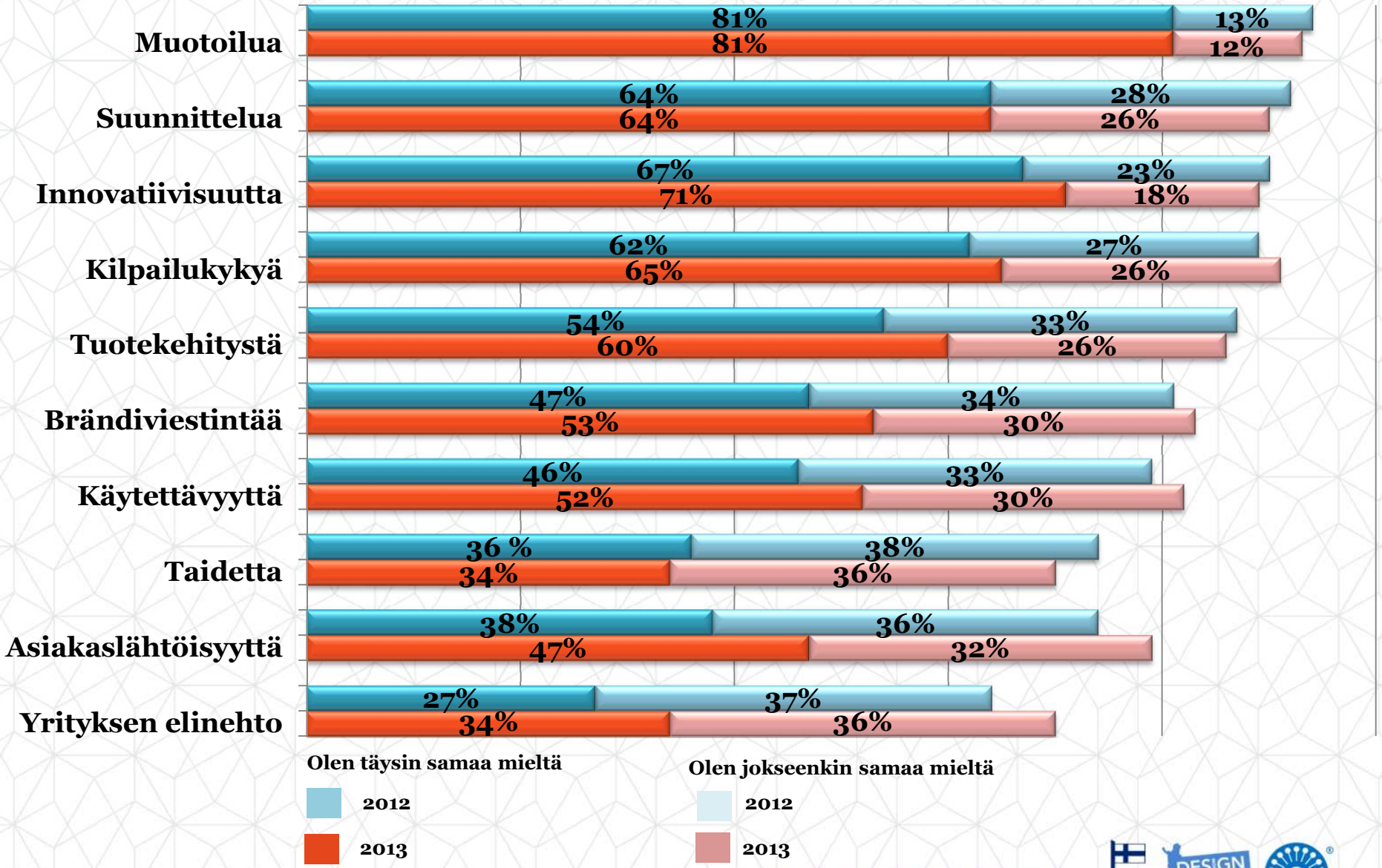
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOSTEN RAPORTTI

TUTKIMUSTULOKSET
Mitä design on

- Kyselytutkimus toteutettiin molemmilla kerroilla lähes samalla tyylillä. Tutkimuksen lopussa olevia designiin liittyviä väitteitä muutettiin hieman. Uusissa kysymyksissä keskityttiin enemmän miten *World Design Capital* -vuosi on vaikuttanut yritysten designin käyttöön ja designin tunnettuuteen.
- Molemmissa tutkimuksessa annettiin kymmenen vaihtoehtoa, joista kaikki vastaajat 2012 (N = 1380) ja 2013 (N = 274) saivat valita neliportaisella asteikolla mieleisensä vaihtoehdon kuvaamaan mitä design pohjimmiltaan on. Vaihtoehdon valinta oli vapaaehtoista, joten niistä saattoi mihin tahansa jättää vastaamatta.
- Molemmissa tutkimusotannoissa 81 prosenttia kaikista vastaajista on täysin sitä mieltä, että design on pohjimmiltaan muotoilua. Täysin samaa mieltä olevien osuus innovatiivisuuden ja kilpailukyvyn osalta korostui vuoden 2013 suuntaa-antavassa tutkimuksessa verrattuna 2012 tutkimukseen.
- Molemmilla tutkimuskerroilla lähes 90 prosenttia (2012 89% ja 2013 91%) oli sitä mieltä, että design luo kilpailukykyä.
- 2013 suuntaa-antavien tulosten osalta design näyttäisi kasvattavan merkitystään osana yrityksen liiketoimintaa, sillä design nähdään yhä merkittävämmäksi tekijäksi tuotekehitysprosessia, brändiviestintää sekä kilpailukyvyn – ja käyttäjän kokemuksen parantamista.

Mitä design pohjimmiltaan on?



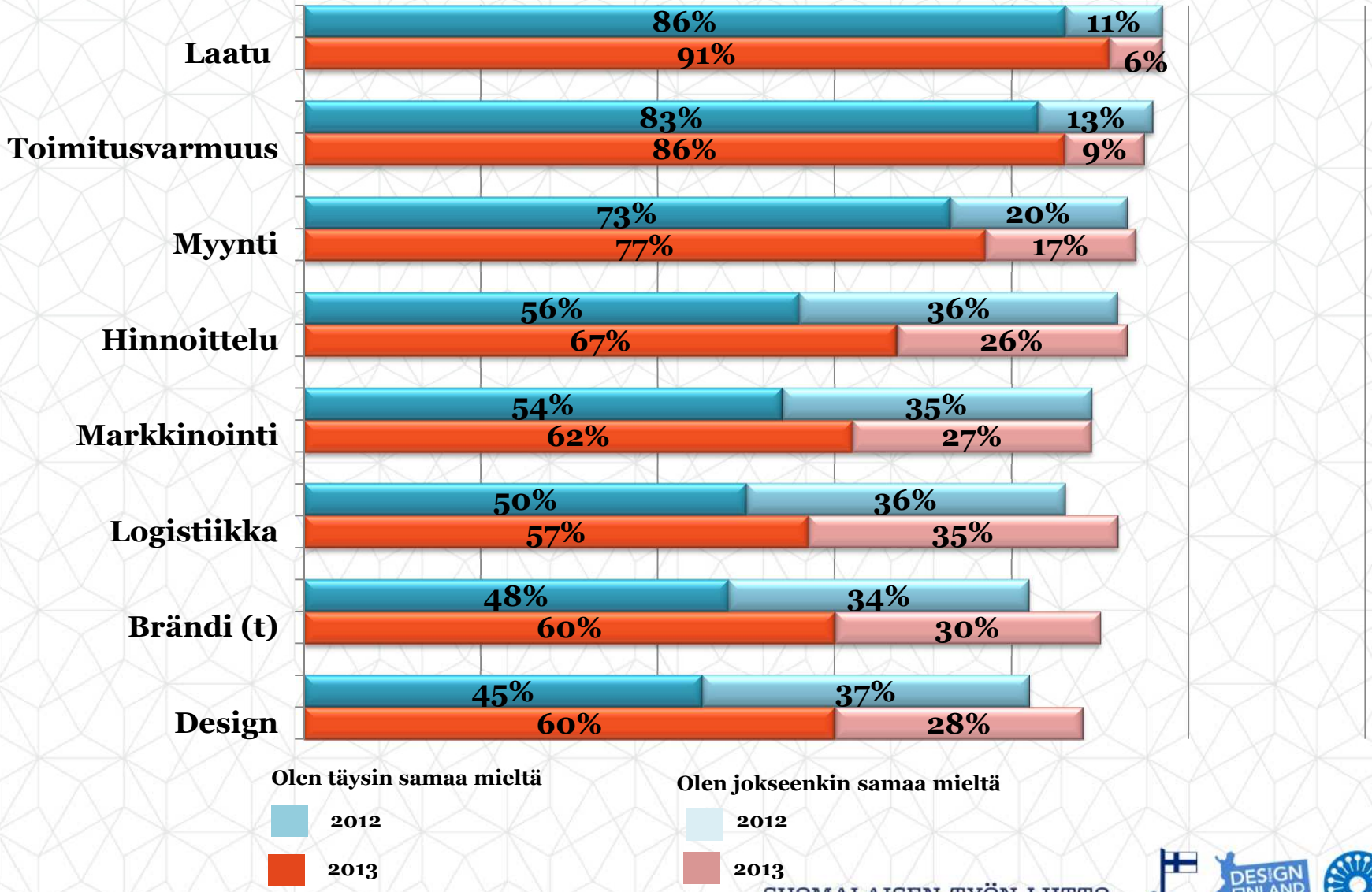
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET

Minkä toimintojen hallinnasta syntyvät yrityksen kilpailuedut

- Molemmissa tutkimuksissa tarjottiin kahdeksan vaihtoehtoa, joista vastaaja sai valita neliportaisella asteikolla mieleisensä kuvaamaan kuinka tärkeänä hän piti mainittuja yrityksen kilpailuetuja synnyttäviä toimintoja. Yksi tarjotuista vastausvaihtoehdoista oli design. Vaihtoehdot olivat jälleen vapaaehtoisia, joten niistä saattoi mihin tahansa jättää vastaamatta.
- Laatu oli molemmilla kerroilla tärkein toiminto. Laadun tärkeys on jopa hieman kasvanut, sillä vuonna 2013 91 prosenttia piti laatua erittäin tärkeänä kun vuonna 2012 määrä oli 86 prosenttia. Myöskään seuraavaksi tärkeimpien toimintojen osalta sijoitukset eivät muuttuneet paljoakaan, sillä toimitusvarmuus ja myynti ja hinnoittelu olivat seuraavaksi tärkeimmät toiminnot kilpailuedulle.
- Merkillepantavaa 2013 suuntaa-antavien tulosten osalta on se, että designin merkitys on vahvistunut lähes 15 %. Vuonna 2013 designia piti erittäin tärkeänä 60 % vastaajista, kun vuoden 2012 tutkimuksessa designina piti erittäin tärkeänä vain 45 %.
- Suuntaa-antavista tuloksista voidaan tulkita, että designin merkitys kilpailuetuna olisi kasvamassa.

Kuinka tärkeä toiminto?
Minkä toimintojen hallinnasta syntyvät yrityksenne kilpailuedut?



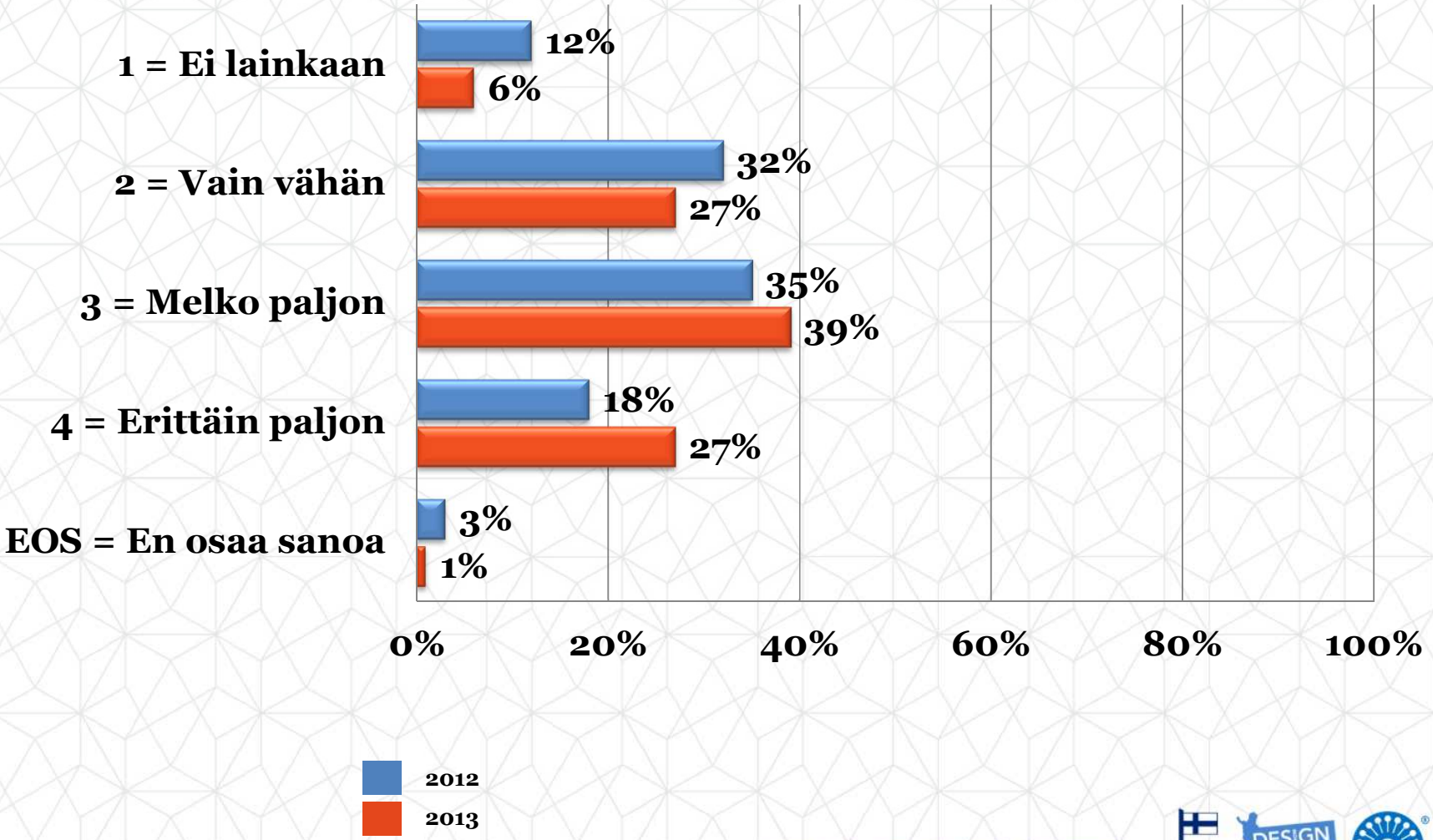
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET

Yrityksen design-panostukset viimeisen kahden vuoden aikana

- Molemmissa tutkimuksissa sai valita neljä vaihtoehtoa sisältäneestä valikosta yhden kuvaamaan kuinka paljon tai vähän yritys oli panostanut viimeisen kahden vuoden aikana designiin. Valikkoon sisältyi myös ”en osaa sanoa” -vaihtoehto.
- Yritysten määrä, jotka olivat panostaneet melko tai erittäin paljon designiin näyttäisi olevan kasvussa 2013 suuntaa-antavan tutkimuksen mukaan, sillä ero vuosien 2012 ja 2013 tulosten välillä oli 13 prosenttia. Vuonna 2012, 53 prosenttia vastaajista ilmoitti, että yritys oli panostanut melko tai erittäin paljon designiin. Vuonna 2013, 66 prosenttia vastaajista ilmoitti, että yritys oli panostanut melko tai erittäin paljon designiin.
- Vastauksesta riippuen valinta johdatti vastaajan uuteen valikkoon, josta hän sai jälleen valita yhden vaihtoehdon.

Oletteko yrityksessänne panostaneet designiin viimeisen kahden vuoden aikana?

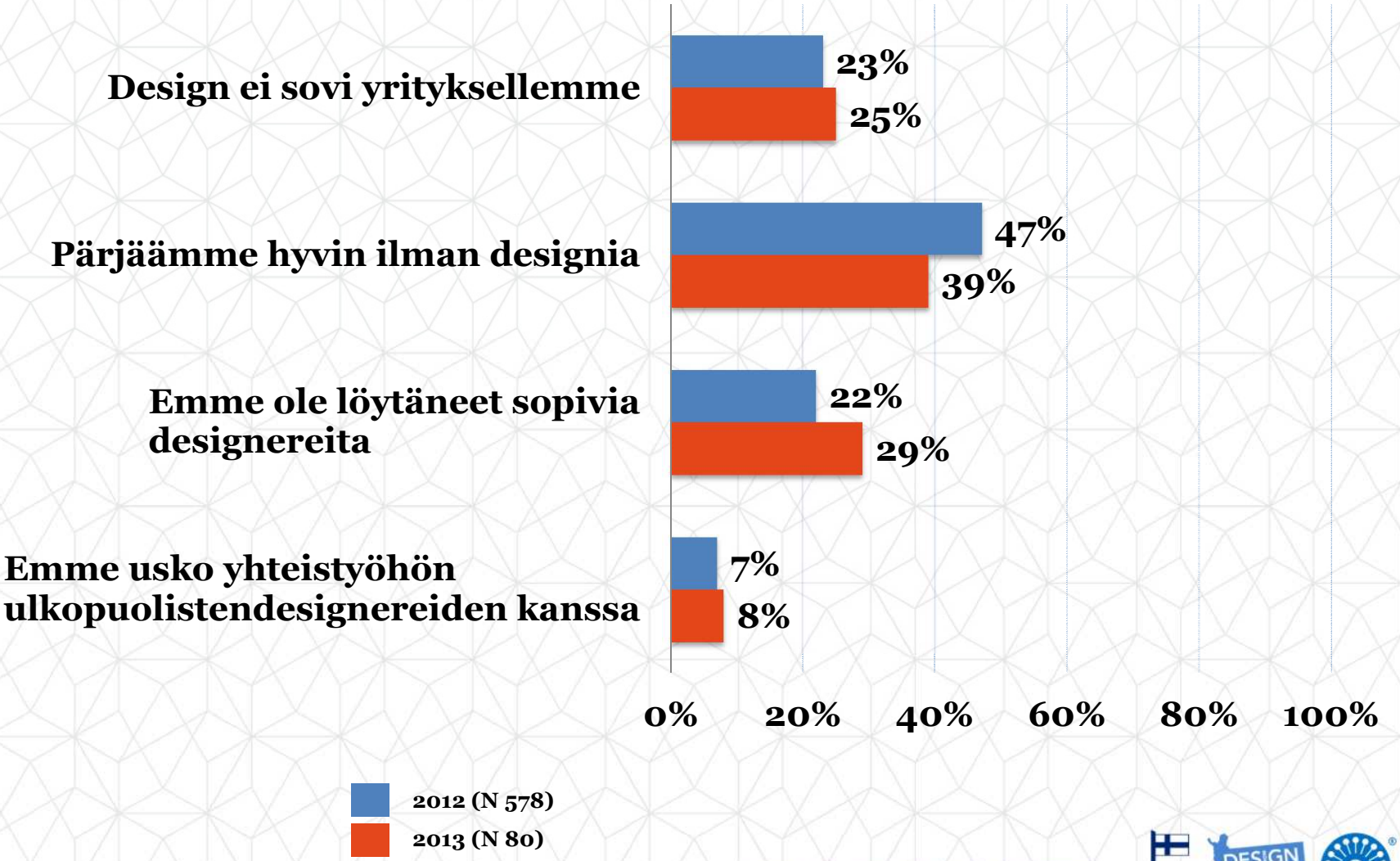


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Miksi yritys ei ollut panostanut

- Jos vastaaja valitsi vaihtoehdon ”vain vähän” tai ”ei lankaan”, hän sai eteensä neljä vaihtoehtoa, joilla tiedusteltiin miksi yritys ei ollut panostanut designiin.
- Yleisin vastaus oli, että yritys pärjää hyvin ilman designia (vuonna 2012 47 % ja vuonna 2013 39%).
- Vuonna 2013 suuntaa-antavista tuloksista on huomioitavaa se, että yllättäen 29 prosenttia yrityksistä eivät olleet löytäneet sopivaa designeria. Eroa edellisen vuoden (2012) tutkimukseen oli 7 prosenttiyksikköä.

Miksi ette ole panostaneet?

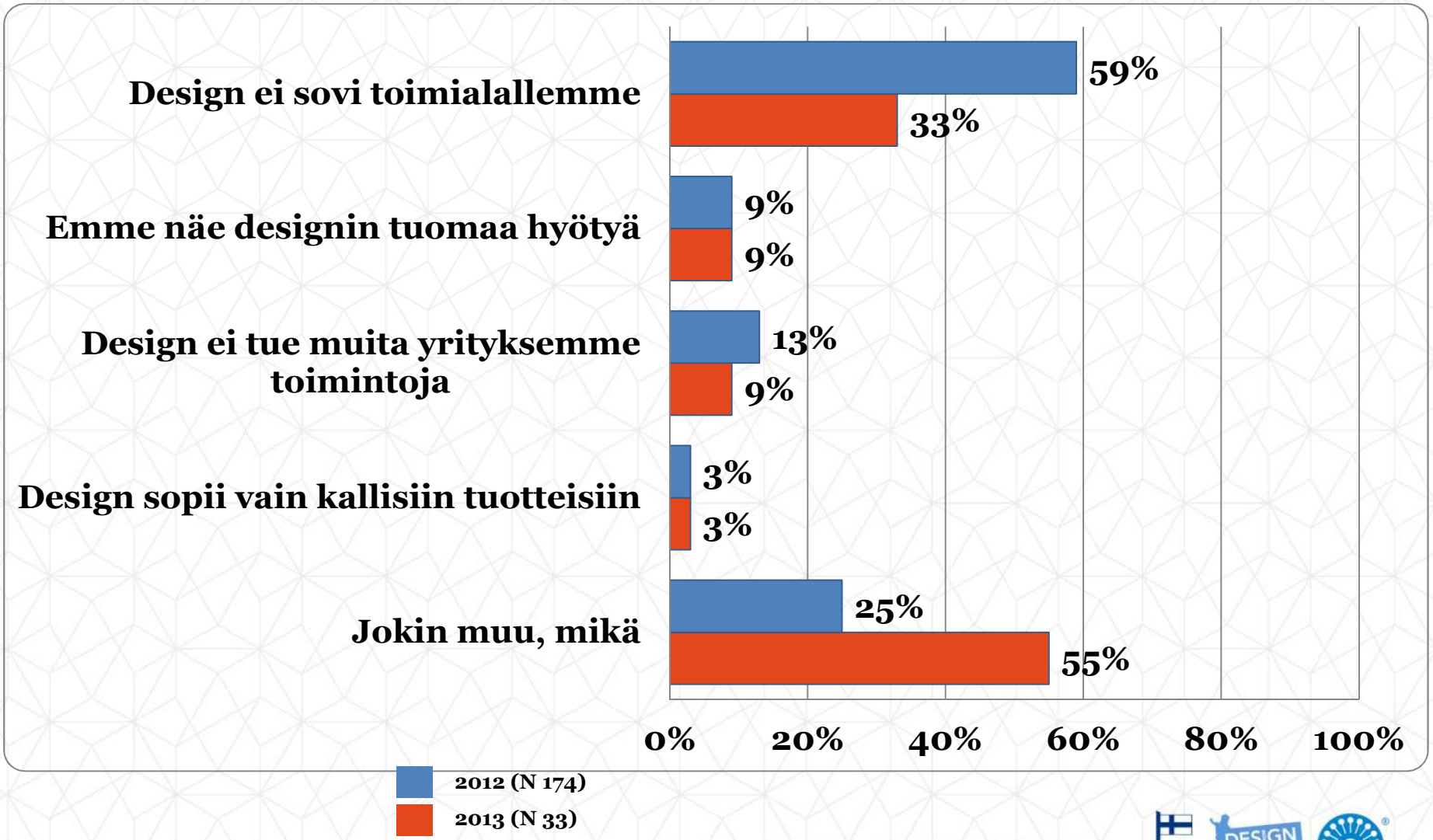


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Syyt valinnoille

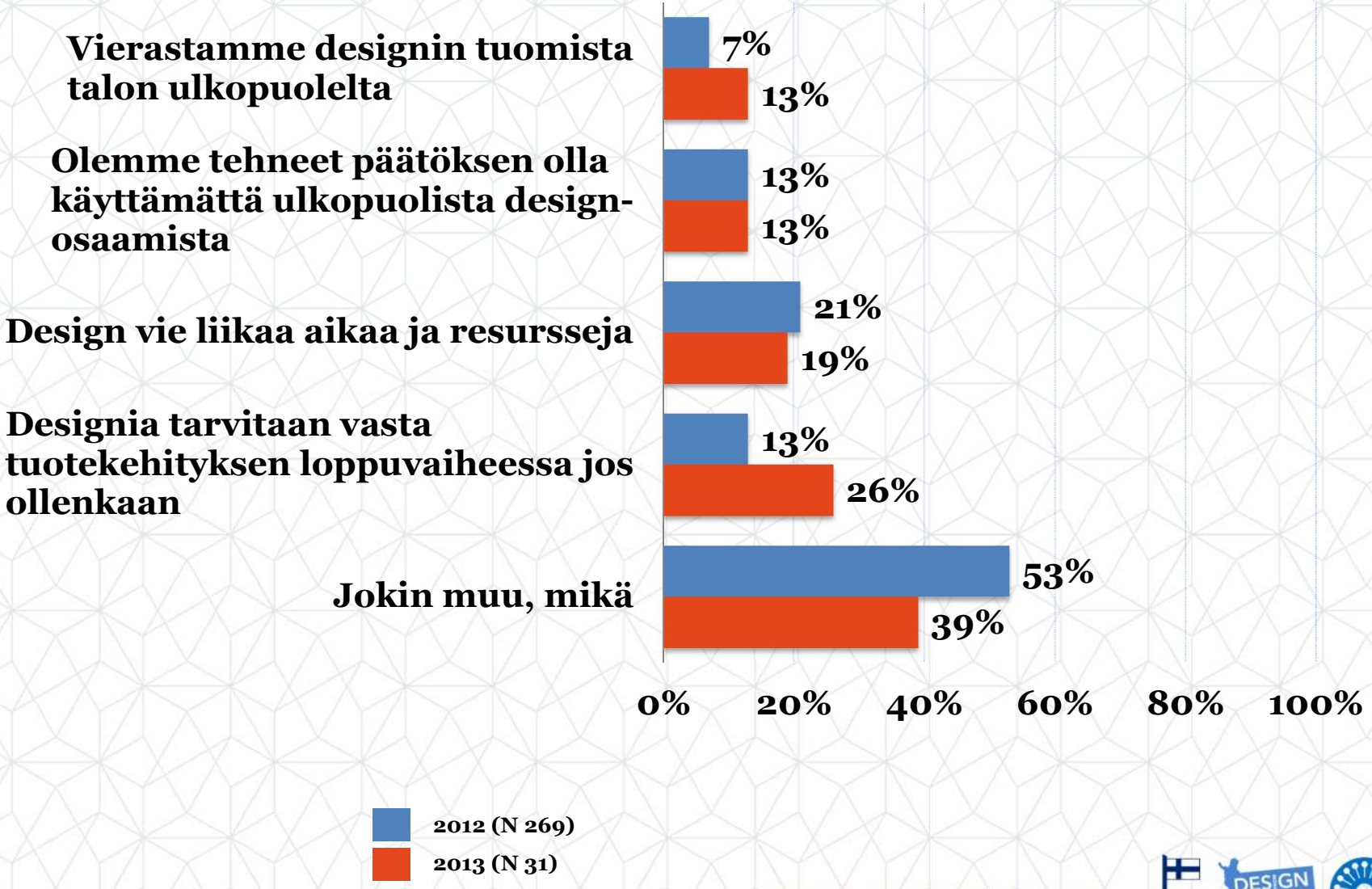
- Jos vastaaja valitsi vaihtoehdon ”design ei sovi yrityksellemme”, hän sai eteensä neljä vaihtoehtoa, joilla tiedusteltiin ”miksi design ei sovi yrityksellenne”. Hän sai valita useamman vaihtoehdon. Hän sai myös valita vaihtoehdon ”jokin muu, mikä?"
- Vuonna 2012 tutkimuksen tulosten mukaan yleisin syy oli, että design ei sovi yrityksen toimialalle (59 %). Vuonna 2013 suuntaa-antavassa tutkimuksen tulosten mukaan yleisin syy oli joku muu (55 %).
- *”Joku muu syy”* vastaukset vaihtelivat, mutta merkittävin syy oli resurssien puute, jolloin tarkoitetaan niin rahallisia kuin työvoiman vähyyttä. Toinen esiin noussut syy oli, että design ei sovi toimialaan, esim. palveluala.
- Samalla tavalla vastaajat saivat eteensä kolme muuta vaihtoehtoa, joilla tiedusteltiin tehtyyn vastausvalintaan liittyviä syitä.
- Tällä tavalla aina jatkokysymyksen avulla kysyttynä, ilman että vastaaja joutui kahlaamaan läpi pitkiä kysymyssarjoja, helpotettiin vastaajan työtaakkaa ja pyrittiin samalla parantamaan tulosten luotettavuutta.

Miksi design ei sovi yrityksellenne?

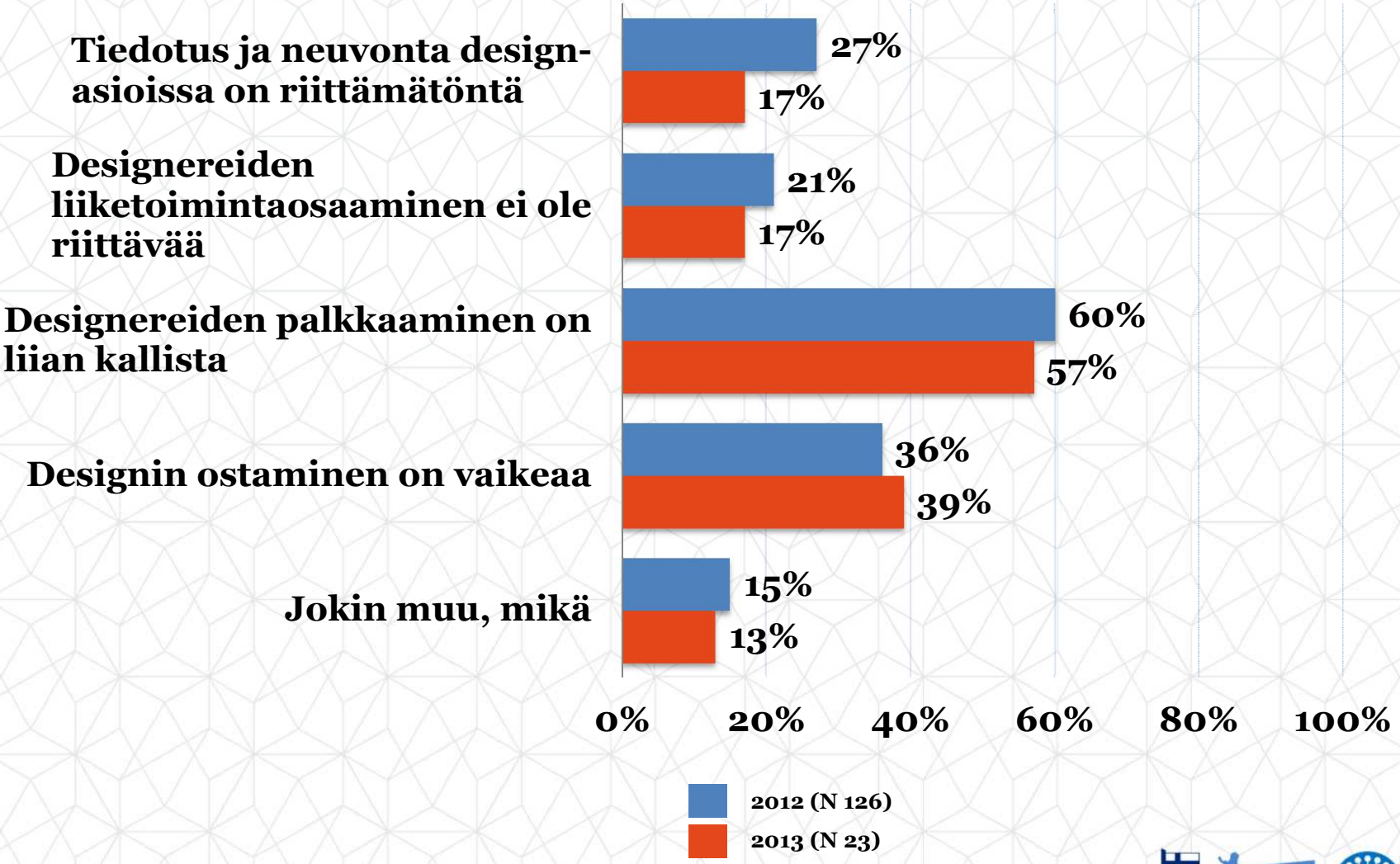


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Miksi pärjäämme hyvin ilman designia?

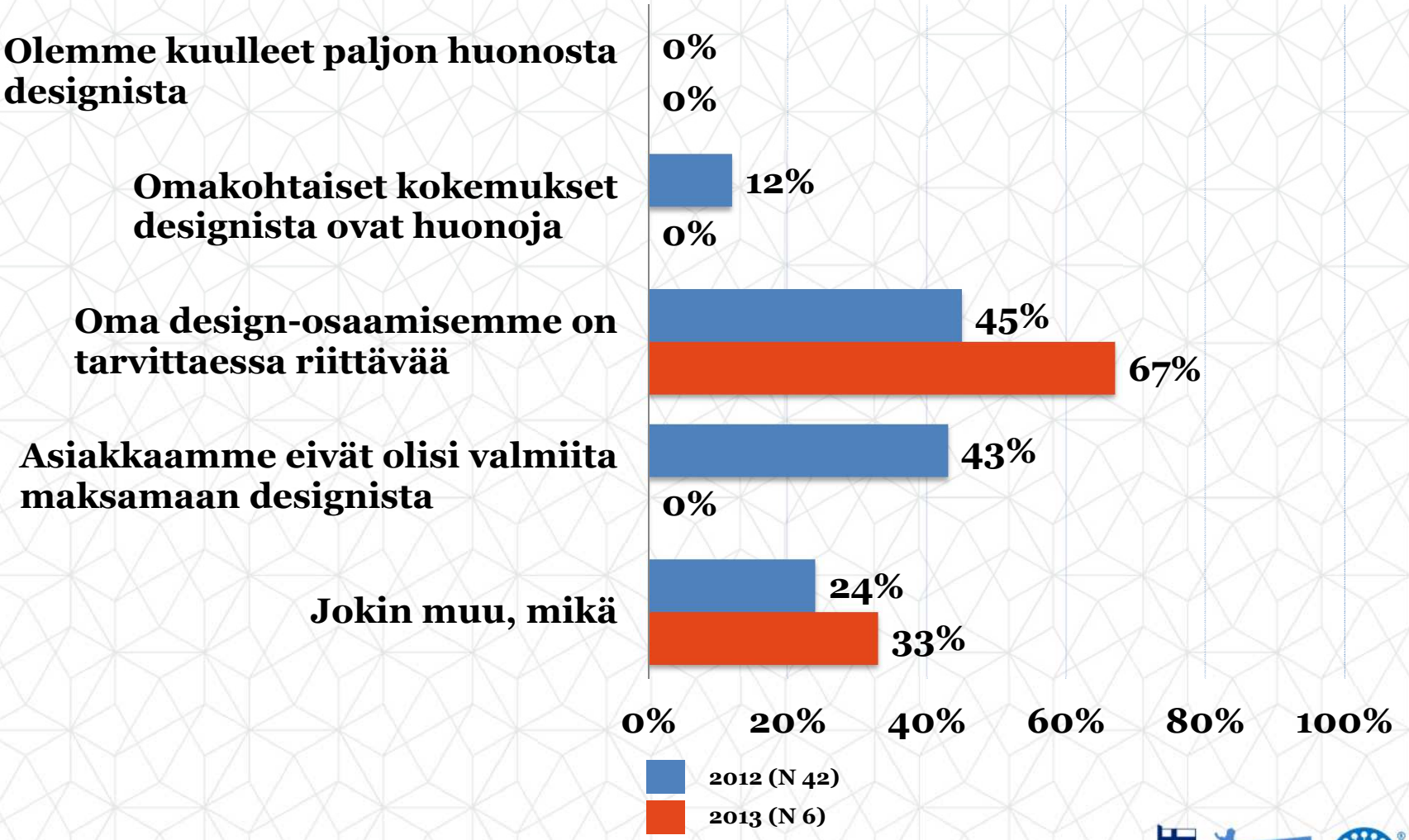


Miksi ette ole löytäneet sopivia designereita



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Miksi ette usko yhteistyöhön ulkopuolisten designereiden kanssa?

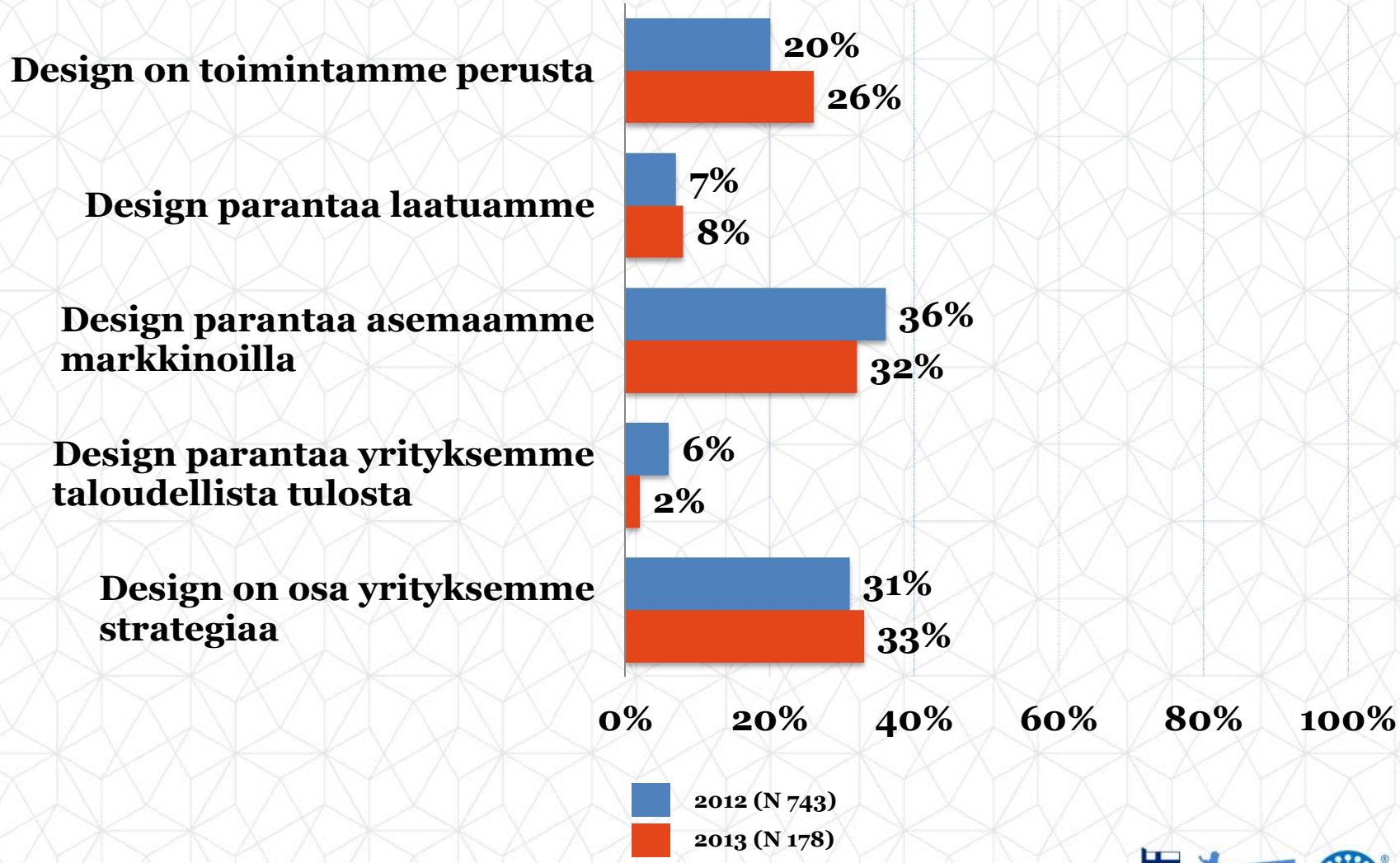


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Miksi yritys oli panostanut

- Jos vastaaja valitsi panostamiskysymyksessä vaihtoehdon ”melko paljon” tai ”erittäin paljon”, hän sai eteensä viisi vaihtoehtoa, joilla tiedusteltiin miksi yritys oli panostanut designiin.
- Yleisin vastaus 2012 oli ”design parantaa asemaamme markkinoilla” (36 %).
- Yleisin vastaus 2013 suuntaa-antavassa oli ”design on osa yrityksen strategiaa” (33 %).
- Jos katsoo molempien vuosien (2012 ja 2013) vastauksia, niin molemmissa design nähdään tärkeäksi markkina-aseman parantamiseksi tai kiinteäksi osaksi yrityksen strategiaa. Molempien syiden johdosta voidaan sanoa, että design nähdään edesauttavan tuotteiden myymistä ja erottautumista kilpailijoista. Tällöin design määritellään yhdeksi tärkeimmistä tekijäksi tuotekehityksen ja kilpailuedun edistäjäksi.

Miksi olette panostaneet?

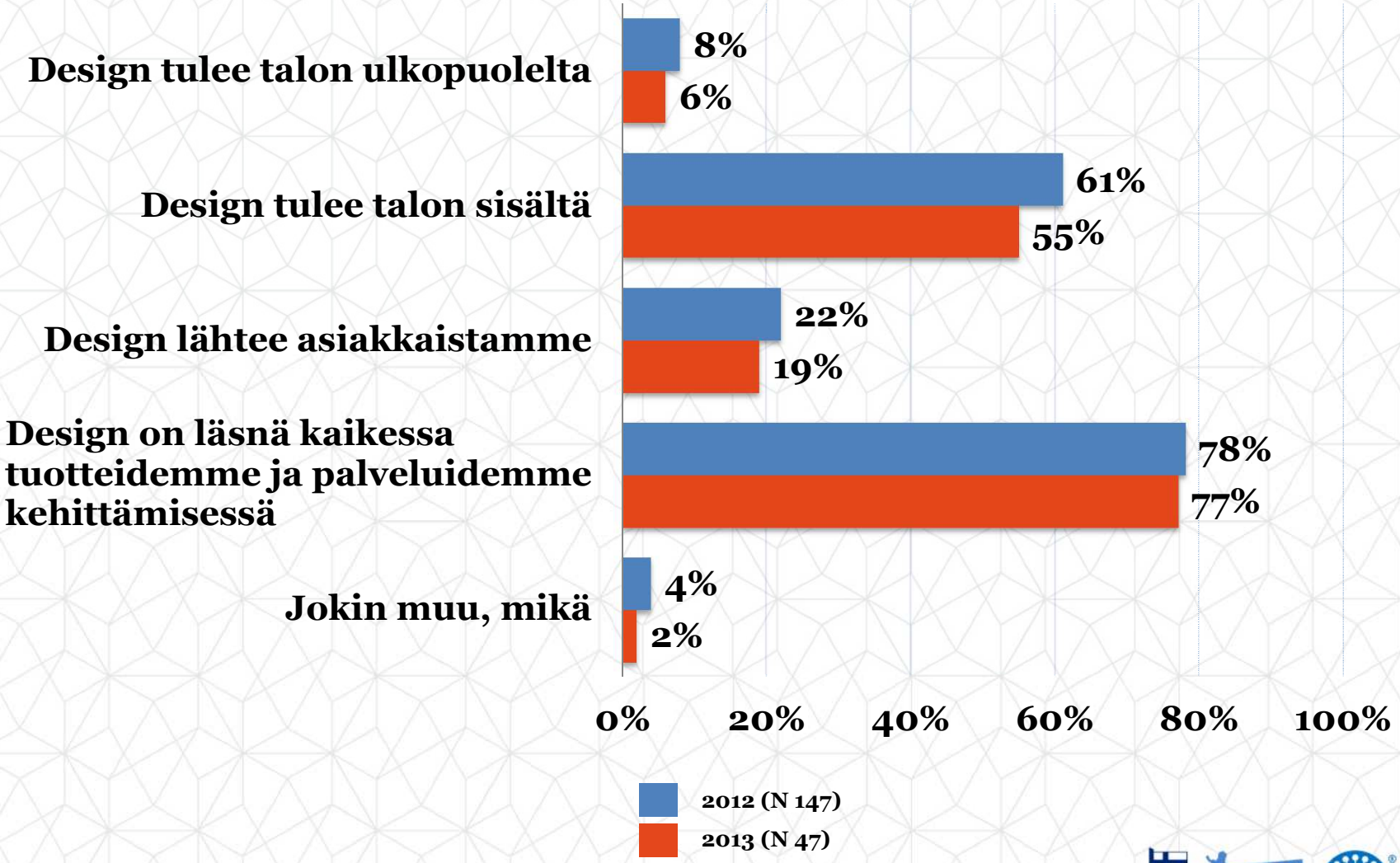


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Syyt valinnoille

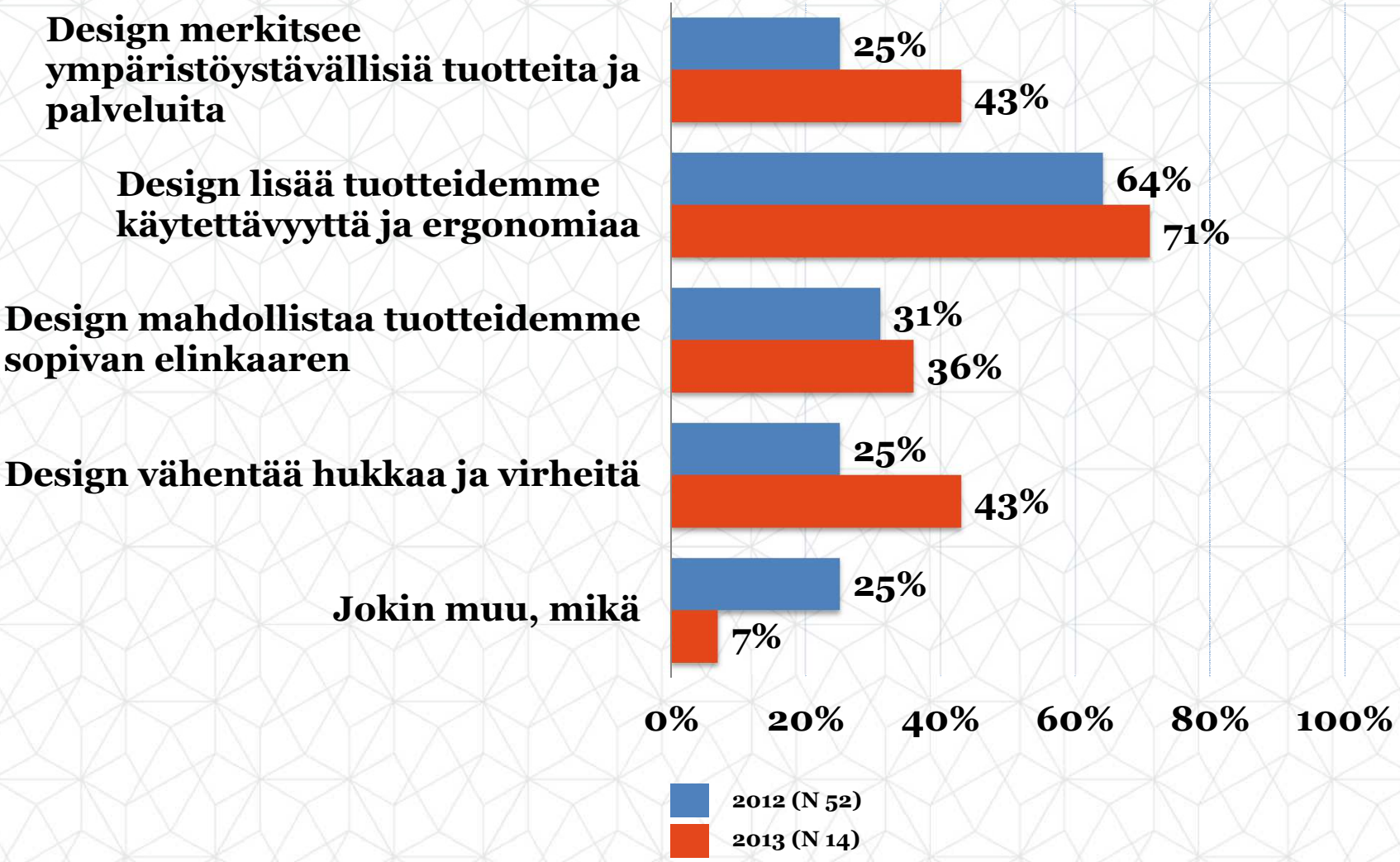
- Jos vastaaja valitsi vaihtoehdon ”design on toimintamme perusta”, hän sai eteensä neljä vaihtoehtoa, joilla tiedusteltiin ”miksi design on toimintanne perusta”. Hän sai vastata useampaan vaihtoehtoon. Hän sai myös valita vaihtoehdon ”jokin muu, mikä?"
- Molemmissa tutkimusaineistoissa yleisimmäksi vastaukseksi nousi se, että design on läsnä kaikessa tuotteidemme ja palveluidemme kehittämisessä (78 % 2012 ja 77 % 2013).
- Samalla tavalla, kuin edellä selostettiin vastaajat saivat eteensä myös ilmoitettuaan syyn designiin panostamiseen neljä muuta vaihtoehtoa, joilla tiedusteltiin syitä tehtyyn vastausvalintaan.

Miksi Design on toimintanne perusta?



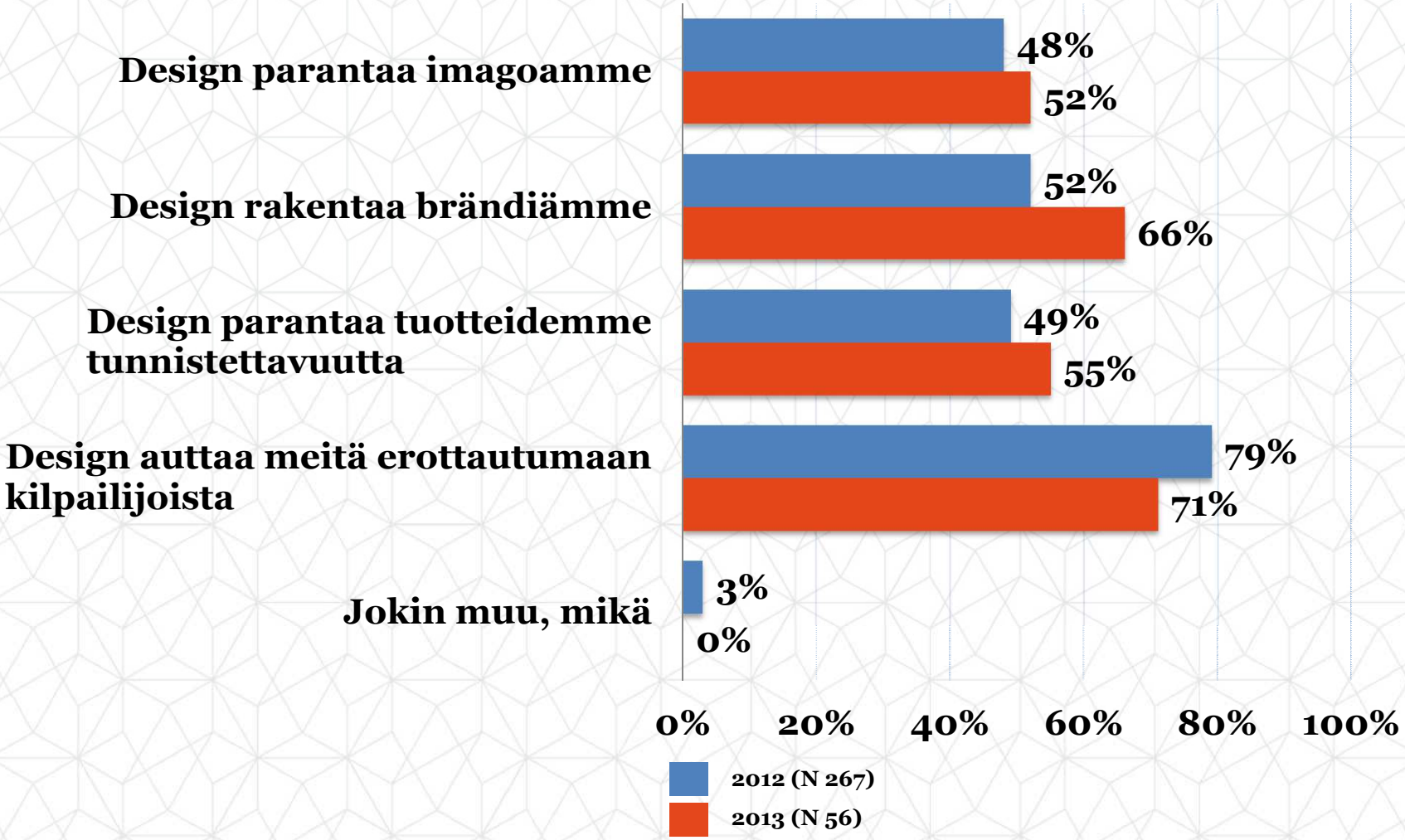
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Miksi design parantaa laatuanne?



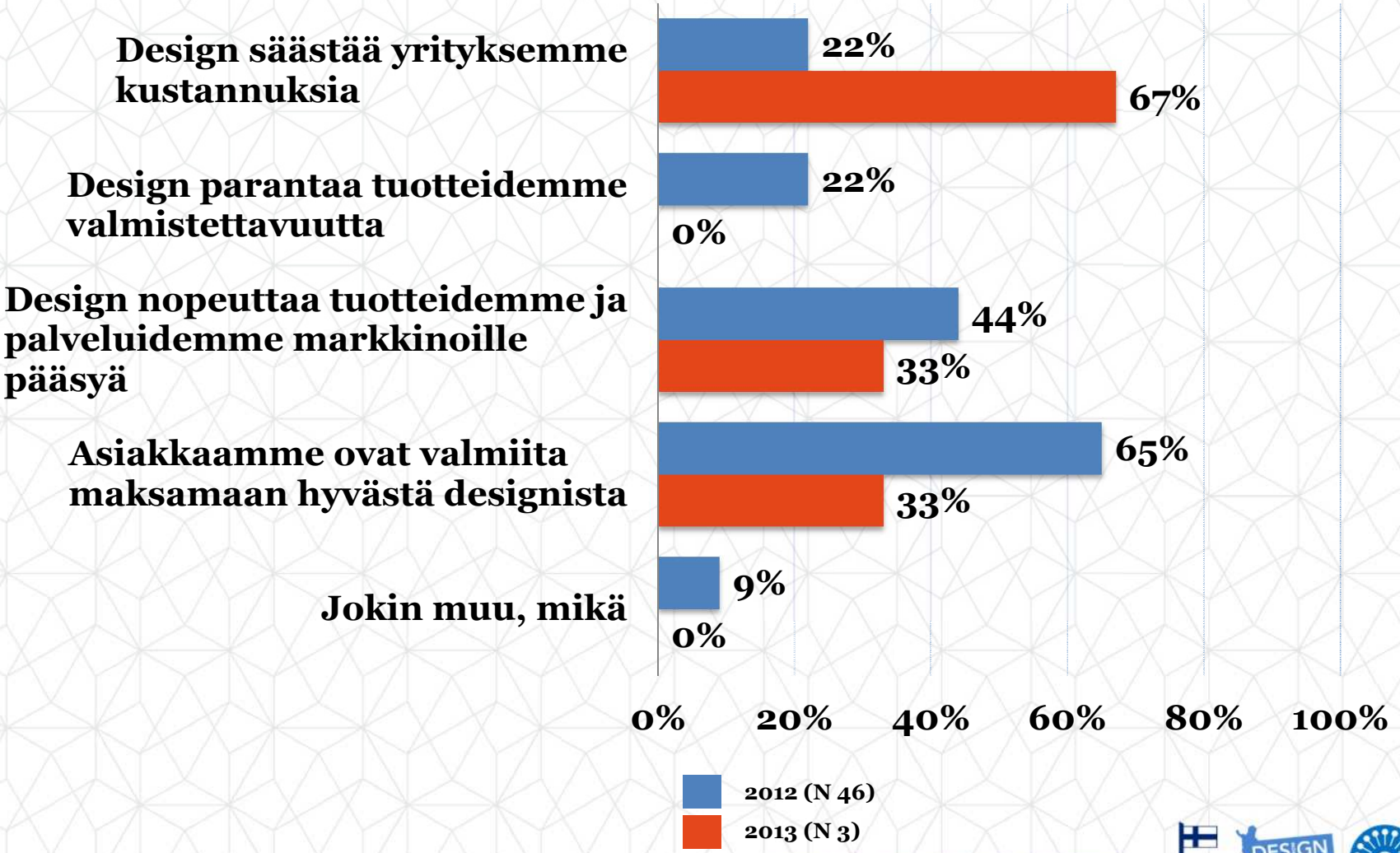
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Miksi design parantaa asemaanne markkinoilla?



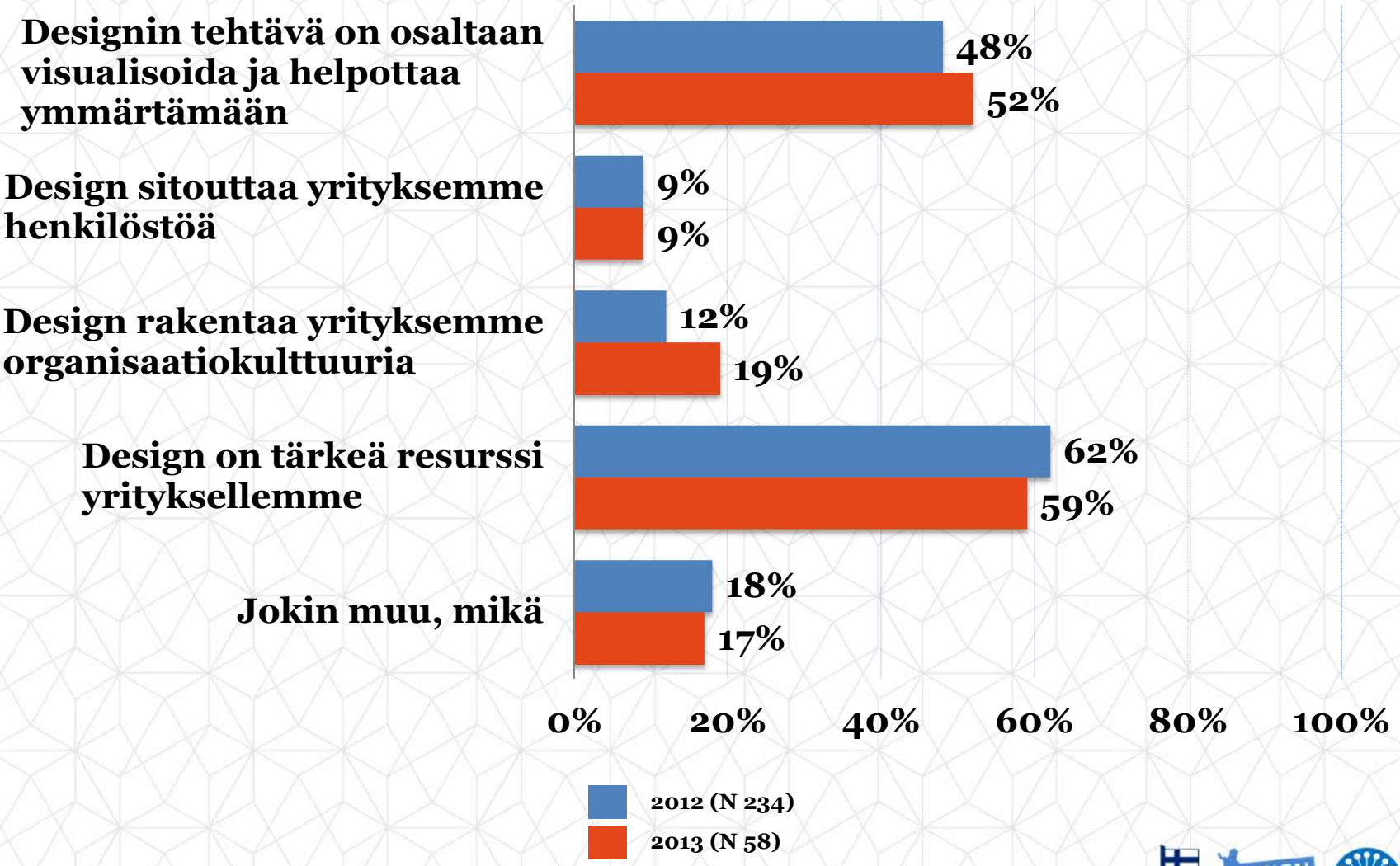
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Miksi design parantaa yrityksenne taloudellista tulosta?



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Miksi design on osa yrityksenne strategiaa?

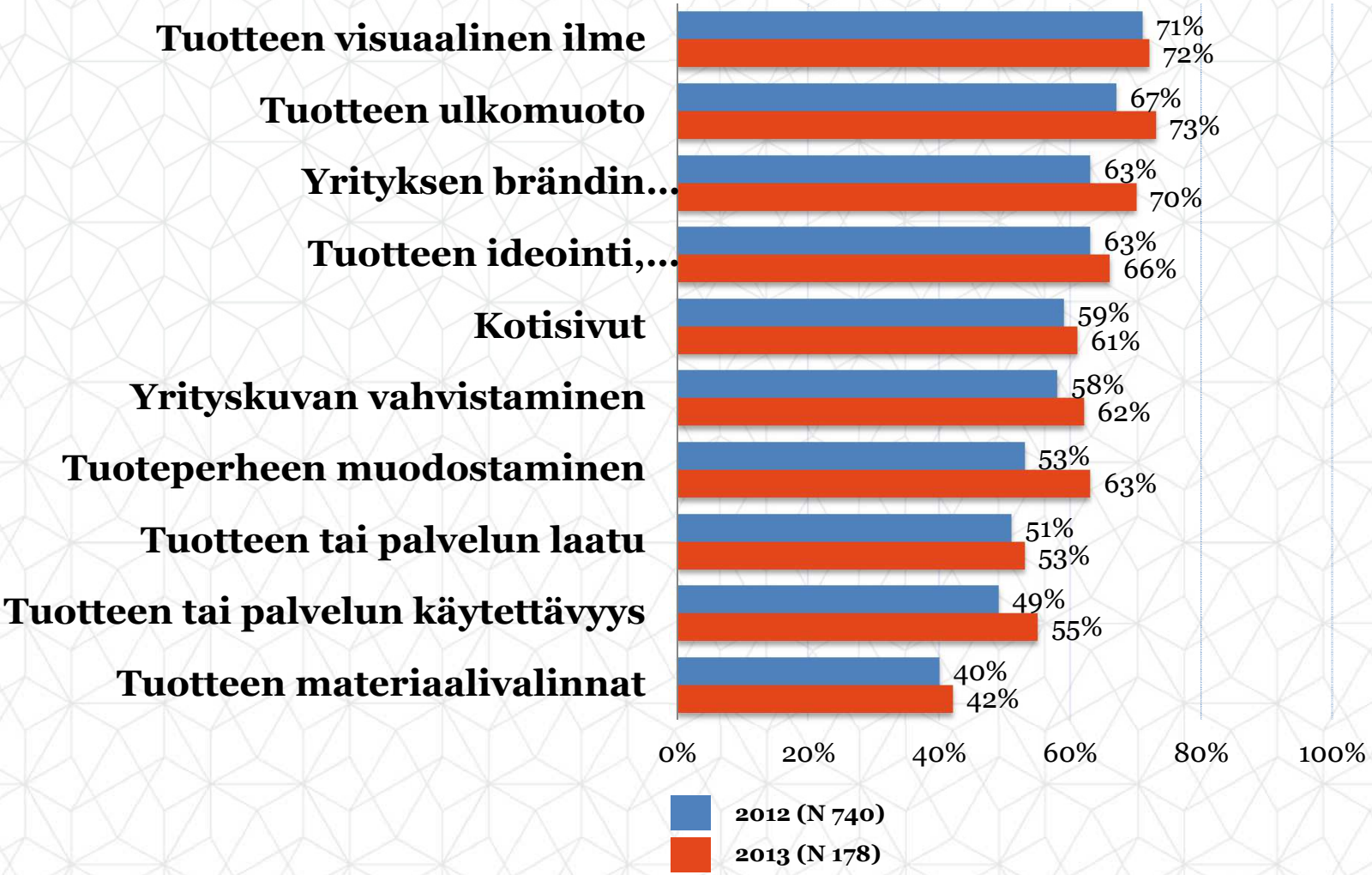


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Mihin yritykset ovat käyttäneet designia

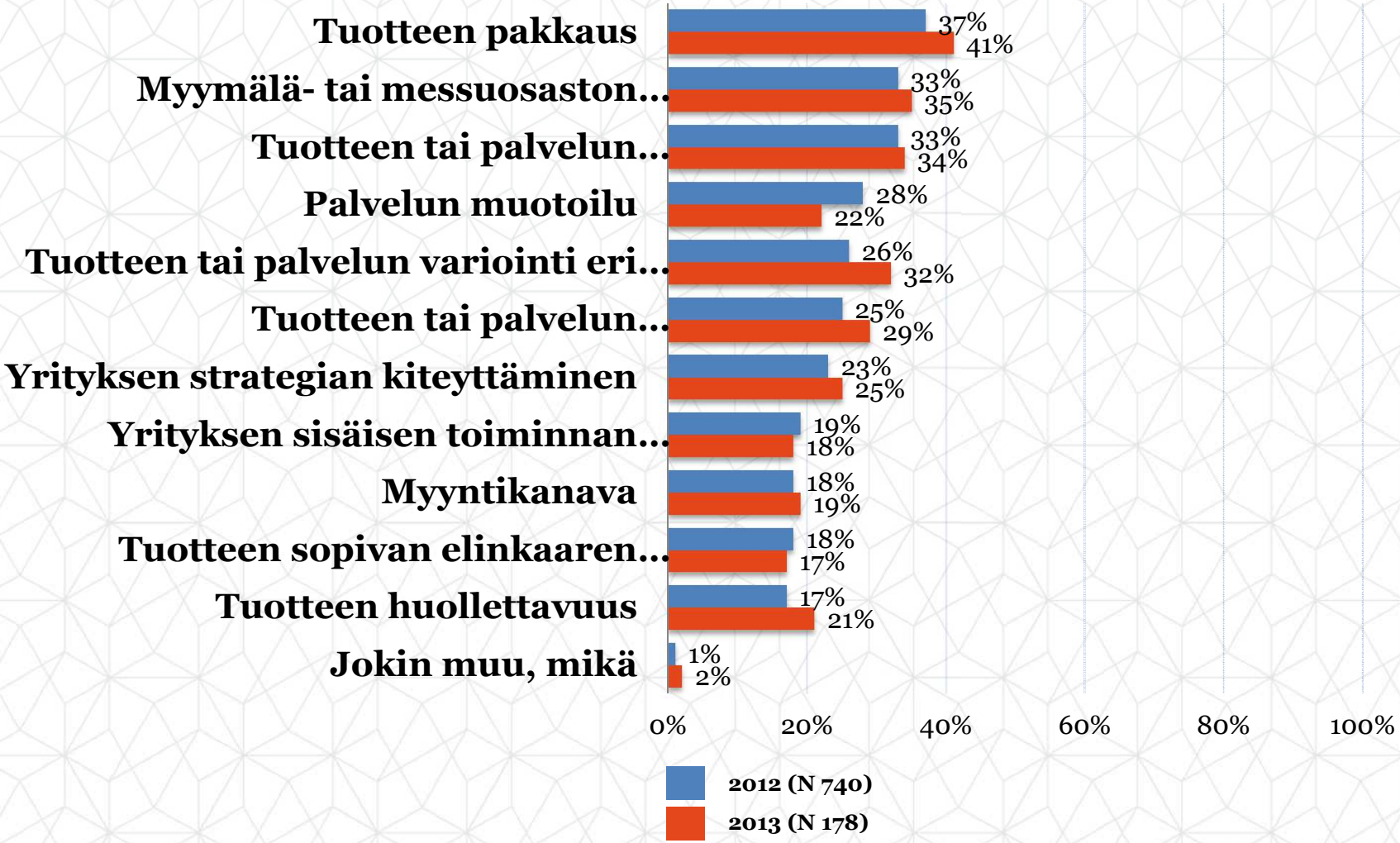
- Vastaaja, joka ilmoitti yrityksen panostaneen melko paljon tai erittäin paljon designiin sai kertoa, mihin design-panostukset olivat kohdistuneet. Hän sai valita useamman kohteen valmiilta 22 vaihtoehdon listalta, johon sisältyi alakohtana ”jokin muu, mikä”.
- Yleisimmät panostuskohteet vuonna 2012 olivat ”tuotteen visuaalinen ilme” (71 %), ”tuotteen ulkomuoto” (67 %), ”tuotteen ideointi, hahmottaminen, konseptointi” (63 %) sekä ”yrityksen brändin vahvistaminen/rakentaminen” (63 %).
- Yleisimmät panostuskohteet vuonna 2013 suuntaa-antavissa vastuksissa olivat ”tuotteen ulkomuoto” (73 %), ”tuotteen visuaalinen ilme” (71 %), ”yrityksen brändi vahvistaminen / rakentaminen” (70 %), ”tuotteen ideointi, hahmottaminen, konseptointi” 66 %,
- Vaikka panostuskohteet olivat pysyneet samoina eri vuosina, niin tuotteen ulkomuodon ja brändin vahvistaminen ja rakentaminen olivat nousseet yhä tärkeämmäksi syyksi käyttää designia.
- Mielenkiintoista oli myös se, että tuoteperheen muodostaminen oli noussut lähes 10 prosenttia vuoden 2012 (53 %) tuloksista vuoteen 2013 (63 %) tultaessa.

Mihin yrityksenne on käyttänyt designia? (1)



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Mihin yrityksenne on käyttänyt designia? (2)



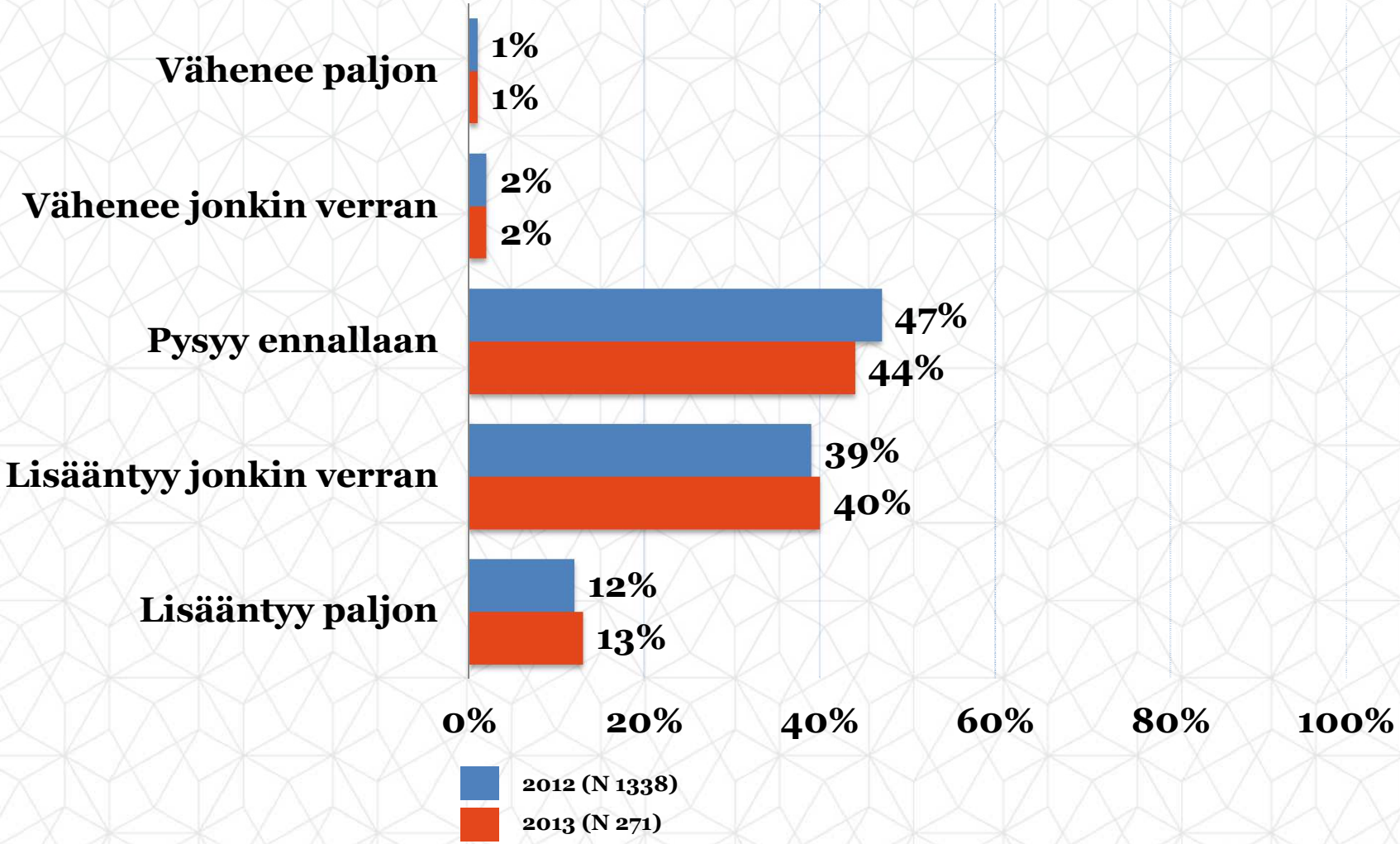
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET

Miten designin merkitys tulee kehittymään seuraavan kahden vuoden aikana

- Kaikilta vastaajilta kysyttiin ”miten designin merkitys tulee kehittymään yrityksen liiketoiminnassa seuraavan kahden vuoden aikana”. Kysymys oli vähän erilainen kuin edellä kysyttäessä yrityksen design-panostuksia. Näin siitä syystä, että panostusten yksityiskohtaisuutta voi olla vaikea nähdä kahden vuoden päähän.
- Molempien 2012 ja 2013 tulosten mukaan vaikuttaa siltä, että designin asema yrityksissä on edelleen vahvistumassa, sillä yli puolet vastaajista (51 % 2012 ja 53 % 2013) ilmoitti, että designin merkitys tulee lisääntymään seuraavan kahden vuoden aikana.

Miten designin merkitys tulee kehittymään liiketoiminnassanne seuraavan kahden vuoden aikana?

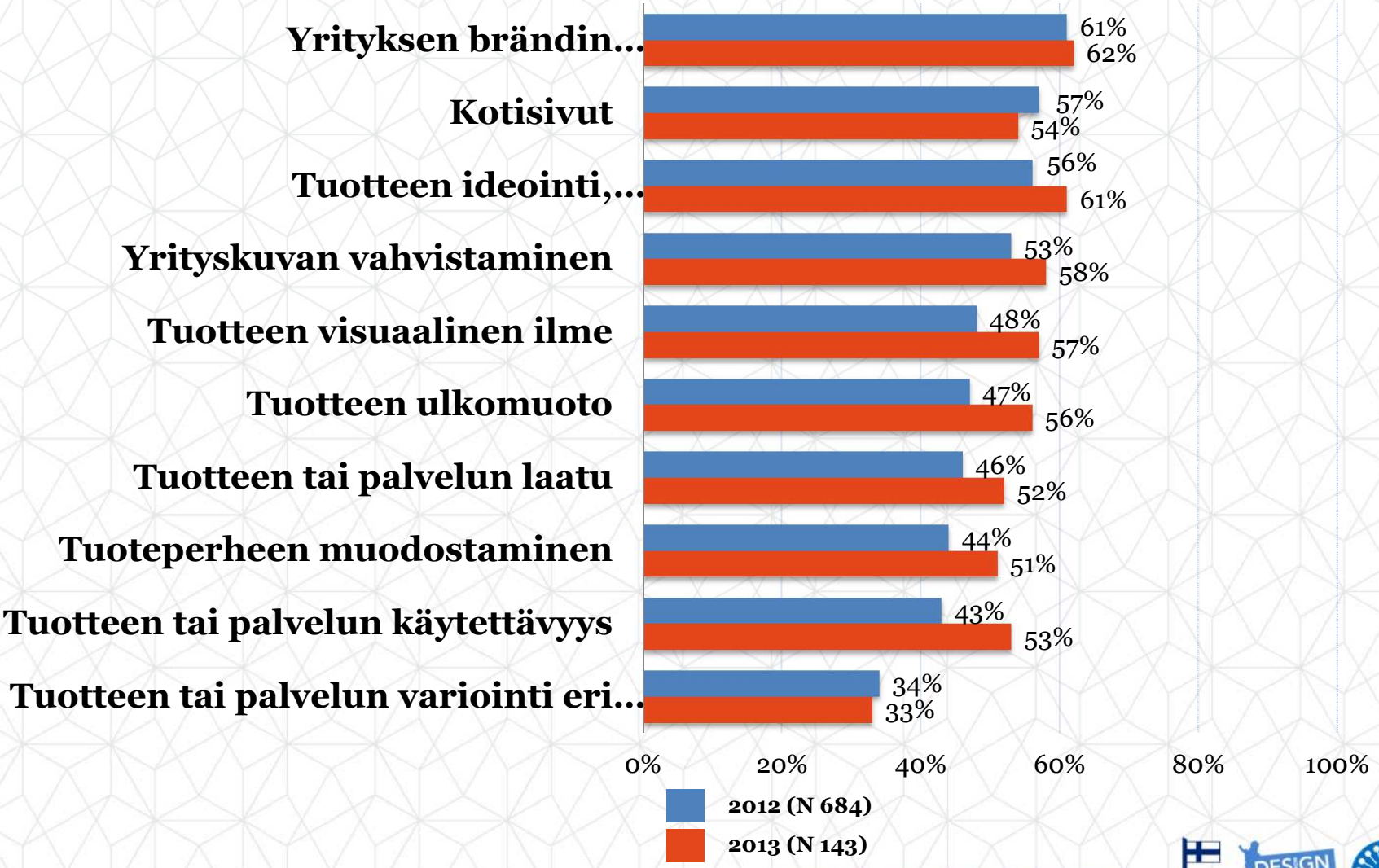


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Tulevien design-panostusten kohteet

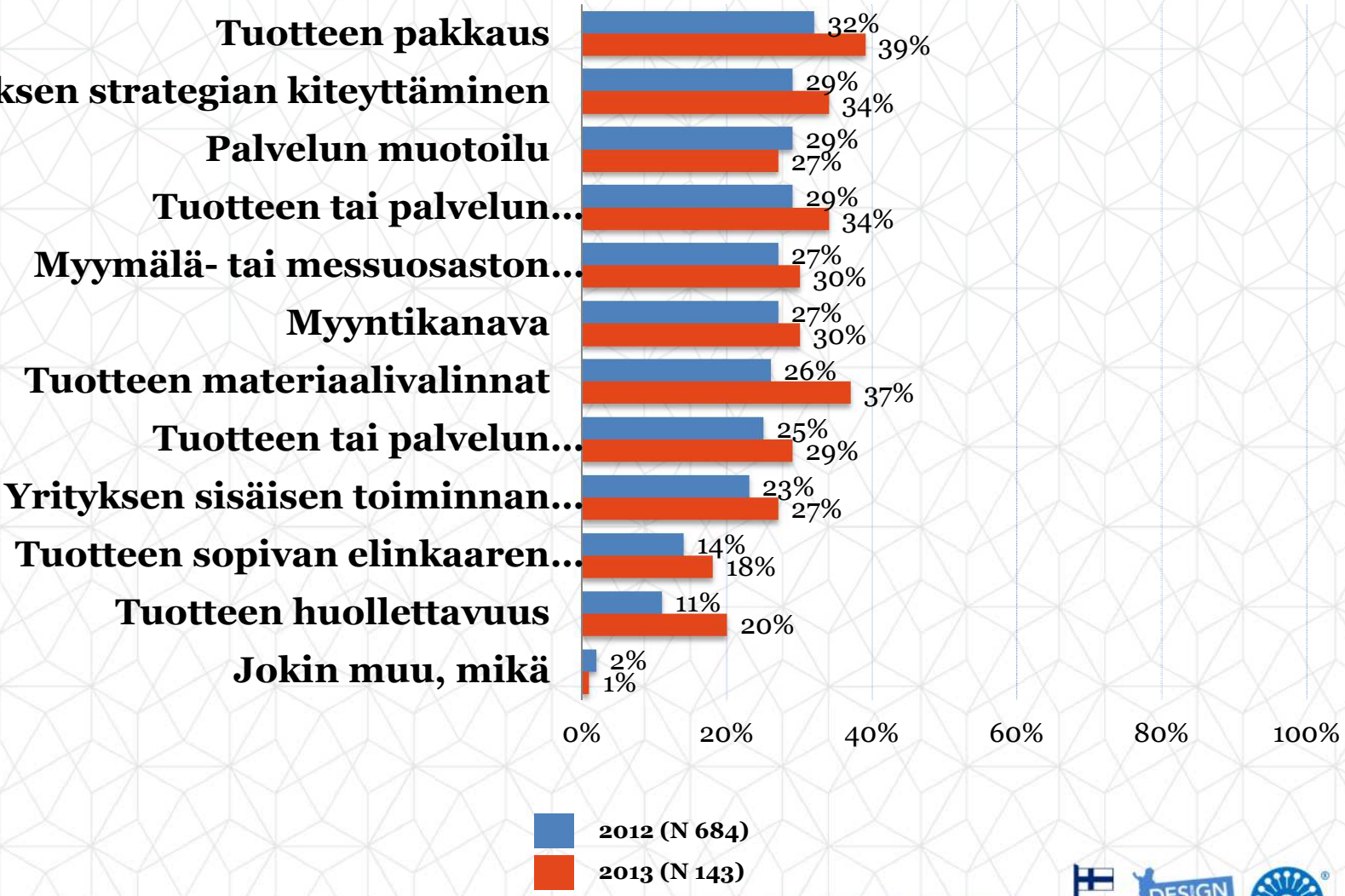
- Niiltä vastaajilta, jotka ilmoittivat, että designin merkitys tulee kasvamaan (jonkin verran tai lisääntyy paljon) saivat eteensä luettelon, jossa olivat samat 22 alakohtaa kuin kysyttäessä viimeisen kahden vuoden aikaisia design-panostuksia.
- Yleisin vastausvaihtoehto vuonna 2012 ja 2013 oli ”yrityksen brändin vahvistaminen/rakentaminen” (61 % ja 62 %).
- Vuonna 2012 neljä seuraavaksi tärkeintä designin käyttökohdetta oli ”kotisivut” (57 %), ”tuotteen ideointi, hahmottaminen, konseptointi” (53 %), ”yrityskuvan vahvistaminen” (53 %), ja ”tuotteen visuaalinen ilme” (48 %).
- Vuonna 2013 neljä seuraavaksi tärkeintä designin käyttökohdetta oli ”tuotteen ideointi, hahmottaminen, konseptointi” (61 %), ”yrityskuvan vahvistaminen” (58 %), ”tuotteen visuaalinen ilme” (57 %) ja ”tuotteen ulkomuoto” (56 %).
- Vuoden 2012 vastauksissa yrityksen imagon rakentaminen korostui paljon enemmän kuin vuoden 2013 suuntaa-antavissa vastauksissa. Vuoden 2013 suunta-antavien vastausten perusteella designin käyttö keskittyisi yhä enemmän tuotteen kehittämiseen. Tällöin kyseessä voi olla myös tuotteen käytettävyyden ja käyttökokemuksen parantaminen. Tätä ajatusta tukee myös se, että ”tuotteen tai palvelun käytettävyys” nousi lähes 10 % tärkeämmäksi vuodesta 2012 (43 %) vuoteen 2013 (53 %) tultaessa.

Mihin yrityksenne designpanostukset tulevat kohdistumaan? (1)



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Mihin yrityksenne designpanostukset tulevat kohdistumaan? (2)

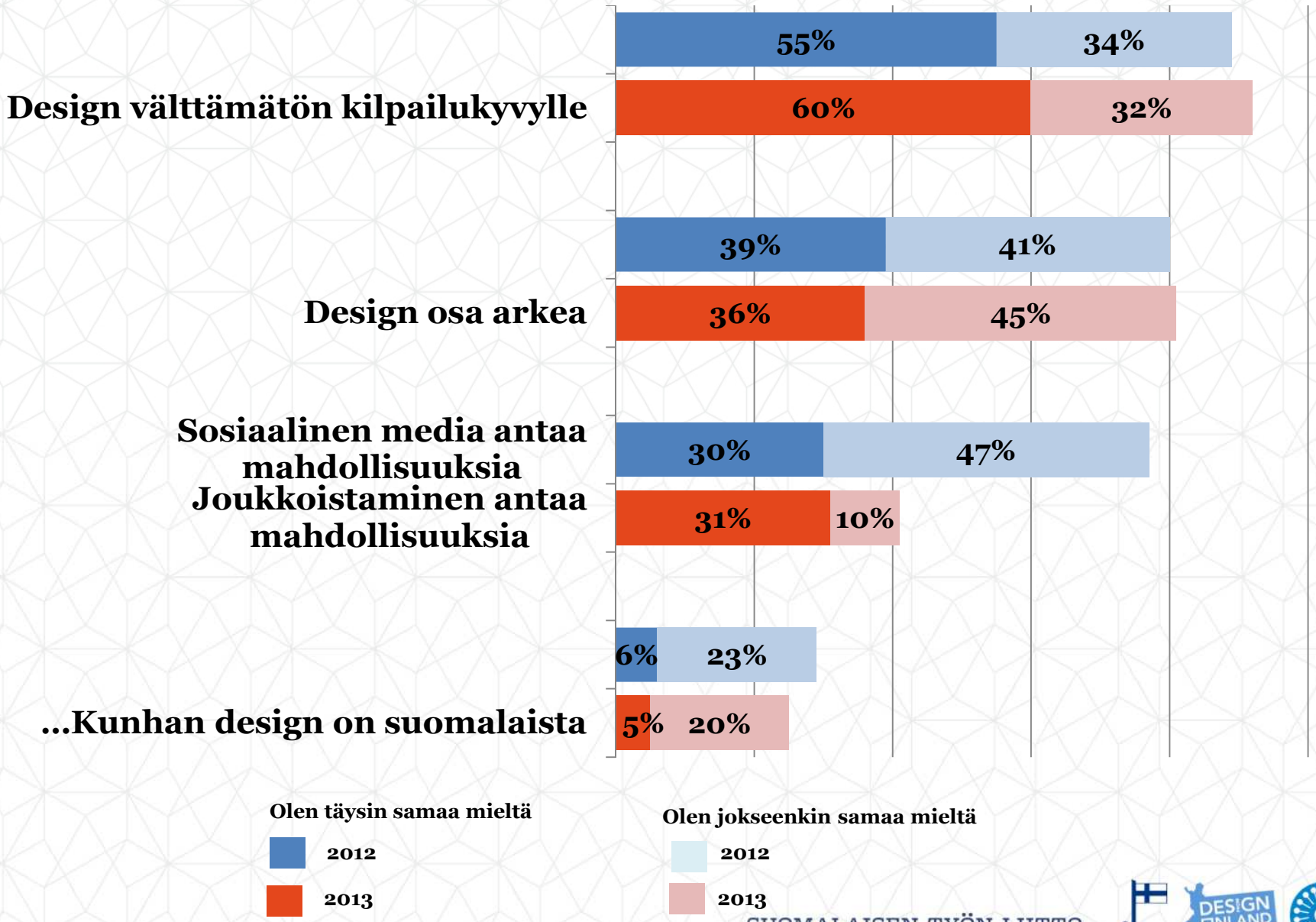


SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET
Designiin liittyvät väittämät

- Vuonna 2012 kaikilla vastaajille esitettiin kahdeksan yleistä väittämää designiin liittyen. Vuonna 2013 vastaajille esitettiin neljä yleistä väittämää designiin liittyen. Molemmilla tutkimuskierroksilla ”design on välttämätön suomalaisen kilpailukyvyn ylläpidolle” 89 prosenttia oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa vuonna 2012. Vastaavat luvut vuonna 2013 oli 92 %.
- Tulokset osoittavat, että designin tärkeä tehtävä luoda yritysten kilpailukykyä ymmärretään hyvin yritysten keskuudessa.

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?



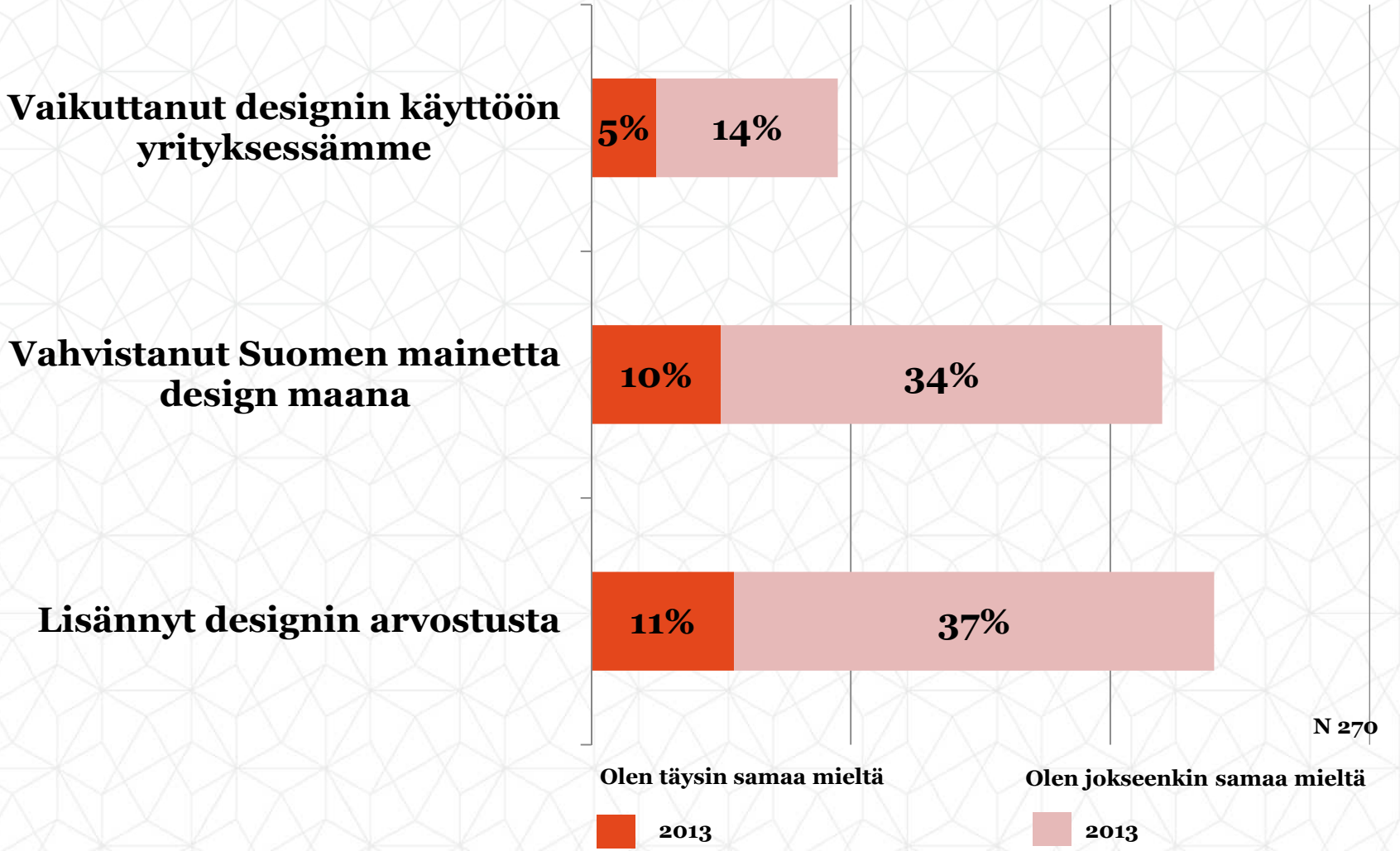
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TUTKIMUSTULOKSET

World Design Capital vuoden vaikutukseen liittyvät väittämät 2013

- Vuonna 2013 kolme kysymystä keskittyi selvittämään World Design Capital -vuoden vaikutuksista designin käyttöön, tunnettuuteen ja arvostukseen.
- World Design Capital -vuoden vaikutus voidaan nähdä ehkä parhaiten designin arvostuksessa. Lähes puolet (48 %) oli väittämän ”World Design Capital -vuosi on lisännyt designin arvostusta” kanssa täysin tai jokseenkin samaa mieltä.
- World Design Capital -vuoden vaikutus designin käyttöön yrityksessä ei ollut kovinkaan suuri. Ainoastaan 19 % yrityksistä oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä ”World Design Capital -vuosi on vaikuttanut designin käyttöön yrityksessämme” väittämän kanssa.

Mitä mieltä olet seuraavista World Design Capital -vuoteen liittyvistä väittämistä (kysytty vain 2013 kyselyssä)?



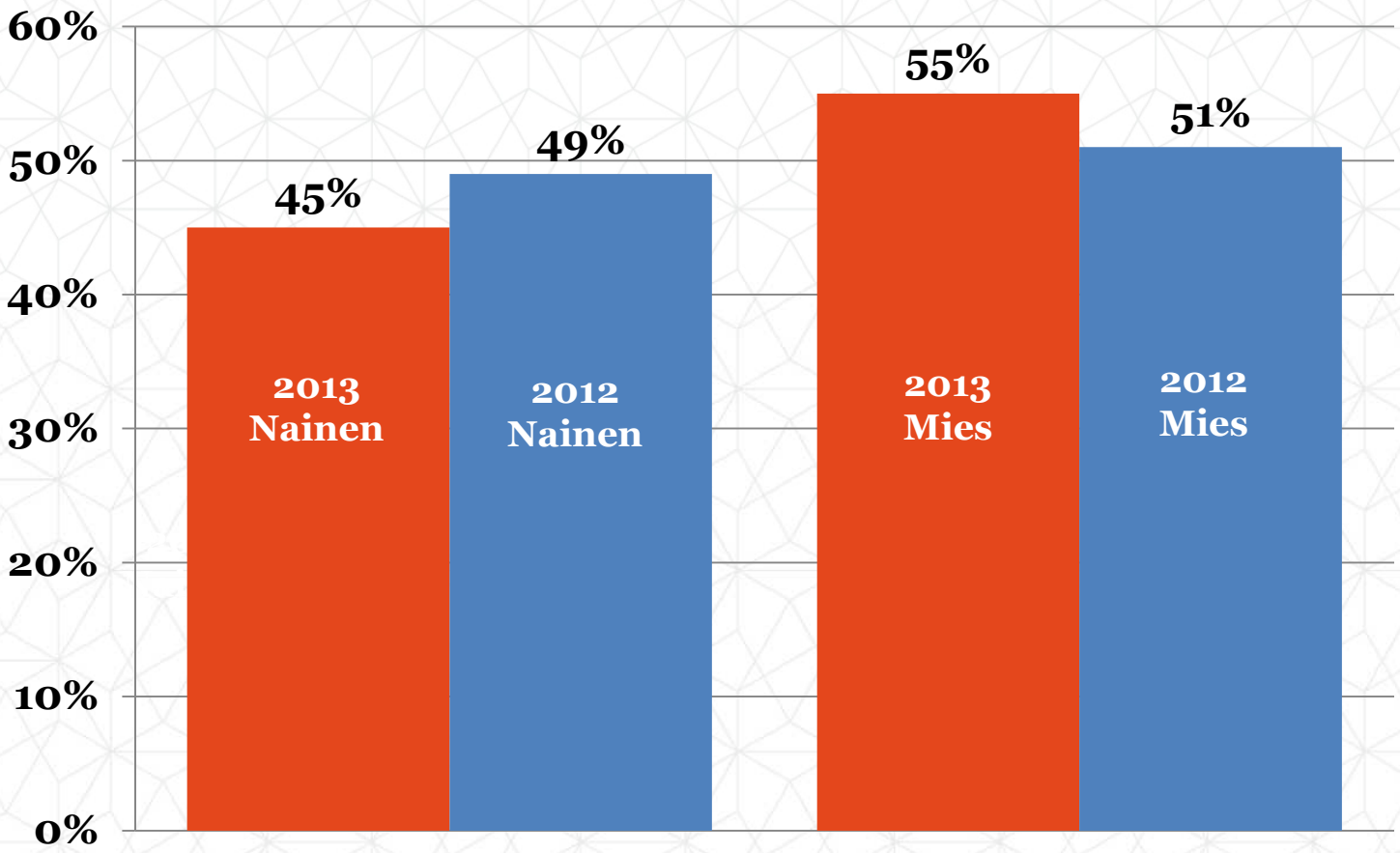
SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

TAUSTATIEDOT

- Vuonna 2012 tutkimukseen vastasi kaikkiaan noin 1380 yritysvastaajaa. Vuonna 2013 tutkimukseen vastasi kaikkiaan noin 274 yritysvastaajaa.
- Yrityskoon mukaan tarkastellen näytteessä on enemmän suuria yrityksiä kuin Suomessa keskimäärin.
- Molempina vuosina 2012 ja 2013 mukana oli kohtuullinen määrä myös pieniä, alle 5 henkilön yrityksiä.
- Molemmissa näytteissä oli yrityksen johtoon kuuluvia vastaajia yli 60 prosenttia (67 % 2012 ja 64 % 2013). Tämä johtuu suurelta osaltaan siitä, että vastaajajoukossa oli verraten paljon pieniä yrityksiä.

Taustatiedot

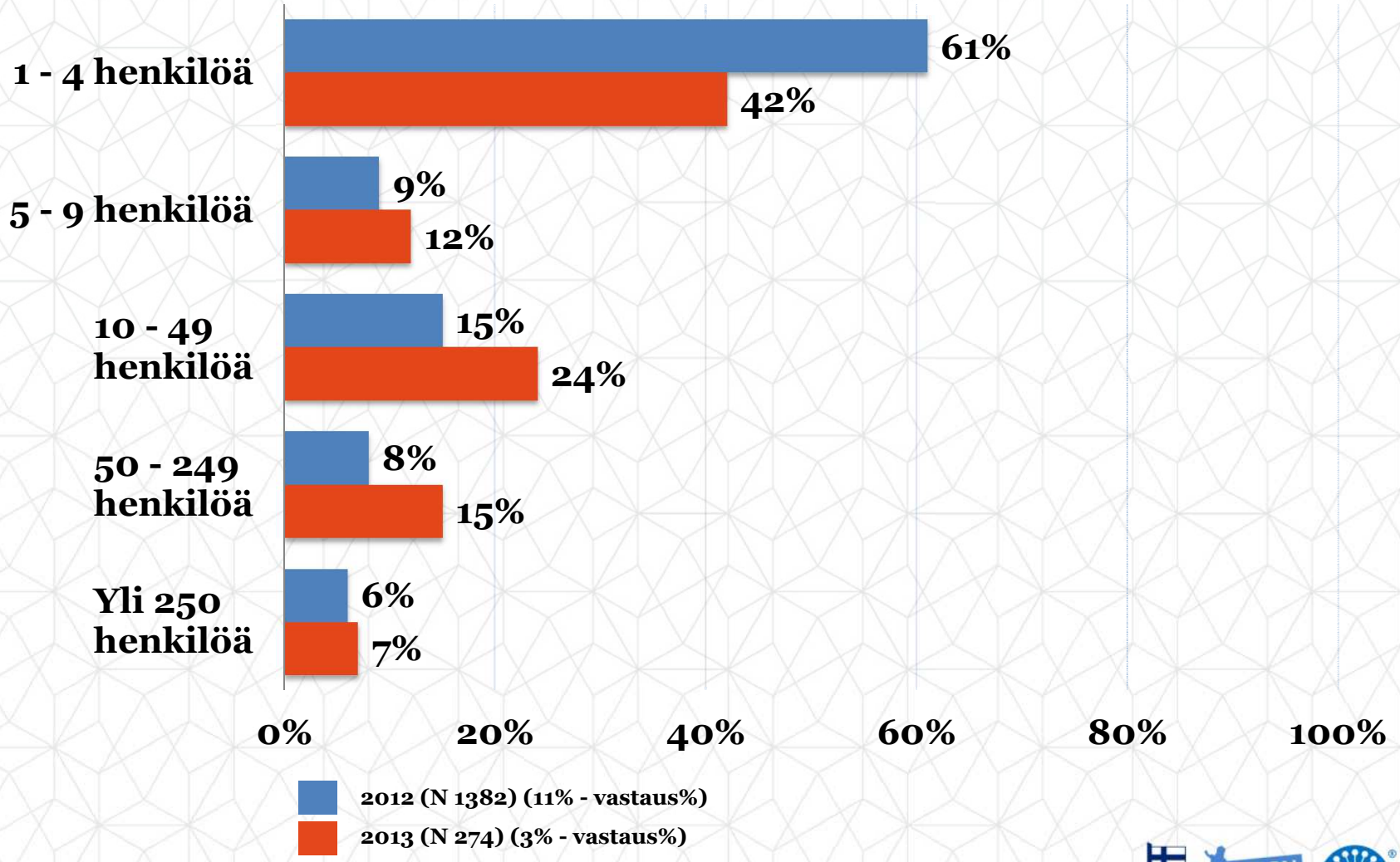
Olen



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Taustatiedot

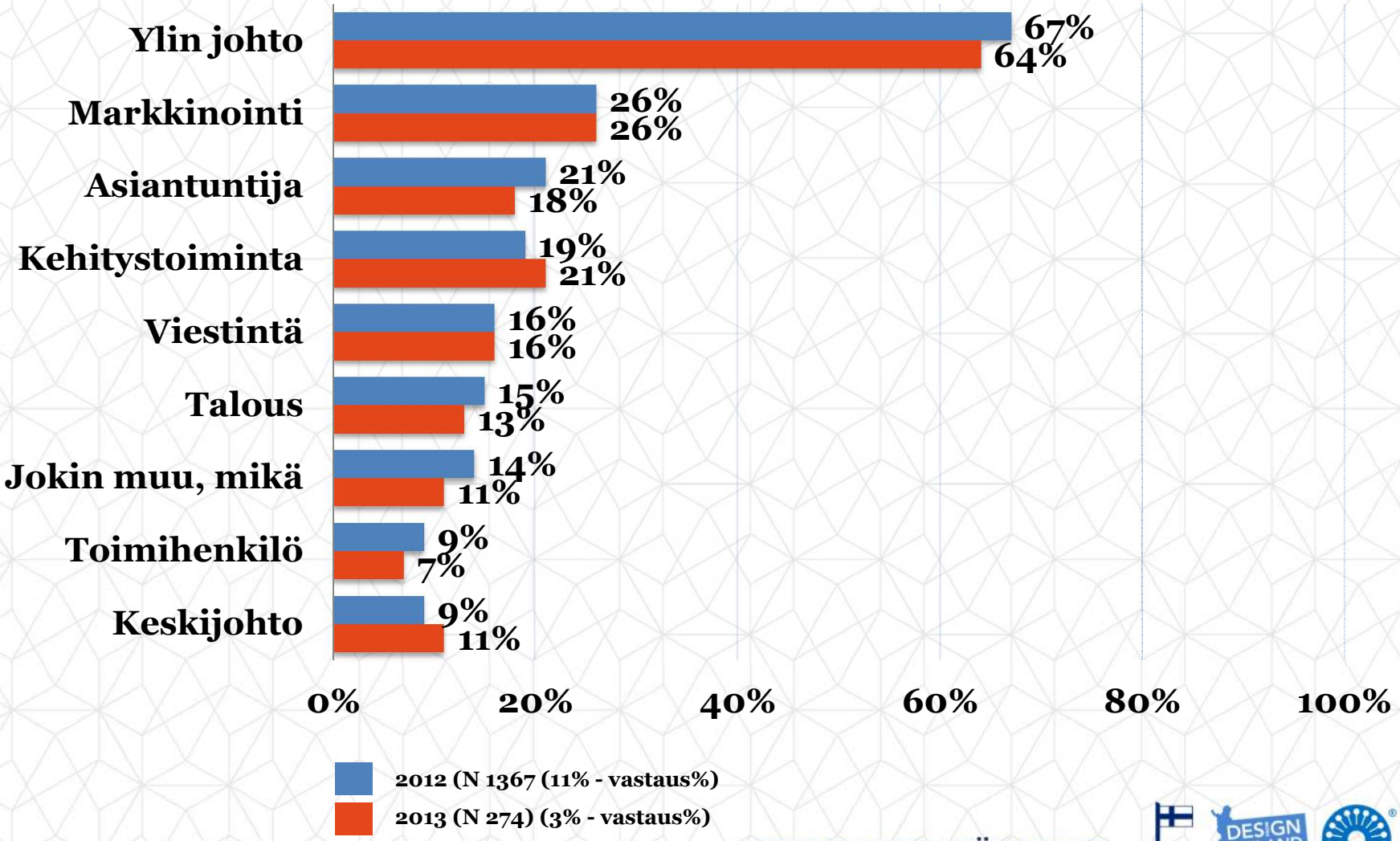
Toimipaikkani työntekijämäärä on



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

Taustatiedot

Valitse seuraavista vaihtoehdoista toimenkuvaasi vastaava tehtäväkenttä organisaatiossanne. Voit valita useamman vaihtoehdon



SUOMALAISEN TYÖN LIITTO

LISÄTIEDOT

Jokke Eljala
tutkimuspäällikkö
Suomalaisen Työn Liitto

(09) 6962 4348
050 374 7410
jokke.eljala@avainlippu.fi

www.avainlippu.fi