

Grafian jäsenet
työmarkkinoilla

grafica

2015

Tutkimuksen toteutus Katri Soramäki, Katja Ojala / Grafia
Toimitus Matti Koskinen
Tutkimuskonsultti Jan-Otto Malmberg
Graafinen suunnittelija Johanna Hörkkö

Sisällys

1. Johdanto_4

2. Grafian jäsenet työmarkkinoilla_4

- 2.1 Jäsenistön yleiskuva_5
- 2.2 Koulutustausta_7
- 2.3 Työnkuvat ja tittelit_9
- 2.4 Opiskelijat, eläkeläiset ja työttömät_12

3. Palkansaajat_13

- 3.1 Työnantajat ja toimialat_14
- 3.2 Työsuhteen muoto_16
- 3.3 Palkansaajien luottamus tulevaisuuteen_17
- 3.4 Työssäkävien jatkokoulutus_19

4. Päätoimiset yrittäjät ja freelancerit_20

- 4.1 Yritysmuodot ja toimialat_21
- 4.2 Yrittäjien tulevaisuudennäkymät_22
- 4.3 Freelancerit verokortilla_23
- 4.4 Sivutoimiset freelancerit ja yrittäjät_24

5. Palkat ja ansiotaso_27

- 5.1 Työsuhteisten palkkataso_28
 - Palkkojen kehittyminen_29
 - Tyytyväisyys palkkatasoon_30
- 5.2 Yrittäjien ansiotaso_31
 - Yrittäjien ja freelancereiden työn tuntilaskutus_32
 - Yrittäjien tyytyväisyys ansiotasoon_33

6. Sopimukset ja työelämän ongelmakohdat_34

- 6.1 Kokemukset sopimusneuvotteluista_34
- 6.2 Tyypillisiä ongelmakohtia sopimuksissa_35

1. Johdanto

Grafian jäsenet vaikuttavat arkiseen visuaaliseen ympäristöömme voimakkaasti, vaikka jäävätkin usein näkymättömiksi. Tämä tutkimus on yksi tapa, jolla Grafia haluaa edistää visuaalisen viestinnän suunnittelun tuntemusta.

Visuaalisen viestinnän ja informaation muotoilun merkitys taloudessa ja kulttuurissa on kasvanut koko 2000-luvun. Hyvä graafinen suunnittelu on näkymätöntä. Siihen ei kiinnitä huomiota, kun se on onnistunutta ja toimivaa. Visuaalisen viestinnän suunnittelijat ovatkin jääneet kokolailla näkymättömiksi, vaikka he tavalla tai toisella ovat mukana muotoilemassa niin painettua kuin digitaalista viestintää, palveluita ja koko yhteiskuntaa. Yhä edeenkin muotoilu käsitetään usein suppeasti, lähinnä fyysisten tuotteiden muotoiluna.

Grafia on visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö, jonka tehtävänä on edistää alan tietämystä ja tuntemusta sekä valvoa jäsentensä ammatillisia, oikeudellisia ja taloudellisia etuja. Visuaalisen viestinnän alan arvostuksen nostaminen ja näkyväksi tekeminen on tärkeää myös Suomen kilpailukyvyllä. Suomalaisten brändien arvo on vain noin 6 Mrd €, kun esimerkiksi Ruotsalaisten brändien arvo on yli kymmenkertainen, 68 Mrd € [Brandirectory].

Voidakseen tehokkaammin edistää jäsentensä ammatillisia etuja on Grafia tehnyt syksyllä 2015 ensimmäisen laajemman oman selvityksen jäsentensä työllistymisestä, ansiotasosta ja odotuksista työmarkkinoilla. Nyt aloitettua tutkimustyötä tullaan jatkamaan säännöllisin väliajoin, jotta saadaan kerättyä tietoa myös pidemmän ajan trendeistä.

Tähän raporttiin on koottu syksyllä 2015 tehdyn toimialakyselyn keskeiset tulokset. Tutkimusaineiston analysoinnista on vastannut tutkimuskonsultti Jan-Otto Malberg ja raportin kirjoittamisesta Matti Koskinen. Grafian yhteyshenkilöinä ovat olleet toiminnanjohtaja Katri Soramäki sekä viestintäpäällikkö Katja Ojala. Raportin visuaalisen ilmeen suunnitteli Johanna Hörkkö.

2. Grafian jäsenet työmarkkinoilla

Grafian jäsenet ovat visuaalisen suunnittelun ammattilaisia: graafisia muotoilijoita, kuvittajia, markkinointintiviestinnän suunnittelijoita, julkaisujen ulkoasusuunnittelijoita sekä alan opettajia ja tutkijoita. Grafian syksyllä 2015 teettämän kyselyn mukaan jäsenet ovat keskimäärin korkeasti koulutettuja ja hyvin työllistyviä.

Kyselyssä selvitettiin muun muassa jäsenten asemaa työmarkkinoilla, tulotasoa ja luottamusta tulevaisuuteen. Tulosten mukaan peräti yli puolet järjestön jäsenistä on itsensä työllistäviä, joko yrittäjiä tai freelancereita, ja kolmannes työskentelee palkansaajina eri organisaatioissa.

Valtaosa jäsenistä työskentelee tyypillisesti julkaisugrafiikan ja yritysilmien parissa, mutta Grafiaan kuuluvien suunnittelijoiden osaaminen ja työtehtävät sisältävät suurta vaihtelua ja ulottuvat kuvittamisesta fonttisuunnitteluun ja peligrafiikkaan.

2.1. Jäsenistön yleiskuva

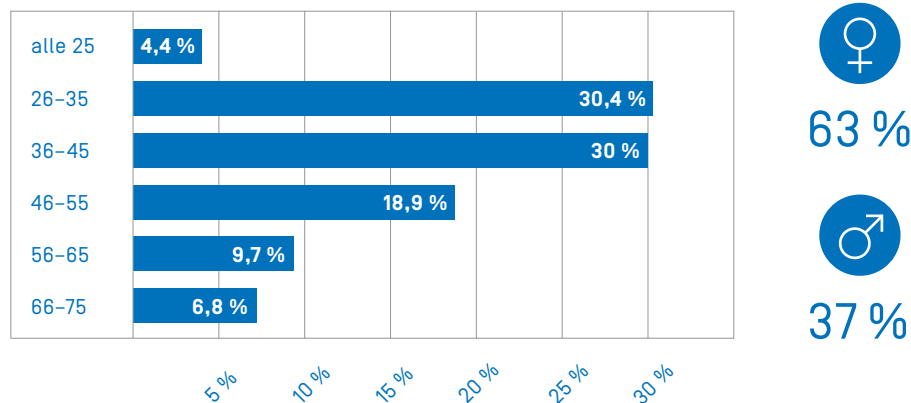
Käsillä oleva raportti perustuu Grafian syksyllä 2015 teettämän työmarkkinakyselyn tuloksiin. Kysely toteutettiin sähköisellä lomakkeella, joka lähetettiin kaikille Grafian jäsenille, joiden sähköpostiosoite on Grafian tiedossa. Vastaaminen oli vapaaehtoista. Yhteensä 854 kyselyn saaneesta Grafian jäsenestä 207 vastasi kyselyyn, joten vastausprosentti oli noin 24.

Asuinpaikka- ja ikäjakauman osalta vastaajat muodostavat melko edustavan otoksen alle 76-vuotiaasta jäsenistöstä. Iäkkäin ryhmä eli yli 76-vuotiaat jäi ilman vastauksia. Todennäköisin selitys on, että iäkkäämmät käyttävät vähemmän sähköpostia. Nuorimmat ikäryhmät olivat näin ollen jonkin verran yliedustettuina. Vastaajista 130 eli selkeä enemmistö (63%) oli naisia, vaikka jäsentietojen perusteella Grafian jäsenistä naisia on noin puolet. Naiset kuitenkin yleisesti ottaen vastaavat kyselyihin miehiä aktiivisemmin.

Vastaajista 31 prosenttia oli 26–35-vuotiaita ja 30 prosenttia 36–45-vuotiaita, mikä vastaa suurin piirtein koko jäsenistön ikäjakaamaa. Yli 76-vuotiailta jäseniltä ei saatu vastauksia.

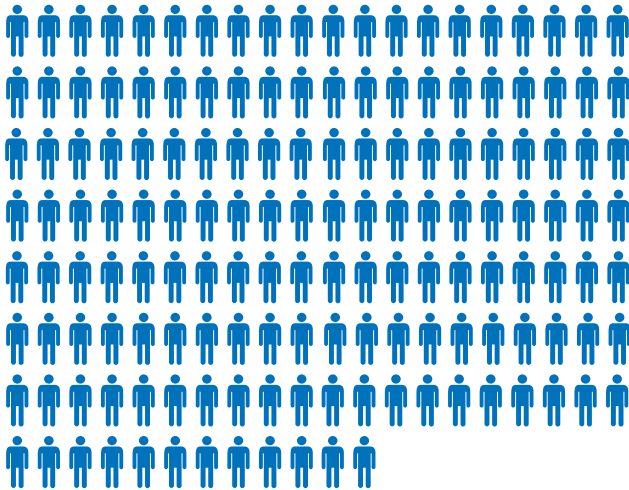
Asuinpaikoissa korostui Etelä-Suomi. Sekin vastaa odotuksia, sillä visuaalisen suunnittelun työpaikat ovat keskittyneet paljolti pääkaupunkiseudulle. Tilastokeskuksen vuoden 2013 tietojen mukaan Suomen graafisen muotoilun toimipaikoista ja mainostoimistoista yli puolet sijaitsi Uudellamaalla. Kyselyyn vastanneista kuitenkin peräti yli 70 prosenttia asui Uudellamaalla.

Ikä ja sukupuoli



Asuinpaikka

Uusimaa
73,4 %



Pohjanmaa
6,3 %



Varsinais-Suomi
3,9 %



Päijät-Häme
3,4 %



Ulkomaat
2,4 %



Lappi
1,5 %



Keski-Suomi
1,5 %



Pirkanmaa
3,4 %



Pohjois-Savo
1,5 %



Kanta-Häme
1 %



Pohjois-Karjala
1 %



Kymenlaakso
0,5 %



Etelä-Pohjanmaa
0,5 %



Vastaajien lkm 207

Visuaalisen suunnittelun työpaikat ovat keskittyneet paljolti pääkaupunkiseudulle.

2.2 Koulutustausta

Grafian jäsenistö on kyselyn perusteella pääosin korkeasti koulutettua. Alan korkeakouluja ovat Suomessa Aalto-yliopiston ja Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan lisäksi eräät ammattikorkeakoulut, kuten Vantaan Metropolia-ammattikorkeakoulu ja Lahden AMK:n muotoiluinstituutti.

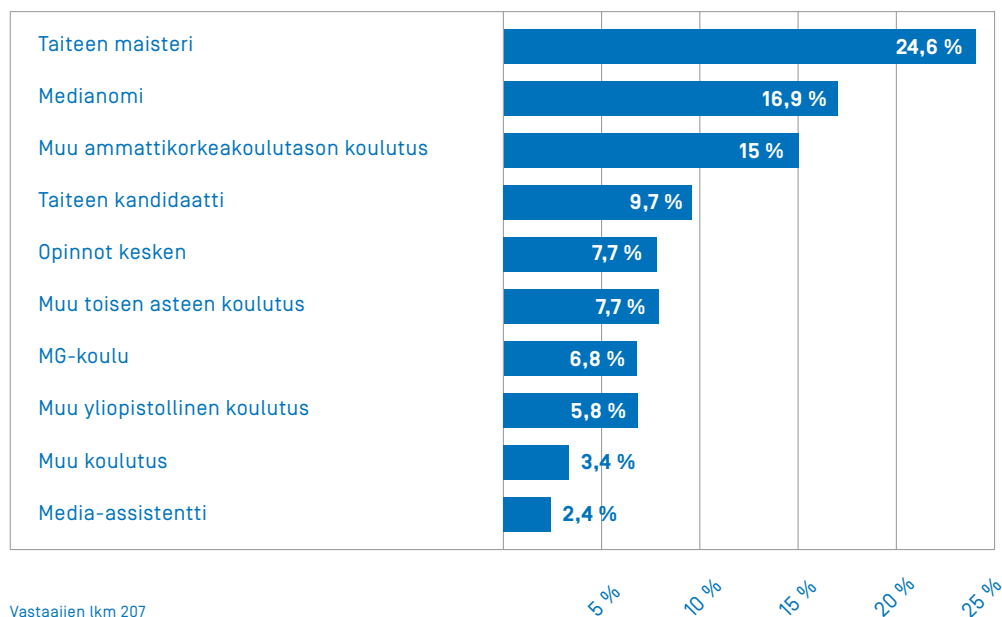
Noin neljännes (24 %) vastaajista oli koulutukseltaan taiteen maistereita ja hieman alle 10 prosenttia taiteen kandidaatteja. Yhteensä noin kolmannes vastaajista ilmoitti suorittaneensa medianomi- tai muun ammattikorkeakoulututkinnon.

Loppujen vastaajien joukossa oli muun muassa media-assistentteja ja muita toisen asteen koulutuksen käyneitä sekä Markkinointi-instituutin mainosgraafikkokoulusta valmistuneita.

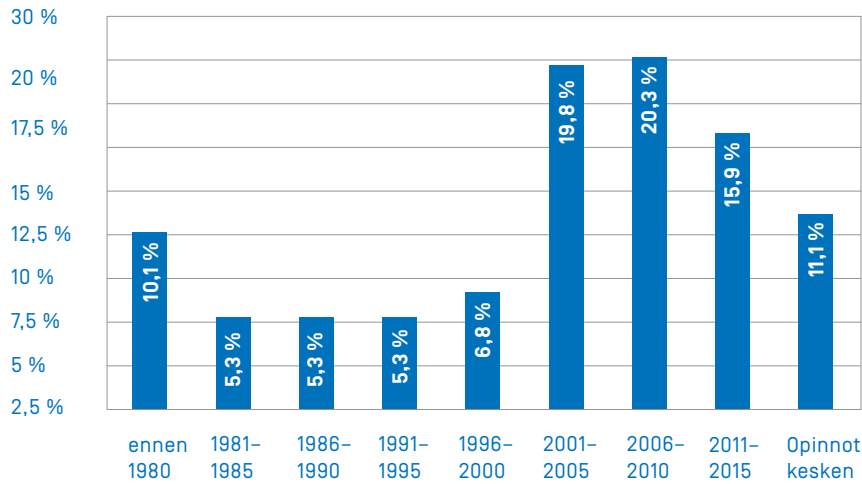
Kuten vastaajien ikäjakaumasta voi päätellä, ylivoimainen enemmistö oli valmistunut 2000-luvulla. Hieman yli 10 prosenttia vastaajista ilmoitti opintojen olevan vielä kesken.

Vastaavasti takana olevien työvuosien määrä oli tyypillisesti viiden ja viidentoista vuoden välillä. Tosin 17,5 prosenttia vastaajista kertoi olleensa työelämässä yli 30 vuotta. Noin 15 prosenttia vastaajista oli vasta uransa alkuvaiheessa. He olivat olleet työelämässä vasta alle viisi vuotta.

Koulutus



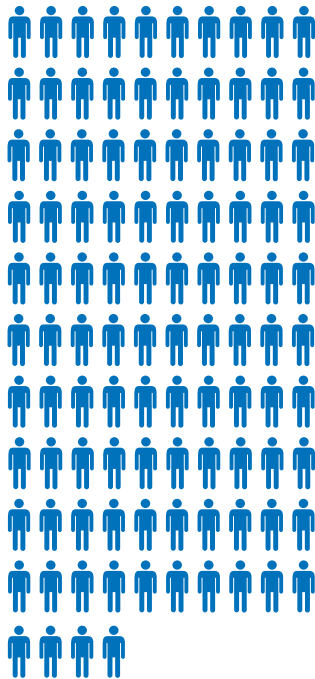
Valmistumisvuosi



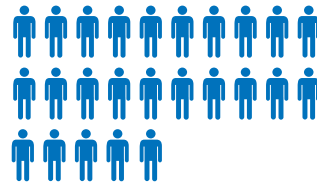
Vastaajien lkm 207

Ammatti

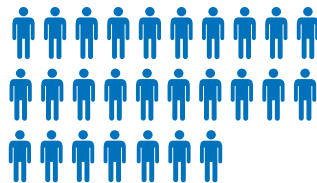
Graafinen suunnittelija
50,2 %



Art director
13,0 %



Muu
12,1 %



Kuvittaja
8,7 %



Luova johtaja
5,3 %



Opettaja, tutkija
4,8 %



Opiskelija
2,9 %



Pilapiirtäjä/karikatyyristi
1,5 %



Peligrافیikko
1,0 %



Tuotanto-AD
0,5 %



Vastaajien lkm 207

2.3. Työnkuvat ja tittelit

Grafian jäsenistö käsittää laajan otoksen visuaalisen suunnittelun ammattilaisia: graafisia suunnittelijoita, kuvittajia, opettajia ja tutkijoita. Alalla työskentelevien nimikkeet ja toimialat voivat vaihdella suuresti työnantajan, työnkuvan ja erikoistumisalan mukaan. Jäsenkyselyyn osallistuneiden kuvaukset työnsä sisällöstä kertovat tehtävien laaja-alaisuudesta ja monipuolisuudesta.

Useimmat vastaajista kertoivat suunnittelevansa julkaisugrafiikkaa (67 %) eli kirjojen, lehtien ja muiden julkaisujen ulkoasuja painettuun ja digitaaliseen mediaan, sekä yritysilmaita ja visuaalisia identiteettejä (63 %). Yli puolet vastaajista kertoi tekevänsä kuvituksia (52 %) muun muassa mainos- ja viestintätoimistojen sekä kustantajien tarpeisiin. Monet Grafian kuvittajajäsenet ovat myös merkittäviä suomalaisten kuva- ja lastenkirjojen, animaatioiden ja sarjakuvataiteen tekijöitä.

Viestinnän digitalisoituminen on aiheuttanut jatkuvia muutoksia visuaalisten suunnittelijoiden työssä. Tarjolla oleva aineisto ei kerro muutoksista digitaalisen ja painetun median työllistävyydessä, mutta syksyn 2015 kyselyssä yli 40 prosenttia vastaajista kertoi tekevänsä erikseen myös digitaalista suunnittelua.

Noin 40 prosenttia vastaajista teki laajemmin mainonnan suunnittelua sekä konseptisuunnittelua, ja yhtä moni kertoi tekevänsä myös informaatiografiikkaa. Lisäksi useampi vastaaja ilmoitti työkseen alan opetuksen ja tutkimuksen, kirjainmuotoilun, pakkausmuotoilun ja palvelumuotoilun sekä pelisuunnittelun.

Viidennes vastaajista kertoi työhönsä sisältyvän listattujen vaihtoehtojen lisäksi myös muita tehtäviä, muun muassa näyttelytiloja ja liikegrafiikkaa.

“Tuottamista ja näyttelytilojen suunnittelua.”

“Käyttöliittymäsuunnittelua.”

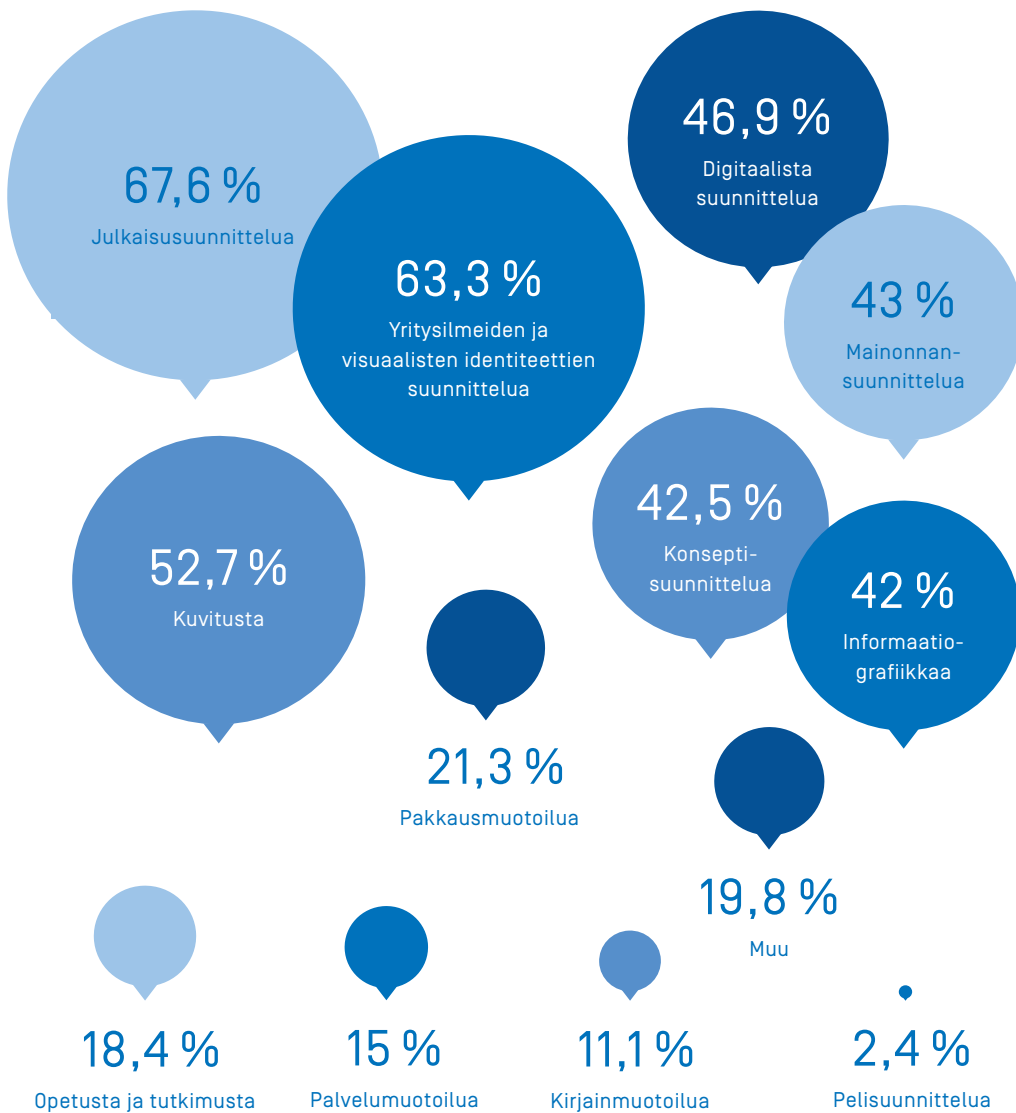
“Sarjakuvaa ja pilakuvaa.”

“Painokuosisuunnittelua.”

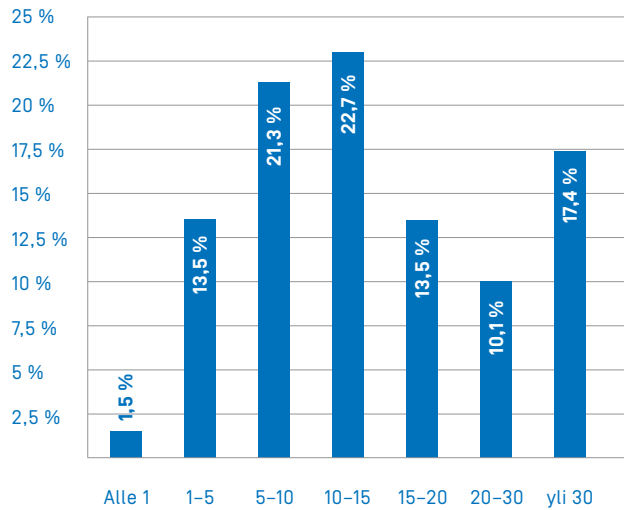
Oman yrityksen perustaminen on graafisille suunnittelijoille varsin yleinen tapa työllistyä, mikä näkyy myös kyselyn tuloksissa. Vastaajista 55 prosenttia ilmoitti olevansa pääasialliselta toimintamuodoltaan yrittäjiä tai freelancereita. Vastaavasti palkansaajia oli vain 31 prosenttia. Freelancetyötä verokortilla ilman yritysmuotoa teki kuitenkin vain neljä prosenttia vastaajista, ja 51 prosenttia työskenteli oman yrityksen tai toiminimen kautta.

Työnkuva

Vastaaja on voinut valita useamman vaihtoehdon.

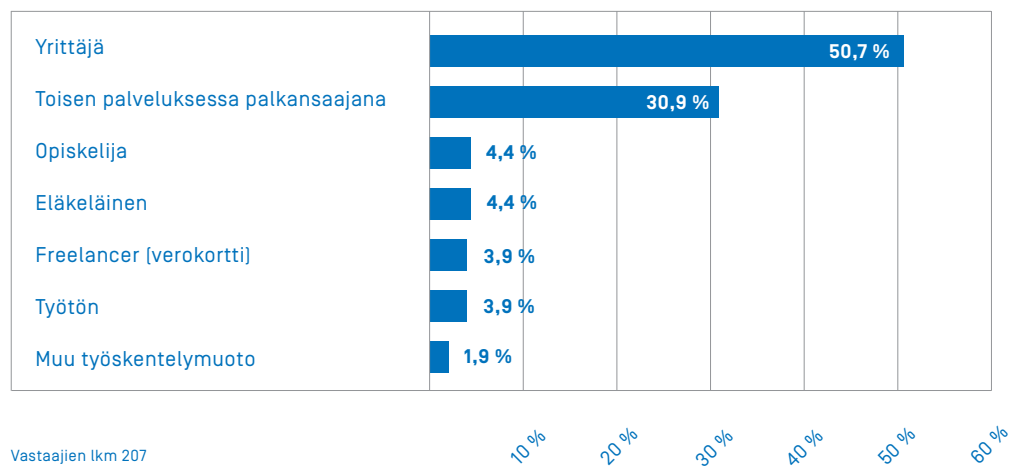


Työuran pituus vuosina



Vastaajien lkm 207

Pääasiallinen työskentelymuoto



Vastaajien lkm 207

2.4 Opiskelijat, eläkeläiset ja työttömät

Pieni osa kyselyyn vastanneista jäsenistä oli muita kuin palkansaajia tai yrittäjiä. Esimerkiksi Grafian juniorijäsenet ovat korkeakoulussa, yliopistossa tai ammatti-korkeakoulussa graafisen suunnittelun tutkintoa suorittavia opiskelijoita. Jäsenkyselyyn vastanneista noin kolme prosenttia oli päätoimisia opiskelijoita.

Loput vastaajat olivat tavalla tai toisella työmarkkinoiden ulkopuolella. Noin viisi prosenttia ilmoitti olevansa eläkkeellä. Vain neljä prosenttia kertoi olevansa vastaus-hetkellä työttömänä, kun keskimääräinen työttömyysaste Suomessa on 9,2 prosenttia [Tilastokeskus 12/2015].

Vain neljä prosenttia
kertoi olevansa
vastaushetkellä
työttömänä.

3. Palkansaajat

Noin kolmannes Grafian kyselyyn vastanneista toimi pääasiallisesti työsuhteessa, tyypillisesti yksityisen sektorin työnantajien palveluksessa. Heidän asemansa työmarkkinoilla on keskimäärin vahva: vaikka määräaikaisia työsuhteita oli melko paljon, suurin osa vastaajista teki kokoaikaista työtä. Lisäksi valtaosa palkansaajista suhtautui työpaikkansa pysyvyyteen luottavaisesti.

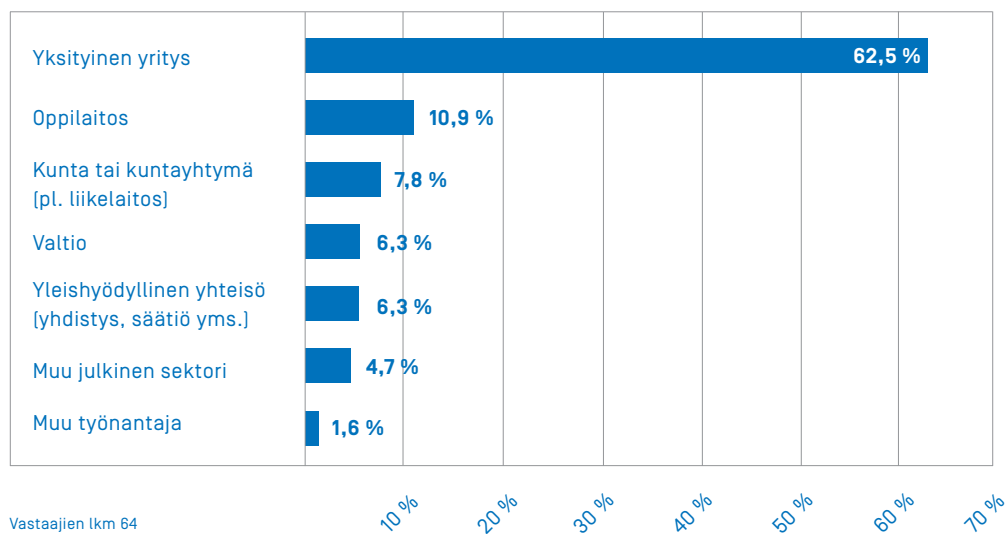
3.1 Työnantajat ja toimialat

Yksityiset yritykset ovat Grafian kyselyyn vastanneiden palkansaajien yleisin työnantaja. Yhteensä työsuhteessa työskenteli kaikkiaan 31 prosenttia vastaajista, joista lähes kaksi kolmannesta oli töissä yksityisellä sektorilla. Oppilaitokset työllistivät hieman yli 10 prosenttia palkansaajista ja valtio, kunnat, järjestöt ja muut julkisen sektorin toimijat noin viisi prosenttia kukin.

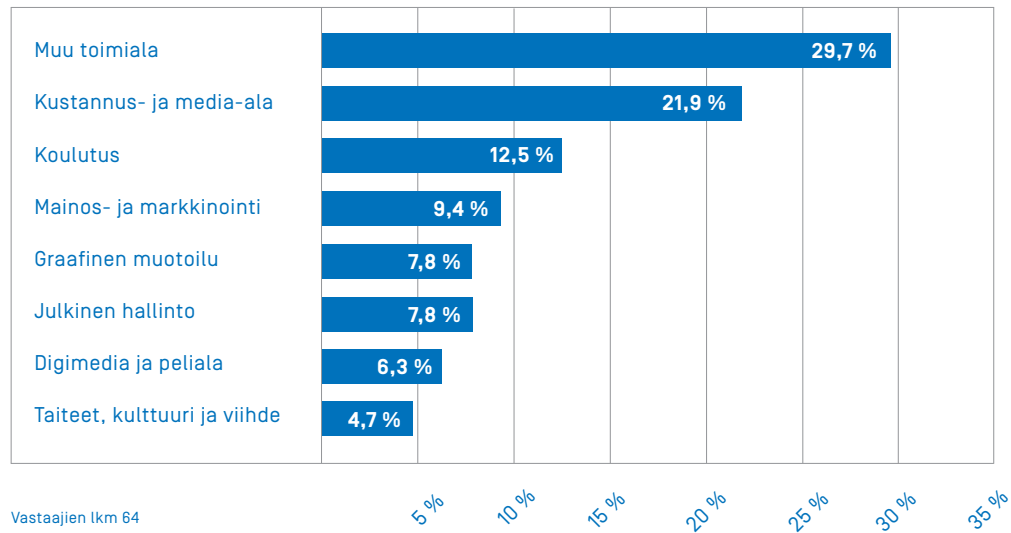
Visuaalisia suunnittelijoita tarvitaan monenlaisissa yrityksissä ja julkisyhteisöissä, mikä näkyy työnantajien toimialoja koskevissa vastauksissa. Perinteiset kustannus- ja media-ala sekä mainonta ja markkinointi työllistivät vain noin kolmanneksen palkansaajista. Yhtä moni ilmoitti työnantajansa toimialan avoimella vastauksella, joissa esiintyivät muun muassa IT-ala, vakuutusala sekä lemmikkiala.

Noin kolmannes työnantajista oli suuria, yli 250 hengen yrityksiä tai organisaatioita. Toiseksi eniten, noin neljännes, työskenteli keskiuurissa 10–50 hengen yhteisöissä.

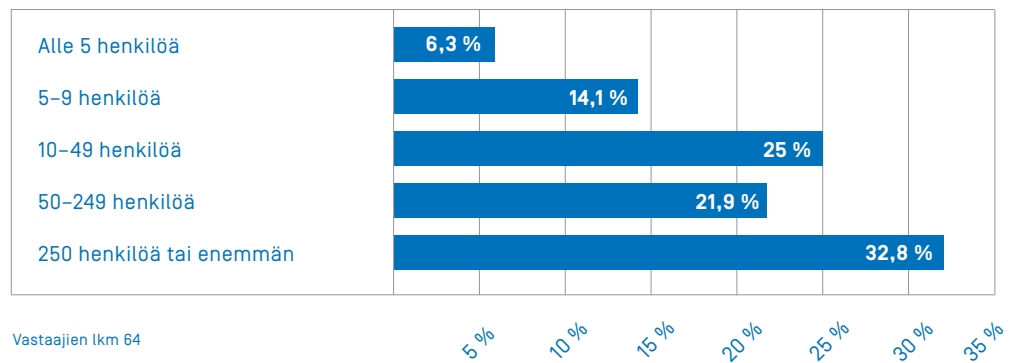
Työnantajasektori



Työnantajan toimiala



Työnantajan henkilöstömäärä



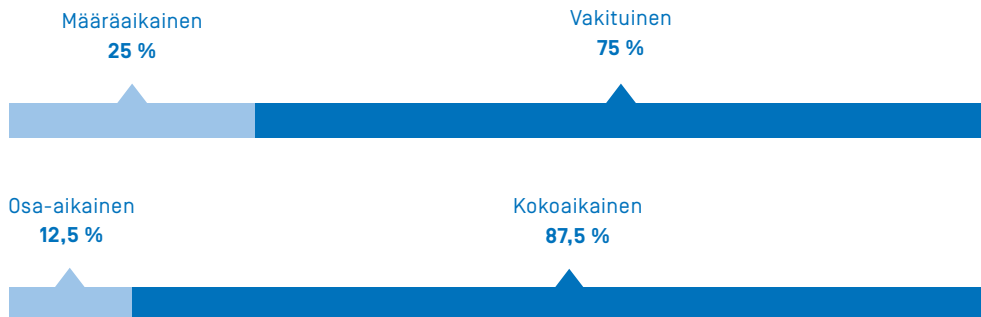
3.2 Työsuhteen muoto

Palkansaajiksi itsensä ilmoittaneiden asema työmarkkinoilla on keskimäärin melko vahva, sillä heistä noin kolme neljästä oli vakituudessa työsuhhteessa ja lähes 90 prosenttia teki kokoaikaista työtä. Määräaikaisissa suhteissa oli vastaajista 25 prosenttia, ja osa-aikatyötä teki vain hieman yli 10 prosenttia palkansaajista.

Määräaikaisia työsuhteita vastaajilla oli enemmän kuin koko Suomen työväestöllä keskimäärin. Koko työväestöstä vain 15 prosenttia työskentelee määräaikaisessa työsuhhteessa. Osa-aikaiset työsuhteet olivat vastaajien keskuudessa hieman koko työväestöä harvinaisempia.*

* Työvoimatutkimus lokakuu 2015, liitetaulukko 14. Tilastokeskus, verkkojulkaisu

Työsuhteen muoto



Vastaajien lkm 64

3.3. Palkansaajien luottamus tulevaisuuteen

Media- ja mainosala ovat perinteisesti visuaalisten suunnittelijoiden tärkeimpiä työllistymisalajoja. Ne työllistivät noin kolmanneksen Grafian kyselyyn vastanneista palkansaajista. Suomen vuosia jatkuneesta epävarmasta taloustilanteesta ja media-alan huonoista suhdanteista huolimatta Grafian kyselyyn vastanneet palkansaajat ovat myös melko luottavaisia tulevaisuuden suhteen.

Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan esimerkiksi media-alalta katosi Suomessa vuosina 2012-2014 yli tuhat työpaikkaa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa, missä digitalisoiminen on edennyt pidemmälle, perinteisen kustannus- ja julkaisutoiminnan supistuminen on ollut vielä rajumpaa.*

Myös yritysten markkinointiin käyttämät rahamäärät ovat laskussa. Mainonnan neuvottelukunnan mukaan markkinointiviestinnän määrä Suomessa laski vuonna 2014 noin 2,5 prosenttia edellisvuodesta.**

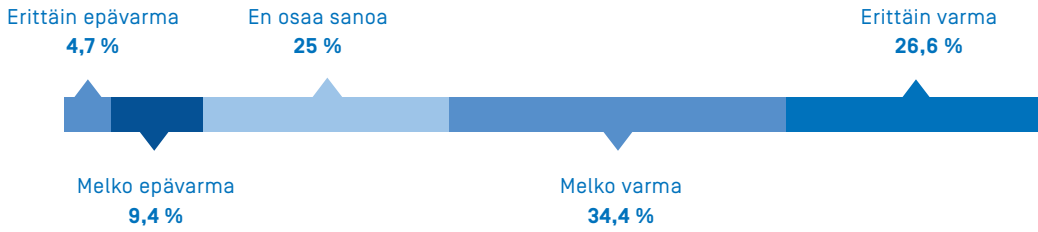
Lähes 60 prosenttia Grafian kyselyyn vastanneista palkansaajista kertoi kuitenkin olevansa melko varmoja tai erittäin varmoja työsuhteensa jatkumisesta lähitulevaisuudessa. Melko ja erittäin epävarmoja tilanteestaan oli alle 15 prosenttia, ja 25 prosenttia ei osannut sanoa suuntaan tai toiseen.

*Kuva median murroksesta - Mitä käy kasvulle ja työpaikoille?, TEM raportteja 25/2014, verkkojulkaisu

**Markkinointiviestinnän määrä 2014, Mainonnan neuvottelukunta MNK

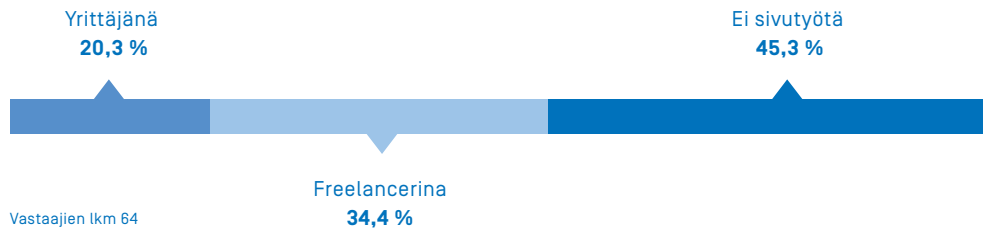
Media-alan huonoista
suhdanteista huolimatta
Grafian kyselyyn vastanneet
palkansaajat ovat myös
melko luottavaisia
tulevaisuuden suhteen.

Miten varmaksi koet työsuhteesi jatkuvuuden?



Vastaajien lkm 64

Palkkatyön oheinen sivutoimisuus



Vastaajien lkm 64

3.4 Työssäkävien jatkokoulutus

Digitalisoituminen aiheuttaa jatkuvia muutoksia yritysten toimintaympäristöissä, etenkin media- ja mainosaluilla. Visuaalisilta suunnittelijoilta vaaditut taidot muuttuvat nopeasti, ja jatkuva koulutus on yksi tapa pysyä kehityksessä mukana.

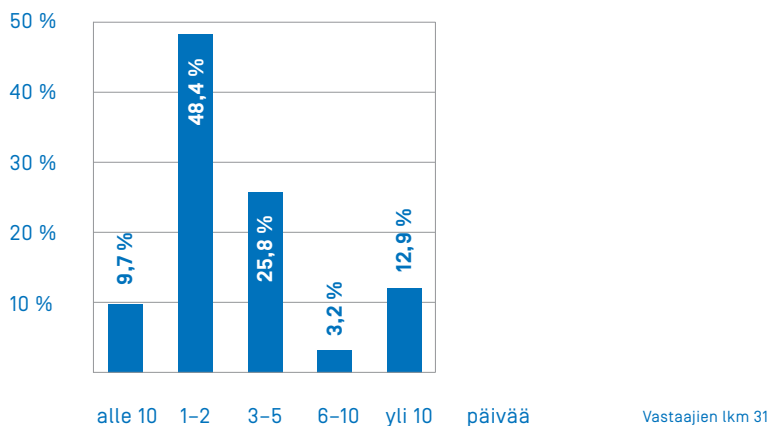
Grafian työelämäkyselyyn vastanneista palkansaajista noin puolet oli osallistunut viimeisen vuoden aikana työhönsä liittyvään koulutukseen. Tyypillisesti koulutuspäiviä oli vuodessa 1-5. Useimmilla koulutuksen maksoi työnantaja, mutta noin neljännes koulutukseen osallistuneista palkansaajista oli kustantanut kurssinsa itse.

On huomattavaa, että työelämän nopeasti muuttuvista haasteista huolimatta hieman yli puolet palkansaajista ei osallistunut koulutukseen edeltävän vuoden aikana lainkaan.

Osallistuminen työhön liittyvään koulutukseen viimeisen vuoden aikana



Koulutuspäivien määrä viimeisen vuoden aikana



4. Päätoimiset yrittäjät ja freelancerit

Grafian kyselyyn vuonna 2015 vastanneista jäsenistä noin 50 prosenttia ilmoitti toimivansa päätoimisesti yrittäjinä ja neljä prosenttia freelancerina verokortilla. Alan yritykset ovat usein pieniä, tavallisesti yhden hengen toiminimiä tai osakeyhtiöitä. 76 prosenttia Grafiaan kuuluvista yrittäjistä oli yksinyrittäjiä. Yrittäjien usko tulevaisuuteen on vahva, sillä valtaosa yrittäjistä uskoi toimeksiantojen määrän pysyvän ennallaan tai jopa kasvavan.

4.1 Yritysmuodot ja toimialat

Kyselyn perusteella päätoimisesti yrittäjänä työskentelevä Grafian jäsen on tyypillisesti graafisen muotoilun palveluita toiminimellä tarjoava yksinyrittäjä. Toiminimi oli yritysmuotona 60 prosentilla kyselyyn vastanneista yrittäjistä. 37 prosenttia ilmoitti yhtiömuodoksi osakeyhtiön.

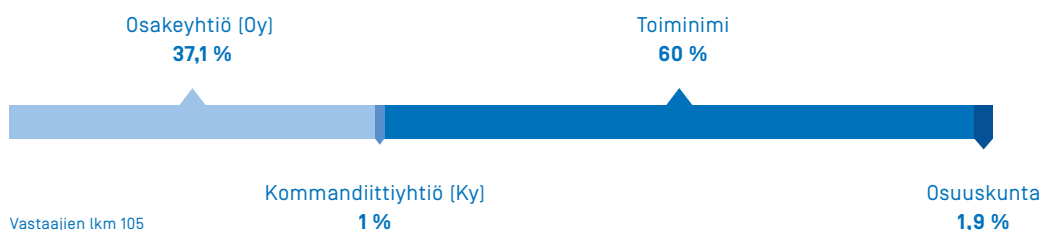
Yritykset ovat kooltaan pieniä. Myös osakeyhtiöiden joukossa oli luultavasti useita yhden hengen yrityksiä, sillä vastaajista kaikkiaan 76 prosenttia oli yksinyrittäjiä. Noin 13 prosenttia yrityksistä oli kahden hengen yrityksiä. Yli 10 hengen yrityksiä oli alle neljä prosenttia.

Toimialoista ylivoimaisesti yleisin oli graafinen suunnittelu [67 prosenttia], ja noin 13 prosenttia toimi mainosalalla. Vastaajien joukossa oli yrittäjiä myös kustannus- ja media-alalta, taide- ja kulttuurialalta sekä digitaalisen median ja pelien alalta.

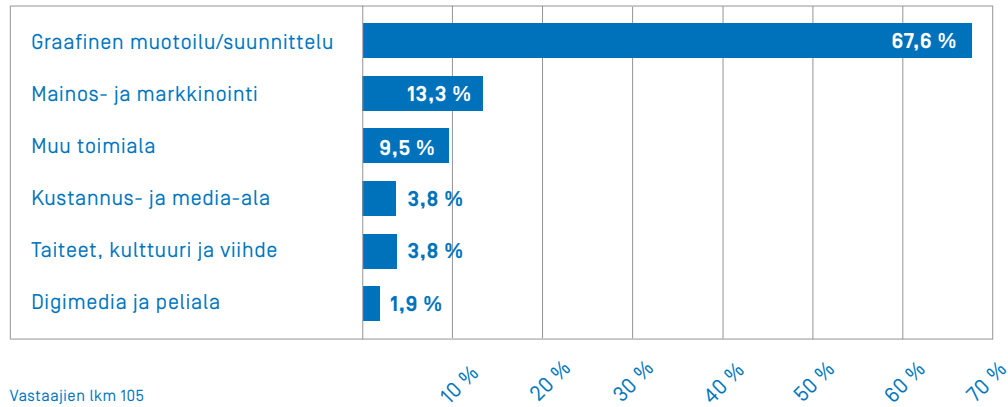
Yritykset oli enimmäkseen perustettu viimeisen kymmenen vuoden aikana, mikä on oletettavaa vastaajien ikäjakauman huomioon. Yrittäjien työurien pituutta ei erikseen kysytty, mutta yritysten ikärakenne oli lähellä työsuhteessa olevien työurien pituuksia.

Päätoimisesti yrittäjänä työskentelevä Grafian jäsen on tyypillisesti graafisen muotoilun palveluita toiminimellä tarjoava yksinyrittäjä.

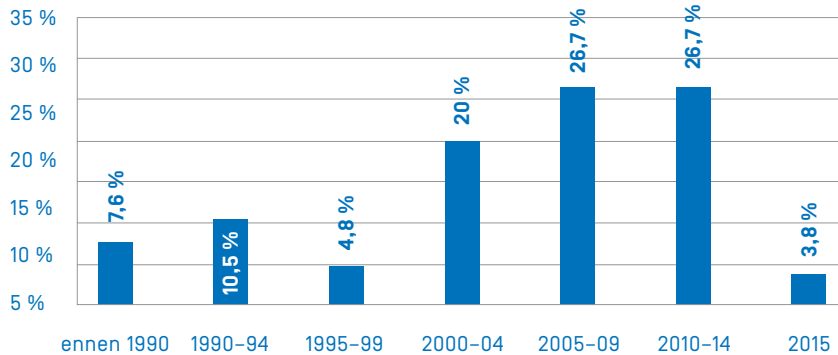
Yrityksen yhtiömuoto



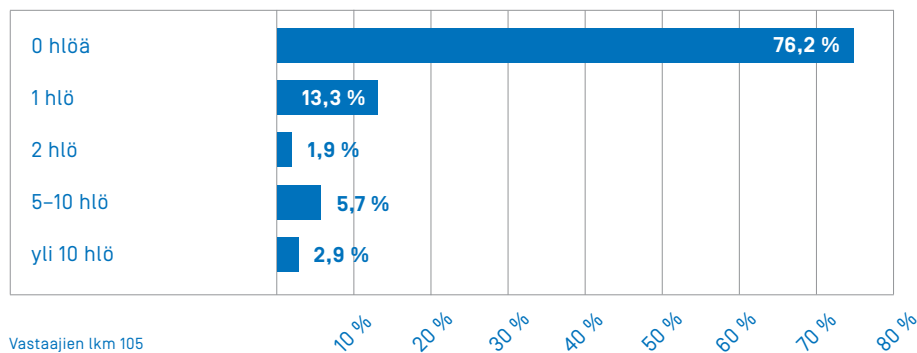
Toimiala



Perustamisvuosi



Kuinka monta työntekijää yrityksessä on lisäksesi?



4.2 Yrittäjien tulevaisuudennäkymät

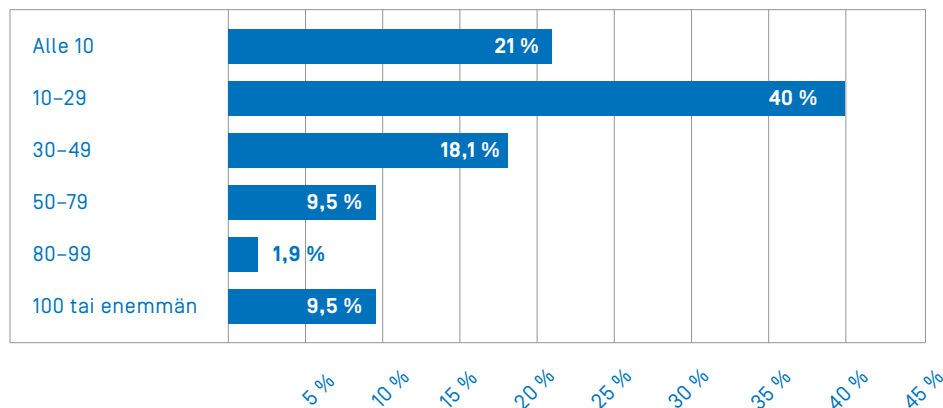
Suurin osa vastaajista suhtautui syksyllä 2015 tehdyssä kyselyssä tulevaisuuteen suhteellisen positiivisesti. Yli 70 prosenttia osa yrittäjistä piti yritystoiminnan jatkumista lähitulevaisuudessa erittäin tai melko varmana. Epävarmuutta jatkosta koki noin 13 prosenttia yrittäjistä.

Lisäksi yli 40 prosenttia yrittäjistä uskoi toimeksiantojen määrän pysyvän suunnilleen entisellään vuonna 2015 ja noin 30 prosenttia piti todennäköisenä, että toimeksiantojen määrä kasvaa. Vuotuisten toimeksiantojen määrä vaihteli vastauksissa alle kymmenestä yli sataan, mutta enemmistö yrityksistä sai vuonna 2014 alle viisikymmentä toimeksiantoa. Vain noin neljännes uskoi saavansa vuonna 2015 edellistä vuotta vähemmän toimeksiantoja.

Kyselyyn vastanneiden päätoimisten yrittäjien osallistuminen koulutukseen oli hieman palkansaajia alhaisempaa. Yrittäjistä vain noin kolmannes kertoi olleensa työhön liittyvässä koulutuksessa viimeisen vuoden aikana. Syyt ovat mahdollisesti taloudelliset, sillä valtaosa palkansaajien koulutuspäivistä oli työnantajan kustantamia.

Toisaalta yrittäjät osallistuivat pääosin pidempiin koulutuksiin. Koulutuksessa olleista yrittäjistä peräti kolmannes kertoi olleensa kursseilla yli kymmenen päivää vuoden aikana.

Toimeksiantojen määrä vuonna 2014

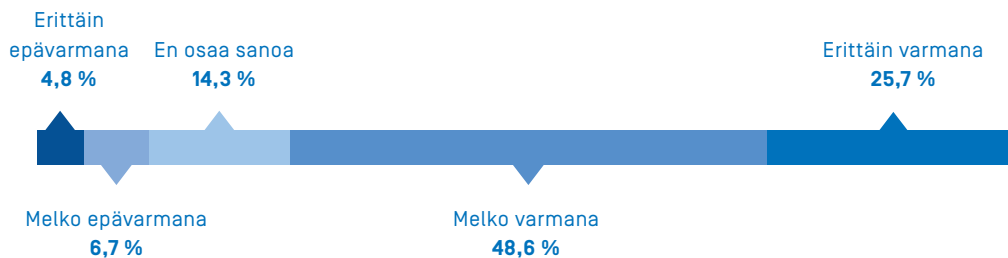


Arvio toimeksiantojen määrästä vuonna 2015



Vastaajien lkm 105

Miten varmana koet yritystoimintasi jatkuvuuden lähitulevaisuudessa?



Vastaajien lkm 105

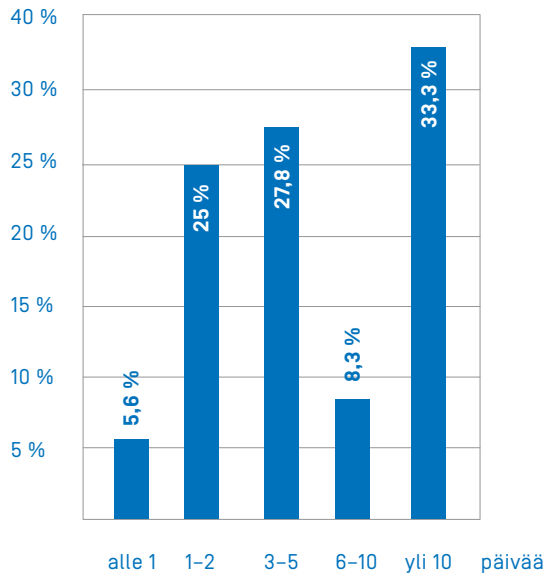
Noin kolmannes
yrittäjistä uskoi
saavansa vuonna 2015
edellistä vuotta
enemmän toimeksiantoja.

Työhön liittyvä koulutus viimeisen vuoden aikana



Vastaajien lkm 105

Koulutuspäivien määrä viimeisen vuoden aikana



Vastaajien lkm 36

4.3 Freelancerit verokortilla

Grafian kyselyyn vastasi pieni määrä päätoimisia freelancereita, jotka toimivat graafisen muotoilun ja kustannus- ja media-alan palveluksessa. Vastausten vähyyden vuoksi tiedot eivät ole yleistettävissä.

Kyselyyn vastanneet muutamat freelancerit tekivät kuitenkin töitä keskimäärin 35 tuntia viikossa, mikä on lähellä yrittäjien ja palkansaajien työmäärää. Suurin osa heistä uskoi jatkavansa freelance-työtä myös lähitulevaisuudessa, mutta vain alle puolet vastaajista oli tyytyväisiä tulotasoonsa. Freelancerien ilmoittamat kuukausiansiot olivatkin pienempiä kuin esimerkiksi yrittäjien.

4.4 Sivutoimiset freelancerit ja yrittäjät

Kaikista kyselyyn osallistuneista noin 17 prosenttia kertoi työskentelevänsä päätoimena ohessa sivutoimisena freelancerina tai yrittäjänä. Lähes kaksi kolmannesta sivutoimisista yrityksistä oli toiminimiä ja loput osakeyhtiöitä, pääasiassa graafisen suunnittelun alalla. Kaikki sivutoimiset yritykset olivat yhden hengen yrityksiä.

Vastaajista hieman yli 10 prosenttia toimi sivutoimisena freelancerina, jälleen pääasiassa graafisen suunnittelun alalla. Heistä puolet teki freelancetöitä enintään kymmenen tuntia viikossa ja valtaosa ansaitsi sivutoimestaan alle 8500 euroa vuodessa. Toisaalta muutamat vastaajat kertoivat ansaitsevänsä freelance-sivutoimellaan jopa yli 22 500 euroa vuodessa.

17 prosenttia kertoi
työskentelevänsä
päätoimensa ohessa
sivutoimisena
freelancerina
tai yrittäjänä.

5. Palkat ja ansiotaso

Grafian kyselyssä selvitettiin myös jäsenten palkkatasoa ja yrittäjien työn hinnoittelua. Palkansaajien ja yrittäjien tulotasossa näkyi kyselyssä huomattava ero. Yrittäjien kuukausitulot jäävät keskimäärin selvästi alle työsuhteessa olevien työntekijöiden kuukausipalkkojen.

Koulutustasoonsa nähden graafiset suunnittelijat yleensä ovat hieman keskimääräistä heikommin palkattuja, mutta Grafian jäsenten kuukausitulot vastaavat alan keskiansioita. Kyselyyn vastanneiden palkansaajien keskuudessa onkin jonkin verran tyytymättömyyttä ansiotasoon, ainakin suhteessa työtaakkaan.

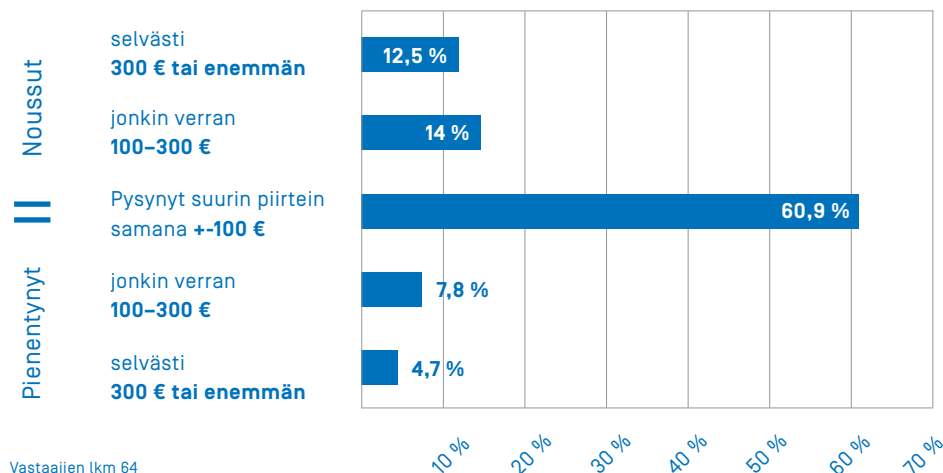
5.1. Työsuhteisten palkkataso

Kyselyyn vastanneiden palkansaajien kuukausiansiot (brutto, mukaan lukien palkka ja luontoisedut) vaihtelivat 1500 eurosta jopa yli 6000 euroon. Graafisten suunnittelijoiden keskipalkat jäivät yleensä alle kaikkien korkeakoulutettujen keskipalkkojen, jotka vuonna 2014 olivat yksityisellä sektorilla 3616 (alempi korkeakouluaste) ja 4696 euroa (ylempi korkeakouluaste).

Grafian kyselyyn vastanneiden palkansaajien keskimääräinen kuukausipalkka oli noin 3350 euroa. Se on hyvin lähellä alan keskipalkkaa, joka vuonna 2014 oli tilastokeskuksen ammattiluokittelussa graafisille ja multim mediasuunnittelijoille noin 3430 euroa. Kumpikin summa on jää kuitenkin alle kaikkien yksityisen sektorin palkansaajien keskiansion, joka vuonna 2014 oli noin 3540 euroa kuukaudessa.

Palkansaajien
kuukausiansiot
vaihtelivat
1500 eurosta
yli 6000 euroon.

Kuukausiansion kehitys päätoimissa kuluneen vuoden aikana (bruttopalkka €/kk)



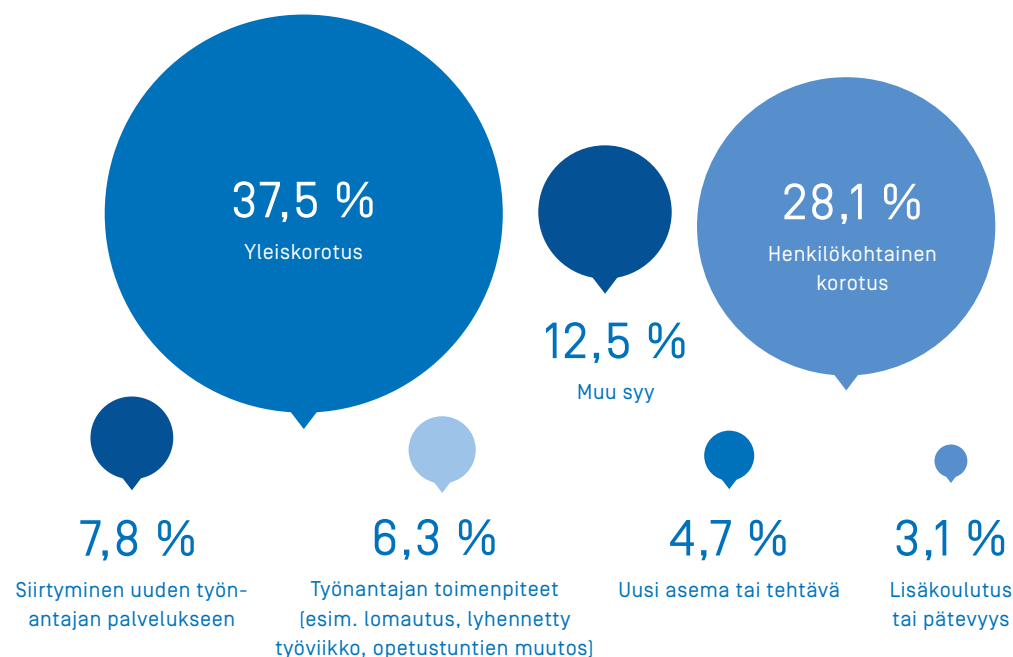
Palkkojen kehittyminen

Palkkakehitys viimeisen vuoden aikana on ollut vähäistä. Vuonna 2014 Grafian kyselyssä ei tiedusteltu kuukausipalkkoja vaan vuosiansioita. Tuolloin työsuhteisten keskiansio oli 37 500 euroa vuodessa. Vuoden 2015 kyselyn tietojen pohjalta arvioitu vuosiansioiden keskiarvo oli 40 150, eli nousua on tapahtunut jonkin verran.

Vahvistuksena vuonna 2015 kyselyssä noin neljännes palkansaajista kertoi ansioidensa kasvaneen jonkin verran tai selvästi viimeisen vuoden aikana, yleisimpinä syinä joko yleiskorotus tai henkilökohtainen palkankorotus. Yksikään vastaaja ei kertonut työnantajan nostaneen palkkoja yleiskorotuksen tasoa enemmän. Selvästi pienempi osuus (hieman yli 10 prosenttia) vastaajista kertoi kuukausiansioiden pienentyneen. Kuluneen vuoden aikana palkat olivat pysyneet suurimmalla osalla vastaajista suurin piirtein entisellään.

Tilastokeskuksen toimialakohtaisten palkkatilastojen mukaan graafisten ja multim mediasuunnittelijoiden keskiansiot ovat laskeneet viime vuosina. Vuonna 2013 alan työntekijöiden keskiansio oli 3670 euroa kuukaudessa ja vuonna 2011 peräti 3932 euroa kuukaudessa. Itsensä työllistävät yrittäjät eivät kuulu tämän tilaston piiriin.

Kuukausiansion muutoksen syy

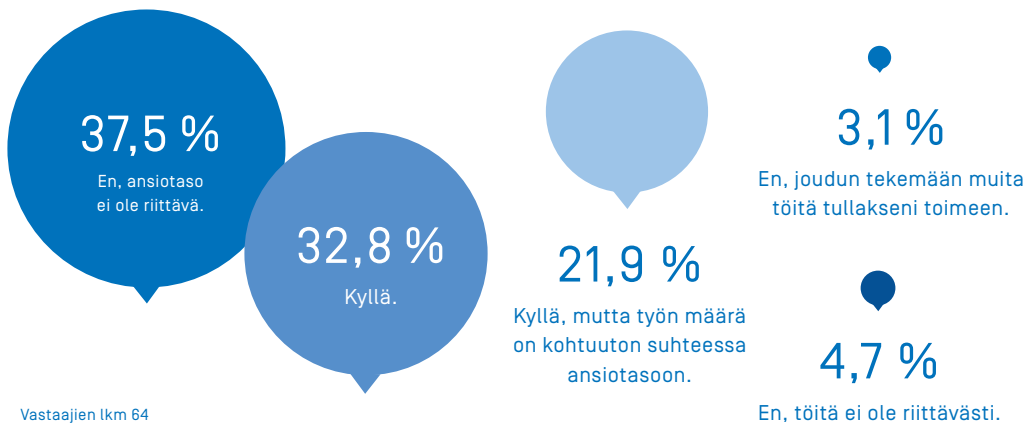


Tyytyväisyys palkkatasoon

Noin 38 prosenttia Grafian kyselyyn osallistuneista palkansaajista oli tyytymättömiä palkkaansa. Lisäksi 22 prosenttia piti työtaakkaansa kohtuuttomana suhteessa ansiotasoon. Toisaalta 33 prosenttia vastaajista oli tyytyväisiä palkkaansa. Noin viisi prosenttia kertoi joutuvansa paikkaamaan toimeentuloaan muilla töillä ja noin kolme prosenttia katsoi saavansa liian vähän töitä.

Onkin huomattavaa, että melko suuri osuus vastaajista kertoi työskentelevänsä palkkatyön ohella sivutoimisena yrittäjänä (noin 20 %) tai freelancerina (35 %). Luultavasti moni suurimman osan vuodesta yrittäjänä toimiva graafinen suunnittelija tekee myös pätkätöitä kuukausipalkalla.

Oletko tyytyväinen tämän hetkiseen ansiotasosi palkansaajana?



Vastaajien lkm 64

5.2. Yrittäjien ansiotaso

Grafian kyselyyn osallistuneiden kesken voidaan havaita merkittävä ero kuukausipalkkaisten ja yrittäjänä toimivien henkilöiden ansioissa. Siinä missä työsuhteisten vastaajien keskipalkka oli noin 3350 euroa kuukaudessa, yrittäjien keskiansio oli vain 2750 euroa. Yrittäjät tekivät kuitenkin suunnilleen yhtä pitkää työviikkoa kuin työsuhteessa olevat, keskimäärin 36 työtuntia viikossa. Ero kuukausiansioissa on tilastollisesti huomattava.

Yrittäjien joukossa oli palkansaajiin verrattuna hieman enemmän erityisen suurituloisia (yli 6000 euroa kuussa ansaitsevia). Merkittävän suuri osuus yrittäjistä jäi kuitenkin alle kahdentuhannen euron kuukausituloihin (35 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista yrittäjistä). Palkansaajien joukossa puolestaan vain alle 5 prosenttia ilmoitti ansaitsevansa alle 2000 euroa kuukaudessa.

On myös huomattava, että kyselyssä yrittäjien kohdalla kysyttiin kuukausittaista palkkaa, mutta ei erikseen tiedusteltu mahdollisesti osinkoina nostettavia tuloja.

Yrittäjien ja freelancereiden työn tuntilaskutus

Yrittäjiltä ja freelancereilta kysyttiin myös tuntilaskutusta sekä rutiinityön että luovan työn osalta. Rutiinityöksi laskettiin esimerkiksi työn koordinointi ja valvonta. Luovan suunnittelutyön laskutusarvo on luonnollisesti rutiinityötä suurempi.

Luovasta, erityistä ammattitaitoa vaativasta suunnittelutyöstä laskutettiin kyselyn perusteella keskimäärin 78 euroa tunnilta ja rutiinityöstä 67 euroa tunnilta. Tuntihinnoittelussa näkyi pientä laskua edellisestä vuodesta, sillä vuoden 2014 kyselyssä vastaavat keskiarvot olivat 81 ja 70 euroa tunnilta.

Verokortilla laskuttavien freelancereiden tuntihinnoittelu oli vastausten perusteella hieman yrittäjiä alhaisempaa. Esimerkiksi rutiinityöstä enemmistö freelancereista laskutti alle 50 euroa tunnilta. Vaativaa luovaa työtäkin puolet freelancereista teki alle 50 eurolla/tunti.

Yrittäjän keskimääräinen tuntilaskutus

2014	2015
Luova työ	Luova työ
81 €/h	78 €/h
Rutiiniluontoiset työt, esim. koordinointi ja valvonta	Rutiiniluontoiset työt, esim. koordinointi ja valvonta
70 €/h	67 €/h

Yrittäjien tyytyväisyys ansiotasoon

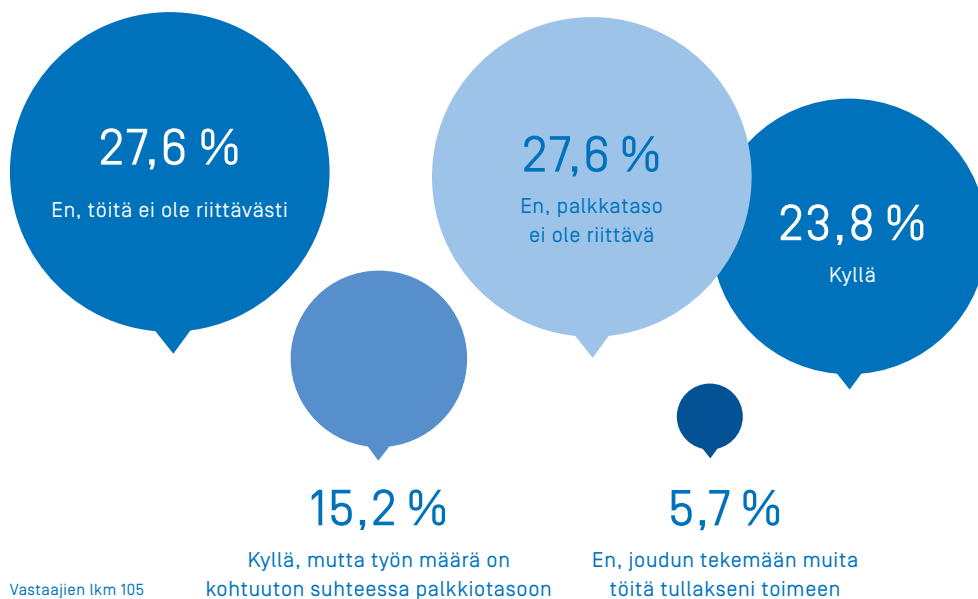
Grafian kyselyyn vastanneista päätoimisista yrittäjistä vain vajaa neljäsosa oli yksiselitteisen tyytyväinen nykyiseen palkkotasoonsa. Yli 27 % piti palkkatasoa ylipäänsä riittämättömänä. Lisäksi 15 % yrittäjistä piti työtaakkaansa ansioihin nähden kohtuuttomana ja yli 27 % koki, ettei töitä ole tarjolla riittävästi. Kuitenkin vain hieman yli 5 % kertoi joutuvansa tekemään muita töitä tullakseen toimeen.

Yhteensä noin vajaa viidennes yrittäjistä kertoi saavansa suunnittelupalkkioiden lisäksi myös muita tuloja.

“Tutkimuksesta, valokuvauksesta, käsikirjoittamisesta,
tuotannon suunnittelusta ja valvonnasta, ohjaamisesta”
“Kirjojen tekijänoikeuskorvauksia”
“Myyn kuvituksistani julisteita, siitä tulee myyntivoittoa”
“Fontti myynnissä Yhdysvalloissa”

Yleisin muu tulonlähde olivat erilaiset rojallit ja tekijänoikeuskorvaukset esimerkiksi kirjojen kuvituksista, julisteista, postikorteista ja muista tuotteista. Yksi vastaaja mainitsi myös apurahan. Yrittäjätulon paikkaaminen osa-aikaisilla tai pätkätöillä ei kuitenkaan ollut kovin yleistä. Alle 10 % yrittäjistä kertoi toimivansa samaan aikaan sivutoimisesti palkansaajana.

Oletko tyytyväinen tämän hetkiseen ansiotasosi yrittäjänä?



6. Sopimukset ja työelämän ongelmakohdat

Grafian kyselyyn osallistuneista yhteensä lähes 92 prosenttia oli kyselyhetkellä työelämässä. Heiltä tiedusteltiin myös kokemuksia vuoro-vaikutuksesta työnantajien ja toimeksiantajien kanssa ja mahdollisuuksista vaikuttaa sopimukseen ja työoloihin. Kyselyssä kävi ilmi myös joitakin yleisiä ongelmia, joita Grafian jäsenet kohtaavat asiakkaiden ja työnantajien kanssa. Yleensä ottaen vastaajat toivoivat asiakkailta ja työnantajilta parempaa ymmärrystä työnsä sisällön, haastavuuden ja arvostuksen suhteen.

6.1 Kokemukset sopimusneuvotteluista

Kyselyssä selvitettiin, millaisina Grafian jäsenet kokevat solmimansa työ- ja toimeksiantosopimukset. Grafian oman hinnoittelu- ja sopimusohjeistuksen lähtökohtana on, että suunnittelijalla ja kuvittajalla on tekijänoikeus omaan työhönsä ja alkuperäiskappaleeseen, johon toimeksiantaja ostaa ennakkoon sovitun käyttöoikeuden.

Vastaajista valtaosa koki voivansa vaikuttaa sopimusten sisältöön. Noin 30 prosenttia kyselyyn osallistuneista katsoi voivansa vaikuttaa sopimukseen merkittävässä määrin ja noin 45 prosenttia vastaajista koki voivansa vaikuttaa niiden sisältöön jonkin verran. Vain noin kuusi prosenttia vastaajista koki itsensä täysin voimattomiksi sopimusneuvotteluissa.

Enemmistöllä vastaajista yhteistyö työn tilaajien ja esimiesten suuntaan onkin sujunut ongelmitta. Noin 55 prosenttia vastaajista ei ollut kokenut minkäänlaisia ongelmia neuvotellessaan sopimuksia asiakkaiden tai työnantajien kanssa. Noin 35 prosenttia oli kokenut ongelmia toisinaan ja noin 10 prosenttia kertoi toistuvista ongelmista asiakkaiden ja työnantajien kanssa.

6.2 Tyypillisiä ongelmakohtia sopimuksissa

Kyselyssä useimmiten mainittuja ongelmia toimeksianto- ja työsopimuksissa olivat muun muassa työn tilaajan huono käsitys suunnittelutyön arvosta tai annetun tehtävän laajuudesta. Vastauksissa kuuluu myös pettymys etenkin painetun median maksamien palkkioiden pienuuteen. Yleisimmin mainittu ongelma olikin palkkioiden polkeminen ja hinnoista tinkiminen.

“Asiakkaan on usein hankalaa ymmärtää suunnittelutyön laajuus, mikä vaikuttaa palkkatarjouksiin laskevasti.”

“Asiakkaat haluaisivat sopimukseen epätäsmällisiä lauseita toimeksiantoon kuuluvista töistä.”

“Sopimukset ovat tehty valmiiksi eikä niistä voi neuvotella.”

“Asiakas ei oikein osaa ostaa suunnittelua.”

Toisinaan kohdattuja ongelmia ovat esimerkiksi asiakkaan tekemät ylimääräiset vaatimukset suunnittelutöiden aineistoon tai kuvitusten alkuperäiskappaleisiin. Myös käyttöoikeuksista käydään usein väentöä: yhä useammat asiakkaat haluavat nykyisin rajoittamattoman käyttöoikeuden kertakorvausta vastaan.

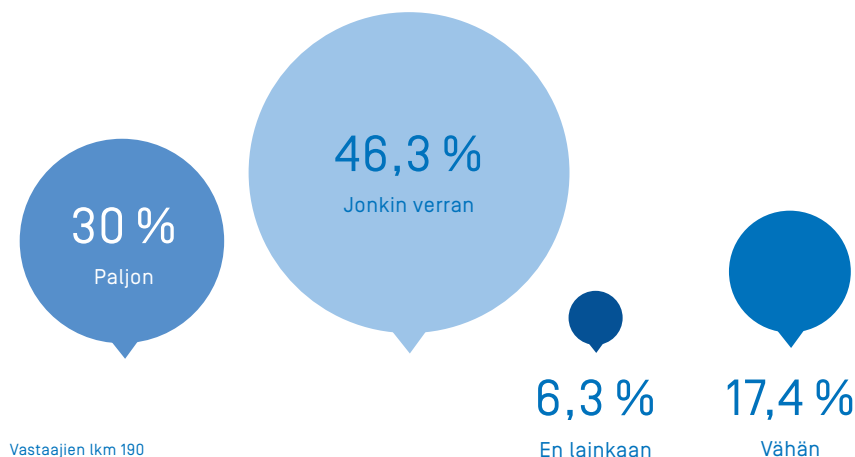
“Asiakas haluaa kaikki oikeudet.”

“Kohtuuttomat korvaukset, kohtuuttomat aikataulut, epäselvät oikeuksien omistukset”

“Asiakkaat tinkivät nykyään budjetit naurettavan alas. Haluavat pikkurahalla vaikka mitä.”

“Kuvitusten tekijänoikeuden siirtyminen asiakkaalle vastoin omaa tahtoa.”

Kuinka paljon koet voivasi vaikuttaa tekemiesi työ- ja/tai toimeksiantosopimusten sisältöön?



Grafia ry on visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö, jonka tarkoituksena on edistää alan tietämystä ja tuntemusta sekä valvoa jäsentensä ammatillisia, oikeudellisia ja taloudellisia etuja. Järjestö on perustettu vuonna 1933. Grafian jäsenet ovat viestintä- ja muotoilualan ammattilaisia. Järjestöön kuuluu noin 1000 jäsentä ja sillä on yhdeksänjäseninen hallitus.