

Grafian jäsenet
työmarkkinoilla

grafica

2018

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

1. Johdanto__4

2. Grafian jäsenet työmarkkinoilla__5

- 2.1 Jäsenistön yleiskuva__6
- 2.2 Koulutustausta__8
- 2.3 Ammattinimikkeet ja työn sisältö__10
- 2.4 Opiskelijat, eläkeläiset ja työttömät__13

3. Palkansaajat__14

- 3.1 Työnantajat ja toimialat__15
- 3.2 Työsuhteiden muoto__18
- 3.3 Työssäkävien jatkokoulutus__20

4. Yrittäjät ja freelancerit__21

- 4.1 Yritysmuodot ja toimialat__22
- 4.2 Freelancerit__25
- 4.3 Sivutoimiset freelancerit ja yrittäjät__27

5. Palkat ja ansiotaso__28

- 5.1 Työsuhteisten palkat__29
 - 5.1.1 Palkkojen kehittyminen__30
 - 5.1.2 Tyytyväisyys palkkatasoon__32
- 5.2 Yrittäjien ansiotaso__33
 - 5.2.1 Yrittäjien ja freelancereiden työn tunti-laskutus__34
 - 5.2.2 Yrittäjien tyytyväisyys ansiotasoon__35

6. Tulevaisuudennäkymät__36

- 6.1 Palkansaajien ja yrittäjien luottamus tulevaisuuteen__37
- 6.2 Mihin suuntaan visuaalisen viestinnän ala kehitty__38
 - 6.2.1 Alan työllisyysnäkymät ovat parantuneet__39
 - 6.2.2 Monialainen suunnittelu lisääntyy__40
 - 6.2.3 Muotoilua arvostetaan, mutta palkkiot polkevat paikallaan__42

1. Johdanto

Läpi vuosikymmenien graafisia suunnittelijoita on yhdistänyt huoli oman tekemisen näkyvyydestä, toimeentulosta sekä alan merkityksestä.

Onnistunut graafinen muotoilu tekee elämästä helpompaa. Mutta alan paradoksi on se, että etenkin aineettomissa palveluissa toimiva muotoilu on usein näkymätöntä. Graafisen muotoilun olemassaolon huomaa usein vasta kun se puuttuu tai on huonoa. Kun oma tehtävä on pysyä näkymättömissä, kuinka kertoa muille, että työ on tärkeää?

Työn hinnoittelu ja tekijänoikeudet ovat puhuttaneet grafialaisia aina, mutta moni asia on myös muuttunut. Vastaajat arvioivat suunnittelijan työn muuttuvan tulevaisuudessa yhä monialaisemmaksi ja irtautuvan perinteisistä ammatillisista lokeroista. Muotoilun eri osa-alueet lähentyvät toisiaan ja muotoilijan konsultoiva rooli korostuu. Uudet teknologiat, kuten VR (virtual reality) ja AR (augmented reality), ovat lyömässä läpi.

Menestyäkseen tämän päivän, ja tulevaisuuden, työmarkkinoilla graafisen suunnittelijan tulee olla moniosaaja. Työnkuvat muuttuvat hybrideiksi. Toisaalta myös erikoistumalla tiettyyn rajattuun erikoisalueeseen voi menestyä. Jatkuva kouluttautuminen ja uuden omaksuminen, on välttämätöntä taatakseen työllistymisen. Hyvät yhteistyötaidot ja verkostoituminen eri alojen osaajien kanssa on entistä tärkeämpää.

Nopeasti muuttuvat työmarkkinat ja tekninen kehitys ovat leimallisia visuaalisen viestinnän toimialalle. Tähän raporttiin on koottu loppuvuodesta 2017 tehdyn toimialakyselyn keskeiset tulokset. Tutkimusaineiston analysoinnista vastasi tutkimuskonsultti Jan-Otto Malmberg, tekstin kirjoitti toimittaja Matti Koskinen ja raportin ulkoasun suunnittelusta vastasi Otto Donner. Tutkimuksen käytännön toteutuksesta vastasivat Grafian toiminnanjohtaja Katri Soramäki ja viestintäpäällikkö Katja Ojala.

2. Grafian jäsenet työmarkkinoilla

Grafia on visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö, jonka jäsenet ovat graafisia muotoilijoita, kuvittajia, markkinointiviestinnän tai julkaisujen ulkoasujen suunnittelijoita, alan opettajia, tutkijoita ja muita ammattilaisia sekä alan korkeakoulu- ja yliopisto-opiskelijoita. Grafian syksyllä 2017 teettämän kyselyn mukaan jäsenten työtilanne on entistä vakaampi ja odotukset tulevaisuuden suhteen aiempaa myönteisempiä.

Järjestön jäsenet työskentelevät pääsääntöisesti julkaisugrafiikan ja yritysilmien parissa, mutta järjestöön kuuluvien ammattilaisten osaaminen ja työnkuva vaihtelevat suuresti, muun muassa kuvittamisesta käyttöliittymäsuunnitteluun. Digitaalisen median osuus jäsenistön työtehtävissä kasvaa edelleen.

Kyselyssä selvitettiin muun muassa jäsenten asemaa työmarkkinoilla, tulotasoa ja näkemyksiä graafisen muotoilun ja visuaalisen viestinnän alan ja koulutuksen tulevaisuudesta. Tulosten mukaan tulotaso on pysynyt suhteellisen vakaana, mutta palkkiot eivät ole juurikaan nousseet. Yrittäjien ja palkansaajien keskiansioiden välillä on edelleen varsin merkittävä kuilu.

Alan yleisen kehityksen tärkeimpiä trendejä ovat siirtyminen kohti monialaista suurten kokonaisratkaisujen muotoilua, digitaalisten kanavien mahdollistamien uusien sisältömuotojen kuten liikkuvan kuvan ja virtuaalitodellisuuden nousu, sekä toisaalta huoli visuaalisen suunnittelun osaamisen arvostuksesta.

2.1 Jäsenistön yleiskuva

Tämä raportti perustuu Grafian loppuvuodesta 2017 teettämään kyselytutkimukseen, joka toteutettiin sähköisellä lomakkeella. Kysely lähetettiin kaikille jäsenille, joiden sähköpostiosoite oli järjestön tiedossa, ja siihen vastaaminen oli vapaaehtoista.

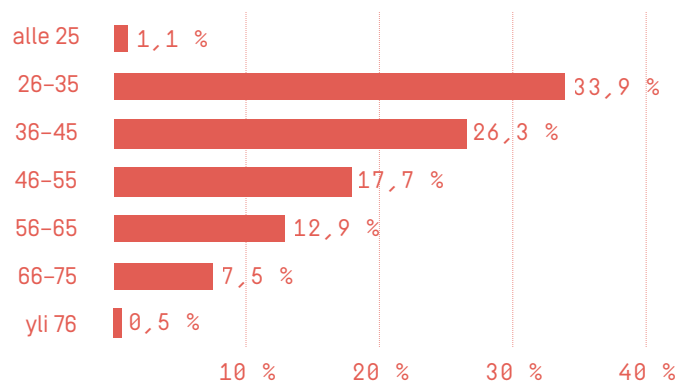
Grafian jäsenrekisterissä on yhteensä 1069 henkilöä. Kysely lähetettiin 915 henkilölle, joista 186 eli noin 20 prosenttia osallistui tutkimukseen. Vastaajien ikäjakaumassa oli pientä hajontaa. Innokkaimmin vastasivat 25–35-vuotiaat jäsenet, kun taas yli 66-vuotiaista pienempi osuus otti osaa tutkimukseen.

Tutkimuksessa aikaisempina vuosina havaittu lievä naisten yliedustus suhteessa jäsenten sukupuolijakaumaan toistui vuoden 2017 kyselyssä. Naisten voidaan todeta yleisesti ottaen vastaavan kyselyihin miehiä aktiivisemmin. Vastaajista naisia oli noin 60 prosenttia, vaikka jäsenrekisterin tietojen mukaan jäsenistä naisia on noin 55 prosenttia.

Visuaalisen suunnittelun alan työpaikat ovat pääosin keskittyneet Etelä-Suomeen ja pääkaupunkiseudulle, mikä näkyy myös vastaajien maantieteellisessä jakaumassa. Tilastokeskuksen tietojen mukaan Suomen graafisen muotoilun työpaikoista ja mainostoimistoista yli puolet sijaitsee Uudellamaalla. Syksyn 2017 kyselyyn vastanneista vielä aiempaa suurempi osuus, peräti 79 prosenttia, ilmoitti olevansa Uudeltamaalta. Keskittyminen suuriin kaupunkeihin on ilmeistä. Kotikuntansa ilmoittaneista noin 80 prosenttia oli helsinkiläisiä.

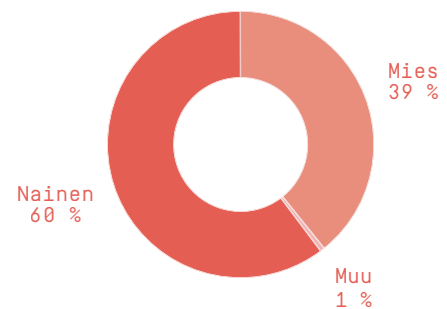
Ikä ja sukupuoli

Ikä

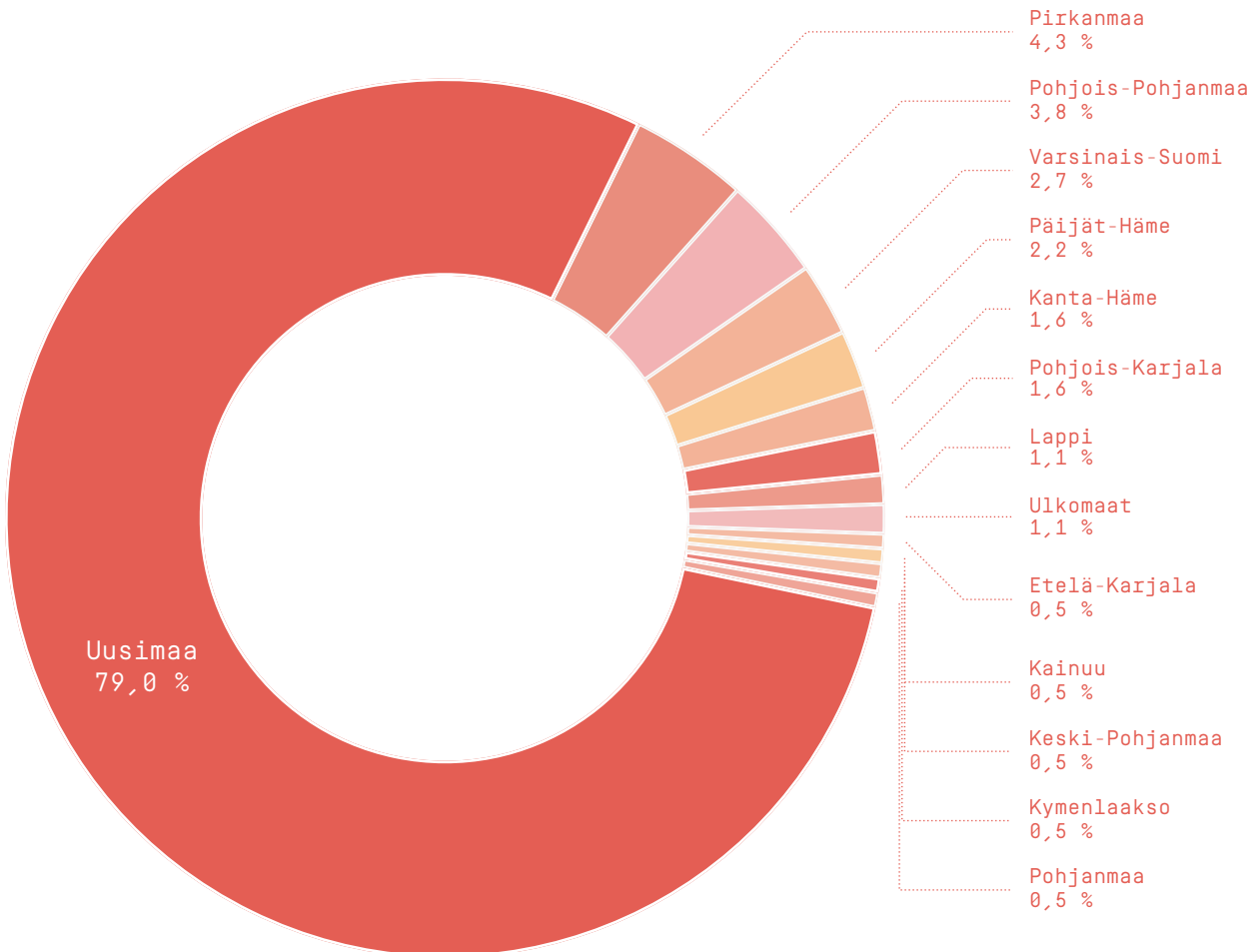


Vastaajien lkm 186

Sukupuoli



Asuinpaikka



Vastaajien lkm 186

Visuaalisen suunnittelun alan työpaikat ovat pääosin keskittyneet Etelä-Suomeen ja pääkaupunkiseudulle, mikä näkyy myös vastaajien maantieteellisessä jakaumassa.

2.2 Koulutustausta

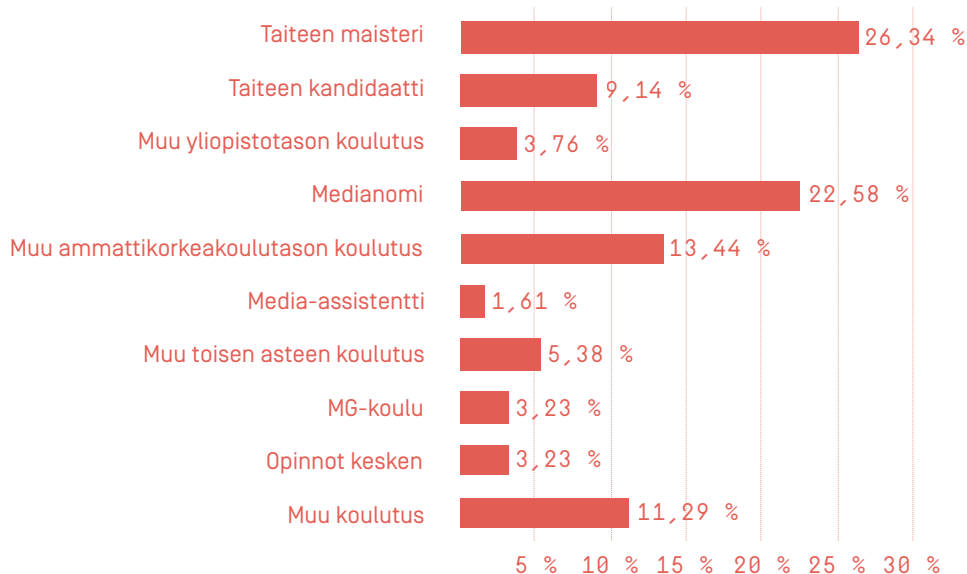
Grafian jäsenistö on keskimäärin varsin korkeasti koulutettua. Kyselyn mukaan korkeakoulututkinnon oli suorittanut peräti 75 prosenttia vastaajista.

Graafisen muotoilun alan korkeakouluja ovat Suomessa Aalto-yliopiston ja Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan lisäksi eräät ammattikorkeakoulut, kuten Vantaan Metropolia-ammattikorkeakoulu ja Lahden AMK:n muotoiluinstituutti.

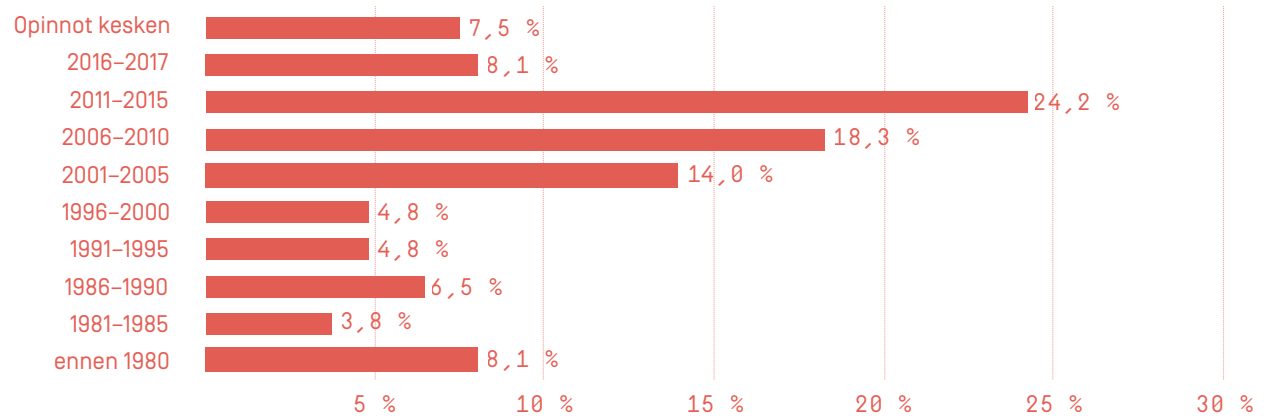
Yleisimmät tutkinnot vastaajilla olivat taiteen maisterin ja medianomin tutkinnot. Taiteen maistereita oli vastaajista noin 26 prosenttia ja hieman alle kymmenen prosenttia oli suorittanut taiteen kandidaatin tutkinnon. Medianomeja oli noin 23 prosenttia ja kaikkiaan ammattikorkeakoulusta oli valmistunut noin 36 prosenttia vastaajista. Muiden vastaajien joukossa oli muun muassa media-assistentteja ja muita toisen asteen koulutuksen suorittaneita sekä Markkinointi-instituutin mainosgraafikkokoulusta valmistuneita.

Ylivoimainen enemmistö vastaajista oli päättänyt opintonsa 2000-luvulla. Noin kahdeksan prosenttia vastaajista kertoi opintojensa olevan yhä kesken.

Koulutus

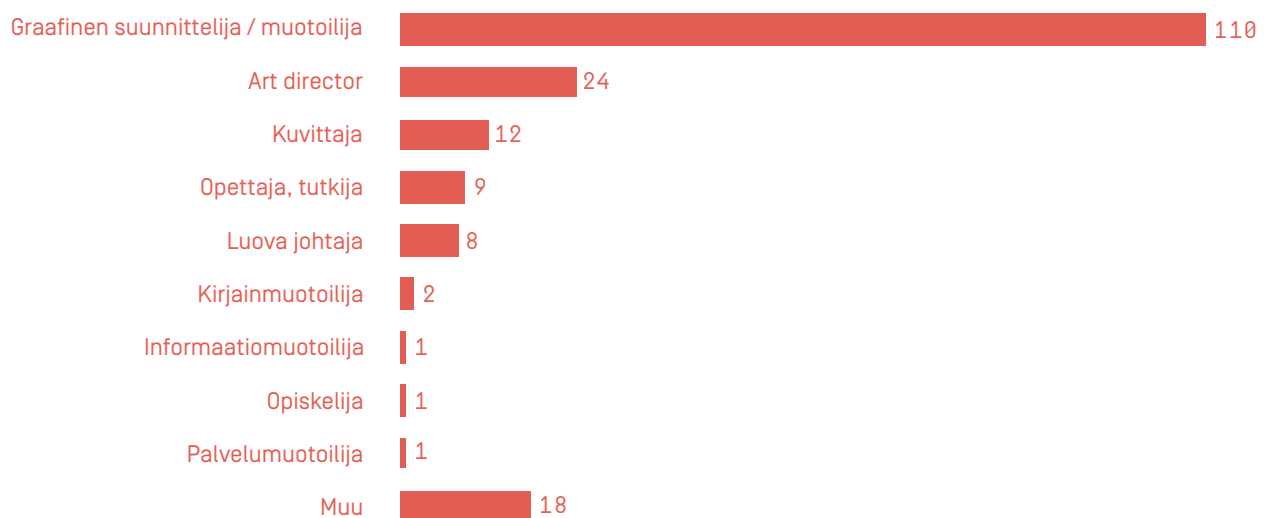


Valmistumisvuosi



Vastaajien lkm 186

Ammatti



Vastaajien lkm 186

2.3 Ammattinimikkeet ja työn sisältö

Lähes 60 prosenttia kyselyyn vastanneista Grafian jäsenistä on ammattinimikkeeltään graafisia suunnittelijoita tai muotoilijoita. Varsinainen työn sisältö kuitenkin vaihtelee suuresti, samoin kuin jäsenistön ammatillinen osaaminen. Myös jäseniä työllistävät toimialat vaihtelevat työnantajan, toimenkuvan ja erikoistumisalan mukaan.

Graafinen suunnittelija / muotoilija oli ensisijainen ammattinimike noin 59 prosentilla vastaajista. Toinen yleinen ammattinimike on art director, jota usein pidetään graafista suunnittelijaa ylempänä tittelinä. Vastaajista noin 13 prosenttia oli art directoreita. Muita nimikkeitä olivat muun muassa kuvittaja, luova johtaja ja tutkija tai opettaja.

Grafian jäsenet työskentelevät monipuolisesti visuaalisen viestinnän ja markkinoinnin parissa. Vastaajien yleisimmät työtehtävät olivat yritysilmneiden ja visuaalisten identiteettien suunnittelua, jota työssään teki noin 74 prosenttia osallistujista. Toinen tyypillinen työ on julkaisusuunnittelu eli kirjojen, lehtien ja muiden julkaisujen ulkoasujen laatiminen sekä painettuun että digitaaliseen mediaan. Muita hyvin yleisiä työtehtäviä olivat mainonnansuunnittelu ja digitaalinen suunnittelu, joita työssään tekivät yli 50 prosenttia vastaajista.

Tyypillistä Grafian jäsenille on myös kuvittajan työ. Noin 58 prosenttia vastaajista kertoi tekevänsä kuvituksia muun muassa mainos- ja viestintätoimistojen sekä kustantajien tarpeisiin. Grafian kuvittajajäsenten joukossa on myös merkittäviä suomalaisten kuva- ja lastenkirjojen, animaatioiden ja sarjakuvataiteen tekijöitä.

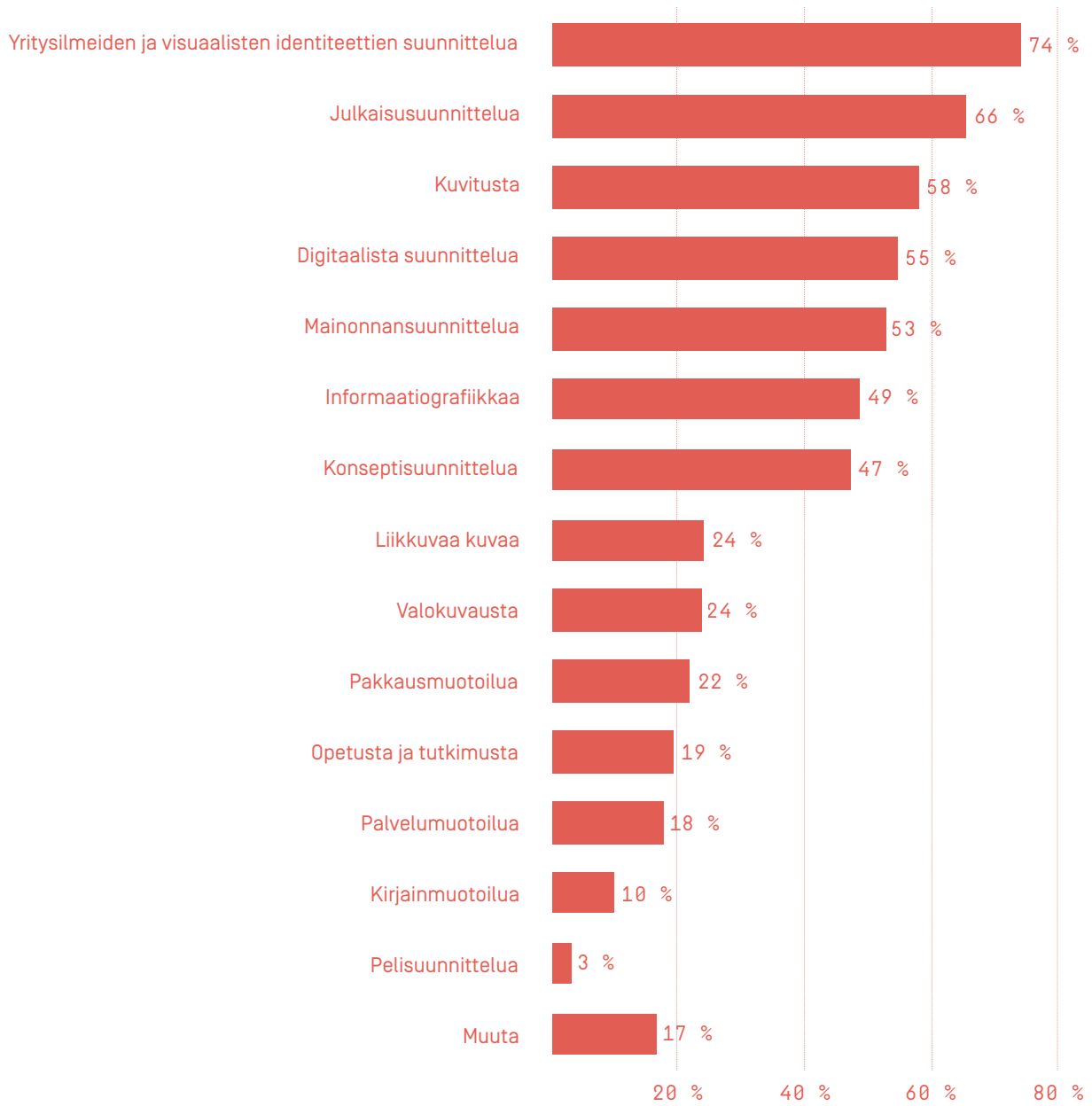
Muita tyypillisiä työtehtäviä olivat konseptien suunnittelu sekä informaatiografiikka.

Näiden lisäksi monien vastaajien työhön kuului varsin erilaisia tehtäviä kuten valokuvausta [24% vastaajista], liikkuvan kuvan tuottamista [24%], pakkausmuotoilua [22%] ja opetusta ja tutkimusta [19%]. Pieni osuus vastaajista kertoi tekevänsä myös palvelumuotoilun, pelisuunnittelun tai kirjainmuotoilun parissa. Lisäksi noin 17 prosenttia vastaajista kertoi työhönsä sisältyvän listattujen vaihtoehtojen lisäksi myös muita tehtäviä:

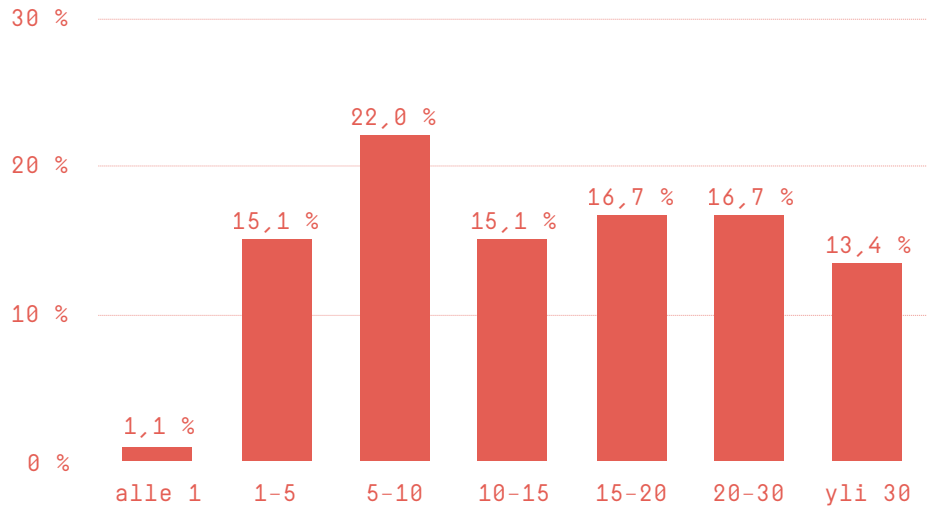
- Strategista suunnittelua
- Journalismia
- Käyttöliittymäsuunnittelua
- Nettisivujen suunnittelua ja toteutusta
- Ohjelmointia
- Tapahtumien tuottamista
- Taidemaalauksia
- Tilasuunnittelua
- Teollista muotoilua

Työnkuva

Vastaaja on voinut valita useamman vaihtoehdon.

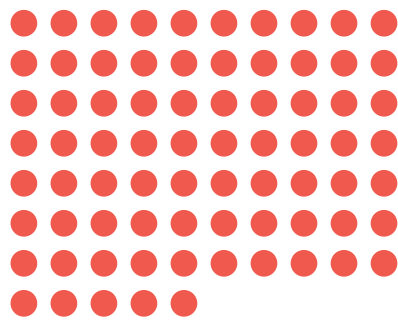


Työuran pituus vuosina

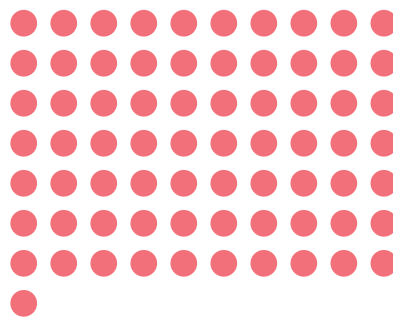


Vastaajien lkm 186

Pääasiallinen työskentelymuoto



Yrittäjä 40,9 %



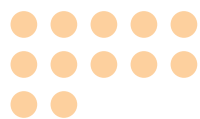
Toisen palveluksessa
palkansaajana 38,2



Työtön 4,3 %



Opiskelija 3,2 %



Freelancer [verokortti] 6,5%



Eläkeläinen 5,4 %



Muu 1,6 %

Vastaajien lkm 186

Verraten suuri osuus Grafian jäsenistä on itsensä työllistäjiä, käytännössä pääasiassa itsenäisiä yrittäjiä. Freelance-työ verokortilla on Grafian jäsenten keskuudessa selvästi harvinaisempaa. Syksyn 2017 kyselyssä noin 40 prosenttia vastaajista ilmoitti työskentelevänsä pääasiallisesti yrittäjinä. Palkansaajia oli noin 38 prosenttia ja verokortilla laskuttavia freelancereita oli vastaajista vain noin kuusi prosenttia.

Työurien pituuden osalta vastaajat jakoutuivat melko tasaisesti eri vaihtoehtojen välillä. Aivan uransa alkuvaiheessa (alle vuoden kokemuksella) oli vain yksi prosentti vastaajista, kun noin 13 prosenttia vastaajista oli ollut alalla peräti yli 30 vuotta.

2.4 Opiskelijat, eläkeläiset ja työttömät

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

Loput vastaajat olivat tavalla tai toisella työmarkkinoiden ulkopuolella. Hieman yli viisi prosenttia ilmoitti olevansa eläkkeellä. Kyselyhetkellä työttömiä oli noin neljä prosenttia vastaajista, kun koko Suomen työttömyysprosentti oli samaan aikaan noin 8,5 prosenttia.

3. Palkansaajat

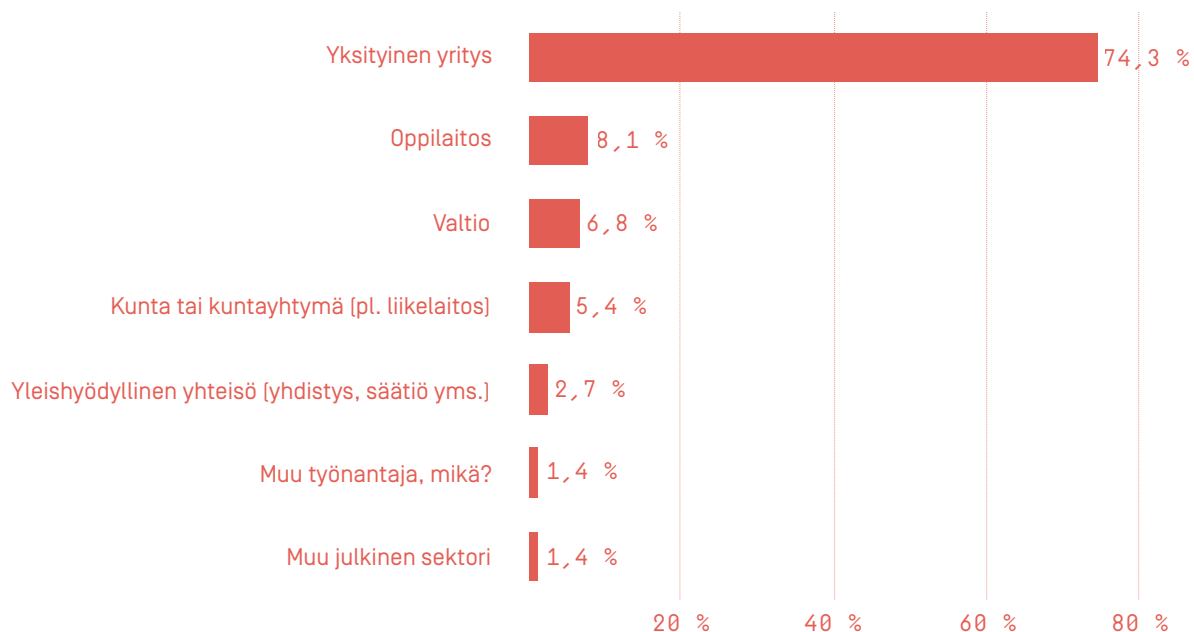
Grafian jäsenistä yli kolmannes toimii kyselyn perusteella pääasiallisesti työsuhteessa palkansaajina, valtaosin yksityisen sektorin palveluksessa. Heidän asemansa työmarkkinoilla on keskimäärin suhteellisen vahva: Valtaosa vastaajista oli vakituisessa ja kokoaikaisessa työsuhteessa.

3.1 Työnantajat ja toimialat

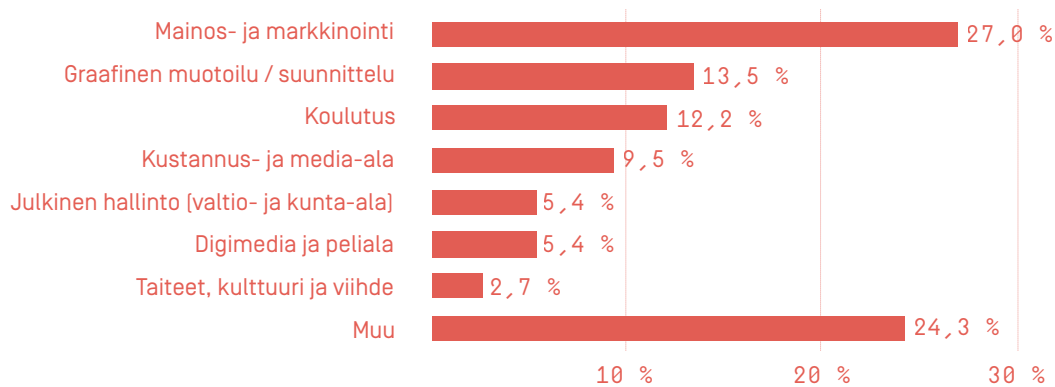
Yksityiset yritykset ovat Grafian kyselyyn vastanneiden palkansaajien yleisin työnantaja. Yhteensä noin 74 prosenttia palkansaajista oli töissä yksityisellä sektorilla ja julkisen sektorin (valtion, kunnan tai kuntayhtymän tai muun julkisen työnantajan) palveluksessa työskenteli noin 14 prosenttia vastanneista. Myös yleishyödylliset järjestöt kuten yhdistykset tai säätiöt, oppilaitokset, muut toimijat työllistivät työllistivät yhteensä hieman yli 12 prosenttia palkansaajista.

Monenlaisissa yritykset ja julkisyhteisöt työllistävät visuaalisen viestinnän suunnittelijoita, eikä Grafian jäsenten työnantajilla ole yhtä tyypillistä toimialaa. Yleisin työnantaja-ala oli mainos- ja markkinointiala, joka työllisti noin 27 prosenttia palkansaajista. Seuraavaksi yleisin vaihtoehto (noin 24%) olivat listattujen vaihtoehtojen ulkopuoliset alat, mikä kertoo Grafian jäseniä työllistävien yritysten kirjosta.

Työnantajasektori

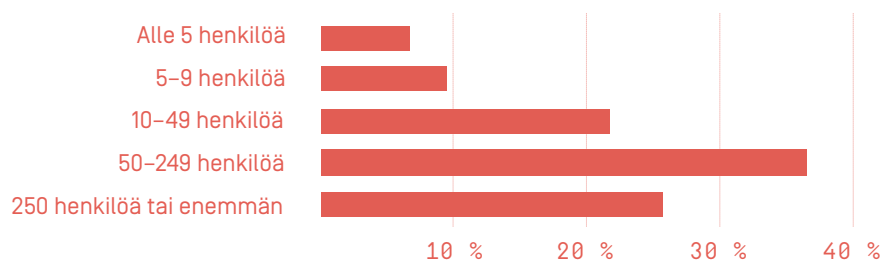


Työnantajan toimiala



Vastaajien lkm 71

Työnantajan henkilöstömäärä



Odotetusti kohtuullinen osuus vastaajista työskenteli eri suunnittelutoimistoissa graafisen muotoilun alalla (noin 14%). Koulutuksen alan organisaatioissa työskenteli noin 12 prosenttia vastaajista.

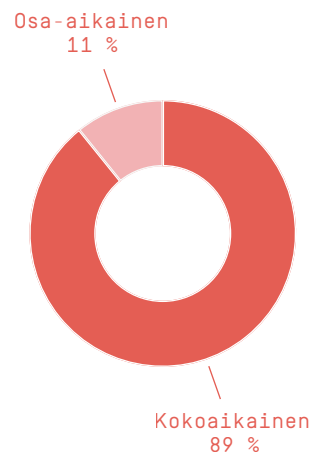
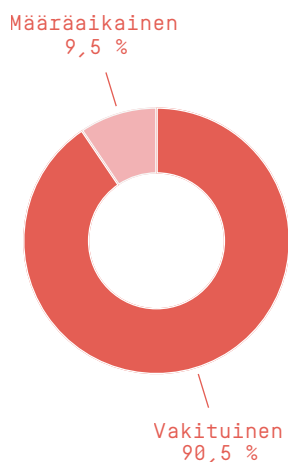
Kustannus- ja media-alan yrityksissä työskenteli vain noin 9 prosenttia syksyn 2017 kyselyyn vastanneista palkansaajista, kun edellisenä vuonna kyseisen alan osuus oli noin kaksinkertainen. Myös digimedia- ja peliala (5%), julkinen hallinto (5%) sekä taide- kulttuuri- ja viihdeala (3%) olivat edustettuina palkansaajien työnantajien joukossa.

Avoimissa vastauksissa listattiin työnantajia hyvinkin vaihtelevilta toimialoilta, kuten:

- Maahantuonti
- Ravintola-ala
- Verkkopalvelut ja ohjelmistokehitys
- IT-konsultointi
- Kauppaketju

Eniten (36%) kyselyyn vastanneita Grafian jäseniä työllistivät PK-sektorin eli henkilöstö-määrältään 50–250 työntekijän yritykset. Suurissa, yli 250 työntekijän yrityksissä työskenteli noin neljännes palkansaajista, ja 10–49 työntekijän pienissä yrityksissä noin viidennes.

Työsuhteen muoto



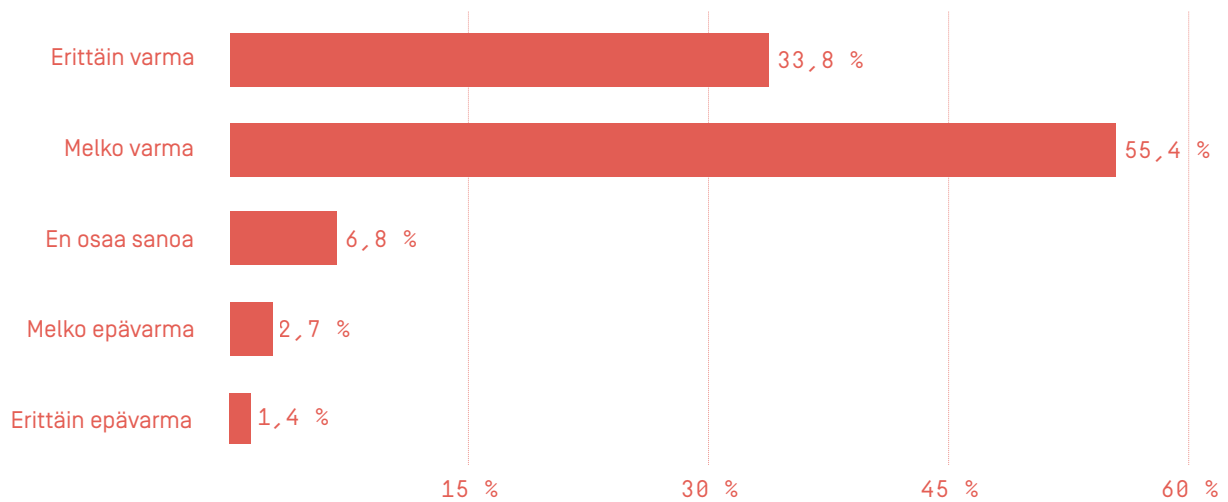
3.2 Työsuhteiden muoto

Päätöimisesti palkansaajina työskentelevistä vastaajista peräti 91 prosenttia oli vakituisessa työsuhteessa ja yli 89 prosenttia teki kokoaikaista työtä. Määräaikaisten työsuhteiden osuus (noin 9%) vastaajien keskuudessa oli melko lähellä samaa tasoa kuin koko työväestön keskiarvo vuonna 2017 Tilastokeskuksen mukaan (7%). Määräaikaisten osuus oli vähentynyt verrattuna edelliseen Grafian kyselyyn, jolloin se oli 17,3 %.

Edellisen vuoden kyselyyn verrattuna vastaajista useampi oli osa-aikaisessa työsuhteessa. Syksyllä 2017 vastanneista palkansaajista osa-aikaisessa työsuhteessa oli noin 11 prosenttia, kun vastaava luku vuonna 2016 oli 8,6 %. Tilastokeskuksen mukaan koko työväestön keskuudessa osa-aikaisten keskiarvo oli vuonna 2017 hieman korkeampi (noin 14%).

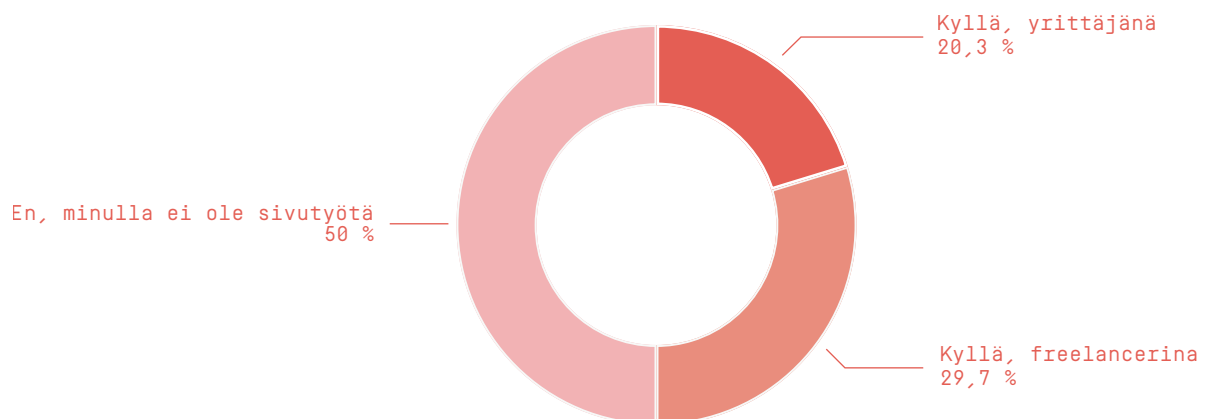
Edellisen vuoden kyselyyn
verrattuna vastaajista
useampi oli vakituisessa
työsuhteessa.

Miten varmaksi koet työsuhteesi jatkuvuuden?



Vastaajien lkm 71

Teetkö palkkatoimen ohella sivutöitä?



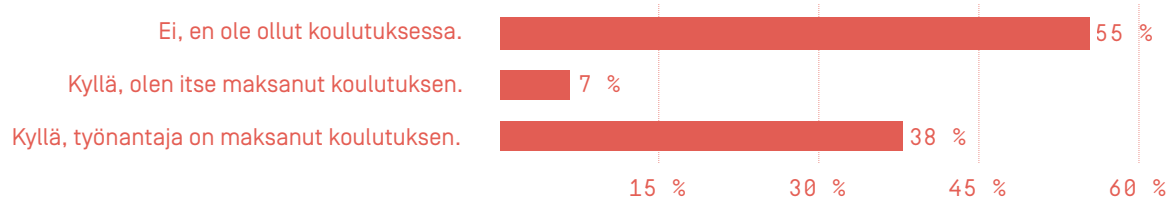
Vastaajien lkm 71

3.3 Työssäkäyvien jatkokoulutus

Muutoksen tahti työelämässä on kiihtymässä, etenkin nopeasti digitalisoituvilla aloilla. Visuaalisen suunnittelun alalla työ siirtyy yhä suuremmissa määrin digitaaliseen mediaan ja teknologian kehitys tuo mukanaan uusia teknisiä standardeja ja työkaluja, joten jatkuva osaamisen kehittäminen ja uudistaminen on entistä tärkeämpää.

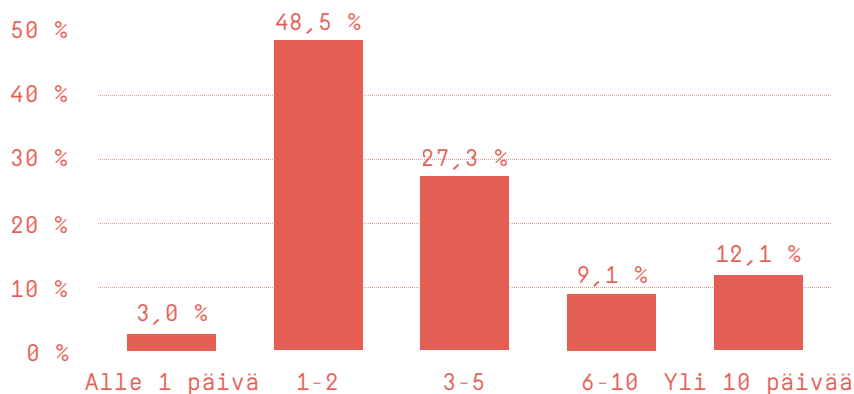
Grafian kyselyyn osallistuneista työsuhhteessa olevista vastaajista noin 38 prosenttia oli osallistunut työnantajan kustantamaan koulutukseen, ja noin seitsemän prosenttia oli maksanut itse koulutuksestaan. Tyypillisesti koulutuspäiviä oli vuodessa yhdestä viiteen. Yli puolet palkansaajista ei kuitenkaan osallistunut työhönsä liittyvään koulutukseen edeltävän vuoden aikana lainkaan.

Osallistuminen työhön liittyvään koulutukseen viimeisen vuoden aikana



Vastaajien lkm 71

Koulutuspäivien määrä viimeisen vuoden aikana



Vastaajien lkm 45

4. Yrittäjät ja freelancerit

Grafian kyselyyn syksyllä 2017 vastanneista jäsenistä noin 40 prosenttia ilmoitti toimivansa päätoimisesti yrittäjinä, useimmiten graafisen muotoilun alalla. Alan yritykset ovat tyypillisesti pieniä muotoilu- tai suunnittelutoimistoja, usein yhden hengen toiminimiä tai pieniä osakeyhtiöitä. Kolme neljästä Grafian kyselyyn vastanneista yrittäjästä oli yksinyrittäjiä. Yrityksen perustaminen on huomattavasti freelance-työtä yleisempää, sillä päätoimisia freelancereita oli kyselyyn vastanneista vain noin kuusi prosenttia.

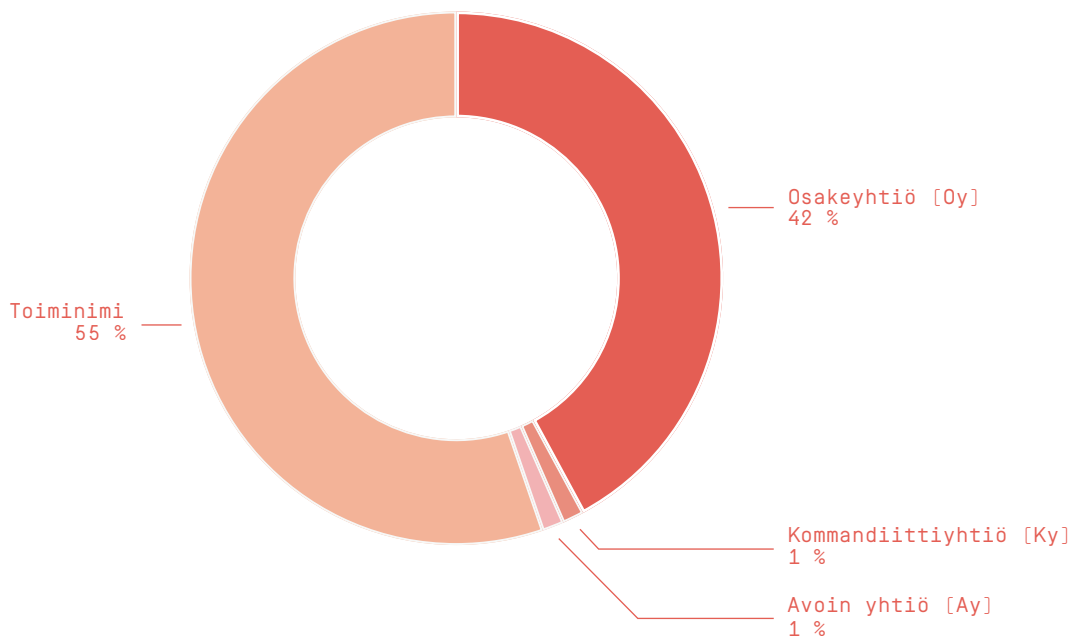
4.1 Yritysmuodot ja toimialat

Vuoden 2017 jäsenkyselyn perusteella Grafiaan kuuluvien päätoimisten yrittäjien enemmistö työskentelee pienissä yhden hengen muotoilutoimistoissa. Tyypillinen yritysmuoto oli joko toiminimi [55%] tai osakeyhtiö [42%]. Myös osakeyhtiöiden joukossa on luultavasti useita yhden hengen yrityksiä, sillä vastaajista 75 prosenttia ilmoitti olevansa yksinyrittäjiä. Noin 16 prosenttia yrityksistä työllisti kaksi henkeä, ja yli kymmenen hengen yrityksiä oli vain noin prosentilla kyselyyn vastanneista yrittäjistä.

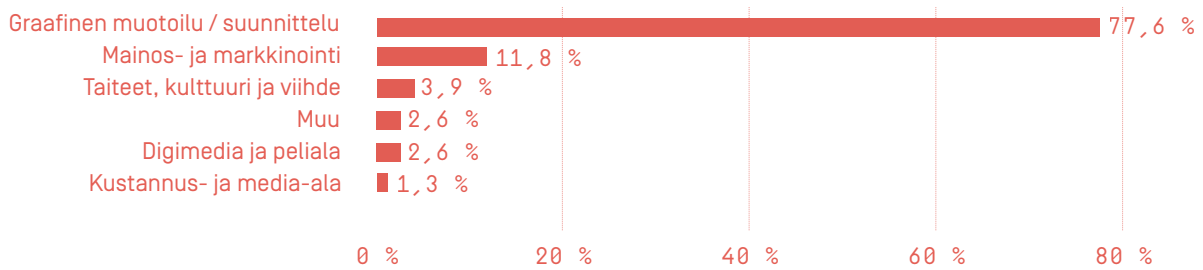
Toimialoista yleisin oli graafinen muotoilu, jonka pääasialliseksi toimialakseen ilmoitti 78 prosenttia yrittäjistä. Noin kaksitoista prosenttia yrittäjistä toimi pääasiassa mainos- ja markkinointialalla, ja muutama prosentti kyselyyn vastanneista yrittäjistä toimi taide- ja kulttuuri- ja viihdealalla sekä digimedia- ja pelialalla. Useimmat yrittäjät olivat toimineet alalla jo pidempään. Lähes puolet yrityksistä oli perustettu vuosina 2005–2014, ja noin 16 prosenttia oli tätä nuorempia.

Yrittäjien kouluttautuminen on kutakuinkin samalla tasolla kuin palkansaajien. Hieman yli kolmannes kyselyyn vastanneista päätoimisista yrittäjistä oli osallistunut viimeisen vuoden sisällä työhönsä liittyvään koulutukseen. Heillä koulutuspäivien määrä oli keskimäärin hieman palkansaajia suurempi, sillä neljännes oli ollut koulutettavana yli 10 päivää vuoden aikana. Noin 63 prosenttia ei ollut osallistunut lainkaan koulutukseen viimeisen vuoden aikana.

Yrityksen yhtiömuoto

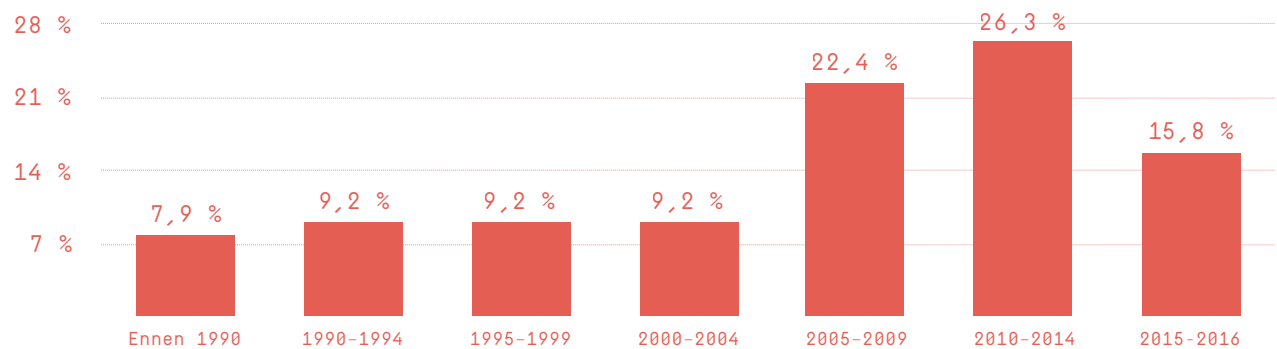


Toimiala



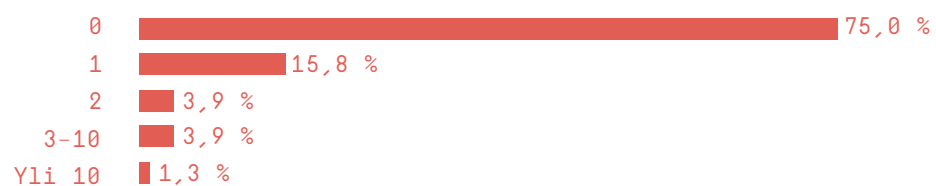
Vastaajien lkm 98

Perustamisvuosi



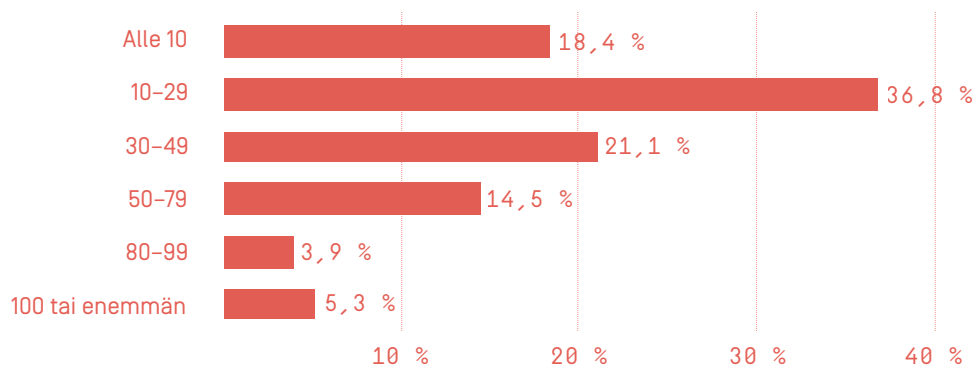
Vastaajien lkm 98

Kuinka monta työntekijää yrityksessä on lisäksesi?



Vastaajien lkm 98

Toimeksiantojen määrä vuonna 2016



Vastaajien lkm 98

Arvio toimeksiantojen määrästä vuonna 2018



51 %

Suurempi kuin
vuonna 2016



33 %

Suunnilleen
sama kuin
vuonna 2016

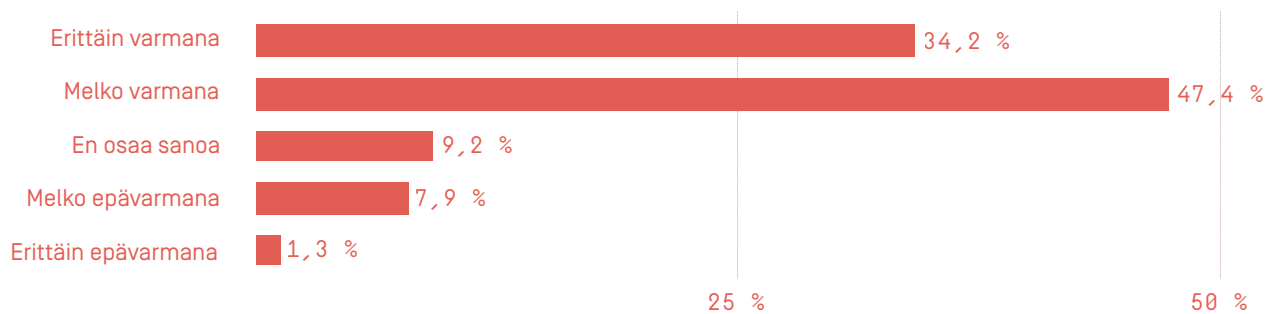


16 %

Pienempi kuin
vuonna 2016

Vastaajien lkm 98

Miten varmana koet yritystoimintasi jatkuvuuden lähitulevaisuudessa?



Vastaajien lkm 98

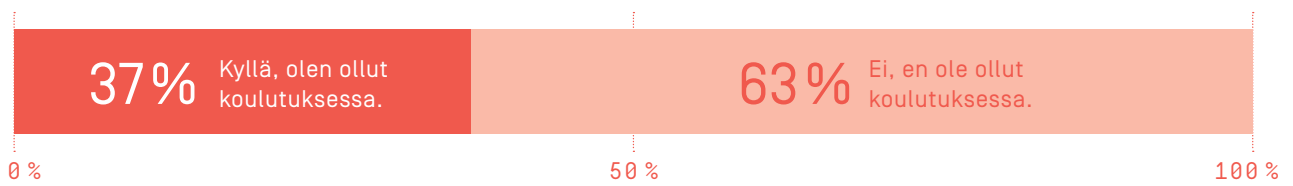
4.2 Freelancerit

Freelance-työ on Grafian jäsenistön keskuudessa suhteellisen harvinainen työskentelymuoto. Grafian kyselyyn vastasi syksyllä 2017 pieni määrä päätoimista freelanceria, jotka toimivat graafisen muotoilun, mainos- ja markkinointi- sekä kustannus- ja media-alojen palveluksessa. Saadut tiedot eivät ole yleistettävissä, koska vastauksia saatiin niin vähän.

Kyselyyn vastanneiden freelancereiden enemmistö ei ollut sivutoimisessa tai osa-aikaisessa palkkatyössä. Yli puolet freelancereista (58%) kuitenkin kertoi saaneensa vuonna 2016 alle kymmenen toimeksiantoa, mutta vain neljännes kertoi toimeksiantojen määrän laskeneen edellisestä vuodesta. Freelance-työhön viikossa käytettiin kuitenkin keskimäärin vain noin 24 tuntia, ja alle puolet vastaajina piti jatkoa freelancerina todennäköisenä. Neljännes piti jatkoa melko tai erittäin epätodennäköisenä.

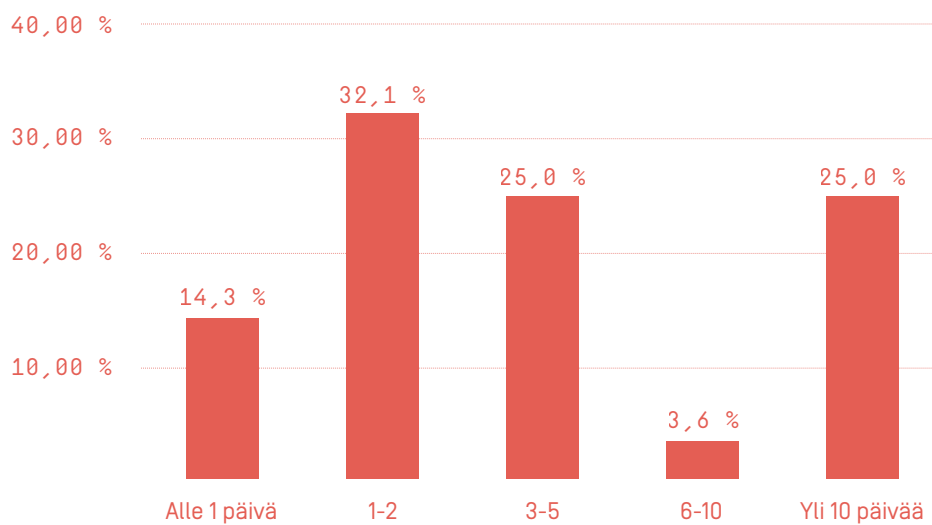
Noin kolmannes yrittäjistä uskoi saavansa vuonna 2017 edellistä vuotta enemmän toimeksiantoja.

Työhön liittyvä koulutus viimeisen vuoden aikana



Vastaajien lkm 98

Koulutuspäivien määrä viimeisen vuoden aikana



Vastaajien lkm 36

4.3 Sivutoimiset freelancerit ja yrittäjät

Moni Grafian jäsenistä tekee myös itsenäisesti töitä palkkatoimen ohella joko yrittäjänä tai freelancerina. Puolet Grafian kyselyyn syksyllä 2017 osallistuneista palkansaajista kertoi tekevänsä päätoimen ohella töitä myös itsenäisesti joko yrittäjänä tai freelancerina.

Sivutoimisesti freelancerina työskenteli 30 prosenttia palkansaajista ja oma yritys oli 20 prosentilla. Sivutoimisten yrittäjien yhtiömuodot olivat toiminimi (73%) tai osakeyhtiö (20%), ja ne toimivat kaikki graafisen muotoilun alalla. Lähes kaikki yritykset olivat yhden hengen yrityksiä, ja pääosa niistä oli perustettu viimeisten kahdeksan vuoden sisällä.

Sivutoimisesti freelance-töitä tekevät palkansaajat tekivät pääasiassa graafisen muotoilun töitä (82%), mutta vastaajina oli myös digimedia- ja pelialan freelancereita. Toimeksiantojen määrä vuodessa jäi useimmilla alle kymmeneen ja sivutoimisesta freelance-työstä saadut ansiot olivat pääasiassa pieniä.

Sivutoimisesti freelancerina
työskenteli 30 prosenttia
palkansaajista ja oma yritys oli
20 prosentilla.

5. Palkat ja ansiotaso

Grafian kyselyssä vuonna 2017 selvitettiin järjestön jäsenten tulotaso ja yrittäjien sekä freelancereiden työn hinnoittelua, sekä tyytyväisyyttä alan palkkiotasoon. Palkansaajien keskimääräinen tulotaso oli pysynyt lähestulkoon samana vuoden 2016 kyselyyn verrattuna. Sekä yrittäjien että palkansaajien keskiansiossa näkyi jopa pientä laskua, mutta merkittävä osa vastaajista kertoi tulotasonsa kuitenkin nousseen. Työsuhteisten Grafian jäsenten ansiotaso on hyvä suhteessa alan yleiseen palkkatasoon.

Päätoimisten yrittäjien ja freelancereiden keskiansio oli aikaisempien vuosien tapaan selkeästi palkansaajia alhaisempi, ja syksyllä 2017 raportoitiin jopa hieman edellistä vuotta alhaisempia keskiansioita.

Palkansaajat olivat pääosin tyytyväisiä ansioihinsa, mutta palkansaajien käsitykset tyydyttävästä palkkatasosta selvästi suuremmat kuin itsensä työllistävien.

5.1 Työsuhteisten palkat

Grafian kyselyyn syksyllä 2017 vastanneiden palkansaajien keskimääräinen kuukausitulo (ennen ennakkopidätystä, mukaan lukien palkka ja luontoisedut) oli noin 3690 euroa.

Graafisten ja multim mediasuunnittelijoiden ammattiryhmän keskiansio kuukaudessa oli Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2016 noin 3598 euroa, mikä on lähestulkoon sama kuin koko yksityisen sektorin keskiansio (3596 euroa).¹

Grafian jäsenten arvioitu keskiansio 3690 ei poikkea merkittävästi Tilastokeskuksen antamasta alan keskiansiosta, mutta se on jonkin verran alhaisempi kuin Grafian palkansaajajäsenten keskimääräinen tulotaso vuoden 2016 kyselyssä (3800 euroa kuukaudessa).

Graafisten ja multimedia-
suunnittelijoiden ammattiryhmän
keskiansio kuukaudessa oli
Tilastokeskuksen mukaan vuonna
2016 noin 3598 euroa

¹ www.stat.fi/til/yskp/2016/yskp_2016_2017-06-29_tie_001_fi.html

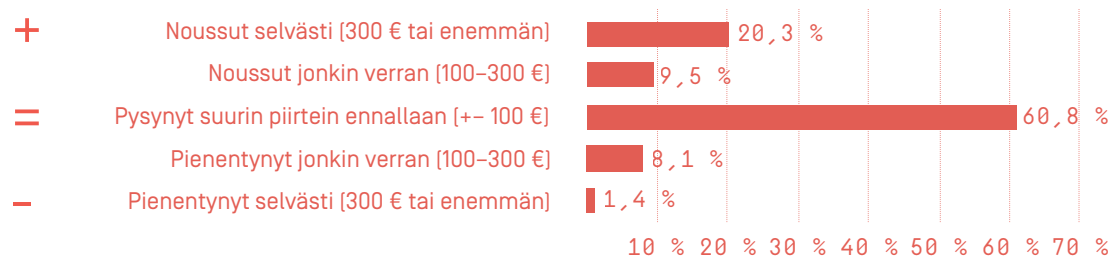
5.1.1 Palkkojen kehittyminen

Edeltävinä vuosina vastaajien keskiansiossa on näkynyt pientä nousua, ja Tilastokeskuksen mukaan alan yleinen palkkataso on samana aikana noussut tasaisesti. Grafian kyselytutkimuksen valossa on kuitenkin vaikea sanoa, onko tulotasossa todella tapahtunut merkittävää laskua, sillä poikkeama edelliseen vuoteen nähden ei ole suuri. Sen sijaan valtaosa vastaajista kertoi palkkansa nousseen viimeisen vuoden aikana.

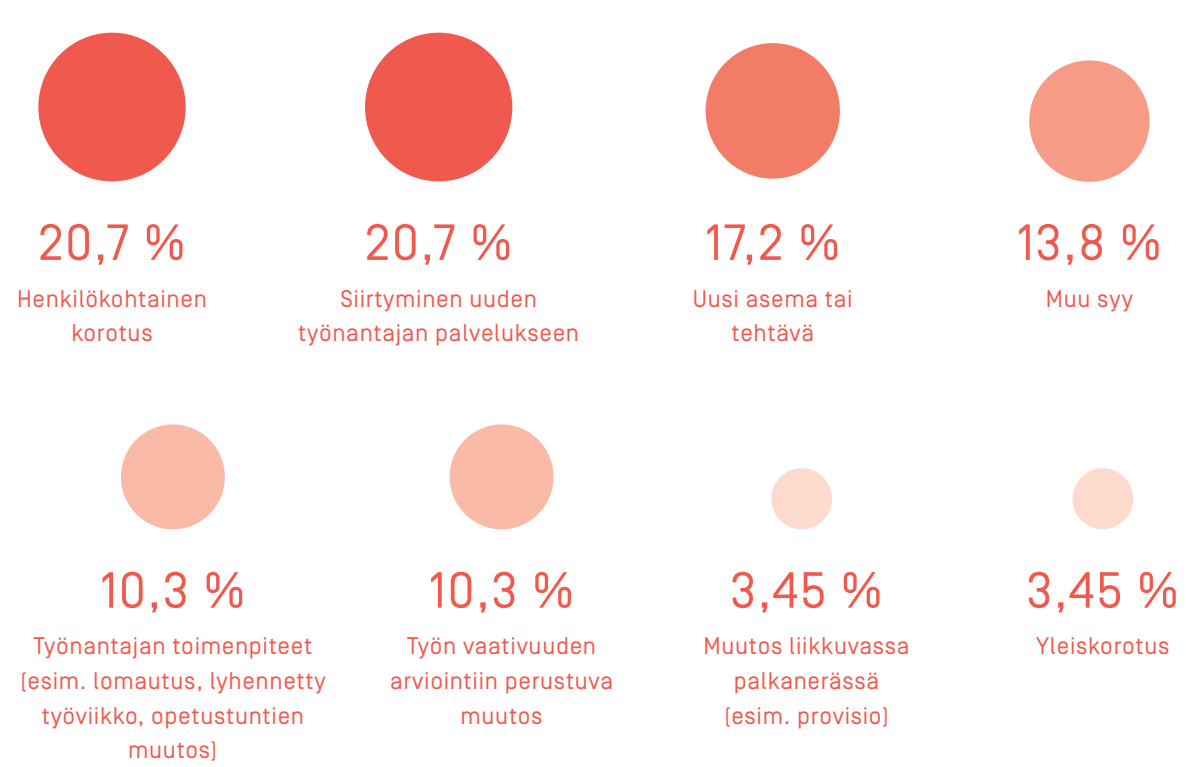
Noin viidennes palkansaajista kertoi bruttotulojensa nousseen selvästi (yli 300 euroa kuussa) ja lähes kymmenen prosenttia ilmoitti palkkansa nousseen jonkin verran (100–300 euroa kuussa). Hieman alle kymmenen prosenttia vastaajista kertoi ansioidensa laskeneen ainakin jonkin verran. Enemmistöllä eli noin 60 prosentilla vastaajista bruttotulot olivat pysyneet vuoden aikana suurin piirtein ennallaan.

Syy ansiotason nousuun oli tyypillisesti joko työpaikan vaihtuminen tai henkilökohtainen palkankorotus. Nämä selittivät yhteensä noin 40 prosenttia vastaajien ilmoittamista bruttotulojen muutoksista. Hieman yli 17 prosenttia oli siirtynyt uuteen asemaan saman työnantajan palveluksessa. Myös yleiskorotus tai työn vaativuuden uudelleenarviointi olivat vaikuttaneet joissain tapauksissa.

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



Kuukausiansion muutoksen syy



Vastaajien lkm 71

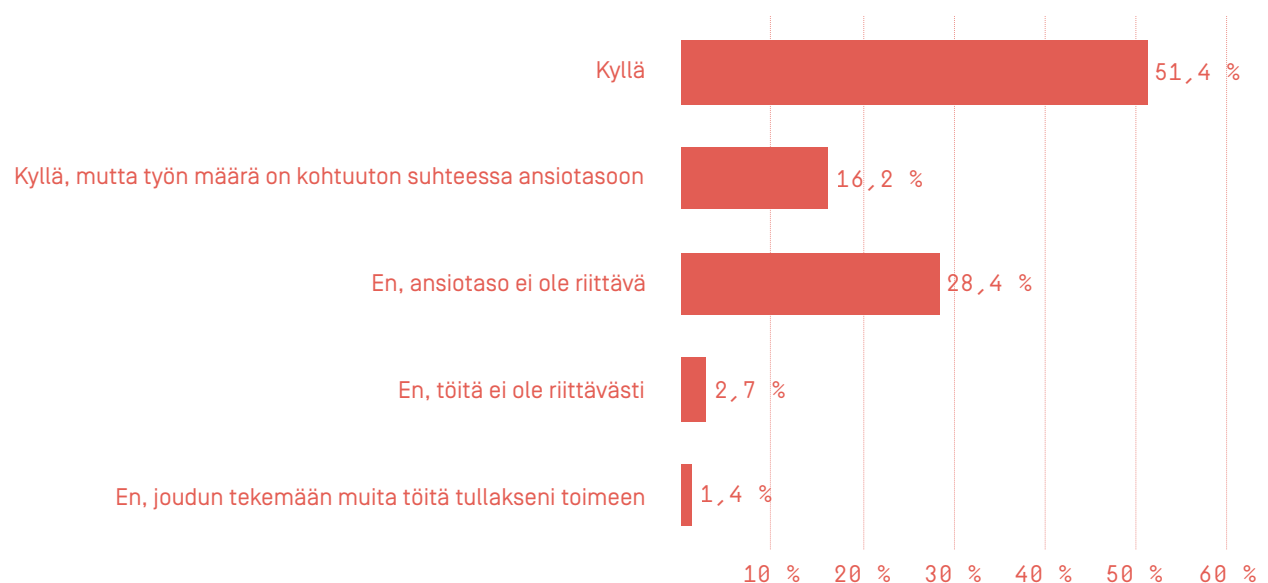
Tutkimuksen mukaan palkansaajat ovat keskimäärin tyytyväisiä, kun ansiotasoa on noin 3200 euroa kuukaudessa tai yli.

5.1.2 Tyytyväisyys palkkatasoon

Grafian palkansaajajäsenet ovat yleensä olleet verraten tyytyväisiä ansioihinsa, näin myös syksyn 2017 kyselyssä. Noin 51 prosenttia vastaajista kertoi olevansa tyytyväinen nykyiseen palkkaansa. Vastaavasti noin 28 prosenttia palkansaajista piti nykyistä palkkaansa liian alhaisena, ja noin 16 prosenttia piti työtaakkaansa liian suurena ansioihin nähden. Vielä edellisen vuoden kyselyssä tyytyväisiä palkkaansa oli 55 prosenttia vastaajista.

Ristiintaulukoimalla vastaajan ilmoittama kuukausiansio sekä tyytyväisyys ansiotasoon voidaan laskea minkä suuruisella kuukausipalkalla vastaajat ovat tyytyväisiä ansiotasoonsa. Tutkimuksen mukaan palkansaajat ovat keskimäärin tyytyväisiä, kun ansiotasoo on noin 3200 euroa kuukaudessa tai yli. Valtaosa vastaajista oli siis tyytyväisiä ansiotasoon, jos kuukausipalkka oli vähintään 3200 euroa.

Oletko tyytyväinen tämän hetkiseen ansiotasooni palkansaajana?



5.2 Yrittäjien ansiotaso

Grafian jäsenten tulotasossa on näkyvä ero työsuhteessa olevien ja itsensä työllistävien välillä. Työsuhteessa olevat ansaitsevat keskimäärin selvästi enemmän kuin itsensä työllistävät yrittäjät.

Päätoimisilta yrittäjiltä ja freelancereita kysyttiin kuukausiansiota ja tuntihinnoittelua. Vastaaajien keskimääräinen tulotaso syksyn 2017 kyselyssä olivat 2660 euroa kuukaudessa eli noin tuhat euroa palkansaajia alhaisempi. Tulotasossa oli myös suuret vaihtelua alle 1000 eurosta yli 6000 euroon kuussa.

Alle viidennes vastanneista yrittäjistä oli palkan lisäksi nostonut myös osinkoja yrityksestään. Nostettujen osinkoja määrä vaihteli kuitenkin suuresti, mikä kertoo taustalla olevan mitä ilmeisimmin hyvin erilaisia, erikokoisia ja eri tilanteessa olevia yrityksiä. Osinkosumma vaihteli noin tuhannesta eurosta kymmeneen tuhansiin euroihin vuoden 2016 aikana.

Kyselyyn vastanneista päätoimisista yrittäjistä noin 27 prosenttia sai suunnittelupalkkioiden lisäksi muita korvauksia, kuten tekijänoikeuskorvauksia, rojalteja ja myyntituloja:

- Tekijänoikeuskorvauksia kirjoista ja kuvituksista
- Opetuspalkkiot, apurahat
- Käytännön korvauksia, kuten lippuja tapahtumiin
- Kirjastojen lainauskorvauksia
- Päätulo fonttilisenssien myynnistä
- Kuosisuunnittelusta rojalteja myytyjen tuotteiden perusteella

Noin kymmenen prosenttia päätoimisista yrittäjistä kertoi lisäksi saavansa lisätuloja sivutoimesta tai pätkätöistä palkansaajana.

Tutkimuksen mukaan yrittäjät ovat keskimäärin tyytyväisiä, kun ansiotaso on noin 2400 euroa kuukaudessa tai yli.

5.2.1 Yrittäjien ja freelancereiden työn tunti-laskutus

Itsensä työllistäjiltä kysyttiin ansioiden lisäksi tunti-laskutusta rutiinityön sekä luovan työn osalta. Rutiinityöksi laskettiin esimerkiksi työn koordinointi ja valvonta. Luovan suunnittelutyön laskutusarvo on yleensä ottaen rutiiniluontoista työtä suurempi.

Vuonna 2017 kyselyyn vastanneet yrittäjät ja freelancerit laskuttivat luovasta, erityistä ammattitaitoa vaativasta suunnittelutyöstä keskimäärin 80 euroa tunnilta ja rutiinityöstä 70 euroa tunnilta. Keskimääräiset tuntihinnat olivat kutakuinkin edellisen vuoden luokkaa (78 ja 67 euroa tunnilta).

Verokortilla laskuttavat freelancerit hinnoittelivat työnsä keskimäärin hieman halvemmaksi, mutta vastausten vähäisen lukumäärän vuoksi tiedot eivät ole yleistettävissä. Jättämällä freelancerit laskuista yrittäjien työn keskihinnaksi saadaan 84 euroa tunnilta luovasta työstä ja 73 euroa tunnilta rutiinityöstä.

Jättämällä freelancerit laskuista yrittäjien työn keskihinnaksi saadaan 84 euroa tunnilta luovasta työstä ja 73 euroa tunnilta rutiinityöstä.

Yrittäjien ja freelancereiden keskimääräinen tunti-laskutus

2014	2015	2016
Luova työ	Luova työ	Luova työ
81 €/h	78 €/h	81 €/h
Rutiiniluontoiset työt, esim. koordinointi ja valvonta	Rutiiniluontoiset työt, esim. koordinointi ja valvonta	Rutiiniluontoiset työt, esim. koordinointi ja valvonta
70 €/h	67 €/h	69 €/h

5.2.2 Yrittäjien tyytyväisyys ansiotasoon

Yrittäjien kuukausiansioiden suuret vaihtelut näkyvät jälleen kyselyssä tyytymättömyytenä tulotasoon. Yrittäjistä noin 35 prosenttia kertoi olevansa tyytyväisiä nykyisiin tuloihinsa, verrattuna palkansaajien yli 50 prosenttiin. Noin 16 prosenttia yrittäjistä piti työtaakkaansa liian suurena tulotasoonsa nähden.

Sitä vastoin 17 prosenttia kertoi tulojensa jäävän liian alhaisiksi, koska töitä ei ole tarjolla riittävästi. Yli neljännes yrittäjistä katsoi palkkiotason olevan kokonaisuudessaan liian alhainen. Toisaalta vain alle kuusi prosenttia yrittäjistä kertoi tekevänsä lisäksi muita töitä toimeentulonsa turvaamiseksi.

Myös yrittäjien kohdalla selvitettiin tyytyväisyyden ja palkkatason yhteyttä ristiintaulukoimalla. Tutkimuksen mukaan yrittäjät ovat keskimäärin tyytyväisiä noin 2400 euron tai sen ylittäviin kuukausiansioihin. Enemmistö vähintään 2400 euroa kuukaudessa ansaitsevista yrittäjistä oli siis tyytyväisiä tulotasoonsa.

Oletko tyytyväinen tämän hetkiseen ansiotasosi yrittäjänä?



6. Tulevaisuudennäkymät

Suomen yleisessä taloustilanteessa tapahtui vuoden 2016 aikana käänne kohti elpymistä, joka jatkui ja vahvistui vuoden 2017 aikana. Myös media- ja kustannusalan pitkään jatkunut alamäki osoitti taittumisen merkkejä. Grafian jäsenten näkemykset oman uransa ja alan tulevaisuuden suhteen heijastelevat tätä parantunutta taloustilannetta ja media- sekä mainosalojen näkymiä. Syksyllä 2017 kyselyyn vastanneet jäsenet suhtautuivat pääosin myönteisesti omaan tilanteeseen. Visuaalisen viestinnän ammattilaisten kannalta keskeiset toimialat ovat keskellä suurta murrosvaihetta, mikä näkyy osin ristiriitaisina odotuksina tulevaisuuden suhteen.

6.1 Palkansaajien ja yrittäjien luottamus tulevaisuuteen

Suomen pitkään jatkunut heikon talouskasvun vaihe jäi taakse vuoden 2016 aikana, ja vankka kasvu jatkui läpi koko viime vuoden. Tilastokeskuksen mukaan Suomen bruttokansantuote kasvoi vuonna 2017 kolme prosenttia, ja vuodelle 2018 ennustetaan 2,8 prosentin kasvua.

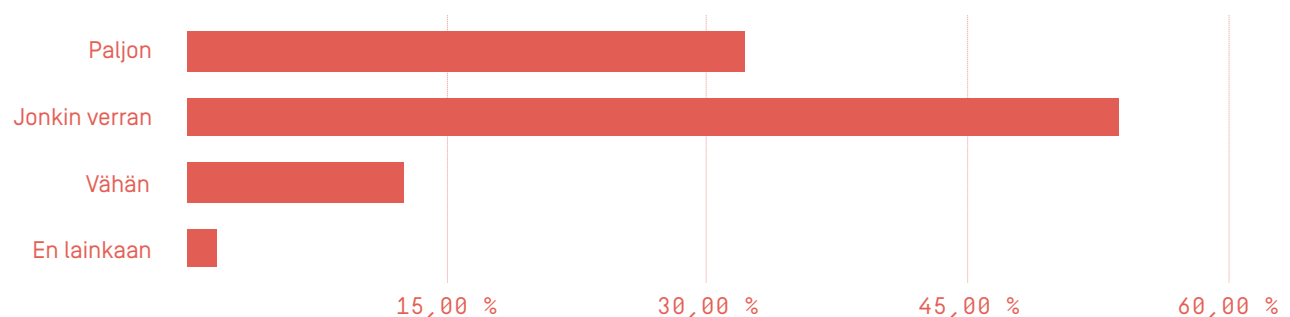
Yleinen taloustilanteen kohentuminen on parantanut kuluttajien ja yritysten luottamusta tulevaisuuteen, mikä näkyy luultavasti myös Grafian jäsenten odotuksissa oman työpaikkansa tai yritystoimintansa suhteen.

Syksyn 2017 kyselytutkimuksen perusteella Grafiaan kuuluvien palkansaajien työtilanne onkin entistä vakaampi. Lähes 90 prosenttia vastaajista kertoi olevansa varma tai melko varma työuhteensa jatkumisesta lähitulevaisuudessa. Vuonna 2016 varmoja tai melko varmoja oli 78 prosenttia palkansaajista, ja vuonna 2015 vain noin 60 prosenttia. Tilanne on siis kohentunut huomattavasti.

Työpaikkansa tulevaisuuden suhteen melko epävarmoja tai erittäin epävarmoja oli vain noin neljä prosenttia vastaajista, ja noin seitsemän prosenttia ei osannut sanoa suuntaan tai toiseen.

Myös päätoimisten yrittäjien kohdalla luottamus yritystoiminnan jatkuvuuden suhteen oli keskimäärin kohentunut edellisestä vuodesta. Yrittäjistä 80 prosenttia piti toiminnan jatkumista erittäin tai melko varmana, kun vuonna 2016 vastaava luku oli 70 prosenttia. Alle yhdeksän prosenttia näki tulevaisuutensa yrittäjänä melko tai erittäin epävarmana.

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



Myös yrittäjien saamien toimeksiantojen määrä oli tutkimuksen mukaan lisääntynyt. Hieman yli puolet kyselyyn vastanneista päätoimisista yrittäjistä arvioi vuoden 2017 toimeksiantojen määrän kasvaneen edelliseen vuoteen verrattuna. Noin kolmannes arvioi toimeksiantojen määrän pysyneen samana ja vain noin 15 prosenttia kertoi saaneensa edellistä vuotta vähemmän toimeksiantoja.

Suomen nousu taantumasta ei ole vielä vaikuttanut merkittävästi mainos- ja media-aloihin, jotka ovat visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden ja ammattilaisten kannalta keskeisiä työllistäjiä. Grafian kyselyyn syksyllä 2017 vastanneista jäsenistä yli kolmannes työskenteli mainos- ja markkinointi- tai kustannus- ja media-alan yrityksissä, ja itsensä työllistäjistä noin 13 prosenttia oli näiden alojen yrittäjiä.

Media-alan työnantajia edustavan Medialiiton mukaan alan liikevaihto kokonaisuutena supistui vuonna 2017 noin 0,7 prosenttia. Esimerkiksi perinteisen kustannus- ja julkaisutoiminnan osalta vuonna 2016 alkanut kasvu osoittautui lyhytikäiseksi ja talouden elpyminen näkyy korkeintaan liikevaihdon laskun pysähtymisenä.² Mediamainontaan käytetty rahamäärä puolestaan ei kasvanut vuoden 2017 aikana lainkaan, totesi markkinointitutkimusyriitys Kantar TNS vuosikatsauksessaan.³

Kummankin toimialan kasvuluvut kätkevät taakseen alan sisäisen murroksen. Kasvu media-alalla on viime vuosina kohdistunut pääasiassa digitaalisiin kanaviin, ja mediamainonnan hiipuessa yritysviestintä on noussut yhdeksi Suomen nopeimmin kasvavista toimialoista.

6.2 Mihin suuntaan visuaalisen viestinnän ala kehittyy

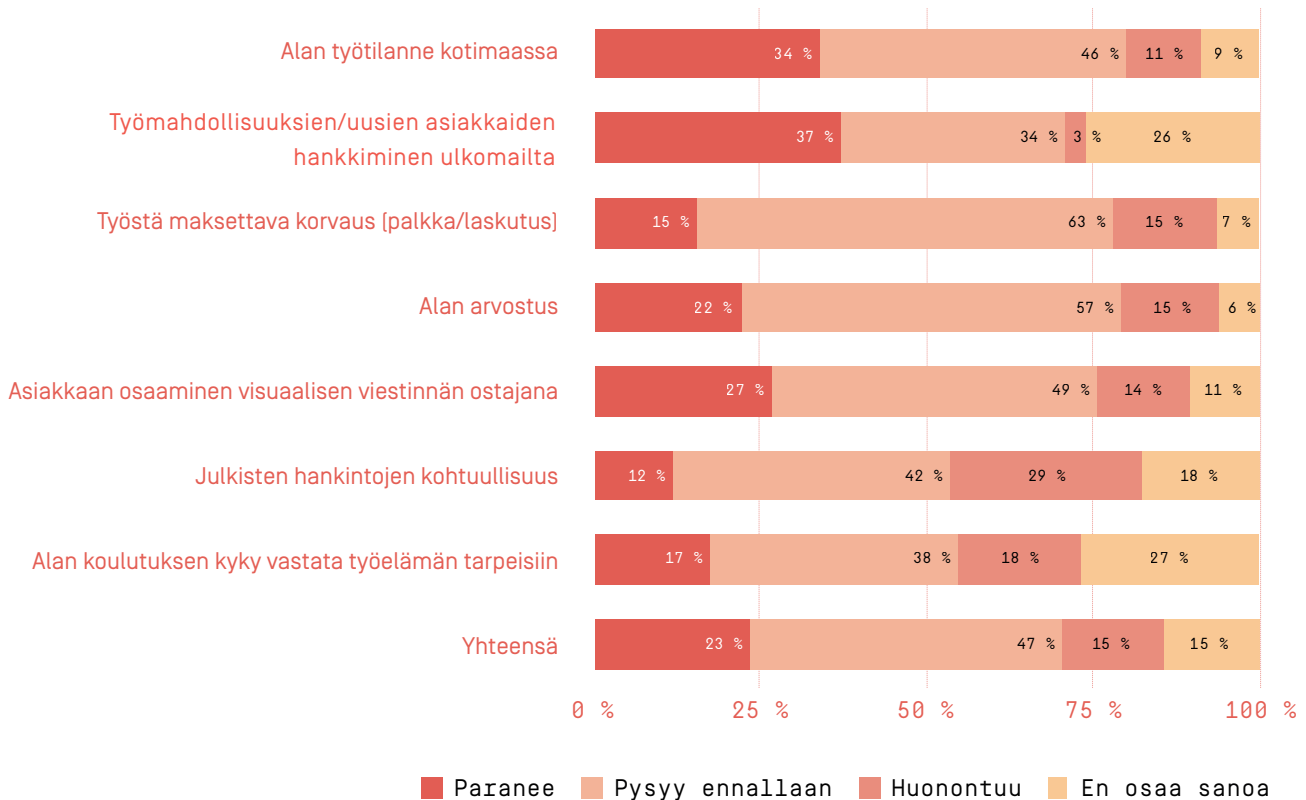
Grafian jäseniltä kysyttiin syksyllä 2017 näkemyksiä koko toimialan tulevaisuuden kehityssuunnista. Vastausten mukaan jäsenistöllä on osin ristiriitaisia näkemyksiä siitä, mihin suuntaan visuaalinen viestintä ja mainos- sekä media-alat ovat muuttumassa.

Yhteistä vastauksille olivat lähes kaikkia toimialoja muokkaavat megatrendit: digitalisaatio, automatisaatio, työelämän ja -markkinoiden murros. Sen sijaan esimerkiksi visuaalisen suunnittelun osaamisen arvostuksen, alan yleisen työllisyystilanteen ja painetun median tulevaisuuden suhteen vastaajilla oli erilaisia käsityksiä.

² www.medialiitto.fi/files/4348/Mediatalouskatsaus_IV_2017.pdf

³ www.tns-gallup.fi/sites/default/files/tiedote_mediamainonnan_maara_2017.pdf

Miten arvioit näiden asioiden kehittyvän



6.2.1 Alan työllisyysnäkymät ovat parantuneet

Suomen yleisen taloustilanteen käänne nousu-uralle näyttäisi antavan myös Grafian jäsenille syytä optimismiin. Yli kolmannes (noin 34%) syksyn 2017 kyselyyn vastanneista Grafian jäsenistä uskoi alan työtilanteen Suomessa paranevan tulevaisuudessa. Noin 46 prosenttia näki tilanteen pysyvän entisellään, ja vain 11 prosenttia piti todennäköisenä, että tilanne heikkenee nykyisestä.

Tulevaisuus näyttää siis edellistä vuotta selvästi valoisammalta. Syksyllä 2016 vain noin 23 prosenttia vastaajista uskoi työllisyystilanteen paranevan ja yhtä suuri osuus näki tilanteen muuttuvan huonompaan suuntaan.

”Veikkaan alan kehityksen olevan jossain määrin sidoksissa maan taloustilanteeseen. Jos talouden elpyminen jatkuu, yritykset todennäköisesti käyttävät mainontaan enemmän rahaa, jolloin alan arvostus ja palkkataso kasvaa.”

Suunnittelijoiden asiakaskontaktit ovat yhä monipuolisempia. Vanhan toimialarakenteen murros ja erityisesti painetun median hiipuminen digitaalisten viestimien noustessa on tuonut alalle uudenlaisia asiakkaita. Vanhat media- ja mainostoimistot, joissa osaamista on arvostettu, ovat joutuneet markkinoiden murroksessa ahtaalle ja säästökuureille. Perinteiset tavat ostaa graafisen muotoilun palveluita eivät välttämättä toimi uusien digitaalisten kanavien tapauksessa.

Digitaaliset työkalut myös laskevat kustannuksia. Osa rutiinitöistä voidaan korvata automaatiolla, mikä vähentää työtehtäviä, mutta samalla vapauttaa suunnittelijan keskittymään luovaan työhön ja omaan osaamiseen.

“Digitalisaatio jyllää, mutta viestintäkanavien muutosten ja lisääntymisen [lisätty todellisuus, virtuaalitodellisuus] lisäksi robotisaatio ja tekoäly alkavat vaikuttaa myös asiantuntijatyöhön, kuten suunnitteluun. Tämä muutos on hitaampi, mutta varsinkin mekaaniset tuotantotyöt [kuvankäsittely, tuotanto-ad] vähenevät kiihtyvällä tahdilla.”

“Rutiinitaittojen automatisointi, suunnittelijoiden prekari-soituminen, kriittisen ja omaehtoisen työskentelyn nousu.”

“Automatisointi vaikuttaa prosesseihin, monipuoliset vaatimukset edellyttävät laajempaa yhteistyötä ja verkostoja, omaan mainontaan ja markkinointiin tulee kiinnittää enemmän huomiota.”

Työmarkkinoiden laajempi muutos vaikuttaa lähes kaikilla aloilla: digitalisaation myötä rutiinityö automatisoituu, työ irtautuu työajoista ja -paikoista, jopa työnantajista. Freelance-työ ja projektiluontoinen työskentely yleistyy. Sama kehitys näkyy myös Grafian kyselyn vastauksissa.

“Työmarkkinat muuttuvat joustavammaksi ja perinteisten pitkien työsuhteiden tilalle tulee enemmän projekteja, joihin ryhmät kootaan jokaiseen projektiin sopivaksi. Osa porukasta voi olla työntekijöitä ja osa esimerkiksi alihankkijoita.”

6.2.2 Monialainen suunnittelu lisääntyy

Valtaosa vastaajista näki suunnittelijan työn muuttuvan tulevaisuudessa yhä monialaisemmaksi ja irtautuvan perinteisistä ammatillisista lokeroista. Esimerkiksi pelkkiä painetun median parissa työskenteleviä suunnittelijoita tarvitaan jatkossa entistä vähemmän, ja sen sijaan muotoilijalta odotetaan kokonaisvaltaista designjohtajuutta, jossa yhdistyvät muotoilu ja liiketoimintaosaaminen.

Pelkän visuaalisen ulkoasun lisäksi työ voi jatkossa sisältää muita muotoilun ulottuvuuksia, myös strategista suunnittelua, tila- ja palvelumuotoilua tai tuotekehitystä. Tämä pätee sekä yrityksissä työskenteleviin visuaalisiin suunnittelijoihin, joiden odotetaan ottavan kokonaisuuksia haltuunsa aiempaa laajemmin, mutta myös yrittäjiin ja freelancereihin, jotka tarjoavat yrityksille kokonaisvaltaisia ratkaisuja. Yhä useammin suunnittelijalta odotetaan oma-aloitteisuutta ja omia ideoita valmiin briiffin sijaan.

”Toimeksiannot monimutkaistuvat ja asiakkaat ymmärtävät prosesseista entistä vähemmän. Designerin konsultoiva rooli korostuu, toimeksiannot vaativat entistä laajempaa ymmärrystä kokonaisuuksista ja niiden vaatimuksista. Design sulautuu entistä enemmän osaksi palvelumuotoilua, strategista suunnittelua, tuote- ja palvelukehitystä ja muita yritysten kehittämiskäytännöitä.”

Tämä lisäksi suunnittelijalta odotetaan entistä enemmän monikanavaista osaamista. Pelkän painetun tuotteen sijaan muotoilua tehdään yhä useammin moniin erilaisiin päätelaitteisiin ja viestimiin, joiden visuaaliset vaatimukset kasvavat.

Digitaalinen ympäristö mahdollistaa myös liikkuvan kuvan, virtuaalitodellisuuden (VR) sekä lisätyn todellisuuden (augmented reality, AR) yleistymisen, joten nämä teknologiat tulevat yhdessä asiaankuuluvien ohjelmointitaitojen kanssa entistä tiiviimmin myös osaksi visuaalisen suunnittelijan työkalupakkia.

”Käyttöliittymäsuunnittelijoiden tarve digitaalisten ja uudenlaisten alustojen suunnitteluun kasvaa entisestään. Uskon, että jo nyt tarvittaisiin kipeästi sellaisia osaajia, jotka ymmärtävät sekä visuaalisista, tilallisuutta ja haptista ulottuvuutta, että niiden yhdistämistä digitalisaation tuomiin mahdollisuuksiin. Uskon että eri suuntautumisten [esim. graafinen] painoarvo vähenee ja tulevaisuuden osaajat ovat entistä enemmän yhdistelmiä kaikista alan oppilaitosten koulutusaloista. Palvelumuotoilu tulee osaksi muotoilijan perusosaamista.”

”Uskon että tulee 3D/animaatio-buumi, joka vaikeuttaa asiakkaan suhtautumista palkkioihin, jos eivät ymmärrä mitä tuotetta pyytävät. Samaan aikaan uskon handmade-tuotteiden ja tyylien renessanssiin vastavoimana aika 'sileälle' animaatiolle.”

”Suunnittelun kokemuksellisuus ja varsinkin kuvituksen tuominen kolmiulotteiseen tilaan.”

Toisaalta monialaisuuden lisääntyessä osa toimijoista saattaa löytää paikkansa erikoistumalla. Kun toimeksiantojen vaatimukset paisuvat, voi keskittyminen tietyille erikoisalalle helpottaa asiakashankintaa ja tehostaa toimintaa.

”Olen tämän vuoden sisällä erikoistunut yritykseni palveluja pelkkään pakkaussuunnitteluun. Näin ainakin minulla on helpompi löytää hyviä asiakkaita ja karsia pois turhat ja vaativat asiakkaat jotka eivät halua maksaa osaamisesta.”

”Toimistokenttä polarisoituu. Toisessa päässä on muutama iso toimija, joilla on laaja palvelutarjonta, toisessa päässä laajeneva kenttä pieniä, erikoistuneita toimijoita, jotka tekevät sekä suoraan asiakkaille että myyvät osaamistaan isoille toimistoille.”

Lisääntyvä monialaisuus ja -kanavaisuus sekä hallittavien teknologian kirjo asettaa paineita myös alan koulutukselle. Kyselyyn vastanneista noin 17 prosenttia uskoi koulutuksen pystyvän tulevaisuudessa vastaamaan entistä paremmin työelämän vaatimuksiin. Noin 18 prosenttia piti todennäköisenä, että tilanne jatkossa huononee, ja noin 38 prosenttia näki tilanteen pysyvän entisellään.

Kehityksen kelkasta jääneet graafiset suunnittelijat joutuvat joko päivittämään osaamistaan jatko-opintojen kautta tai keksimään muita keinoja pysyä alalla. Erityisesti jatkokoulutukseen kohdistuu jatkossa kasvavaa kysyntää.

”Digitalisaatio vaatisi jatkuvaa kouluttautumista, johon ei näillä resursseilla ole varaa. Itse voi opetella, mutta pelkään työn laadun laskevan, kun ei ole pohjaa tai taustatietoa asioista. Toisaalta uskon paperiseen tuotteeseen edelleen, erottuvuus ja laatuvaikutelma siinä korostuu, fiksut asiakkaat ymmärtävät niiden arvon edelleen.”

6.2.2 Muotoilua arvostetaan, mutta palkkiot polkevat paikallaan

Vaikka töitä visuaalisen suunnittelun saralla on jatkossakin tarjolla, näkyy kyselyn tuloksissa suurempi huoli alan palkkakehityksestä ja osaamisen arvostuksesta ja asiakaskontaktien laadusta.

Grafian kyselyyn vastanneista jäsenistä ylivoimainen enemmistö (noin 63%) uskoi työstä maksettavan korvauksen pysyvän jatkossa nykyisellään. Vain noin 15 prosenttia vastaajista näki palkkioiden nousevan ja yhtä suuri osuus uskoi niiden heikkenevän entisestään.

“Yhä useampi toimii yrittäjänä, ja kilpailu on kovaa. Osa saattaa tehdä ylipitkää päivää huonolla korvauksella, liiallisesta kilpailusta johtuen. Toisaalta myös toiminimiyrittäjänä voi päästä hyvin ansioihin työn laadun ja asiakasyymmärryksen / tyytyväisyyden kautta.”

Toisaalta osa vastaajista arvioi alan arvostuksen kehittävän huonompaan suuntaan, toisaalta taas alan suomalaiset menestystarinat ja esimerkiksi painetun median sinnikäs arvostus antavat toiveita paremmasta. Molemmat kehityskulut voivat olla yhtä aikaa todellisia, mikä kenties kertoo alan pirstaloitumisesta arvostettuihin huippuihin ja väliinputoajiin.

Grafian kyselyssä valtaosa vastaajista uskoi tilanteen jatkuvan nykyisen kaltaisena. Noin 22 prosenttia vastaajista näki alan arvostuksen olevan kasvussa, kun noin 15 prosenttia uskoi tilanteen jatkossa heikkenevän.

Tietoisuus muotoilusta yleensä on Suomessa suhteellisen hyvällä mallilla. Suomalaisen työn liiton vuonna 2017 teettämän tutkimuksen mukaan suomalaista muotoilua arvostetaan Suomessa: 79 prosenttia suomalaisista on sitä mieltä, että suomalainen muotoiluosaaminen on kansainvälisestikin huippua ja 71 prosenttia uskoo, että suomalainen muotoilu tuo kilpailuetua suomalaisille yrityksille.

“Uskoisin, että graafisen alan arvostus on nousemassa esimerkiksi kansainvälisten menestyneiden nuorten kuvittajien ja graafikkojen myötä. Ala sulautuu enemmän muihin muotoilualoihin, graafikot tekevät multimedialla, pelejä ja vaikkapa sisustustuotteita kuten kuoseja.”

Alan sisällä perinteisen osaamisen ja näkemyksen arvostus on yhä suurta. Kyselyn vastausten perusteella alan sisällä esimerkiksi suhtaudutaan yhä arvostaen painettuun mediaan ja sen tulevaisuuden suhteen näkyy jopa varovaista optimismia. Samalla kun visuaalinen muotoilu kehittyy ja saa uusia muotoja digitaalisessa mediassa, perinteinen graafinen suunnittelu säilyttää arvonsa kapenevassa tuotekentässä.

“Uskon paperiseen tuotteeseen edelleen. Erottavuus ja laatuvaikutelma siinä korostuvat, fiksut asiakkaat ymmärtävät niiden arvon edelleen.”

“Printti pitää eksklusiivisen asemansa. Kirjoja halutaan lukea painotuotteina ja hienot painotuotteet ovat hienoja esineitä. Digitaalisuus vie kuitenkin lisää osuutta päivittäisessä viestinnässä.”

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 1100 jäsentä ja sillä on yhdeksänjäseninen hallitus.