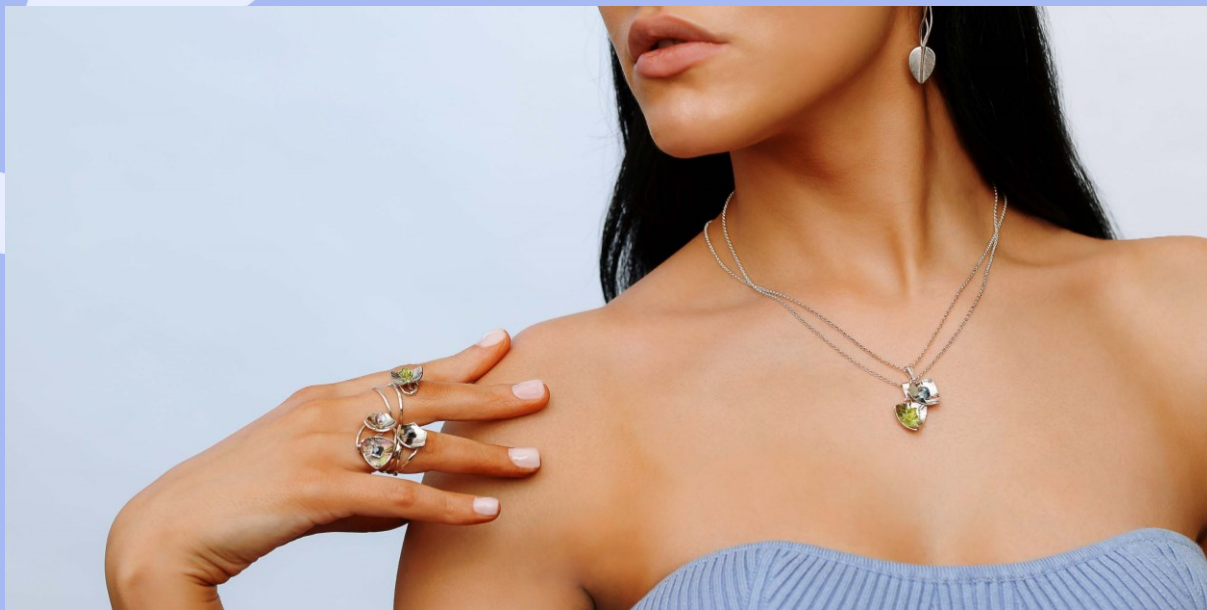


Kotimaisen korualan barometri



KYSELYTUTKIMUS KORUALAN TOIMIJOILLE



JULES  BERYL

Sisällysluettelo

Tausta.....	3
Vastaajien taustatiedot	4-6
Vastaajien koulutustaso ja ammatillinen identifiointuminen	7-10
Toimeentulon koostuminen ja alalla työskentelyn muodot	11-17
Työn merkityksellisyys ja jaksaminen	18-22
Alan yrittäjät ja yritysten liiketoiminta	23- 29
Koru- ja kultaseppäalan kasvun esteet ja kasvuun tarvittava tuki	30-35
Toimialan tulevaisuuden näkymät	36-39
Tärkeimmät toimenpiteet ja edellytykset alan kehittämiseksi	40-46



**Euroopan unionin
rahoittama**

NextGenerationEU

Julkaisija: Jules & Beryl Oy

Julkaisu: 2/2025

Raportin koostanut: Johanna Lundán

Tausta

Tämä barometriraportti on osa Opetus- ja kulttuuriministeriön kautta Euroopan Unionin – NextGenerationEU - rahoittamaa kehityshanketta 'Kotimaisten korujen vallankumous: elinvoimaa yhteistyöstä, digitaalisista mahdollisuuksista ja yhteisestä kasvusuunnasta'. Jules & Berylin vetämä hanke keskittyy kultaseppäkulttuuriin ja arvo- ja jalometallikoruihin.

Raportissa esitettyjen tutkimustulosten ja havaintojen perustana on tutkimuskysely, jonka tarkoituksena oli kartoittaa kotimaisen korualan nykytilaa, tarpeita ja tulevaisuuden näkymiä. Kyselytutkimuksen taustalla oli tarve saada tutkittua tietoa korumuotoilu- ja kultaseppäalan toimijoista ja heidän liiketoiminnastaan sekä muun muassa heidän työhyvinvoinnistaan sekä työntekemisen tavoista ja työkulttuurista, koska alalta ei ole

aiemmin kerätty kattavasti dataa.

Koottu informaatio on merkityksellistä ja arvokasta alan kehittämiseksi ja tulevaisuuden menestyksen mahdollisuuksien luomiseksi. Kyselytutkimus oli suunnattu kaikille jo alan ammatissa, osa- tai kokoaikaisesti, toimiville kuten korumuotoilijoille- ja taiteilijoille, kulta- ja hopeasepille sekä kaivertajille. Osa barometrin kysymyksistä kohdennettiin vain alalla yrittäjänä toimiville.

Kyselyyn vastasi 83 vastaaja. Tutkimustulokset kerättiin anonymisti siten, että yksittäistä vastaajaa ei pysty tunnistamaan. Kyselytutkimus toteutettiin kesällä 2024 sähköistä kyselytyökalua hyödyntäen. Tutkimuskumppanina kyselytutkimuksessa toimi Alice Labs.

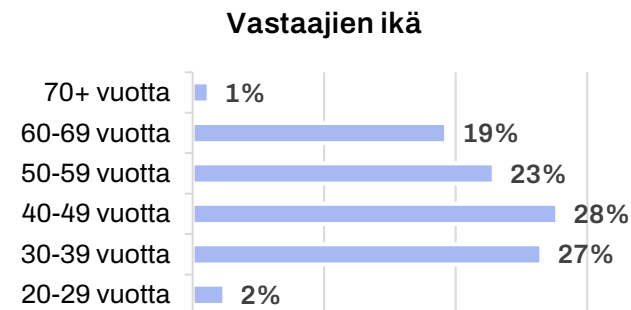
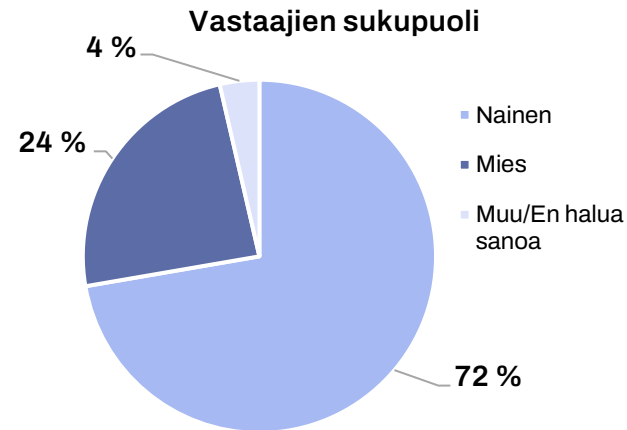


Vastaajien taustatiedot

Vastaajien sukupuoli ja ikäjakauma

Kyselytutkimukseen vastanneista valtaosa, yli 72 %, on naisia. Miehiä vastaajista on noin 24 %. Vastaajista noin 4 % ei halunnut ilmoittaa sukupuoltaan tai ilmoitti olevansa muun sukupuolinen.

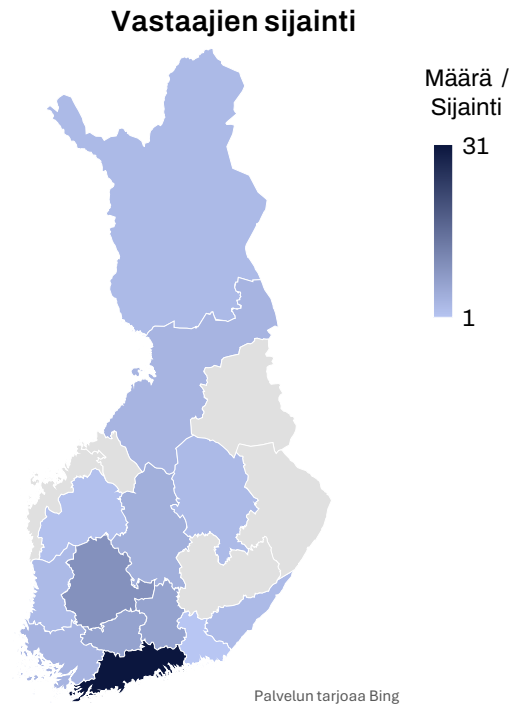
Eniten vastaajia tutkimuksessa oli ikäryhmissä 30–39 vuotta (27 %) ja 40–49 vuotta (28 %). Nämä kaksi ryhmää muodostavat yhdessä yli puolet kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurimman ryhmän muodostavat 50–59-vuotiaat (23 %). 60–69-vuotiaiden osuus on hieman pienempi, noin 19 % vastaajista. Nuoremmista ja vanhemmista ikäryhmissä on huomattavasti vähemmän vastaajia.



Vastaajien maantieteellinen sijainti

Suurin osa vastaajista toimii Uudellamaalla, jonka osuus vastauksista on noin 37 %. Pirkanmaalaisten vastaajien osuus (12 %) on myös merkittävä, mutta selkeästi pienempi kuin Uudenmaan.

Seuraavaksi suurimmat vastaajaryhmät löytyvät Päijät-Hämeestä ja Kanta-Hämeestä, joista kummastakin vastaajia oli 8 % kyselyyn vastaajista, sekä Keski-Suomesta (6 % vastaajista).





Vastaajien koulutustaso ja ammattillinen identifioituminen

Korualan ammattiin liittyvä ylin koulutus

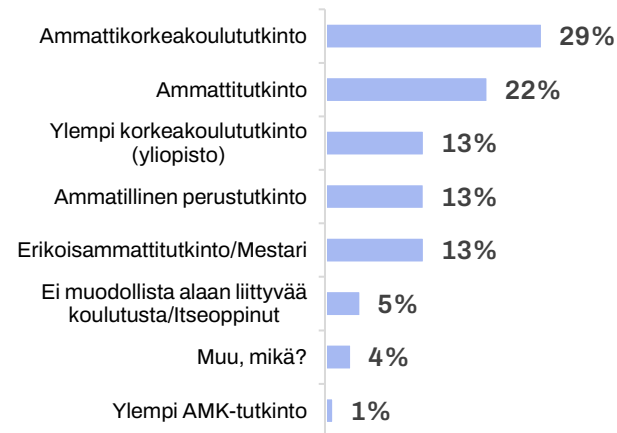
Ammattikorkeakoulututkinto on yleisin vastaajien ilmoittama korkein koulutustaso ja sen osuus on 29 %. Toiseksi yleisin koulutustaso on ammattitutkinto, jonka on suorittanut 22 % vastaajista.

Ammatillinen perustutkinto, erikoisammattitutkinto (mestari) ja yliopistotutkinto ovat yhtä yleisiä, ja ne kattavat kukin 13 % vastaajista. Vain 5 % vastaajista ilmoittaa, että he ovat itseoppineita tai heillä ei ole alan muodollista koulutusta, mutta kyseessä on kuitenkin selkeä vähemmistö.

Valtaosalla vastaajista ensisijainen koulutustausta liittyy ensisijaisesti korualaan. Peräti 66 % ilmoittaa, että heidän ensisijainen tutkintonsa on korualalle.

Noin 29 % vastaajista kertoo vaihtaneensa alaa, eli heillä on aiempi tutkinto toiselta alalta ennen korualan tutkinnon suorittamista.

Korualan ammattiin liittyvä ylin koulutus

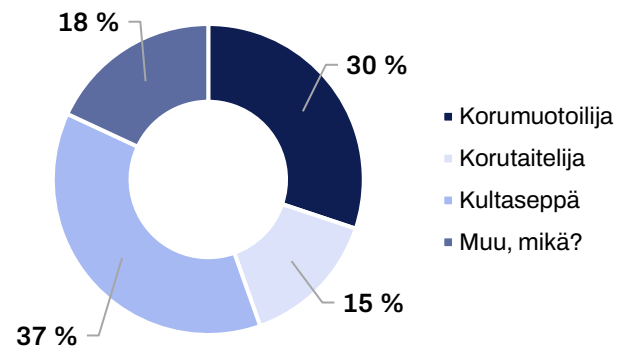


Ammatti-identiteetti

Vastaajat jakautuvat selkeästi eri korualan ammatti-identiteetteihin. Suurin osa vastaajista, noin 37 %, mieltää itsensä ensisijaisesti kultaseppäksi. Toiseksi suurin ryhmä, noin 30 % vastaajista, määrittelee itsensä korumuotoilijaksi. Noin 15 % vastaajista mieltää itsensä korutaiteilijaksi.

Loput noin 18 % vastaajista ovat valinneet vaihtoehdon "Muu". Avoimissa vastauksissa nousee esiin esimerkiksi identifioituminen käsityöläiseksi sekä toimiminen alan opetustehtävissä.

Ensisijaisesti mielletävä ammatti

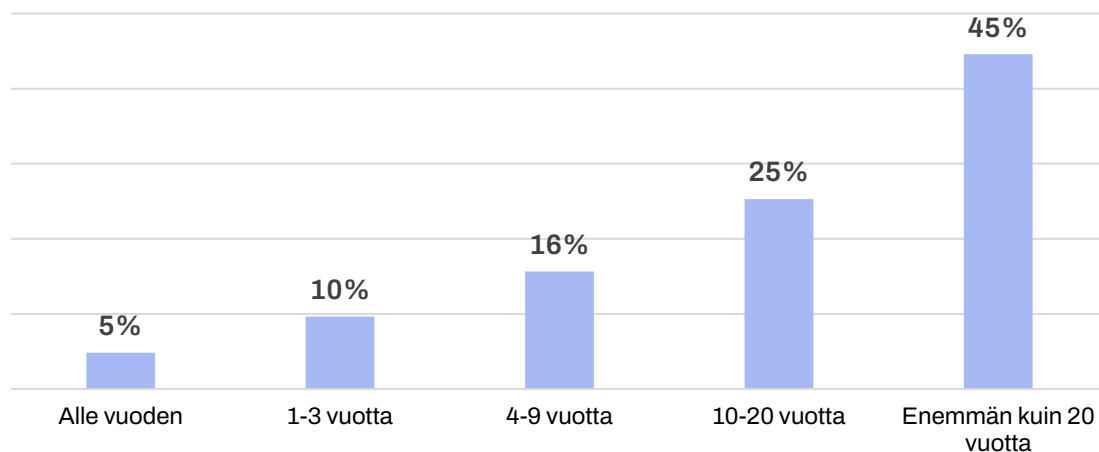


Kokemus alalla toimimisesta

Suurin osa vastaajista, lähes 45 %, on toiminut alalla yli 20 vuotta. Seuraavaksi suurin ryhmä ovat ne, jotka ovat olleet alalla 10–20 vuotta. Heidän osuutensa on noin 25 %.

Vastaajista noin 16 % on ollut alalla 4–9 vuotta. Verrattain pieni osa vastaajista, noin 10 %, on toiminut alalla alle 3 vuotta, ja vain hyvin harvat, alle 5 %, ilmoittavat toimineensa alalla alle vuoden.

Alalla toimiminen vuosissa



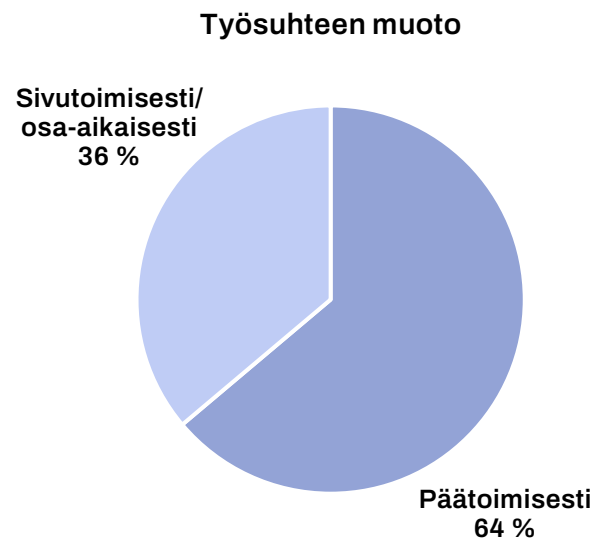


Toimeentulon koostuminen ja alalla työskentelyn muodot

Työllistymisen ja työsuhteen muoto

Valtaosa vastaajista työskentelee korutoimialalla päätoimisesti. Päätoimisten toimijoiden osuus on noin 64 %, mikä osoittaa, että suurimmalle osalle vastaajista ala on heidän pääasiallinen tulonlähteensä.

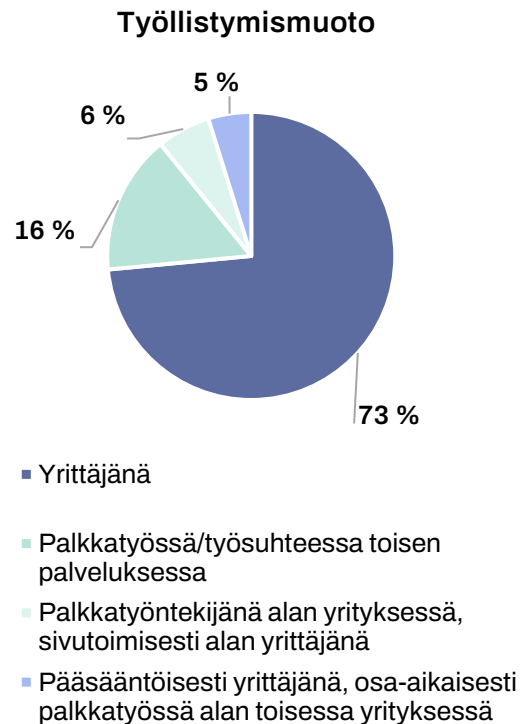
Noin 36 % vastaajista ilmoittaa työskentelevänsä alalla sivutoimisesti tai osa-aikaisesti.



Valtaosa vastaajista, peräti noin 73 %, ilmoittaa työskentelevänsä alalla päätoimisena yrittäjänä. Vastaajista 5 %, toimii pääsääntöisesti yrittäjänä sekä osa-aikaisesti palkkatyössä toisessa alan yrityksessä. Sivutoimisia alan yrittäjiä, jotka ovat palkkatyöntekijöinä alan yrityksessä, on 6 %.

Vain palkkatyössä tai työsuhhteessa toisen palveluksessa olevien osuus on huomattavasti pienempi, noin 16 % vastaajista.

Yrittäjyys on korualalla yleisin työllistymisen muoto.



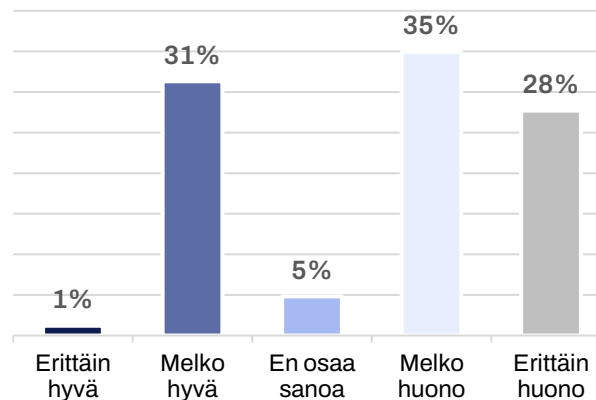
Tämänhetkinen kokemus ansaintatasosta

Suurin osa vastaajista, noin 35 %, arvioi alalta saamansa toimeentulon **melko huonoksi** ja lähes 28 % pitää sitä **erittäin huonona**. Tämä tarkoittaa, että yli puolet vastaajista kokee toimeentulonsa olevan heikolla tasolla. Tulokset korostavat taloudellisten haasteiden olevan merkittävä huolenaihe alalla toimiville.

Noin 31 % vastaajista kokee toimeentulonsa **melko hyväksi**, mutta vain hyvin pieni osuus, noin 1 %, pitää sitä **erittäin hyvänä**.

Barometrin tulosten perusteella korualan toimijat kokevat toimeentulonsa yleisesti haastavaksi.

Vastaajien kokemukset alalta saamastaan toimeentulosta tällä hetkellä

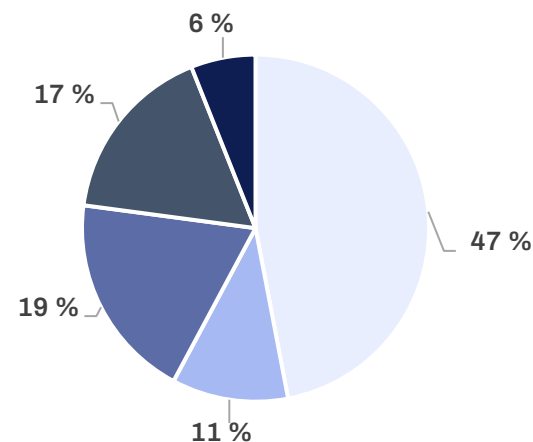


Apurahat ja niiden hakeminen

Apurahojen (esimerkiksi erilaiset säätiöt, rahastot, Taiteen edistämiskeskus) hyödyntämisessä on suurta vaihtelua vastaajien keskuudessa. Suurin osa vastaajista, noin 47 %, ei ole koskaan hakenut eikä saanut apurahaa, kuten työskentely- tai kohdeapurahaa. Noin 11 % vastaajista kertoo hakeneensa apurahaa sitä kuitenkaan saamatta.

Apurahaa saaneiden joukosta 19 % ilmoittaa saaneensa rahoitusta 1–2 kertaa ja 17 % on saanut apurahan 3–5 kertaa. Vastaajista 6% ilmoittaa saaneensa apurahaa enemmän kuin viisi kertaa.

Apurahojen hyödyntäminen



- En ole hakenut enkä saanut apurahaa
- Olen hakenut mutta en ole saanut apurahaa
- Olen saanut apurahan 1-2 kertaa
- Olen saanut apurahan 3-5 kertaa
- Olen saanut apurahan enemmän kuin 5 kertaa

Apurahojen jakautuminen ammatti-identiteetin mukaan

Barometrin tulokset osoittavat, että ammatti-identiteetillä on vaikutusta siihen, onko vastaaja hakenut tai saanut apurahoja.

Suurin osa vastaajista (18%), jotka eivät ole hakeneet eivätkä saaneet apurahaa, sijoittuvat kultaseppien joukkoon. Korumuotoilijoista ja korutaiteilijoista vastaavat luvut ovat pienemmät: korumuotoilijoita 10% ja korutaiteilijoita 4%.

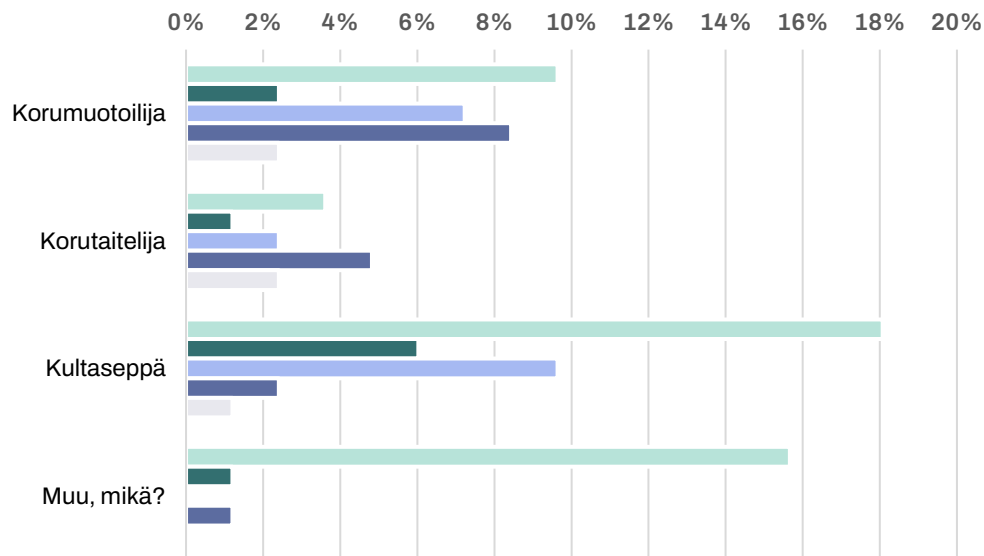
Apurahan 3–5 kertaa saaneissa korostuvat erityisesti korumuotoilijat (8%) ja korutaiteilijat (5%). Kultasepät ovat tässä ryhmässä vähemmän edustettuina, sillä vain 2% kultasepistä ilmoitti saaneensa apurahan 3–5 kertaa.

Apurahan yli 5 kertaa saaneiden joukossa korumuotoilijat (2%) ja korutaiteilijat (2%) ovat tasavahvasti edustettuina kun taas kultasepistä vain 1% on saanut apurahoja yli 5 kertaa.

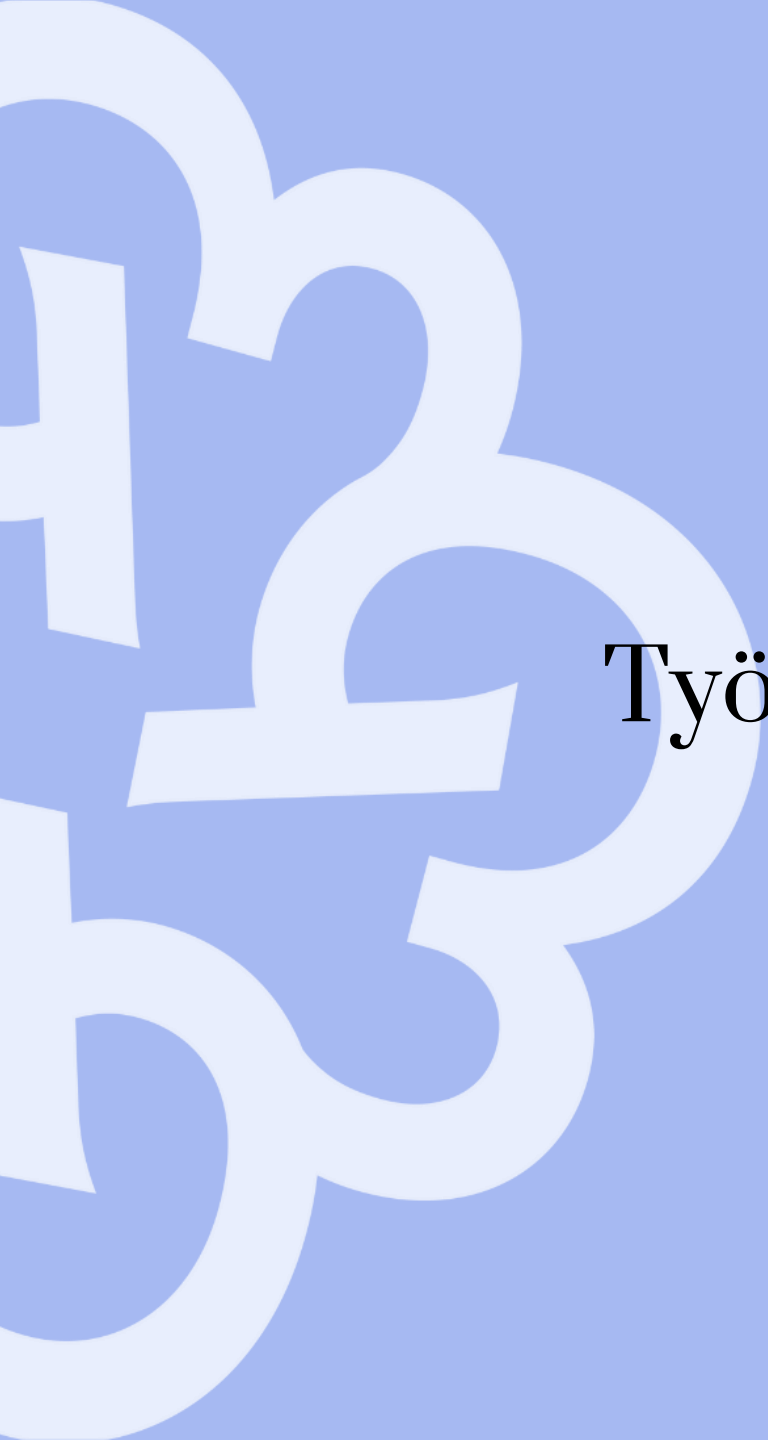
Korutaiteilijat ja korumuotoilijat näyttävät barometrin perusteella olevan aktiivisempia apurahojen hakijoita ja saajia verrattuna kultaseppiin.

Kultasepät eivät ole yhtä aktiivisia apurahojen hakemisessa kuin esimerkiksi korutaiteilijat, joilla apurahahakemukset ja myönteiset apurahapäätökset ovat yleisempiä. Toisaalta tulos viittaa siihen, että kultasepät, vaikka he eivät usein hae apurahoja, kohtaavat myös vaikeuksia niiden saamisessa.

Ammatti-identiteetin vaikutus apurahoihin



	Muu, mikä?	Kultaseppä	Korutaitelija	Korumuotoilija
■ En ole hakenut enkä saanut apurahaa	16%	18%	4%	10%
■ Olen hakenut mutta en ole saanut apurahaa	1%	6%	1%	2%
■ Olen saanut apurahan 1-2 kertaa	0%	10%	2%	7%
■ Olen saanut apurahan 3-5 kertaa	1%	2%	5%	8%
■ Olen saanut apurahan enemmän kuin 5 kertaa	0%	1%	2%	2%



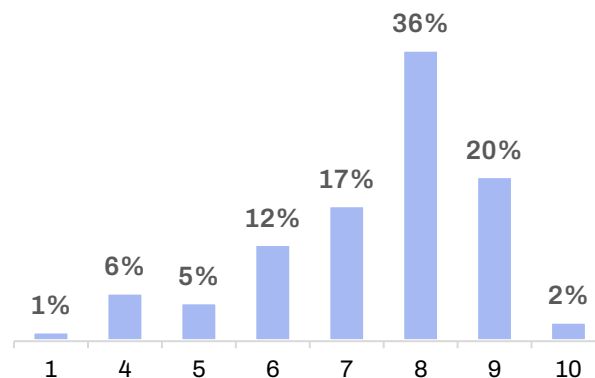
Työn merkityksellisyys ja jaksaminen

Työhyvinvointi

Barometrin mukaan korualan toimijoiden työhyvinvointi on keskimäärin hyvällä tasolla, mutta joukossa on myös merkittäviä eroja yksilöllisissä kokemuksissa. Useimmat kokevat työhyvinvointinsa hyväksi. Yhteensä lähes 60 % vastaajista kokee työhyvinvointinsa olevan **hyvällä** tai **erinomaisella** tasolla (arvosanat 8–10 asteikolla 1=erittäin huono, 10=erittäin hyvä). Äärimmäisen huono työhyvinvointi on barometrin mukaan alalla harvinaista.

Vaikka suurin osa alan toimijoista kokee työhyvinvointinsa myönteiseksi, on kuitenkin olemassa huomion arvoinen joukko, joka kokee tarvitsevansa parannuksia työhyvinvointiin.

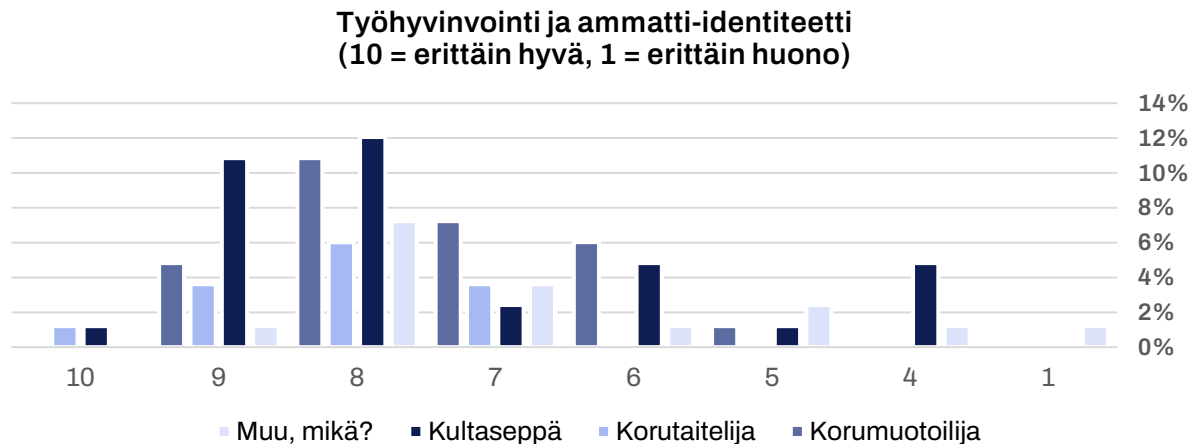
Työhyvinvointi
(10 = erittäin hyvä, 1 = erittäin huono)



Tulosten perusteella ammatti-identiteetillä näyttäisi olevan vaikutusta vastaajan kokemaan työhyvinvointiin. Korumuotoilijat ja korutaiteilijat kokevat työhyvinvoinnin keskimäärin positiivisena, mutta jakauma on erilainen.

Kultaseppien työhyvinvointi on kaksijakoista. Monet kokevat työhyvinvointinsa **hyväksi** (arvosanat 8 ja 9), mutta samalla on huomattava, että myös työhyvinvoinnin alhaisemmat arvosanat ovat yleisempiä kultasepillä kuin muilla ryhmillä.

Korumuotoilijoiden hyvinvointi painottuu korkeisiin arvosanoihin, kun taas korutaiteilijat raportoivat tasaisempaa jakautumista arvosanoissa.

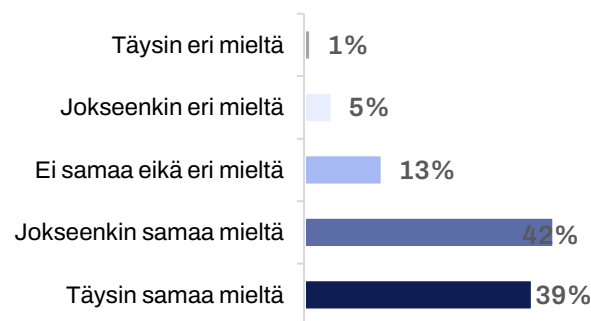


Vastaajien kokemukset työstä ja sen merkityksellisyydestä

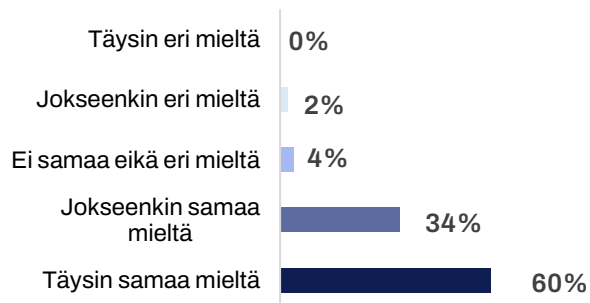
Barometrin tulokset osoittavat, että korualan toimijat kokevat työnsä yleisesti merkitykselliseksi ja tuntevat ammattiylpeyttä, mutta heillä on haasteita löytää riittävästi aikaa uuden luomiseen ja ideointiin.

Vastaajista yli 80 % koki työnsä **merkitykselliseksi**. Samoin 80 % vastaajista ilmoitti kokevansa työnsä **mukaansatempaavaksi ja motivoivaksi**. Peräti 94 % vastaajista oli **täysin** tai **jokseenkin samaa mieltä** väittämästä ”**Koen ammattiylpeyttä**”. Tämä osoittaa, että suurimmalle osalle alan toimijoista työ tarjoaa innostusta ja tyydytystä.

Koen työni merkitykselliseksi



Koen ammattiylpeyttä

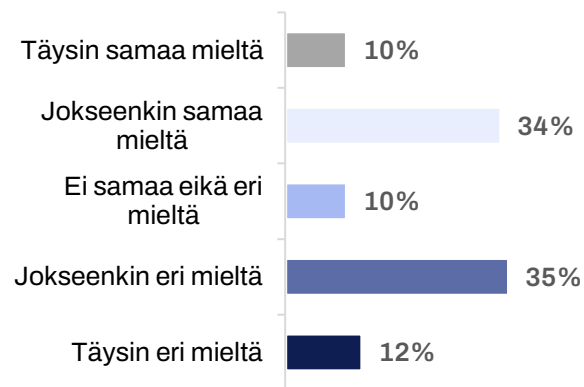


Vastaajista kuitenkin vain 44 % oli **täysin** tai **jokseenkin samaa mieltä**, että pystyvät usein käyttämään haluamansa ajan uuden luomiseen ja ideointiin.

Lähes puolet vastaajista ilmoittaa olevansa tämän väittämän kanssa **jokseenkin** tai **täysin eri mieltä**.

Vain noin 10 % vastaajista on täysin samaa mieltä siitä, että pystyy työssään käyttämään haluamansa ajan uuden luomiseen ja ideointiin.

Ajankäyttö uuden luomiseen ja ideointiin





Alan yrittäjät ja yritysten liiketoiminta

Yritysten henkilöstömäärä korualalla

Koru- ja kultaseppäalan yritykset ovat pääasiassa pieniä, sillä suurin osa vastaajista ilmoittaa yrityksensä henkilöstömääräksi yhden henkilön (yrittäjät ja palkatut työntekijät mukaan lukien). Tämä ryhmä muodostaa noin 70 % kaikista yrittäjävastaajista.

Vastaajista 30 % ilmoittaa yrityksensä henkilöstömääräksi 2–5 henkilöä.

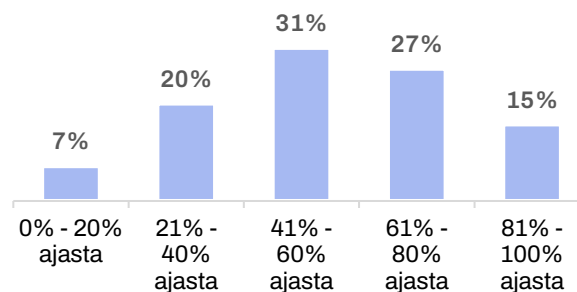
Tulokset osoittavat, että koruala on Suomessa yksinyrittäjävaltainen ja koostuu suurelta osin mikro- ja pienyrityksistä, joissa toiminta on usein hyvin henkilökohtaisesti sidoksissa yrittäjään itseensä.

Suomalainen koruala on yksinyrittäjävaltainen. Koru- ja kultaseppäalan yritykset ovat pääasiassa yhden hengen yrityksiä.

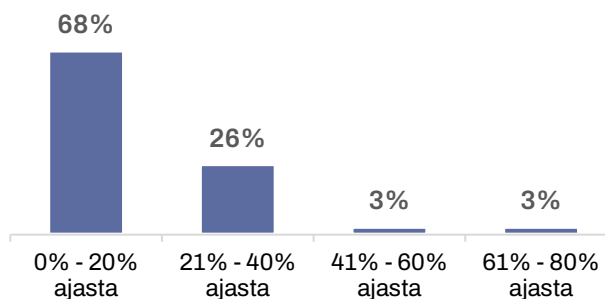
Yrittäjän ajankäyttö tyypillisenä työpäivänä

Korualan yrittäjien ajankäytöstä, vastausten keskiarvolla mitattuna, keskimäärin puolet kohdistuu **tuotteiden valmistukseen ja suunnitteluun**. Huomioitavaa kuitenkin on, että jäljelle jäävästä ajankäytöstä yli 40 % kuluu lähes yhtä suurissa osissa **hallinnollisiin tehtäviin, myyntiin ja markkinointiin sekä asiakaspalveluun**.

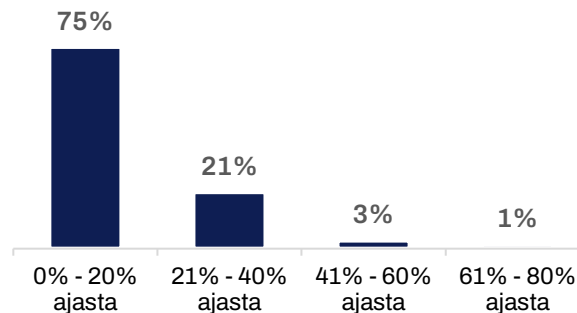
Tuotteiden suunnittelu ja valmistus (%)



Hallinnolliset tehtävät (%)



Myynti ja markkinointi (%)

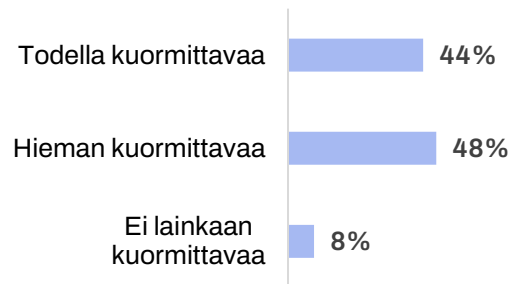


Yrittäjän työn kuormittavuus

Barometrin tulosten mukaan korualan yrittäjät kokevat alan ammattitaitoon liittymättömän työn, kuten yrityksen liiketoiminnan johtamisen ja markkinoinnin, yleisesti kuormittavaksi. Vastaajista 48 % arvioi liittymättömän työn olevan **hieman kuormittavaa** ja noin 44 %, pitää sitä **todella kuormittavana**. Vain 8 % vastaajista kokee, että alan ammattitaitoon liittymätön työ **ei ole lainkaan kuormittavaa**.

Tämä osoittaa, että suurin osa alan toimijoista kokee liiketoiminnan hallinnollisten ja kaupallisten osa-alueiden aiheuttavan merkittävää lisäkuormitusta, joka voi viedä aikaa ja resursseja itse ydintehtävistä, kuten tuotteiden valmistuksesta ja suunnittelusta.

Alan ammattitaitoon liittymättömän työn kuormittavuus



Korualan yrittäjistä 92 % kokee alan ammattitaitoon liittymättömän työn kuormittavaksi.

Yritysten tulovirtojen lähteet

Barometrin mukaan korualan yritysten tärkeimmät tulovirran lähteet ovat **korujen valmistus** ja **korujen suunnittelu** ja **muotoilu**.

Korujen valmistus on selkeästi yleisin tulonlähde, sillä lähes 90 % vastaajista ilmoittaa sen yhdeksi **merkittävimmistä** tulovirran lähteistä.

Korujen suunnittelu ja muotoilu on toiseksi olennaisin tulovirran lähde. Sitä pitää **merkittävänä** noin 56 % vastaajista.

Muita merkittäviä tulovirran lähteitä ovat **korujen korjaaminen** (35 % vastaajista) ja **korujen muutostyöt** (28 % vastaajista).

Taiteelliset teokset sekä alihankintatyö muille alan toimijoille ovat vähemmän merkittäviä tulovirran lähteitä.

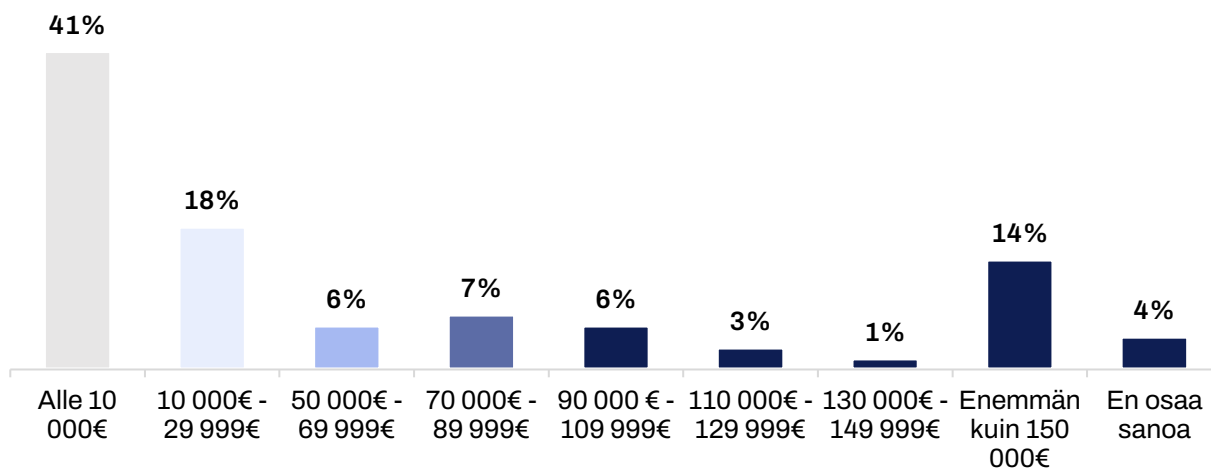
Tulokset korostavat, että korualan yritysten liiketoiminta perustuu vahvasti konkreettiseen tuotantoon ja luovaan suunnitteluun. Myös palveluliiketoiminnalla, kuten korujen korjaamisella ja muokkauksilla, on oma merkittävä roolinsa.

Yritysten korualaan liittyvä liikevaihto

Barometrin mukaan suurimmalla osalla korualan yrityksistä liikevaihto jäi vuonna 2023 suhteellisen pieneksi. Yli 40 % vastaajista ilmoittaa, että heidän yrityksensä korualaan liittyvä **liikevaihto oli alle 10 000 euroa**.

Toiseksi suurin ryhmä, noin 18 % vastaajista, ilmoittaa **liikevaihdon olevan 10 000–29 999 euroa**. Yli 150 000 euron liikevaihdon ilmoitti 14 % vastaajista.

Yrityksen korualaan liittyvä liikevaihto viime vuonna (2023)



Naiset ovat huomattavan edustettuina yrityksissä, joiden liikevaihto on **alle 10 000 euroa**. Naisten osuus matalammissa liikevaihto luokissa korostuu merkittävästi.

Suuremmissa liikevaihtoluokissa miesten osuus on suhteellisesti suurempi. Suurten liikevaihtojen kategoriassa, eli yli 150 000 euroa vuodessa liikevaihtoa synnyttävistä yrityksistä, miehet ovat selvässä enemmistössä. Muilla välitasoilla, kuten 50 000–89 999 euron liikevaihdossa, naisten ja miesten määrät ovat tasaisemmin jakautuneet. Näistä havainnoista voidaan päätellä, että naisten korualan yritykset ovat selvästi keskittyneet pienemmän liikevaihdon tasoille.

Uusimaa erottuu selkeästi muista maakunnista korkeampien liikevaihtoluokkien määrässä. Esimerkiksi yli 150 000 euron liikevaihdon saavuttaneista vastaajista 40 % sijaitsee Uudellamaalla.

Tulokset myös osoittavat, että korualan **yrittäjien koulutustaustalla on yhteys yrityksen liikevaihtoon**. Korkeamman koulutustason omaavien yrittäjien yritykset näyttävät keskimäärin saavuttavan suurempia liikevaihtoja verrattuna matalamman koulutustason tai itseoppineiden yrittäjien yrityksiin.

Kun tarkastellaan yrittäjän koulutustasoa ja liikevaihtoa, ammatillisen perustutkinnon ja ammattitutkinnon suorittaneet yrittäjät sijoittuvat pääosin mataliin liikevaihtoluokkiin.

Erikoisammattitutkinto (Mestari) ja ammattikorkeakoulututkinto korostuvat ryhminä, joissa yrittäjien liiketoiminnan sijoittuvat todennäköisemmin korkeampiin liikevaihtoluokkiin.



Koru- ja kultaseppäalan
kasvun esteet ja kasvuun
tarvittava tuki

Yritysten tämänhetkiset kasvun esteet

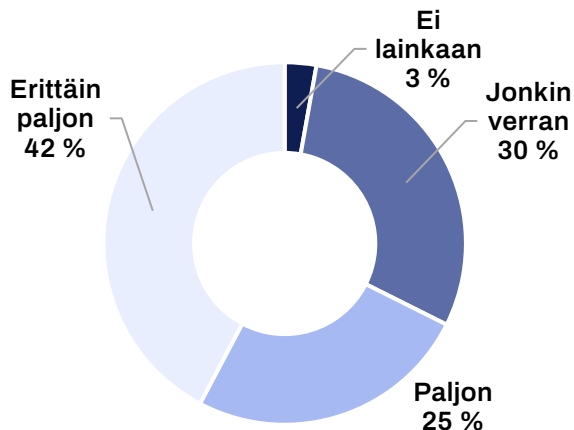
Barometrin tulokset osoittavat, että korualan yritysten kasvuun vaikuttavat merkittävästi ulkoiset tekijät, kuten yleinen taloustilanne ja kustannusten nousu sekä ajanpuutteen ja markkinoinnin haasteet.

Vastausten painotetulla keskiarvolla mitattuna (3,07), suurimpana kasvun esteenä vastaajat valitsevat **yleisen taloustilanteen**. Vastaajista 42 % pitää taloustilannetta **erittäin paljon** ja 25 % **paljon** vaikuttavana tekijänä.

Yleinen alavireinen taloustilanne on korualan yritysten suurin kasvun este.

Tulos vahvistaa, että taloudelliset olosuhteet ja siihen liittyvät ulkoiset tekijät, kuten kuluttajien ostovoiman heikentyminen ja inflaatio, ovat tällä hetkellä merkittäviä kasvuun vaikuttavia esteitä.

Yleisen taloustilanteen vaikutus yrityksen kasvuun



Toiseksi suurimpana esteenä korostuu **kustannusten nousu** (painotettu keskiarvo 2,92). Vastaajista 32 % pitää kustannusten nousua **erittäin paljon** ja 31 % **paljon** kasvua rajoittavana tekijänä. Tämä viittaa siihen, että jalometallien ja muiden materiaalien kallistuminen sekä mahdolliset energian ja muiden tuotantokustannusten nousut vaikuttavat voimakkaasti yritysten liiketoimintaan.

Aika eli ajanhallinnan ja resurssien riittämättömyys on kolmas keskeinen haaste. Vastaajista 34 % pitää **erittäin paljon** vaikuttavana ja 27 % **paljon** vaikuttavana tekijänä.

Tämä viittaa siihen, että monet yrittäjät kokevat haasteita tasapainottaa luovaa työtä sekä operatiivista työtä ja liiketoiminnan kehittämistä.

Markkinointi on myös merkittävä pullonkaula. Vastaajista 30 % pitää sitä **erittäin paljon** ja 28 % **paljon** vaikuttavana esteenä.

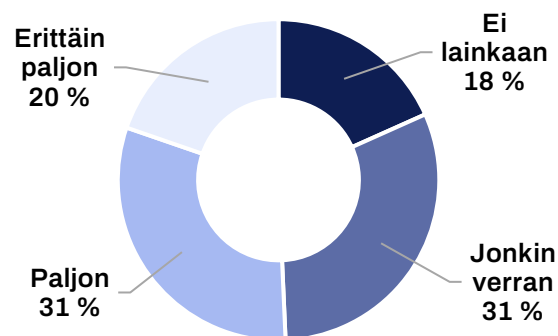
Alan näkyvyyden puute ja alan aliarvostus vaikuttavat moniin vastaajiin. Alan näkyvyyden puutteen kokee **erittäin paljon** tai **paljon haittaavana** tekijänä yhteensä 58 % vastaajista. Alan **yleinen arvostuksen puute** koetaan myös ongelmaksi, vaikka sen vaikutus vastauksissa nähdään hieman pienemmäksi. Vastaajista 51 % kokee sen vaikuttavan **erittäin paljon** tai **paljon**.

Lisäksi **verkostojen ja suhteiden puute** sekä **tuotteille soveltuvien myyntipaikkojen puute** nousevat esiin esteinä, mutta niiden vaikutus on keskimäärin pienempi kuin taloudellisten ja markkinointiin liittyvien tekijöiden.

Yhteenvetona barometrin vastausten pohjalta voidaan todeta, että korualan yritysten kasvua rajoittavat ensisijaisesti ulkoiset tekijät, kuten **taloudellinen epävarmuus** ja **kustannukset**, mutta myös

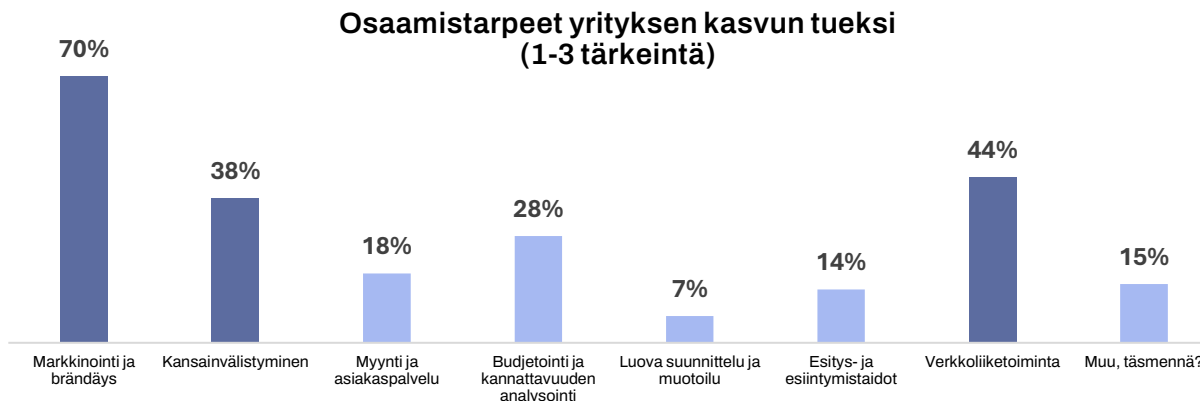
resurssien rajallisuus ja markkinoinnin haasteet. Alan yritykset voisivat hyötyä tukitoimista, jotka keskittyvät esimerkiksi kustannusten hallintaan, markkinoinnin tehostamiseen ja alan näkyvyyden parantamiseen.

Alan aliarvostuksen vaikutus yrityksen kasvuun



Osaamistarpeet kasvun tueksi

Kyselyyn vastanneilta yrittäjiltä kysyttiin ”**Millaista osaamista kaipaisit itsellesi yrityksesi kasvun tueksi?**”. Barometrin tulosten mukaan korualan yrittäjät kokevat tarvitsevansa eniten tukea **markkinoinnin ja brändäyksen osa-alueella**. Vastaajista 70 % valitsi tämän kolmen tärkeimmän kaivatun osaamistarpeen joukkoon yrityksensä kasvun tueksi. Tulos korostaa markkinoinnin merkitystä yritysten kasvulle ja viittaa siihen, että alan toimijat kaipaavat parempia taitoja ja resursseja tavoittaakseen asiakkaita ja vahvistaakseen brändiään kilpailuilla markkinoilla.



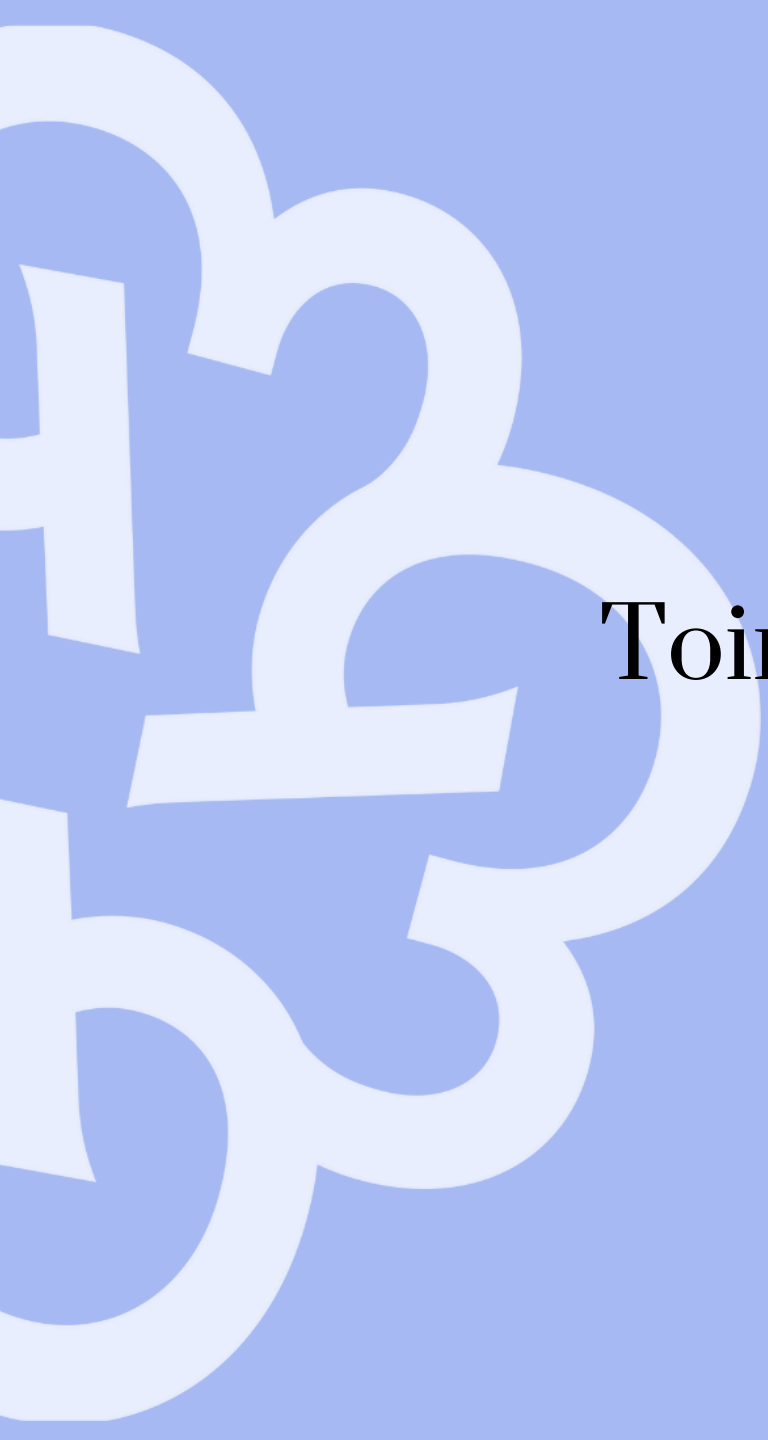
Toiseksi eniten vastatuksi osaamistarpeeksi nousi **verkkokauppa ja liiketoiminta**, jonka valitsi 44 % vastaajista. Tämä kertoo, että vastaajat pitävät digitaalisen liiketoiminnan kehittämistä keskeisenä kasvun mahdollistajana.

Kolmantena tärkeimpien osaamistarpeiden joukossa on **kansainvälistyminen**, jonka nosti esiin noin 38 % vastaajista. Tämä viittaa siihen, että osa toimijoista näkee mahdollisuuksia laajentaa markkina-aluettaan ulkomaille, mutta he kokevat tarvitsevansa tukea ja osaamista kansainvälisen liiketoiminnan kehittämiseen.

Puolestaan kaikilta kyselyyn osallistuneilta kysyttiin **minkälaista ammattiosaamista he haluaisivat saada lisää**. Korualan toimijat haluavat erityisesti kehittää **osaamistaan työkalujen, laitteiden ja ohjelmistojen käytössä**. Vaihtoehdon valitsi yli 50 % vastaajista.

Avoimissa vastauksissa 3D-mallinnus nousi esiin vastaajien tarpeissa sekä lisäksi vastuullisuusasiat kiinnostivat.

Ammattiosaamista kaivattiin lisää muun muassa eettisten ja ekologisten materiaalien valintaan sekä vastuullisuuden ja kiertotalouden huomioimiseen tuotesuunnittelussa ja valmistuksessa.



Toimialan tulevaisuuden näkymät

Toimialalla on huoli alan tulevaisuudesta

Kysyttäessä **korutoimialan tulevaisuudesta**, barometrin vastaajat kallistuvat enemmän melko negatiiviseen kuin positiiviseen. Yli puolet, tarkemmin 53 % vastaajista, kokee toimialan tulevaisuuden **melko negatiiviseksi** ja vastaajista 3,6 % arvioi sen olevan **erittäin negatiivinen**.

Toisaalta noin 41 % vastaajista näkee toimialan tulevaisuuden **melko positiivisena**, mikä osoittaa, että osa toimijoista uskoo alan kehityspotentiaaliin. Vain 2,4 % vastaajista kokee alan tulevaisuuden **erittäin positiiviseksi**, mikä osoittaa, että vahva optimismi on harvinaisempaa vastaajien keskuudessa.

Suurin osa näkee itsensä edelleen korualalla viiden vuoden päästä

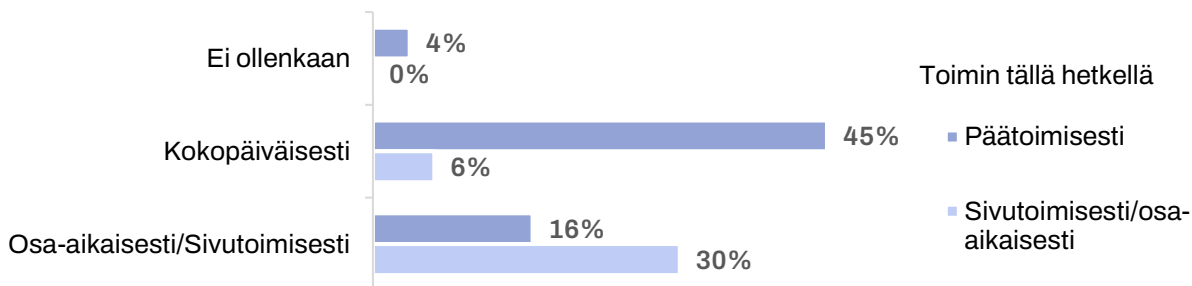
Barometrin tulosten perusteella suurin osa vastaajista näkee itsensä toimivan edelleen ammatissa korualalla viiden vuoden kuluttua, joko kokopäiväisesti tai osa-aikaisesti. Noin 50 % vastaajista ilmoitti aikovansa toimia **kokopäiväisesti** alalla.

Toiseksi suurin ryhmä, 46 % vastaajista, näkee itsensä **osa-aikaisena** tai **sivutoimisena** toimijana viiden vuoden kuluttua.

Siitäkin huolimatta, että toimialan tulevaisuuden näkymät koetaan kyselytutkimuksen mukaan negatiivisiksi, alan yrittäjistä **vain marginaalinen osuus ilmoittaa olevansa lopettamassa liiketoimintaansa**. Avoimissa vastauksissa lopettamisen syiksi kerrotaan eläköitymisen.

Suurin osa nykyisistä päätoimisista yrittäjistä uskoo jatkavansa alalla kokopäiväisesti.

Alalla toimiminen viiden vuoden päästä



Yrittäjät suhtautuvat liikevaihdon kasvuun maltillisesti

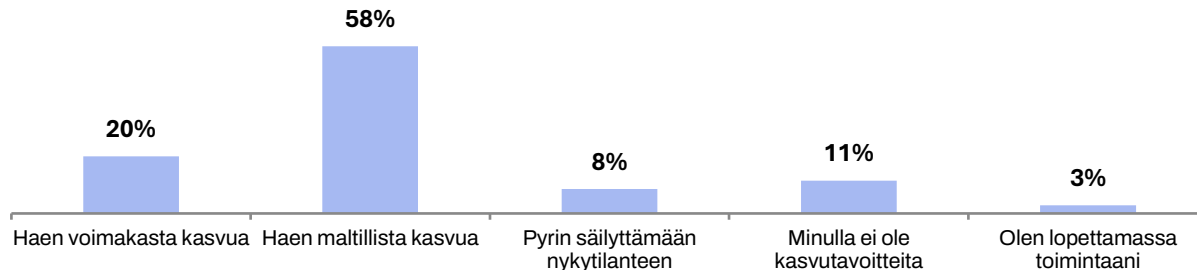
Suurin osa barometriin vastanneista korualan yrittäjistä suhtautuu liikevaihdon kasvuun **maltillisesti**.

Lähes 60 % vastaajista toivoo liikevaihtonsa **kasvavan** seuraavan kolmen vuoden aikana **maltillisesti**. Tämä viittaa siihen, että monet alan toimijat keskittyvät vakaaseen, hallittuun kasvuun pikemminkin kuin nopeisiin tai riskialttiisiin laajennuksiin.

Noin 20 % vastaajista pyrkii **voimakkaaseen kasvuun**, mikä osoittaa, että osa yrityksistä tavoittelee kunnianhimoista laajentumista ja markkina-asemansa merkittävää vahvistamista.

Noin 8 % vastaajista ilmoittaa pyrkivänsä **säilyttämään nykyisen liikevaihtonsa**.

Liikevaihdon kasvuodotukset seuraavan kolmen vuoden aikana





Tärkeimmät toimenpiteet
ja edellytykset alan
kehittämiseksi

Toimenpiteet alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi

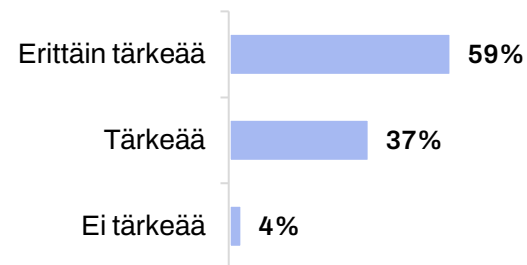
Barometrin vastaajat nostavat esiin monia keskeisiä toimenpiteitä vastatessaan kysymykseen ”**Mitä toimenpiteitä pidät tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi?**”.

Vaihtoehtoista korkeimman painotetun keskiarvon (4,55) sai **alan tuotteiden ja tietouden saattaminen helpommin kuluttajien saavutettavaksi**, jota lähes 60 % vastaajista piti **erittäin tärkeänä** ja 37 % vastaajista **tärkeänä**.

Avoimissa vastauksissa tuotiin esiin alan osaamisen, kotimaisuuden ja ammattitaidon arvostuksen nostamisen liittyvän myös kuluttajien ymmärryksen lisäämiseen, joka edesauttaisi myös hintaymmärryksen muodostamista käsityötuotteiden ja halpatuotannon välillä.

Tulos korostaa tarvetta lisätä tuotteiden ja alan näkyvyyttä kuluttajamarkkinoilla, mikä voisi vahvistaa alan tunnettuutta ja kilpailukykyä.

Alan tuotteet ja tietous helposti kuluttajien saavutettavissa



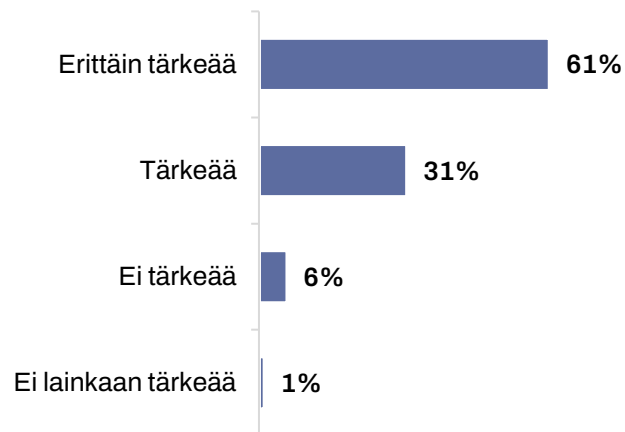
Lähes 60 % vastaajista pitää erittäin tärkeänä saattaa alan tuotteet ja tietous helpommin kuluttajien saavutettavaksi.

Vastaajien näkemysten mukaan toiseksi merkittävimmäksi toimenpiteeksi nousi **alan vastuullisuuden esiintuominen** (painotettu keskiarvo 4,53), jonka yli 60 % vastaajista arvioi **erittäin tärkeäksi**.

Tutkimuksen avoimissa kommentteissa vastaaja muun muassa kertoa kuluttajien mieltävän korunteon ”edistävän pahaa kaivostoimintaa”. Kuluttajat eivät tunne alan vastuullisia toimintatapoja kuten alan jalometalliraaka-aineiden kierrättämistä.

Kolmanneksi tärkein toimenpide oli **ammattillisen koulutuksen kehittäminen** (painotettu keskiarvo 4,48). Noin 54 % vastaajista piti toimenpidettä **erittäin tärkeänä** ja 41 % vastaajista **tärkeänä**.

Alan vastuullisuuden esiintuominen



Toiseksi tärkeimmäksi toimenpiteeksi vastaajat nostavat alan vastuullisuuden esiintuomisen.

Kyselyssä nousi esiin tarve alan sisäisen yhteistyön lisäämiseksi ja alan sisäisen viestinnän kehittämiseksi. Tärkeäksi arvioitiin yhteiset kampanjat näkyvyyden edistämiseksi sekä vuosittaisen ison alan tapahtuman järjestäminen.

Myös **alan sisäisen yhteistyön lisääminen** (4,37) ja **alan sisäisen viestinnän kehittäminen** (4,27) nousivat vahvasti esille vastauksissa. Avoimissa kommentteissa vastaajat kaipaavat helposti saatavilla olevaa ja selkeää informaatiota, kuten ohjeita esimerkiksi ulkomaanmyyntiin ja materiaalihankintoihin sekä esimerkiksi tietopankkia ohjeille ja sopimus pohjille.

Yhteiset kampanjat näkyvyyden edistämiseksi (4,28) sekä **vuosittainen iso alan tapahtuma** (4,23) arvioitiin myös tärkeiksi toimenpiteiksi. Tämä viittaa siihen, että alan toimijat näkevät arvon tiiviimmässä yhteistyössä ja paremmassa tiedonkulussa, mikä voisi edistää yhteisiä tavoitteita ja toimintaa.

Lisäksi alan toimijat kaipaavat kollektiivisia keinoja lisätä näkyvyyttä ja tuoda yhteen niin alan sisäisiä toimijoita kuin ulkoisia sidosryhmiä.

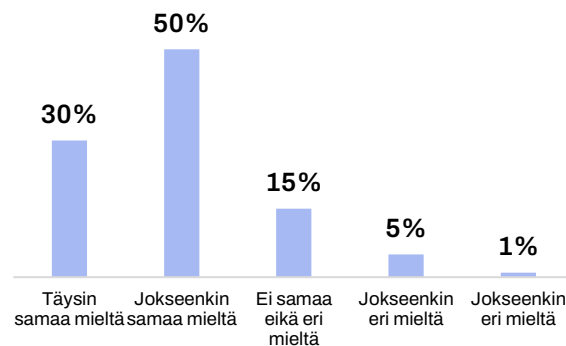
Yhteenvedona voidaan todeta, että alan kehityksen kannalta tärkeimmiksi toimenpiteiksi nousevat tuotteiden näkyvyyden ja vastuullisuuden parantaminen, alan sisäinen yhteistyö, koulutuksen kehittäminen sekä kuluttajien tavoittaminen paremmin yhteisten kampanjoiden ja tapahtumien avulla.

Vastaajat ovat keskimäärin myönteisiä yhteistyötä kohtaan, erityisesti hankkeisiin osallistumisen ja alan näkyvyyden edistämisen osalta.

Suurimman kannatuksen yhteistyöhön liittyvistä väittämistä sai väite "**Olen halukas olemaan mukana toimenpiteissä alan näkyvyyden parantamiseksi**", jonka painotettu keskiarvo oli 4,02. Lähes 80 % vastaajista oli ***täysin*** tai ***jokseenkin samaa mieltä*** tämän väitteen kanssa, mikä osoittaa vahvaa halukkuutta panostaa yhdessä alan tunnettuuden ja arvostuksen lisäämiseen.

Lähes 80 prosenttia vastaajista on halukkaita olemaan mukana toimenpiteissä alan näkyvyyden parantamiseksi.

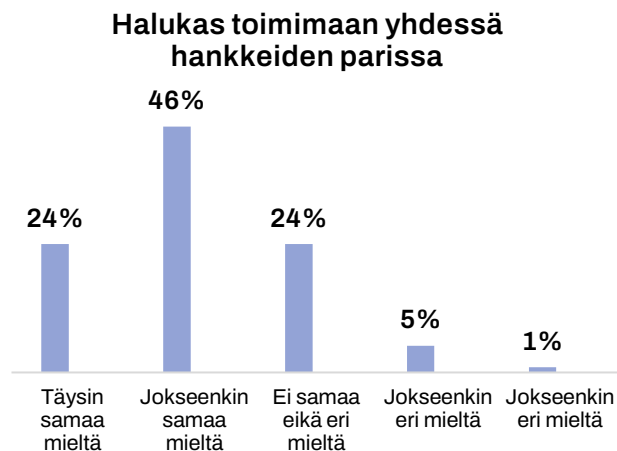
Halukas olemaan mukana toimenpiteissä alan näkyvyyden parantamiseksi



Myös "**Olen halukas toimimaan yhdessä hankkeiden parissa**" sai korkean keskiarvon (3,87), ja 70 % vastaajista ilmaisi **myönteisen suhtautumisensa**. Tulos viittaa siihen, että alan toimijat näkevät hankeyhteistyön tärkeänä keinona edistää yhteisiä tavoitteita ja luoda uusia mahdollisuuksia.

Vastaajat eivät kuitenkaan ole halukkaita "**Osallistumaan taloudellisella panostuksella alan kasvun edistämistoimenpiteisiin**". Väite sai kyselyn selvästi matalimman keskiarvon (2,6). Vain noin 22 % vastaajista suhtautui tähän **myönteisesti**, joista 5 % on väittämän kanssa **täysin samaa mieltä**, puolestaan yhteensä yli 40 % on **jokseenkin eri mieltä** tai **täysin eri mieltä**.

Tulos viittaa siihen, että taloudelliset resurssit ovat monille alan toimijoille rajalliset, mikä voi rajoittaa heidän osallistumistaan alan kasvun tukemiseen rahallisesti. Myös tutkimuksen avoimissa kommentteissa osa vastaajista toteaa haluttomuuden liittyvän vastaajan omaan haastavaan taloudelliseen tilanteeseen.

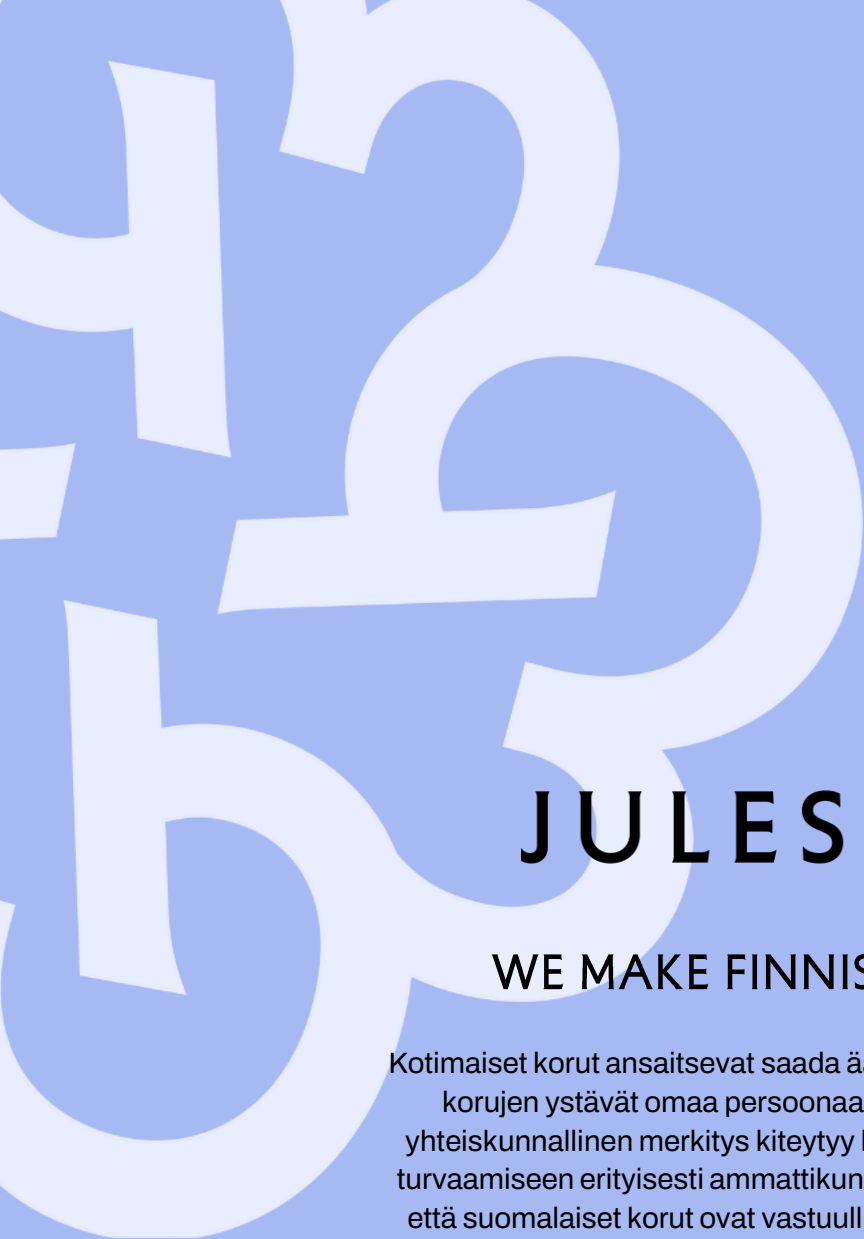


Vastaajat kaipasivat myös yhteistyömuotoina avoimissa vastauksissa sosiaalista yhteistyötä kuten **verkostoitumista kollegoiden kanssa, vertaistukea ja yhteisiä tapaamisia.**

Lisäksi nähtiin tarve **yhteisille alihankintaverkostoille** sekä **myyntikanaville** kuten verkkokaupoille ja myymälöille.

Yhteenvetona voidaan todeta, että korualan toimijat ovat erityisen halukkaita osallistumaan yhteisiin hankkeisiin ja toimenpiteisiin, jotka lisäävät alan näkyvyyttä ja arvostusta.

Sen sijaan taloudellinen osallistuminen yhteisiin toimenpiteisiin saa vähäisempää tukea, mikä heijastaa myös alan taloudellisia haasteita. Tulosten pohjalta alalle voisi olla hyödyllistä tarjota matalan kynnyksen yhteistyömuotoja ja keskittyä erityisesti näkyvyyden parantamiseen yhteisin kampanjoin ja tapahtumin.



JULES & BERYL

WE MAKE FINNISH JEWELS SPEAK LOUDER

Kotimaiset korut ansaitsevat saada äänensä kuulluksi, korujen tekijät työnsä näkyväksi ja korujen ystävät omaa persoonaansa kuvastavia koruja ostettavakseen. Työmme yhteiskunnallinen merkitys kiteytyy kotimaisen osaamisen säilyttämiseen, työllisyyden turvaamiseen erityisesti ammattikunnan pientoimijoille ja tietoisuuden lisäämiseen siitä, että suomalaiset korut ovat vastuullinen ja kestävä hankinta, joka ylläpitää myös omaa kulttuuriperintöämme.

JULESANDBERYL.FI

