

Muuttuva toimintaympäristö & tekstiili- ja muotialan osaamistarpeet

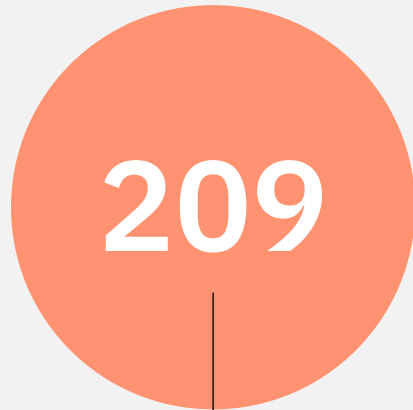
27.1.2025 Tekstiili- ja muotialan aamukahvit

Auri Kohola, asiantuntija, osaaminen ja
vetovoima
Suomen Tekstiili & Muoti ry

Suomen Tekstiili ja Muoti ry:n jäsenet

Liitolla on yhteensä **261 jäsentä**, jotka jakautuvat kuuteen eri toimialaan

Varsinaiset jäsenet



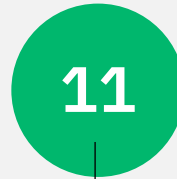
209 yritystä
5 500 henkilöä
1,58 mrd. €

Kumppani-
jäsenet

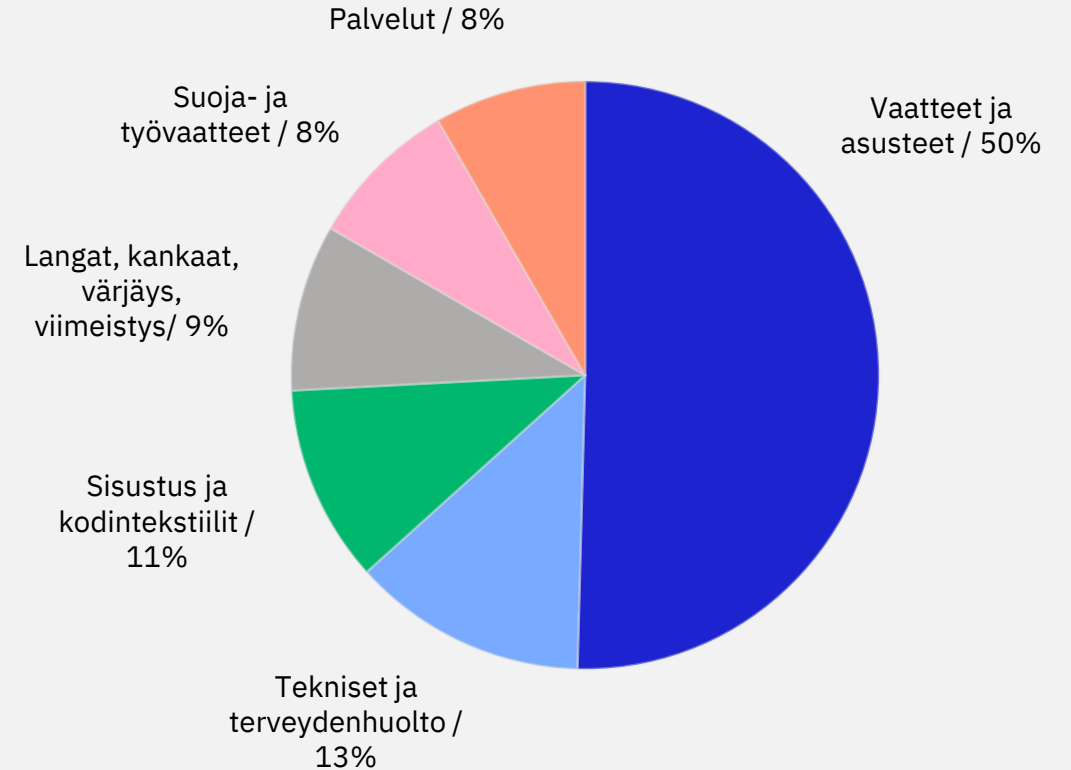


41 organisaatiota

Startup-
jäsenet



11 yritystä





Muuttuva ja haastava toimintaympäristö

Toimintaympäristön turbulenssi

<p>Geopoliittinen tilanne</p>		<p>Pikamuodin suosion kasvu</p>	<p>EU:n tekstiilistrategia ja kasvava sääntely</p>	
<p>Koronapandemia</p>	<p>Kuluttajien ostovoiman heikkeneminen</p>	<p>Arvovalinnat ja polarisoituminen</p>		<p>Demografiset muutokset</p>
	<p>Poliittiset lakot</p>	<p>Tekoäly ja data</p>	<p>Verkkokaupan merkityksen räjähdysmäinen kasvu</p>	<p>Materiaalikustannusten nousu</p>

Kolmoissiirtymä:

kestävyys & kiertotalous, digitalisaatio ja kuluttajakäyttäytymisen muutos

Vihreä siirtymä

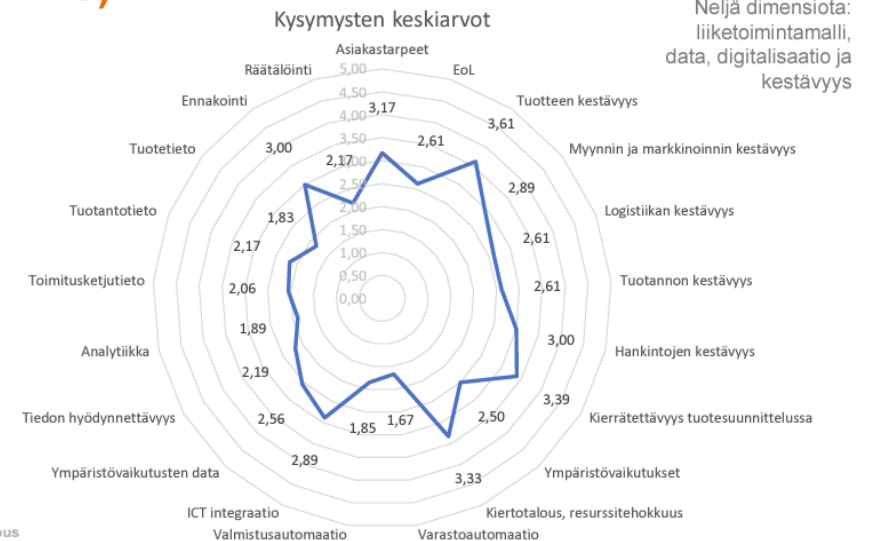
- EU:n tekstiilistrategia
- 16+ lainsäädäntöaloitetta

Digitalisaatio

- Data, tekoäly, analytiikka, optimointi
- Tuotanto
- Tuotteiden älykkyyys
- Kokemuksellisuus, elämyksellisyys

Tekstiiliteollisuuden kypsyyskysymysten keskiarvot (N=18)

Tuloksista näkyy, että tekstiilin **elinkaaren pidentäminen ja kiertotalous** ovat olleet tavoitteina jo pitempään. **Datan kerääminen** esim. tuotteesta, toimitusketjusta ja tuotannosta ei ole samalla tasolla ja **analytiikka** on matalalla tasolla. Myös **valmistus- ja varastoautomaatio** on parantamisen varaa.



19/03/2024 VTT – beyond the obvious

Lähde: Toimialakohtaiset vihreän siirtymän digikompasit 2024
<https://cris.vtt.fi/en/projects/toimialakohtaiset-vihre%C3%A4n-siirtym%C3%A4n-digikompasit>



Kysyntä ratkaisee pelin!

☞ Onko **brändi** kiinnostava?

☞ Miten eri markkinoiden **kulutus- ja kysyntätottumukset** hallitaan?

☞ Mihin (kulttuurisiin) **ilmiöihin tai markkinatarpeisiin** ratkaisuja tuotetaan?

Miten toimialalla menee?

2024

Haastava vuosi

Näkyi sekä kotimaan liikevaihdon että viennin negatiivisena kehityksenä.

USA

Vienti on avain

Vienti Yhdysvaltoihin kasvoi kolmantena vuotena peräkkäin.

2025

Varovaista optimismia

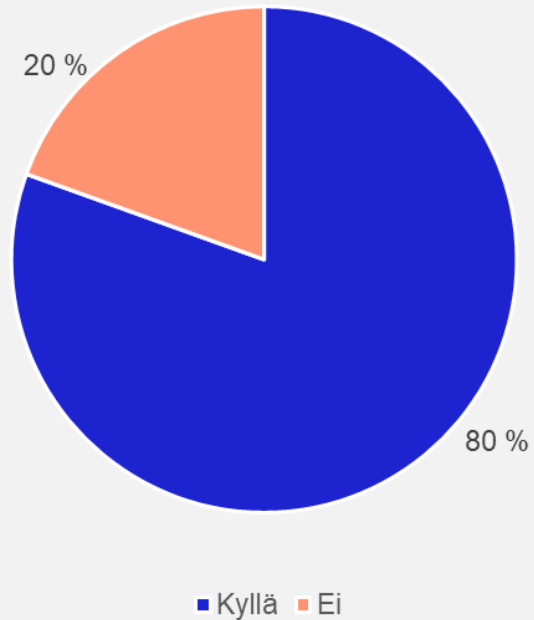
Kasvua vuoden aikana odottaa 44 prosenttia yrityksistä.

70 %

Työvoiman saatavuus

70 prosentilla yrityksistä on tällä hetkellä vaikeaa löytää osaavaa työvoimaa. Erityisesti kotimaisen tuotannon tehtäviin.

Yrityksellämme on omaa tuotantoa Suomessa tai teetämme tuotteita alihankkijalla Suomessa



- ☞ Suomen Tekstiili & Muoti toteuttaa osaamiskartoituksen jäsenistölleen kahden vuoden välein.
- ☞ Kyselyssä kartoitetaan lyhyen aikavälin osaamistarpeita.
- ☞ Vuoden 2024 kyselyyn vastasi 41 liiton jäsenyritystä.
- ☞ Tutustu myös vuosien [2022](#) ja [2020](#) kartoitusten tuloksiin.

Osaavan työvoiman löytäminen on haasteellista

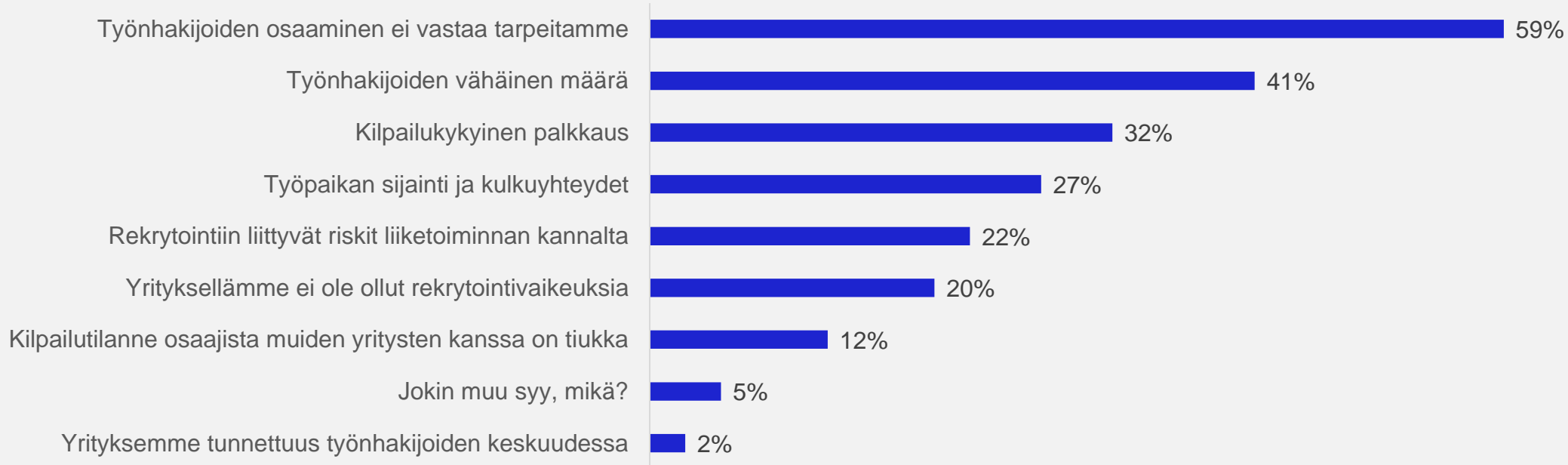
S 68 %:n mukaan osaavaa työvoimaa on melko tai erittäin vaikea löytää.

Mikä seuraavista vaihtoehtoista kuvaa mielestäsi parhaiten osaavan työvoiman saatavuutta yrityksenne näkökulmasta tällä hetkellä?



Yritysten tarpeet ja hakijoiden osaaminen eivät kohtaa

Mitkä ovat olleet rekrytointivaikeuksien syyt viimeisen kahden vuoden aikana? Voit valita useamman vaihtoehdon.

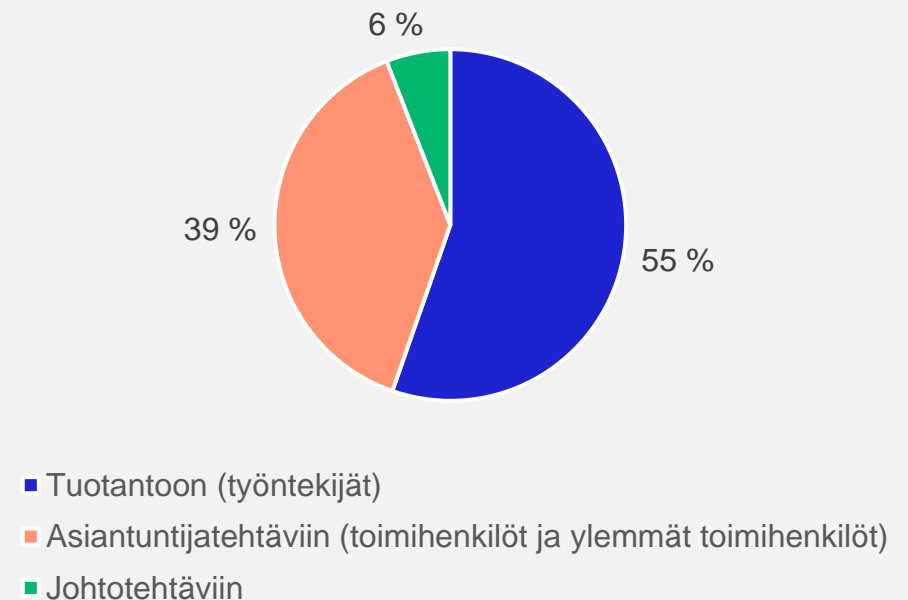


95 %:lla työvoiman tarve kasvaa tai pysyy samana seuraavan viiden vuoden aikana

Miten yrityksenne uuden työvoiman tarve tulee muuttumaan seuraavan viiden vuoden aikana?



Kuinka paljon uusista Suomeen tehtävistä rekrytoinneista tulee sijoittumaan eri toimintoihin?



Millaisiin tehtäviin rekrytoinnit tulevat sijoittumaan seuraavan viiden vuoden aikana?

Valitse viisi yrityksenne kannalta tärkeintä osaamista.



Millaisilla toimilla osaavaa työvoimaan voidaan turvata tekstiili- ja muotialalla?

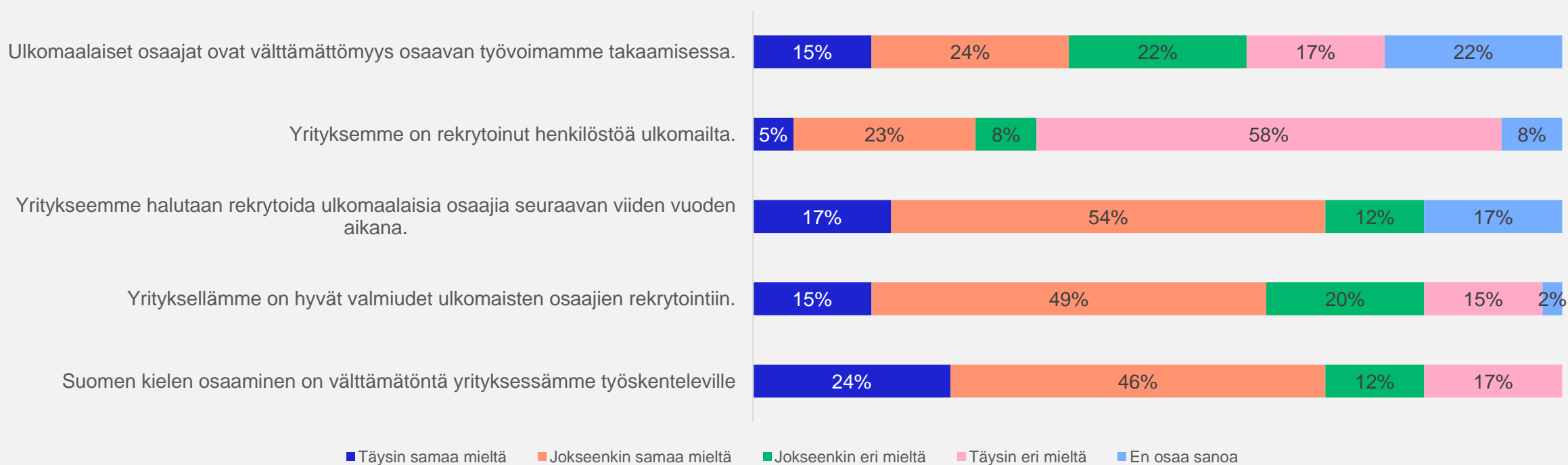
E Koulutuksen sisältöjen kehittäminen yrityslähtöisemmäksi nähdään tärkeänä ratkaisuna osaavan työvoiman takaamisessa.

E Myös yhteistyötä oppilaitosten ja yritysten kesken pitäisi tiivistää.



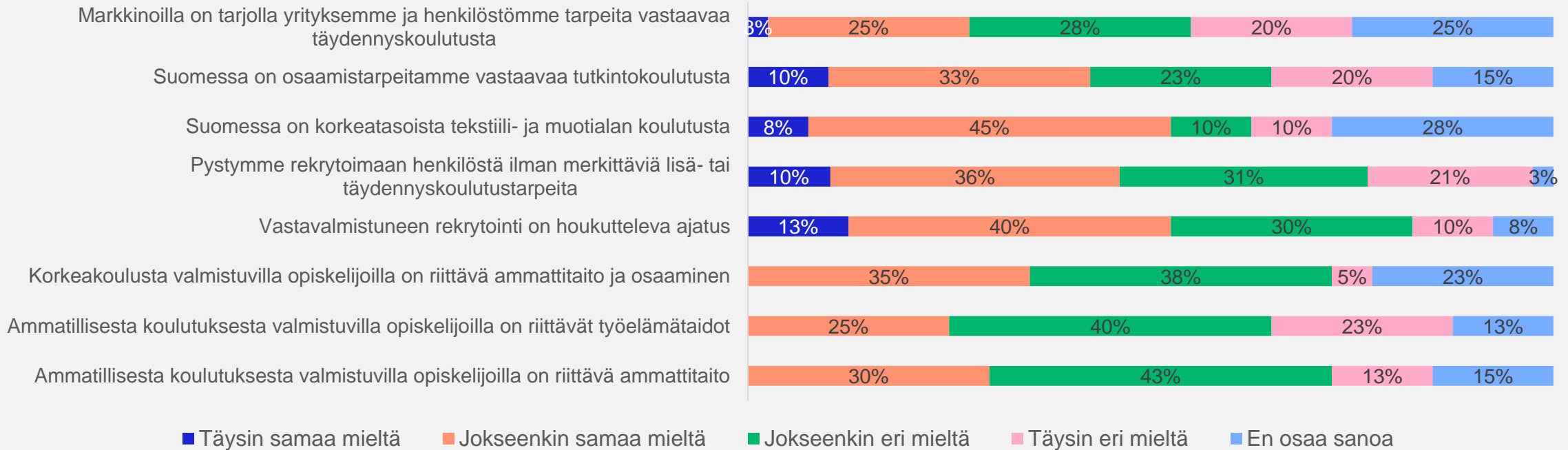
Arviot ulkomaisten osaajien roolista alalla vaihtelevat

Arvioi seuraavia ulkomaisiin osaajiin liittyviä väittämiä yrityksenne kannalta.



Arviot alan koulutuksen laadusta ja valmistuvien taidoista jakavat vastaajia

Arvioi seuraavia väittämiä yrityksenne osaamis- ja rekryointitarpeiden näkökulmasta.



Millaisista aiheista henkilöstönne tarvitsee lisäkoulutusta seuraavan viiden vuoden aikana?

Valitse viisi yrityksenne kannalta tärkeintä aihetta.



Vertailu: Yrityksien rekrytointien / henkilöstön lisäkoulutuksen kannalta viisi merkittävintä osaamistarvetta seuraavalle viidelle vuodelle



Millaista osaamisen kehittämistä ja lisäkoulutusta toivotte / suosittelette henkilöstölle?



Lyhyet tehokoulutukset sekä verkkokoulutukset ovat mieluisimpia lisäkoulutusmuotoja yrityksille.



Millaista oppilaitosyhteistyötä tekstiili- ja muotialalla tulisi mielestäsi lisätä / millainen oppilaitosyhteistyö on mielestäsi yrityksellenne kannattavinta? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä.

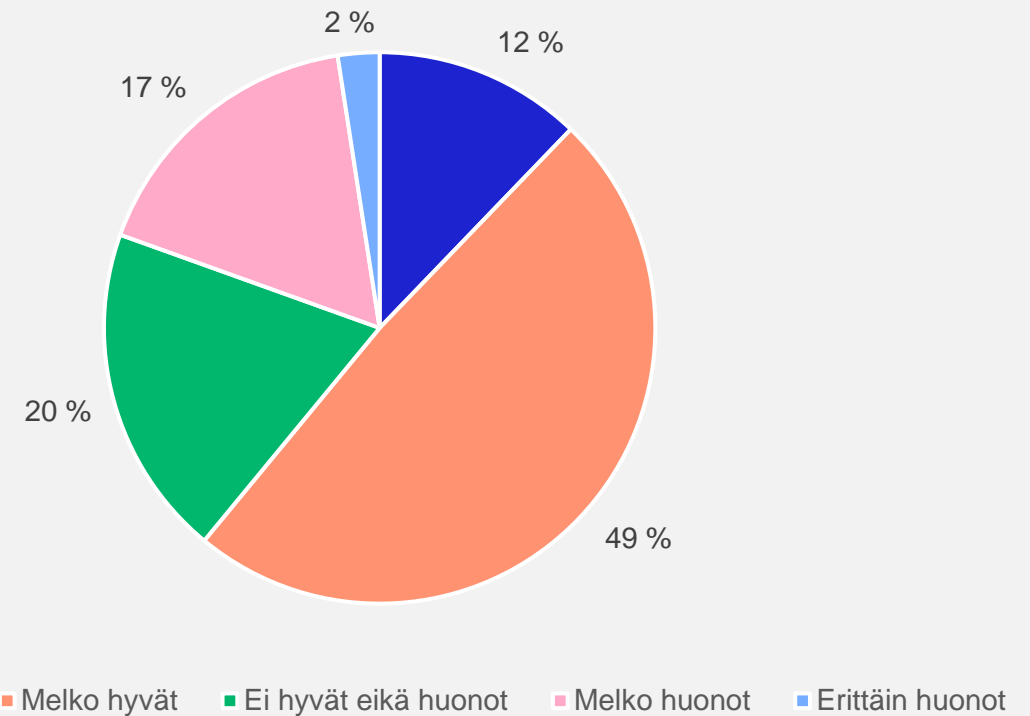


Ammatilliset koulutussopimukset ovat yrityksille merkittävin yhteistyömuoto oppilaitosten kanssa.



Millaiset mahdollisuudet yrityksellänne on työssäoppimispaikkojen / harjoittelupaikkojen tarjoamiseen opiskelijoille?

S Yritysten mahdollisuudet harjoittelupaikan tarjoamiseen koetaan hyväksi.

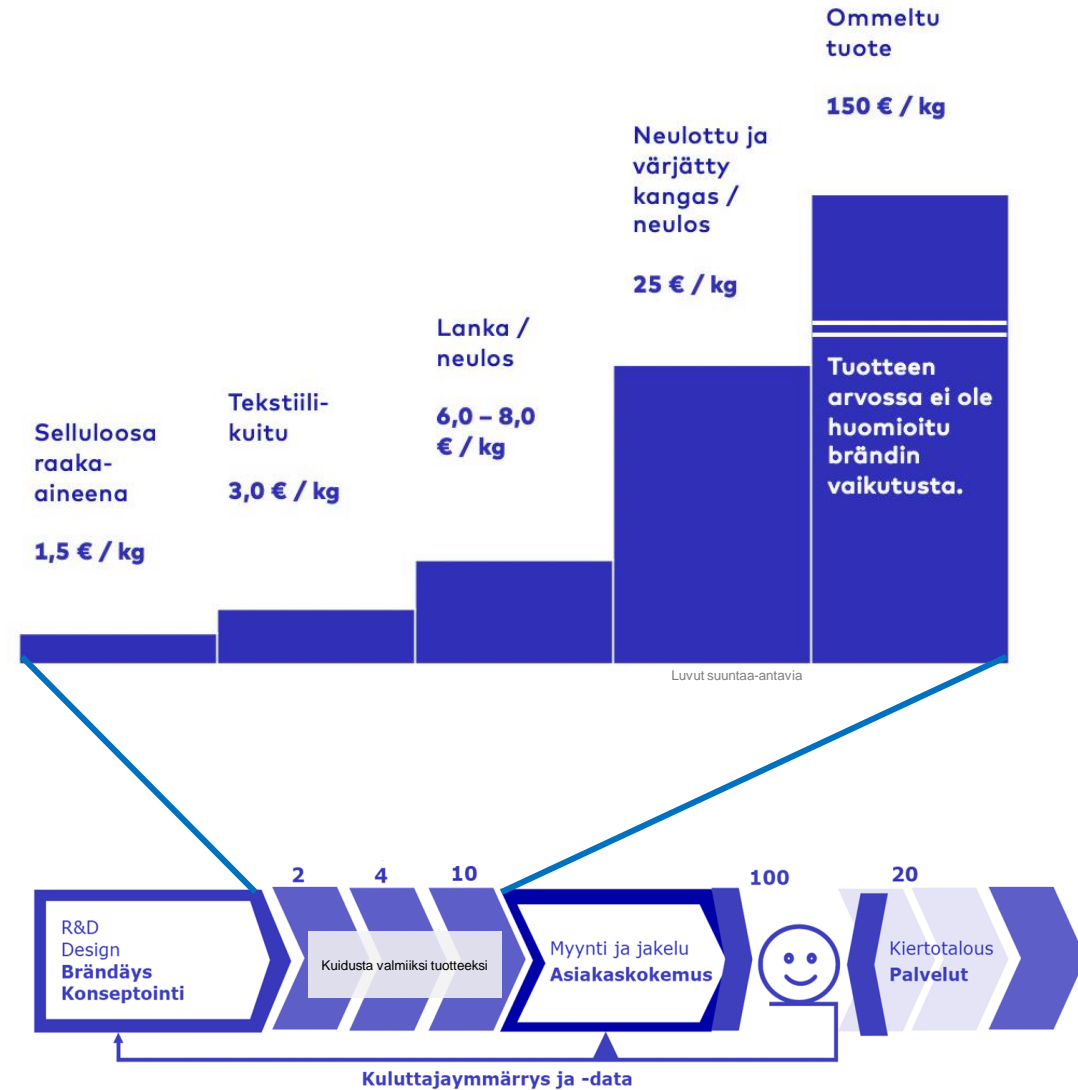




Brändi- ja kuluttajalähtöinen tekstiili ja muoti Suomessa 2030 -kasvusopimus

Parempi asemoituminen arvoketjussa

- ☒ Kasvusopimuksen tavoitteena on siirtää toimialan asemoitumista arvoketjussa sinne missä **merkittävin lisäarvo** kuluttajatuotteissa syntyy.
- ☒ Arvoketjun yksittäisen osan kehittämistä tärkeämpää on vahvistaa **koko arvoketjun läpäisevää** yhteistyötä siten, että sen avulla pystytään luomaan korkeampaa arvonlisää sekä rakentamaan pysyvää muodin ja tekstiilin – ja laajemmin kuluttajatuote-liiketoiminnan – osaamista Suomessa.



ALAN KASVUN TUNNISTETTUJA HAASTEITA

Ambitiotaso	Osaaminen	Rahoitus	Liiketoiminta- infrastruktuuri	Brändi- ja kuluttajalähtöinen liiketoiminta
<ul style="list-style-type: none">Alalle tarvitaan enemmän kasvuhalukkaita yrityksiä.Taloudellisesti menestyneitä esikuvia on vähän.Kuluttajatuotteiden merkityksen tunnistaminen ja tunnustamien Suomen menestykselle.Muotialan arvostusta on kasvatettava myös taideteollisen alan sisällä.Perinteiden ja esikuvien luominen alalle tärkeää kulttuurisen muutoksen aikaansaamiseksi.	<ul style="list-style-type: none">Alan liiketoiminta-osaamista on vahvistettava.Kaupallisen ja luovan osaamisen yhdistäminen.Kansainvälistä kokemusta omaavia huippuosaajia tarvitaan alalle nykyistä enemmän.Aloittavat yritykset toimivat liikaa yhden henkilön varassa: suunnittelu- liiketoiminta- ja kaupallistaosaamista yhdistävien tiimien rakentaminen keskeistä.	<ul style="list-style-type: none">Sijoittajien kiinnostuksen vahvistaminen: alalla on vähän pääomasijoittajia Suomessa.Alan luonne on lähtökohtaisesti hankala sijoittajien näkökulmasta: edellyttää pitkää horisonttia, markkina Suomessa pieni, tulot pienistä puroista.Julkisten rahoitus-instrumenttien ehtojen kehittäminen alalle paremmin soveltuviksi.	<ul style="list-style-type: none">Suomessa ei ole alan kansainvälisiä toimijoita riittävästi kiinnostavia tapahtumia (esim. "muotiviikot").Yrityskiihdyttämöä tai muita vastaavia alkuvaiheen yritystoiminnan kehittämisen rakenteita/välineitä ei ole.Alan kehittämiseen ja kansainvälistämiseen tarkoitettua pysyvää rakennetta ei ole olemassa.Sääntely-ympäristöön liittyvien tekijöiden kehittäminen (esim. ulkomaisen työvoiman verokannusteet)	<ul style="list-style-type: none">Tuotelähtöisestä toiminnasta kuluttaja- brändilähtöiseen liiketoimintaan: tuote- ja suunnittelijavetoinen ajattelu hallitsee edelleen alan liiketoimintaa.Systemaattista brändi- ja kuluttajalähtöistä konsepti- ja tuotekehitystä on vahvistettava.Asiakaskokemuksen johtamisen ja kaupallistamisen osaamisen vähäisyys heikentävät asemoitumista arvoketjussa.



Kasvusopimuksen keskeisiä toimenpiteitä

- ☞ Kaupallinen ja liiketoimintaosaaminen yrityksissä sekä korkeakouluissa
- ☞ Brändikuluttajaliiketoiminnan tutkimus
- ☞ Kansainväliset tapahtumat
- ☞ Maakuvan kehittäminen
- ☞ Varhaisen vaiheen kasvurahoitus
- ☞ Lue lisää [kasvusopimuksesta](#)

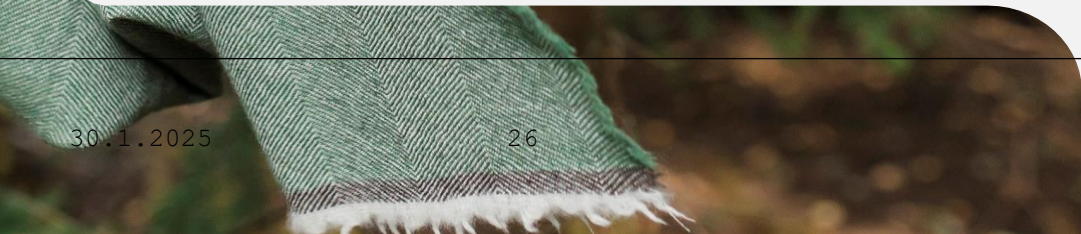
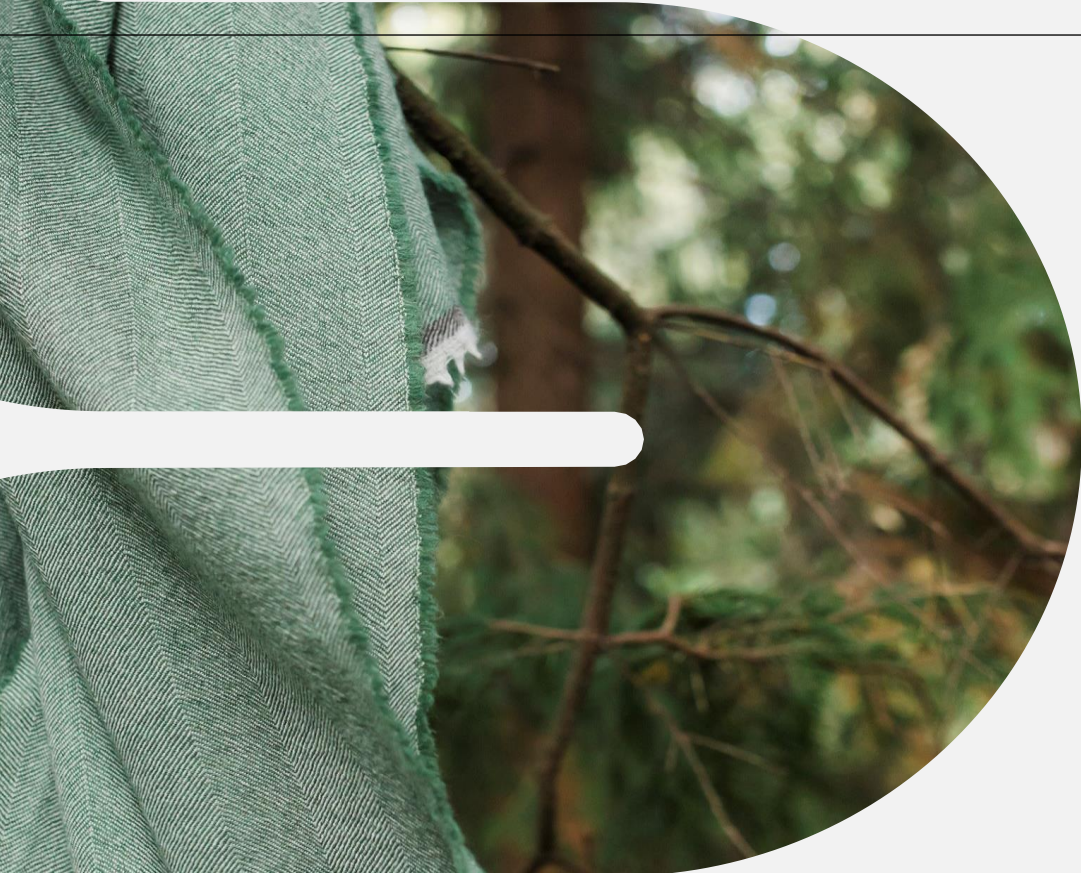
Mistä kasvua?

Ekologiset
materiaalit

Datatalous

Kiertotalouden
palvelut

Kuluttajabrändit



Millaisia ajatuksia heräsi?



Save the Date

Textile & Fashion Forum Helsinki
2025

1.10.2025 Pikku-Finlandia,
Helsinki



Auri Kohola

asiantuntija, osaaminen ja vetovoima

auri.kohola@stjm.fi

p. 040 823 9803



@Suomen Tekstiili & Muoti ry



@Suomen Tekstiili & Muoti ry



@TekstiiliMuoti



@suomentekstiilijamuoti