

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoilun koulutusohjelma

Sasja Aleksi Koikkalainen

PIHARAKENNUSTEN TUOTTEISTUSPROSESSI

Opinnäytetyö
Syyskuu 2013



OPINNÄYTETYÖ
Syyskuu 2013
Muotoilun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
p. 050 311 6317

Tekijä
Sasja Aleksi Koikkalainen

Nimeke
Piharakennusten tuotteistusprosessi

Toimeksiantaja
D'ART PALVELUT

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena on tuotteistusprosessi, jonka aikana kahdelle yritykselle luodaan laajennettu tuoteperhe olemassa olevan tuoteperheen pohjalta. Työ kytkeytyy itäsuomalaisten pienyritysten liiketoiminnan kehittämishankeeseen Piha- ja ympäristörakentamisen liiketoiminnan kehittäminen 2011–2013. Yritykset ovat Hirsiveisto Laasonen Ay ja Kuhmon Puupalvelu Oy.

Työssä esitellään tuotekonseptoinnin ja tuotteistamisen mahdollisuuksia tuotekehityksessä. Toiminnallisessa osuudessa työmenetelmiä sovelletaan yhteistyökumppaneina toimivien yritysten tuotteisiin. Tuotteet ovat elementtirakenteisia piharakennuksia.

Työn tuloksena yritykset saivat laajennetun tuoteperheen, joka pystyy vastaamaan kysyntään paremmin. Työn tulokset pääsivät heti käyttöön toiminnallisen osuuden päättyessä. Teollisen muotoilijan näkökulmasta prosessi toi uusia näkökulmia tulevaisuuden ammattilaisena toimimiseen sekä valotti erilaisia vaihtoehtoja, kuinka tuotteita suunnitellaan. Työ toimii myös innoituksena ammattitaidon kehittämiseksi tulevaisuudessa.

Kieli
suomi

Sivuja 33
Liitteet 6
Liitesivumäärä 16

Asiasanat
piharakennukset, teollinen muotoilu, tuotteistus



THESIS
September 2013
Degree Programme in Design
Sirkkalantie 12 A
FI 80100 JOENSUU
FINLAND
p. 050 311 6317

Author
Sasja Alekski Koikkalainen

Title
Productisation Process of Cottages

Commissioned by
D'ART SERVICES

Abstract

The topic of this thesis is to describe a productisation process. During the process extended product families are created for two companies, based on existing product families. This commission is linked to the development project on the business development of courtyard and environmental construction for years 2011-2013 executed in Eastern Finland. The two companies are Hirsiveisto Laasonen Ay and Kuhmon Puupalvelu Oy.

The project proceeds to introduce the possibilities of product concepting and productisation in the field of product development. The functional part of the thesis presents the process, and how the methods are applied to the products of the companies. The products include prefabricated cottages.

The outcome of the project was creating an extended product family for both of the companies. The aim of the process was to create a product family that could answer better to the demands of today's markets. The results were immediately applied in use after the work was finished. From the perspective of an industrial designer, the work provided new aspects on how to work as a professional in the future. The work also shed light on the different methods of product development. The work served as an inspiration for educating one's expertise further.

Language
Finnish

Pages 33
Appendices 6
Pages of Appendices 16

Keywords
cottages, industrial design, productisation

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Lähtökohdat	6
2.2	Yhteistyökumppanit	6
2.1	Viitekehys ja toiminta-asetelma	8
2.3	Tuotteiden arvoista ja markkinoista	10
3	Tuotekehityksen työkaluja.....	12
3.1	Tuotekonseptointi	12
3.2	Tuotekonseptointi opinnäytetyöni näkökulmasta	15
3.3	Tuotteistus	16
4	Työn kulku ja tulokset	19
4.1	Hirsiveisto Laasonen ja Olotar-tuoteperhe.....	19
4.2	Kuhmon Puupalvelu ja pihavarastot	22
4.3	Kehitysideoita	26
5	Mihin teollista muotoilijaa tarvitaan?	27
5.1	Teollisen muotoilijan rooli	27
5.2	Teollisen muotoilun merkitys yritykselle.....	28
5.3	Muotoilija arvojohtajana.....	29
6	Pohdinta.....	31
	Lähteet.....	33

Liitteet

Liite 1	Toimeksiantosopimus
Liite 2	Tuotteistusmalli vuodelta 2011
Liite 3	Tuotekorttihahmotelma
Liite 4	Olotar-tuoteperheen yleisesite
Liite 5	Mallisivu vanhasta kokoamisohjeesta
Liite 6	Kuhmon Puupalvelun pihavarastojen yleisesite

1 Johdanto

Nykypäivänä kuluttajilla on huomattavan paljon valinnan varaa lähes minkä tahansa tuotteen suhteen. Niin edullisia tuotteita kuin kalliitakin tuotteita suosivat eivät joudu pettymään etsiessään itselleen sopivia vaihtoehtoja markkinoilla olevista tarjokkaista. Sisustamisen suosion nousu on saanut ihmiset kiinnittämään huomiota myös kotiensa seinien ulkopuolelle. Pihoja voi sekä koristella että rakentaa kuten sisustusta oman mielensä mukaan. Piharakennustuotteiden valikoima on aikaisemmin saattanut olla suppeaa, mutta tilanne on muuttunut. Yritykset ovat alkaneet valmistaa mitä erilaisimpia tuotteita aina parvekeviljelyyn soveltuvista välineistä elementtirakenteisiin kesäkeittiöihin.

Aiheena opinnäytetyössäni on piharakennusten tuotteistaminen ja tuotekonseptointi. Työharjoittelujaksollani Muotoilu- ja palvelukeskus D'artissa vuoden 2011 elokuussa aloitin työskentelyn kahden itäsuomalaisen pienyrityksen kanssa, joista molemmat ovat ViihtyisäPiha-nimisen yritysorganisaation kanssa yhteistyössä ja tarjoavat tuotteitaan sen kautta kuluttajille. ViihtyisäPihan tuotteet pyrkivät erottautumaan kilpailijoistaan laadullaan ja ne on asemoitu premiumiksi. Yritykset ovat kuhmolainen Kuhmon Puupalvelu Oy ja rääkyläläinen Hirsiveisto Laasonen Oy. Yritysten valmistamat tuotteet ovat puurakenteisia pihakeittiöitä ja varastoja. Kummankin yrityksen tuotteita yhdistävät elementtirakenteisuus ja muokattavuus.

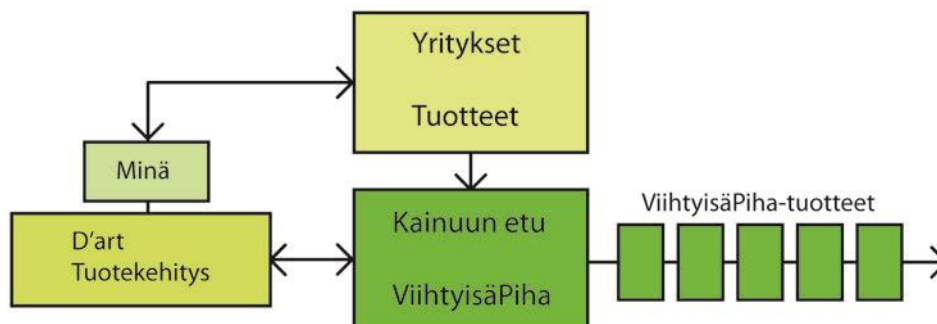
Opinnäytetyössäni pyrin saamaan paremman ymmärryksen, siitä miten tuotteita tuotteistetaan ja konseptoidaan ja tuloksena esitän aikaansaannokset raportin muodossa. Aineettoman työn lisäksi olen tuottanut molemmille yrityksille graafista materiaalia esitteitä ja muita julkaisuja varten. Pääpaino työssäni on tuotteistuksessa, ja konseptoinnin ymmärrys toimii työtä tukevana elementtinä. Sivuan myös teollisen muotoilijan roolia opinnäytetyöni kaltaisissa tehtävissä.

2 Lähtökohdat

2.1 Yhteistyökumppanit

Tein yhteistyötä kahden pienyrityksen ja yhden hankkeen kanssa. Yritykset ovat Kuhmon Puupalvelu Oy ja Hirsiveisto Laasonen Ay, hanke on Kainuun Edun hallinnoima Piha- ja ympäristörakentamisen liiketoiminnan kehittäminen 2011–2013-hanke. Hanke on toteutettu yhteishankkeena alueellisesti Kainuussa ja Pohjois-Karjalassa ja se päättyy vuoden 2013 loppuun mennessä. Hankkeen näkyvin osa ViihtyisäPiha, on keskeistä opinnäyteyössäni.

ViihtyisäPiha on pihatutekonsepti ja brändi, joka kokoaa nimensä alle erilaisia piharakentamiseen liittyviä tuotteita hyvin laaja-alaisesti. Yhteistä tuotteille on se, että ne markkinoidaan yhtenäisen ilmeen ja brändin kautta, vaikka takana on suuri joukko yrityksiä joilla itsellään voi olla omia tuotteita ja brändejä jo ennestään. ViihtyisäPihan tavoitteena on kehittää alueellisesti yritysten liiketoimintaa Itä-Suomessa. Kuvassa 1 on esitetty ViihtyisäPihan toiminta yksinkertaistettuna ja minun sijoittumiseni kokonaisuuteen.



Kuva 1. ViihtyisäPihan toiminta.

ViihtyisäPiha konseptina pitää sisällään oman logon, graafisen ilmeen tuotteisiin liittyville julkaisuille, kuten tuotekorteille ja esitteille sekä tietynlaisilla arvoilla ladatun brändin. Tuotteet on asemoitu premiumiksi, eli ne ovat keskimääräisesti

kalliimpia, mutta korkeamman hinnan vastineena asiakas saa lupauksen korkeasta laadusta ja kotimaisuusasteesta.

Hirsiveisto Laasonen Ay on räikkyläläinen, lähellä Joensuuta toimiva yritys, joka valmistaa puuvalmisteisia piharakennuksia. Yrityksen tunnetuin ja tärkein tuote on Olotar-tuoteperhe. Tuoteperheeseen kuuluu erilaisia piharakennuksia pihakeittiöistä varastoihin. Rakennuksia on saatavilla erikokoisina ja erilaisilla varusteilla riippuen mallista. Tunnusomaista tuotteille on pulpettikatto ja suurten ikkunoiden käyttö (kuva 2). Olotar-tuoteperhe on se tuote, jonka kehittämisessä olen mukana opinnäytetyöni kautta.



Kuva 2. Olotar pihakeittiö (Kuva: Anne Laasonen).

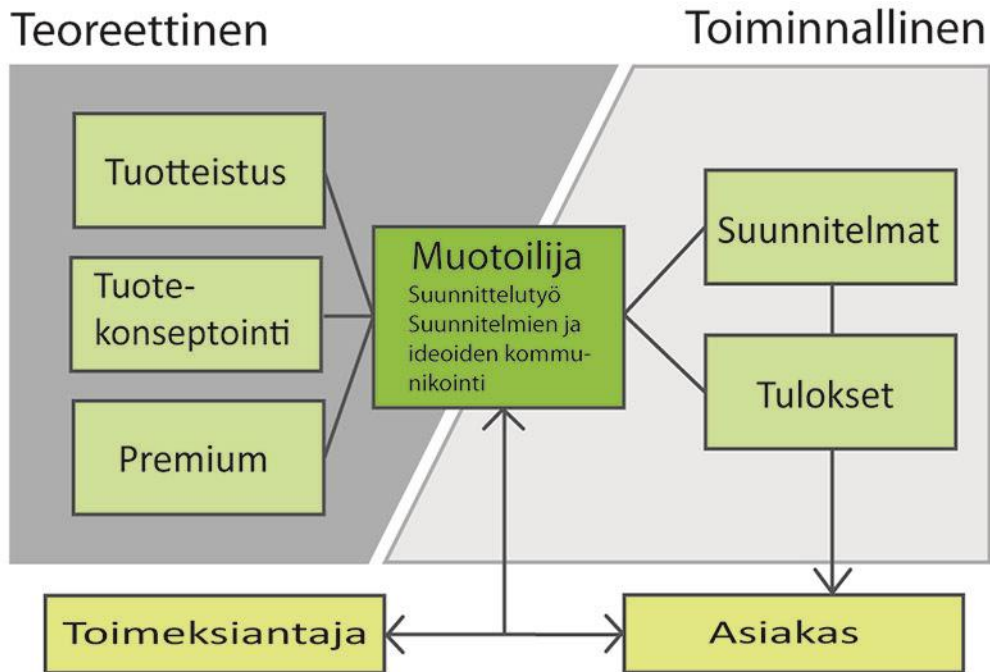
Kuhmon Puupalvelu Oy on kuhmolainen yritys, jonka päätuote on erilaisista pihavarastoista koostuva tuoteperhe. Pihavarastot erottuvat massasta rimoitusensa avulla (kuva 3). Varastot ovat elementtirakenteisia, jolloin rungon kanssa voidaan yhdistellä eri seinäelementtejä. Muita Kuhmon Puupalvelun valmistamia tuotteita ovat ulkokuussit ja muutamat pientuotteet. Opinnäytetyössäni kehitän pihavarastojen tuoteperhettä.



Kuva 3. Kuhmon Puupalvelu Oy:n pihavarasto (Kuva: Esa Haverinen).

2.2 Viitekehys ja toiminta-asetelma

Opinnäytetyössäni pyrin laajentamaan ammatillista osaamistani ja tietämystäni tuotekehityksen alueella. Esittelen tuotekonseptoinnin ja tuotteistamisen tuotekehityksen työkaluina, ja kuvaan niiden osuutta prosessissa. Työ tapahtuu yhteistyössä yrittäjien ja hankehenkilökunnan kanssa. Nostan esille myös muotoilijan roolin nykypäivän tuotekehitystehtävissä. Olen rajannut aiheen oleellisiksi katsomiini elementteihin, jotka muodostavat työni viitekehysten (kuva 4). Aihevalinnan olen tehnyt sen perusteella, minkä asioiden parissa olen eniten työskennellyt ja koen tärkeiksi kokonaisuuden kannalta.



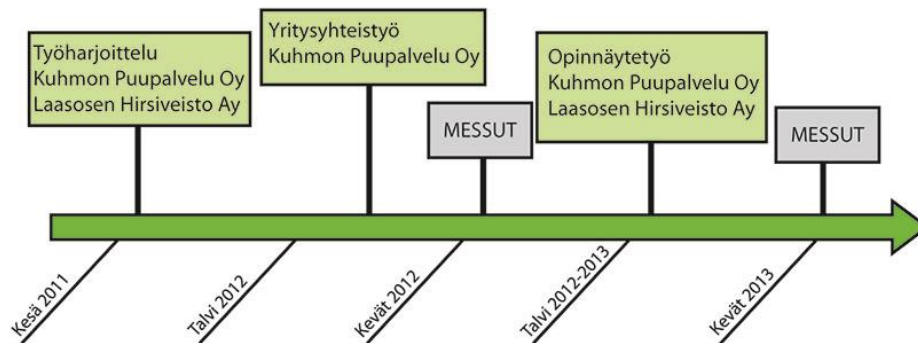
Kuva 4. Visualisoitu viitekehys.

Mielenkiintoiseksi työn tekee se, että en tee mitään alusta loppuun, vaan toimintani on osanen, joka kiinnittyy suurempaan prosessiin. Tehtävänäni on siis olla mukana tuotteistamassa ja konseptoimassa kahden pienyrityksen tuotteita isomman kokonaisuuden raameihin sopivaksi.

Toiminta-asetelmaltaan opinnäytetyöni on toiminnallinen, eli tuotan jonkin konkreettisen tuotteen tai tuloksen opinnäytetyössäni asiakkaana oleville yrittäjille. Tuotoksena on tuotteistamisprosessin myötä laajentunut tuoteperhe ja siihen liittyvää graafista materiaalia, jota tullaan käyttämään tuotteen markkinoinnissa ja esillepanossa esim. nettisivuilla. Ideoin myös kokoamisohjeita toiselle yrityksistä. Ohjeiden on tarkoitus olla sellaisia, että niitä voi lukea esim. tabletilla tai muulla mobiililaitteella, jossa on näyttö ja mahdollisuus katsoa kuvia. Opinnäytetyössäni pyrin hyödyntämään muotoilijan opinnoissa saamiani tietoja ja taitoja, mutta uskon myös aikaisemman työkokemukseni puualalta auttavan asioiden yleistä ymmärrystä.

Opinnäytetyöni sai alkunsa jo vuoden 2011 kesän työharjoittelusta muotoilun palvelukeskus D'artissa (kuva 5), jolloin tutustuin ensimmäisen kerran Kuhmon Puupalvelu Oy:hyn ja Hirsiveisto Laasonen Ay:hyn. Tuolloin tehtäväni poikkesivat Kuhmon Puupalvelu Oy:n kanssa siitä, mitä opinnäytetyössäni teen. Hirsi-

veisto Laasonen Ay:n kanssa tehtäväni on säilynyt samana alusta asti. Opin-
näytetyötäni varten tein toimeksiantosopimuksen D'artin kanssa, sillä se oli
luontevin tapa olla mukana projektissa (liite 1). Opinnäytetyöni ohjaajana toimi
muotoilija Tommi Silván D'artista, jonka kanssa toimin yhteistyössä jo työharjoit-
telun aikana.



Kuva 5. Opinnäytetyön aikajana.

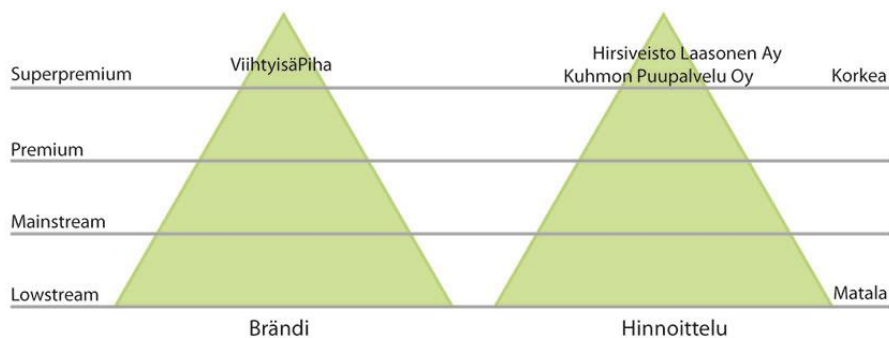
2.3 Tuotteiden arvoista ja markkinoista

Piharakentamisen suosio lähestyy jo kotien sisustamisen suosiota. Elämäntyyli-
lehdissä ja televisiossa esitetään ohjelmia, joissa pihaa rakennetaan ja tuuna-
taan, kuin olohuonetta. Enää ei riitä pelkät uudet muoviset puutarhakalusteet,
vaan halutaan kokonaisvaltaisempia ratkaisuja. Puutarhan tai pihan voi suunnit-
teluttaa ammattilaisella ja edelleen teettää myös toteutuksen ammattilaisten
avulla. Erilaisten tuotteiden ja palveluiden tuottajat ovat huomanneet ihmisten
innostuksen ja kehittelevät markkinoille uusia tuotteita aina pihasuunnittelusta
parvekeviljelyvälineistöön.

Messuilla on hyvä tutustua tarjontaan; vuosina 2012 ja 2013 olen vierailut Hel-
singissä järjestetyillä OmaPiha- ja Kevätmessuilla, joilla on esillä laajasti tuotteita
ja myös palveluita, jotka liittyvät piharakentamiseen. ViihtyisäPiha on ollut
molempina vuosina messuilla esittelemässä omaa toimintaansa.

Tarjonta messukäyntien perusteella jakaantuu sanaparein kuvattuna perinteiseen-uudenaikaiseen ja edulliseen-hintavaan. ViihtyisäPihan tuotteet edustavat hintaskaalan yläpäättä, jossa aikaisemmin ei ole ollut juurikaan kilpailua. ViihtyisäPihan strategiaan kuuluu pyrkimys olla markkinoiden ensimmäinen, mikä helpottaa aseman vakiinnuttamista (Wuite 2010, 3). Tuotteiden kohdentaminen tiettyyn ryhmään helpottaa myös, sillä mikäli pienet yritykset pyrkisivät vastaamaan jokaisen kuluttajasegmentin vaatimuksiin, niiltä loppuisi kapasiteetti ja myös laadusta voitaisiin joutua lipsumaan. Työ maksaa kuitenkin saman verran, tehtiinpä edullista tai kallista tuotetta. Suomessa on tästä syystä erittäin hankala kilpailla tuotannon volyyymillä, koska yksikkötyön hinta on verrattain korkea. Massatuotteilla kilpailevat saattavat teettää työn jossain muualla kuin Suomessa, esimerkiksi Baltian maissa.

ViihtyisäPiha pyrkii sijoittumaan brändillään mahdollisimman korkealle niin hinnassa kuin haluttavuudessa (kuva 6), joka saattaa karsia jonkin verran potentiaalisia ostajia. Edullisuutta tavoittelevat ostajat tyytyvät usein kolmion kannan tienoilta löytyviin tuotteisiin. Kaikille ei ole oleellista hinta ja toisaalta taas se, mitä pihalla on, kunhan siellä on jotain.



Kuva 6. Brändi ja hinnoittelu kolmiokartalla (Wuite 2010, 3-4).

Yleisesti premium-tuote voidaan mieltää joksikin laadukkaammaksi ja paremmaksi, kuin tavallinen tuote (mainstream). ViihtyisäPihan tuotteissa premium tarkoittaa laatua ja yksilöllisyyttä. Tuotevalikoimaan ja designiin on panostettu ja ne erottuvat kilpailijoista monipuolisuudellaan. ViihtyisäPiha pyrkii vetoamaan niihin ostajiin, joita kiinnostaa mitä pihalla on. Tuotteet erottuvat massasta val-

mistuksen laadulla, esteettisillä ominaisuuksilla ja tuotteisiin kytketyillä arvoilla. Tavoitteena on, että ostaja saa muutakin kuin pelkän tuotteen ja kokoamisohjeet; tuote on paremminkin kokonaisuus tai ratkaisu, joka lisää viihtyvyyttä ja elämänlaatua.

Ostajat osaavat vaatia heidän tarpeisiinsa soveltuvia tuotteita entistä enemmän. Tns Consumer Insightin teettämässä tutkimuksessa selviää, että varsinkin miehet ikävuodesta 25 ylöspäin ovat alkaneet panostaa yksilöllisyyteen kulutuksen kautta. Samasta tutkimuksesta löytyy myös osaselitys sisustamisen ja kotiin panostamisen suosion kasvulle; varsinkin naisvastaajat ja osa miehistä haluaa panostaa entistä enemmän kodin viihtyvyyteen ja viettää siellä aikaa. (Tns Consumer Insight 2013, 10–13.) Kodeista on tullut ihmisten persoonien materiaalisia jatkeita, joita halutaan kustomoida mahdollisimman oman näköiseksi pääosin kulutusvalinnoilla. Ilmiöön liittyy myös mahdollisesti arvolataus, sillä monelle ihmiselle voi olla hyvin tärkeää miltä heidän elämänsä näyttää ulkoisten tekijöiden perusteella tarkasteltuna. Pinnallistuvassa maailmassa ulkokuori on usein se, minkä perusteella ihmisiä arvioidaan ja se toimii välineenä erottautumiseen tai joukkoon sulautumiseen.

3 Tuotekehityksen työkaluja

3.1 Tuotekonseptointi

Tässä luvussa esittelen tuotekonseptoinnin ja tuotteistuksen osana tuotekehitysprosessia. Opinnäytetyössäni pääpaino on tuotteistuksella ja tuotekonseptoinnin ymmärrys toimii kokonaisuutta jäsentävänä tekijänä. Tuotekonseptointi sanana ei välttämättä kerro paljoakaan asiaan perehtymättömälle; jollekin se voi tuoda mieleen autoteollisuudesta tutut konseptiautot. Konseptiautoa ajatellessa osutaan melko lähelle tuotekonseptin määritelmää: se on kuvaus tuotteesta.

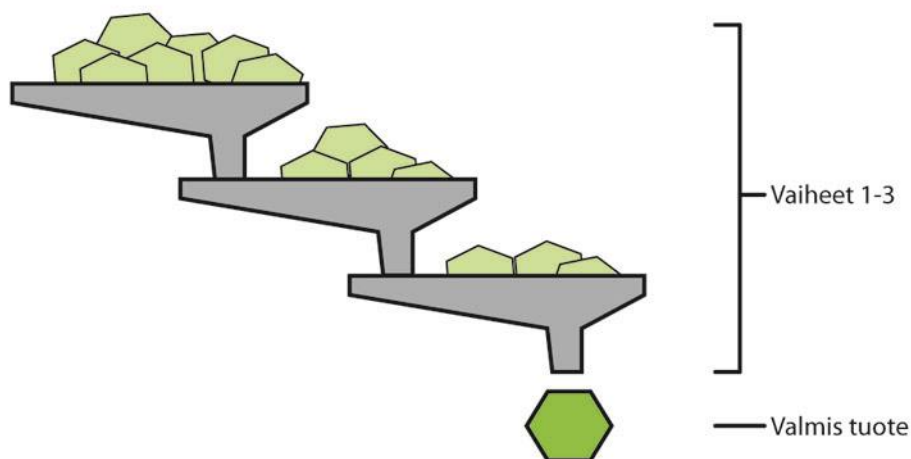
Tuotekonsepti ei pyri läheskään aina olemaan valmis tuote, vaan kokonaisuus ominaisuuksia, joita valmiissa tuotteessa toivotaan olevan. Tuotekonsepti voi

toimia myös työkaluna, joka auttaa päätyämään lopputuloksen kannalta toivottuihin ratkaisuihin tuotekehityksessä. (Keinonen & Jääskö 2004, 36.)

Tuotekonseptointi on tuotesuunnitteluprosessin alkupäässä tapahtuvaa toimintaa, joka voi olla hyvin vapaamuotoista, koska sille ei välttämättä ole asetettu välittömän onnistumisen tai tuottavuuden kaltaisia vaatimuksia. Työn tarkoituksena voi olla suunnitteluongelman täsmentäminen, toiminnan vaihtoehtojen karjoittaminen ja lähtötietojen keruu. (Keinonen & Jääskö 2004, 29.)

Toimintaympäristönä tuotekonseptointi on vapaampi kuin tuotekehitys perinteisimmillään. Usein tuotesuunnittelu on kiinteästi kytköksissä teknisiin ja tuotantollisiin tekijöihin, jotka eivät siedä epävarmuustekijöitä. (Keinonen & Jääskö 2004, 29–31.) Pienetkin muutokset yksittäisessä osassa voivat synnyttää sarjan kauaskantoisia muutoksia ympäröivissä osissa.

Tavallisimmillaan tuotesuunnittelu etenee tuotekehityksen keinoin melko lineaarisesti (kuva 7), jolloin toiminta tähtää yhteen pisteeseen poikkeamatta valitun polun ulkopuolelle. Menettely takaa sen, että prosessi kulkee haluttuun suuntaan, mutta toisaalta se voi rajoittaa uusien ideoiden ja tuotteiden kehittymistä. (Keinonen & Jääskö 2004, 11–12.)



Kuva 7. Tuotekehityksen vesiputousmalli (Keinonen & Jääskö 2004, 11).

Tuotekonseptointi voidaan myös irroittaa omaksi kokonaisuudekseen, esimerkiksi konseptointihankkeeksi, jonka tavoitteena ei ole tuloksien välitön tuotan-

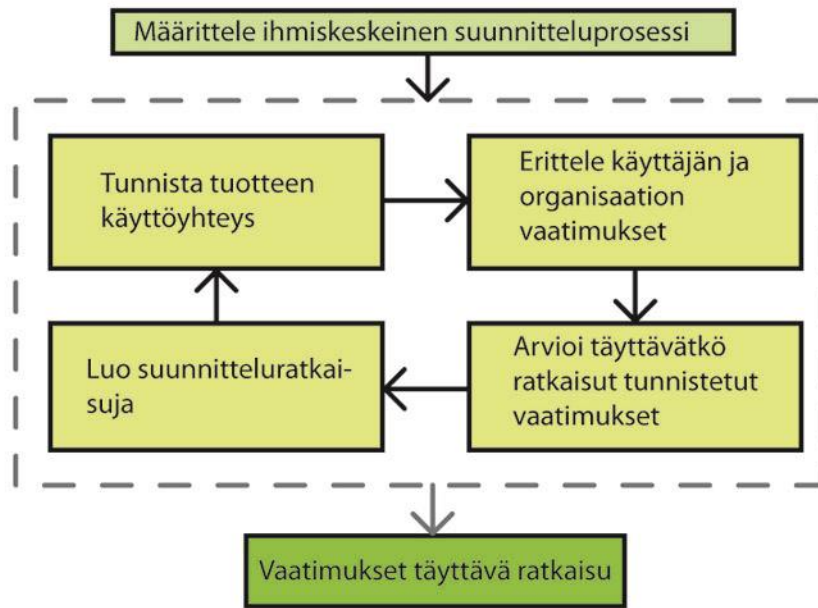
nossa hyödyntäminen. Tällaiset hankkeet voivat luoda suotuisan ympäristön uusille innovaatioille tai toimia ideapankkeina yrityksessä. Tuotekonseptointi voi olla myös yritysten strategian tai kehityksen suuntaamista auttava työkalu. (Keinonen & Jääskö 2004, 30–31.)

Osaamisen kannalta tuotekonseptointi on tärkeää sellaisissa yrityksissä, joissa tehdään tuotesuunnittelua ja -kehitystä, sillä rutiininomaisella suunnittelutyöllä on havaittu olevan osaamista näivettävä vaikutus. Luova ajattelu ei välttämättä ole luonnonlahjakkuus, vaan taito, jota voi kartuttaa. Tuotekonseptointia tehdessään ammattilainen joutuu usein haastamaan itseään ja vaikka lopputulos ei aina olisi onnistunut, on mahdollista oppia prosessista. (Keinonen & Jääskö 2004, 35.)

Työskentelytavoiltaan tuotekonseptointi muistuttaa tuotesuunnittelua ja erot näkyvät asetettujen tavoitteiden kohdalla selkeimmillään. Tietyt osa-alueet korostuvat tuotekonseptoinnissa; tietointensiivisyys, tuotestrateginen päätöksenteko ja innovaatiohakuisuus. On tärkeää selvittää tehtävään liittyviä tietoja mahdollisimman kattavasti heti aloituspisteessä. Päämäärän ollessa usein löyhemmin määritelty voidaan tehdä erilaisia tuotestrategisia valintoja tietojen ja keskeisten tuoteominaisuuksien pohjalta. Tuotekonseptointi on myös innovaatiohakuista toimintaa. Edellytyksenä konseptoinnin onnistumiselle työympäristön tulee olla mahdollisimman joustava ja avoin. Toisaalta tuotekonseptointiprojekti tarvitsee myös aikataulutuksen ja raamit, jotta se on seurattavissa ja hallittavissa, eikä leviä käsiin. (Keinonen & Jääskö 2004, 51.)

Tuotekonseptointi vaatii toimivan työryhmän, joka sitoutuu työskentelyyn ja valitulla toimintatavalla on myös merkitystä. Konseptisuunnitteluun osallistuvat työntekijät ovat usein eri alojen ammattilaisia, joiden osaaminen tulisi sovittaa mahdollisimman hyvin yhteen. (Keinonen & Jääskö 2004, 51.)

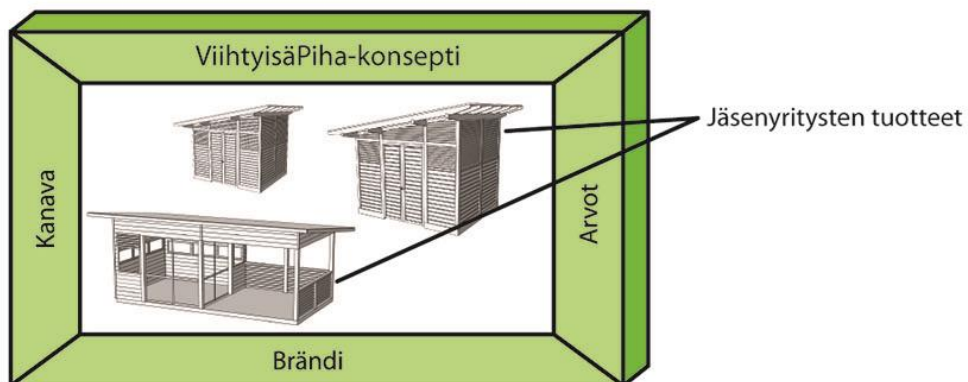
Prosessimalleja on useita erilaisia, joista osa on yritysten omaisuutta ja salaisia, osa prosesseista on julkisia ja standardisoituja. Esimerkkinä standardisoidusta prosessista käy hyvin ISO 13407, jolla kuvataan vuorovaikutteisten järjestelmien ihmiskeskeinen prosessi (kuva 8).



Kuva 8. ISO 13407-suunnitteluprosessi (Keinonen & Jääskö 2004, 56).

3.2 Tuotekonseptointi opinnäytetyöni näkökulmasta

ViihtyisäPihan ja sen jäsenyritysten näkökulmasta ViihtyisäPiha on tuotekonsepti. Se sisältää tietynlaisia odotuksia ja asettaa kehyksen, jonka sisälle jäsenyritykset asettuvat tuotteineen. Luvussa 2.3 mainittu premium muiden ominaisuuksien kanssa ovat toivottuja ominaisuuksia tuotteilta, jotka soveltuvat ViihtyisäPiha-brändin alle (kuva 9).



Kuva 9. ViihtyisäPihan suhde jäsenyritystensä tuotteisiin.

Jäsenyrityksillä voi olla oma tuotekonseptinsa, mutta ViihtyisäPiha on ikään kuin loppusilauksen antava konsepti, jonka avulla tuotetaan yhtenäinen ilme, arvo-maailma ja kanava moninaisille tuotteille.

3.3 Tuotteistus

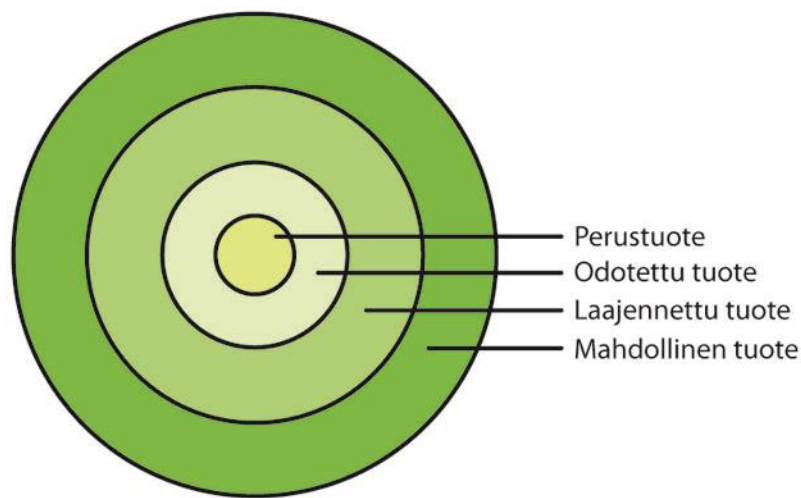
Tuotteistuksella on opinnäytetyössäni suuri osa, sillä se on tärkein työkalu, jolla yritysten tuotevalikoimaa kehitetään kummankin yrityksen tapauksessa. En ole juurikaan palvelujen tuotteistamisessa mukana, joten työssäni puhun konkreettisten tuotteiden tuotteistamisesta.

Tuotteistuksella tarkoitetaan yrityksen tai organisaation tuotteiden tai palveluiden tarkempaa määrittelyä ja täsmentämistä. Terminä tuote se voi tarkoittaa käsin kosketeltavan tuotteen lisäksi palvelua tai edellisten yhdistelmää. Yksittäisen tuotteen sijaan se voi olla laajempi tuotekokonaisuus, vaikkapa tuoteperhe. (Holma 1998, 12.) Tuotteistus on usein tärkeä osa tuotteiden kaupallistamista. Tuotteistamisen avulla on mahdollista saada liiketoiminnasta näkyvämpää ja kustannustehokkaampaa. (Simula, Lehtimäki, Salo & Malinen 2010, 23.)

Tuotteistus tuotteen kannalta katsottuna voi olla tarkasti määrittelevää, jolloin tuote on aina samanlainen, riippumatta missä ja kenelle se on tuotettu. Tuotteistus voi jättää myös liikkumavaraa tuotteille, jolloin niitä voidaan muokata asiakkaan näköiseksi. Hyvänä esimerkkinä muokattavasta tuotteesta voisi olla palvelutuote, joka räätälöidään asiakkaan tarpeisiin sopivaksi tapauskohtaisesti.

Kun asiakas ostaa tuotteen, siihen sisältyy usein muutakin kuin pelkästään hyödyke, joka asiakkaalle maksamisen jälkeen jää. Tuotteeseen nivoutuu arvoja ja tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet asiakkaan ostopäätökseen. Asiakaspalvelu ja tuotetuki ovat niin ikään osa tuotetta ja huomioitu hinnoittelussa. Tuotteistamalla voidaan helpottaa asiakasta muodostamaan selkeämpi kuva tuotteesta ja helpottaa valinnan tekemistä. Yrityksen sisällä tuotteistetut tuotteet helpottavat konkretisoimaan sen, mitä todella ollaan myymässä. (Simula ym. 2010, 25.)

Tuotteistamisen perustana konkreettisissa tuotteissa voisi sanoa olevan perustuotteen. Perustuote on tuote, joka tyydyttää asiakkaan tarpeet juuri ja juuri. Perustuote on myös liiketoiminnan kannalta oleellinen elementti, sillä sitä voidaan pitää toiminnan kivijalkana. Onnistuneella tuotteistamisella on mahdollista luoda perustuotteesta asiakkaan odotukset täysin täyttävä tuote. Kuvassa 10 perustuote on keskiössä ja sen ympärille rakentuvat siitä johdetut paremmat tuotteet. (Simula ym. 2010, 26–27.) Kerrosmalli perustuu Theodore Levittin esittelemään malliin tuotteen erilaistamisesta.

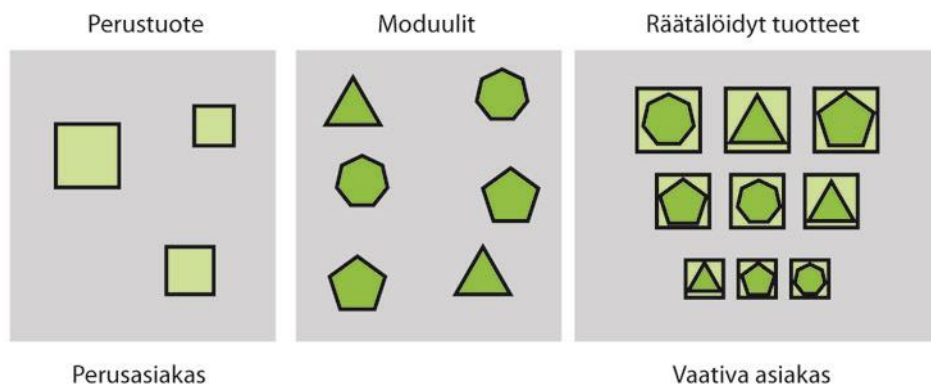


Kuva 10. Tuotteen kerrosmalli (Simula ym. 2010, 26).

Odotettu tuote on se tuote, jota yrityksen pitäisi pyrkiä myymään, sillä se sisältää niitä ominaisuuksia, jotka puuttuvat perustuotteesta. Puuttuvia ominaisuuksia voivat olla mm. korkeampi laatu, parempi suunnittelu tai jokin muu lisäominaisuus, jota asiakas ei perustuotteen mukana saa. (Simula ym. 2010, 27.)

Väljemmin tuotteistettu tuote on helpommin räätälöitävissä eri asiakkaiden tarpeita vastaavaksi, mutta johonkin on silti asetettava raja, sillä jokaiselle asiakkaalle erikseen räätälöitävä tuote ei ole kannattava liiketoiminnan näkökulmasta. Asiakassegmentin valinnalla on myös merkitystä; kaikille segmenteille myymisen sijaan tarjonta kannattaa kohdentaa tiettyyn segmenttiin. Kohdentaminen auttaa keskittymään omaan ydinosaamiseen. (Parantainen 2010, 92.)

Mikäli tuotteesta ei haluta jokaisen asiakkaan mukaan räätälöitävää, menetelmäksi voi valita massaräätelöinnin. Massaräätelöinti mahdollistaa tuotteen muokkaamisen asiakkaan tarpeiden mukaan, mutta samalla voidaan myydä tuotteistettua tuotetta. (Parantainen 2010, 92.) Tuote on jaettu moduuleihin, joita yhdistelemällä saadaan erilaisia tuotevariaatioita, joista asiakas saa valita mieleisensä. Tällainen menettely mahdollistaa sen, että asiakas tuntee saavansa häntä varten luodun ratkaisun (kuva 11).



Kuva 11. Massaräätelöinnin idea yksinkertaistettuna.

Konkreettisissa tuotteissa massaräätelöinnin avulla voidaan muodostaa suuri määrä tuotevariaatioita jo olemassa olevista moduuleista ilman, että tuotantoon tarvitsee ottaa uusia tuotteita tai niiden osia. Massaräätelöinnin avulla voidaan lisätä kustannustehokkuutta.

Massaräätelöinti terminä voi kuulostaa varsin persoonattomalta toimintatavalta, mutta asiakkaalla on siinä keskeinen rooli. Asiakas on se kohde, jonka tarpeita yritys tuotteillaan pyrkii tyydyttämään ja massaräätelöinti on väline, jolla toiminnan reunaehdoja voidaan asettaa. Onnistumisen edellytyksenä yrityksellä täytyy olla hyvä tuntemus asiakkaistaan ja markkinoista, jotta se pystyy tuotteistamaan oikeat tuotteet. (Simula ym. 2010, 30–31.) Tuotteistuksella voidaan saavuttaa hyviä tuloksia, mutta se voi olla myös yrityksen toimintaa hankaloittava tekijä, mikäli siihen takerrutaan itsepintaisesti, eikä pyritä kehittymään maailman mukana. Tuotteistuksen hyötyjä syö myös liian pitkälle asiakkaan ehdoilla tehty tuotteistus. (Simula ym. 2010, 38.)

Tuotteistus valikoitui työkaluksi jo aikaisessa vaiheessa ennen opinnäytetyöni alkamista. Sovellan työssäni massaräätälöinnin periaatteita molempien yritysten tuotteiden kanssa. Tuotteet ovat tyypiltään sellaisia, että menetelmää on helppo soveltaa niihin. Elementtirakenteisuuden johdosta eri elementit ja varusteet voi mieltää moduuleiksi, joita yhdistelemällä luodaan vaihtelua perustuotteen pohjalta. Muutokset tuotteissa on tehty käyttötarkoitusta ja ulkonäköä ajatellen. Tuotteiden ulkoista ilmettä on muunneltu yhdistelemällä eri elementtejä ja tuotteet on nimetty käyttötarkoituksen mukaan. Kuhmon Puupalvelu Oy:n ja Hirsiveisto Laasonen Ay:n tuotteet muodostavat yhtenäisen tuoteperheen tahoillaan.

Tuotteistukseen liittyy myös yhteisen ilmeen suunnittelua tuotekortteja ja nettisivuja varten. Tavoitteena oli mahdollisimman selkeä ilmaisutapa. Lisäksi työ sisälsi kokoamisohjeiden edelleen kehitystä sellaiseen muotoon, että niitä voisi lukea kämmentietokoneelta tai sen kaltaiselta kannettavalta laitteelta.

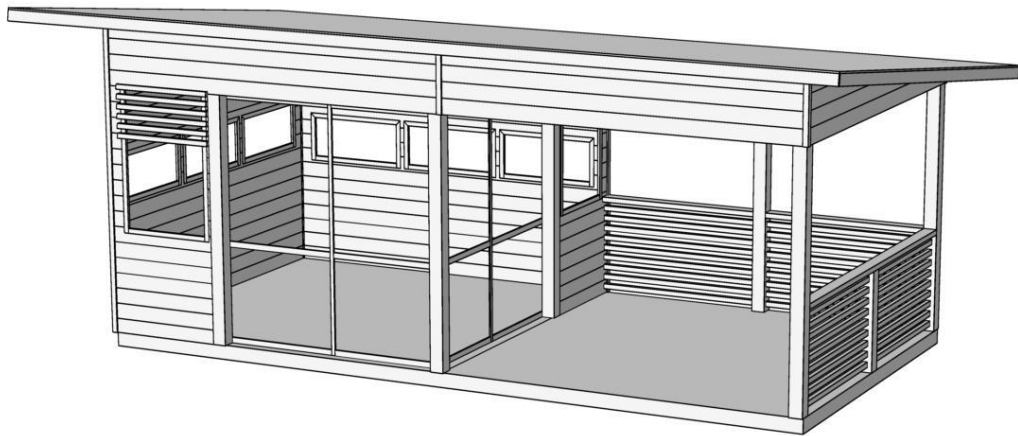
4 Työn kulku ja tulokset

4.1 Hirsiveisto Laasonen Ay ja Olotar-tuoteperhe

Yhteistyöni Hirsiveisto Laasonen Ay:n kanssa alkoi työharjoittelussa D’artissa vuonna 2011. Minulla oli varattuna kuukauden harjoittelusta puolet kummallekin opinnäytetyössäni esitellylle yritykselle. Ensimmäinen puolikas kului Olotar-tuoteperheen parissa työskennellessä. Tehtäväni on pysynyt harjoittelusta lähtien samana. Harjoittelun alussa minulla oli hankaluuksia päästä työhön kiinni, sillä aluksi en aivan täysin käsittänyt mitä tuotteistaminen oikeastaan tarkoitti. Sain kuitenkin apua ohjaajaltani, joka ohjasi ajatuksiani oikeaan suuntaan ja pääsin kiinni työhön.

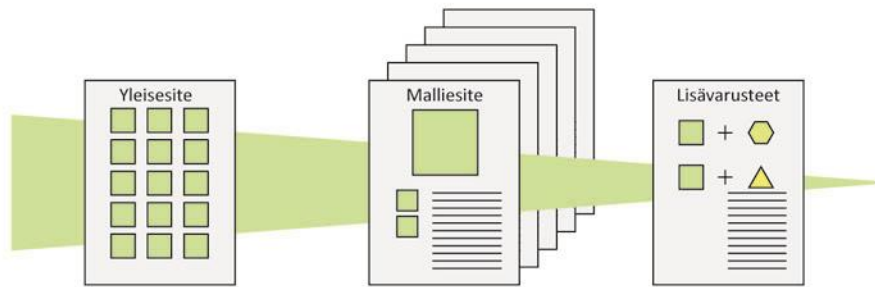
Olotar-tuoteperhe koostuu erilaisista elementtirakenteisista piharakennuksista, joista keskeisimmässä osassa ovat pihakeittiöt. Tuoteperheessä on myös varasto ja katos, jotka noudattelevat samaa muotokieltä keskenään. Harjoittelun alussa tuotteita oli vähemmän ja tuotteistuksen aikana tuoteperhettä laajennet-

tiin olemassa olevien tuotteiden pohjalta. Harjoittelun aikana tehty työ loi pohjan sille, mihin opinnäytetyössäni päädytään. Harjoittelun päätteeksi esittelin yrittäjille ensimmäisen tuotteistusmallin (liite 2). Mallissa tuotteet on nimetty tietyn teeman mukaan; ehdotuksessani teemana oli valo. Vuoden 2012 joulukuussa aloitin jälleen työt Olotar-tuoteperheen parissa mallintamalla nykyisiä tuotteita opinnäytetyötäni varten. Yrittäjät olivat sillä välin kehitelleet esittelemäni tuotteistusmallin pohjalta tuoteperhettä ja lisänneet siihen mm. pihavaraston ja harjoitteluni aikana ideoidun katoksen ja pihakeittiön yhdistelmän (kuva 12).



Kuva 12. Olotar Varjo.

Kehittelimme Tommi Silvánin kanssa ideaa tuotekortteihin, joissa valintaprosessi on porrastettu. ViihtyisäPihan kaikista tuotteista on tuotekortit, joissa on esiteltä tuotetta ja sen ominaisuuksia. Tuotteistuksen tuloksena malleja oli useita ja asiakkaan valintaprosessia helpottamaan suunniteltiin 2- tai 3-portainen tuotekorttijärjestelmä. Ensimmäinen porttas järjestelmässä on yleisesite, jossa koko tuoteperhe on esillä. Toisessa portaassa ovat eri mallit jokainen omana korttinaan ja kolmannessa portaassa lisävarusteet, jotka on yhdistettävissä kyseisiin malleihin (kuva 13). Idea ei valitettavasti toteutunut kokonaisuudessaan, vaan yleisesite jäi ainoaksi painotuotteeksi.



Kuva 13. Valintaprosessi tuotekorttien avulla.

Päämääränä oli se, että kiinnostuttuaan yleisesitteen kautta saadusta tiedosta asiakas voi tarkentaa malliesitteen avulla, mikä sopisi hänen tarpeisiinsa parhaiten laajasta mallivalikoimasta. Viimeisenä asiakas voisi valita haluamansa lisävarusteet. Harjoittelun aikana ideoin myös tuotekorttia (liite 3), joka sisältäisi kaikki edellä mainitut vaiheet, mutta se ei saanut laajempaa kannatusta. Ehdotus toimi kuitenkin pohjana myöhemmälle työlle ja esimerkiksi tuotteiden esitystapa pohjautuu siihen.

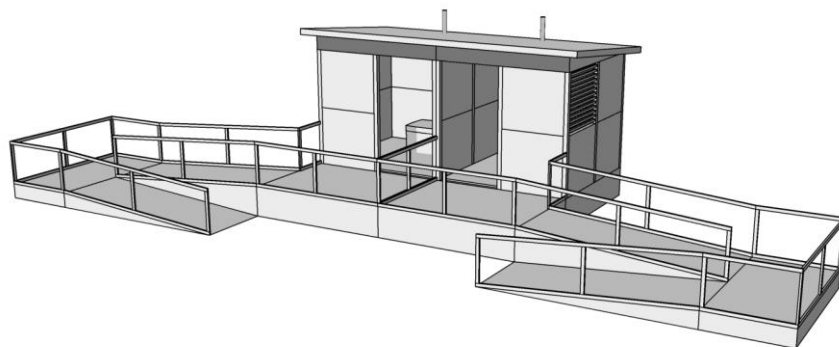
Työvälineinä käytin Rhinoceros3D-ohjelmaa mallien piirtämiseen ja renderöintiin, graafisen materiaalin koostamiseen käytin Adoben Illustrator- ja Photoshop-ohjelmia. Tuotteistamisen konkreettisena tuloksena syntyi graafista materiaalia nettisivuja ja painettua materiaalia varten. Vastuualueeseeni kuului tuotteistamisen lisäksi mallintaminen ja mallien renderöinti, Tommi Silván taittoi materiaalista tuotekortit ja esitteet.

Tavoitteeksi työn valmistumiselle oli asetettu Kevätmessut 11.–14.4.2013, joilla materiaalit olisivat käytettävissä. Tavoitteessa onnistuttiin pysymään ja messuihin mennessä materiaali oli valmista. Suurin työ Olottaren parissa syntyi mallintamisesta ja kuvien renderöinnistä. Liitteessä 4 on nähtävissä lopullinen laajennettu tuoteperhe.

4.2 Kuhmon Puupalvelu Oy ja pihavarastot

Aloitin yhteistyöni Kuhmon Puupalvelu Oy:n kanssa vuonna 2011 työharjoittelussa ollessani. Työharjoittelussa tekemäni työ poikkeaa tuotteiden osalta siitä mitä opinnäytetyössäni tein, viitekehys on pysynyt jokseenkin samana. Alkuun minun piti tuotteistaa ulkokuusseja, jotka perustuvat samankaltaiseen elementtirakenteeseen kuin Kuhmon Puupalvelu Oy:n pihavarastot. Tutustuin jo tuolloin myös pihavarastoihin, mutta varsinainen työ niiden parissa alkoi vasta yritysyhteistyöopintojen aikana ja jatkui opinnäytetyössäni. Opinnäytetyössäni huussit jäivät taka-alalle, koska yritys halusi keskittyä pihavarastojen kehittämiseen ja tuoteperheen laajentamiseen.

Alussa tekemääni työtä voisi luonnehtia enemmän uutta luovaksi, sillä suunnittelemani ulkokuussien mallit olivat poikkeavia yrityksen silloisista tuotteista. Mukana suunnittelussa oli esteettömyysnäkökulma, sillä tarkoituksena oli suunnitella huusseja joihin pääsisi helposti myös sellaiset käyttäjät joilla oli jonkinasteisia fyysisiä rajoitteita. Rajoitteet saattoivat olla mm. iän tuomia liikuntavaikeuksia tai pyörätuolin käyttäminen. Huusseissa tämä näkyi mitoituksessa, joka noudatteli esteettömyyssuunnittelun ohjeita mitoituksessa ja varustelussa (kuva 14).



Kuva 14. Ulkokuussi varustettuna pyörätuolirampeilla.

Huussit jäivät kuitenkin taka-alalle työharjoittelun päätteeksi ja yritysyhteistyöpintojen aikana tein kokoamisohjeita yritykselle muutamista olemassa olevista varastomalleista olemassa olevan mallin mukaisesti (liite 5), jonka kehittelyyn en ollut osallistunut. Tuolloin aloimme keskustella varastomallien tuotteistamisesta mutta työ jäi kesken ja varsinaisen työn aloitin vasta opinnäytetyöni kautta.

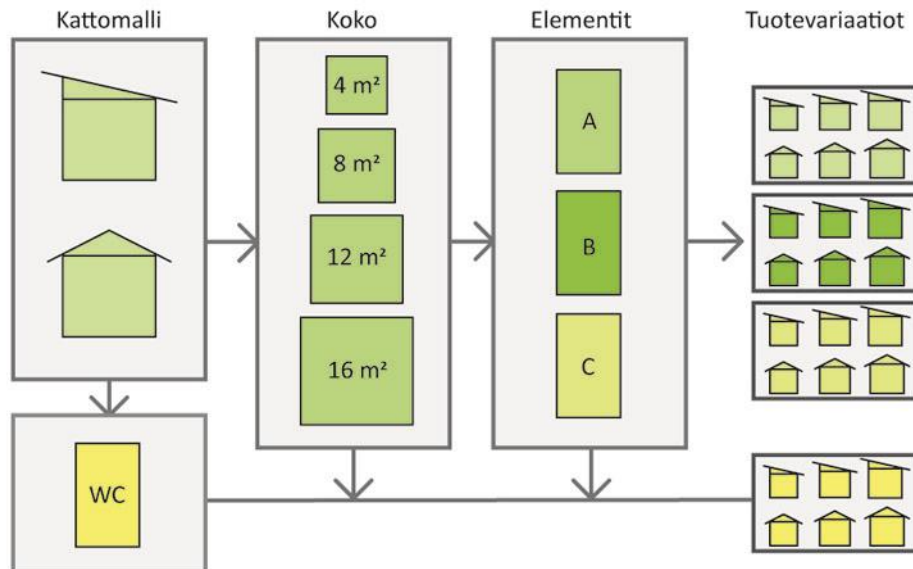
Opinnäytetyöni toteuttavaan osaan sisältyvät tehtävät koskivat varastomallien tuotteistamista ja kokoamisohjeiden kehittelyä. Olin suunnittelemassa myös uutta varastomallia. Malli suunniteltiin aikaisemmilta messuilta saadun palautteen perusteella. Tehtävieni valmistumisen aikarajaksi asetettiin samaiset messut, kuin Hirsiveisto Laasosen tehtävissä.

Molempien opinnäytetyössäni käsiteltyjen yritysten tuotteiden voidaan ajatella olevan moduuleista koostuvia, jolloin eri moduuleja ovat esim. runko ja seinäelementit. Tältä perustalta aloimme pohtia erilaisia tuotevaihtoehtoja. Tuotteista oli tarkoitus luoda tuoteperhe, jonka yksittäiset tuotteet on nimetty yksilöllisesti käyttötarkoituksen mukaan. Tuotteiden ulkonäkö erosi myös käyttötarkoituksen mukaisesti, esim. halkovaraston seinät olivat harvempaa rimoitusta kuin roskakatoksen (kuva 15).



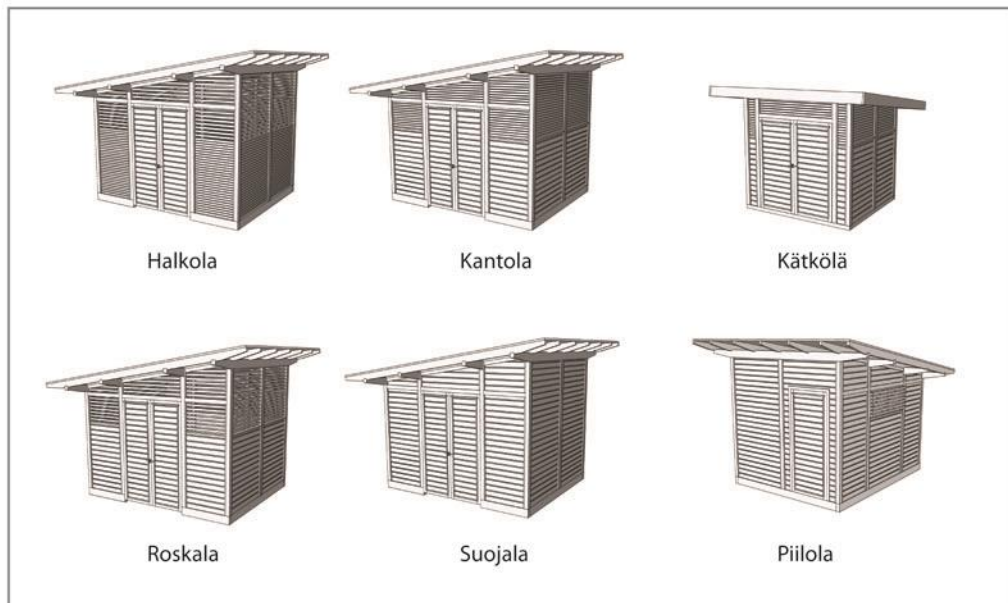
Kuva 15. Kuhmon Puupalvelun Halkola ja Roskala.

Muuttuvina elementteinä tuotteissa olivat katto, lattiapinta-ala ja seinäelementin rimoitus. Kuhmon Puupalvelun tuotteiden tuotteistus ei juuri eroa Laasosen hirsiveiston tuotteista, joten toiston välttämiseksi esittelen vain pihavarastojen tuotteistuksen (kuva 16) yksityiskohtaisemmin. Kummassakin tuotteessa tuotteistus perustuu massaräätälöinnin periaatteeseen.



Kuva 16. Pihavarastojen tuotteistuksen periaatekaavio.

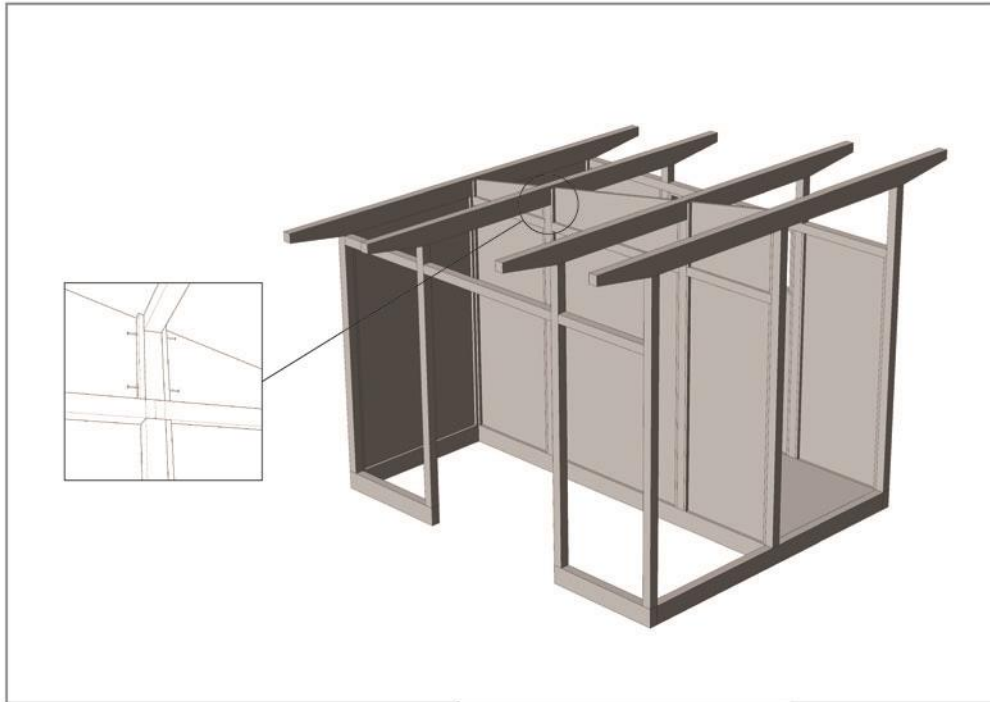
Massaräätälöinnin periaatteella syntyi kuusi eri mallia, joilla jokaisella on erilainen ulkonäkö ja käyttötarkoitus. Uusin, aikaisemmin puuttunut malli yhdistää ulkovaraston ja ulkokuussin samaan rakennukseen. Kuvassa 17 on tuoteperheen kaikki mallit pienimmässä koossaan. Malleja saa kolmessa eri lattiapinta-alaassa lukuun ottamatta Kätkölää, joka on aina samankokoinen. Piilolaa saa 26:ssa eri versiossa, sillä sen huussiossa on yhdistettävissä mihin tahansa Halkolaan, Kantolaan, Roskalaan tai Suojalaan. Neljää edellä mainittua mallia saa kuutena eri versiona; kahdella kattovaihtoehdolla ja kolmessa eri koossa.



Kuva 17. Tuotteistetun malliston eri mallit.

Työ eteni yhteistyössä Kuhmon Puupalvelun edustajan kanssa. Pidimme välillä palaverieita, joissa työn etenemistä tarkasteltiin ja käytiin läpi ideoita. Yhteistyö sujui varsin joustavasti ja työ valmistui tuotteistuksen osalta ennen messuja. Olottaren tavoin Kuhmon Puupalvelun tuotteista laadittiin yleisesite (liite 6), jossa on koko mallisto kaikkine variaatioineen. Kokoamisohjeista toimitin yritykselle ensimmäisen version, joka toimii pohjana myöhemmälle työlle niiden parissa.

Kokoamisohjeiden osalta työn osuus jäi pienemmäksi, kuin tuotteistusprosessin osuus työn kokonaismäärästä. Aikaisemmat kokoamisohjeet olivat A4–arkeille melko pienistä kuvista sommiteltuja liuskoja, joista oli tullut yritykselle jonkin verran negatiivista palautetta. Palaute koski selkeyttä ja luettavuutta. Ehdotelmassani ohjeiden kuvakokoa oli tarkoitus kasvattaa siten, että yhdellä sivulla olisi vain yksi kuva. Suuntauksena ohjeissa olivat mobiililaitteet, kuten kämmen-tietokoneet ja muut näytölliset laitteet. Pienellä näytöllä olisi järkevämpää näyttää yhtä kuvaa kerrallaan selkeyden vuoksi. Asiakas voisi myös halutessaan tulostaa ohjeen niin halutessaan. Ulkoasultaan ohje on hyvin pelkistetty; kuvat ovat tyylliteltyjä renderöintejä tuotteiden 3D-malleista. Värimaailmaltaan kuvat ovat mustavalkoisia, varjostuksia käytetään helpomman hahmotettavuuden takaamiseksi (kuva 18).



Kuva 18. Uuden ohjeen kehittelyä.

Työssäni esitelty graafinen materiaali, jota olen tuottanut, on tehty samalla periaatteella yhtenäisyyden ja selkeyden saavuttamiseksi. Alussa ehdotin realistisesti renderöityjä valokuvamaisia malleja, mutta lopulta päädyimme käyttämään hyvin yksinkertaistettua tapaa kuvata tuotteita. Tarkoituksena on välittää informaatiota siitä mitä tuote todella sisältää. Tyyli perustuu Hirsiveisto Laasonen Ay:n kanssa tehdyn työn ohessa syntyneeseen ideaan (liite 3).

4.3 Kehitysideoita

ViihtyisäPiha-hanke loppuu pian, jonka jälkeen se jatkaa olemassa oloaan omalla painollaan. Yhteistyöni yritysten kanssa päättyy samalla, sillä olen ollut työssä mukana hankkeen kautta. Prosessissa on ollut mielenkiintoista olla mukana ja ohessa on syntynyt ideoita, jotka voisivat olla toteuttamiskelpoisia. Yksi toteuttamiskelpoinen idea liittyy kokoamisohjeiden ja muun materiaalin jakamiseen asiakkaalle. Ratkaisuna paperien jakamisen sijaan voisi toimia muistitikku, joka toimitettaisiin ostotapahtuman yhteydessä tai välittömästi sen jälkeen. Muistitikku olisi varustettu ViihtyisäPihan ja tuotteen valmistaneen yrityksen lo-

golla ja se sisältäisi kokoamisohjeet ja muuta tuotteisiin liittyvää materiaalia, kuten esitteitä muista tuotteista. Nykyisin liikelahjoja valmistavat yritykset myyvät muistitikkuja, joihin voi kaiverruttaa tai tulostaa halutunlaisen logon. Sisällön tikulle lataisi yrittäjä itse.

Kuhmon Puupalvelu Oy:n pihavarastoja koskeva idea liittyy varaston rungon tuotteistamiseen omaksi tuotteekseen. Yritys on saanut jonkin verran kyselyjä rungon saatavuudesta yksittäisenä tuotteena. Rungon tekeminen yksittäin ilman seinäelementtejä ei lisäisi kustannuksia, sillä siihen ei tarvitsisi tehdä ylimääräisiä muutoksia. Varaston runkoa tarvitsevat asiakkaat voisivat olla juuri oman talonsa rakentaneita tekijöitä, joilla on ylimääräistä rakennusmateriaalia tai sellaisia tekijöitä, joilla osaaminen ei välttämättä riitä piharakennuksen suunnitteluun ja rakentamiseen täysin alusta loppuun.

5 Mihin teollista muotoilijaa tarvitaan?

5.1 Teollisen muotoilijan rooli

Välillä olen kokenut hankalaksi selittää ihmisille, mitä teollisena muotoilijana teen, sillä usein ihmisillä on vahva mielikuva muotoilijan ammatista. Mielikuva perustuu usein siihen, mitä varsinkin taideteollisen alan muotoilijoista on esitetty julkisuudessa. Muotoilija-käsitteen alle mahtuu monta eri määritelmää, mutta tässä tapauksessa tarkoitetaan teollista muotoilijaa, jonka toimenkuva eroaa oleellisesti taideteollisuudessa toimivien muotoilijoiden tehtävistä.

Teollinen muotoilija toimii teollisessa ympäristössä ja on mukana sarjatuotettavien tuotteiden suunnitteluprosesseissa. Arkisten käyttöesineiden muotoilun lisäksi muotoilija voi joutua suunnittelemaan esineitä valmistavien koneiden osia tai käytettävyyttä. (Lehtinen 1995, 11.) Taideteollisuudesta poiketen teollisen muotoilijan nimen näkyminen on harvinaista, eikä nimen käyttämisellä pyritä tuomaan tuotteeseen lisäarvoa. Yksi syy tähän on se, että teollinen muotoilija

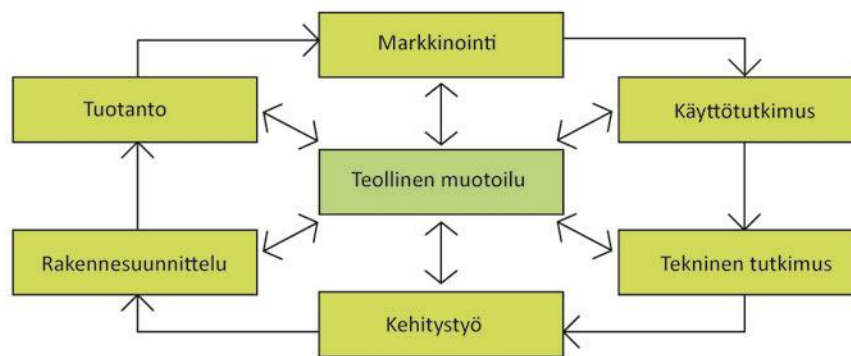
toimii osana suurempaa joukkoa ammattilaisia, joiden yhteistyöllä suunnittelua tehdään.

Teollisen muotoilijan rooli on toimia erilaisissa muotoilu- ja kehitystehtävissä osana työryhmää. Ammattiosaamisen kivijalkana voisi pitää ihminen-esine-ympäristö vuorovaikutuksen ymmärrystä ja hallintaa. (Lehtinen 1995, 32.) Organisaation tai yrityksen sisällä teollinen muotoilija osallistuu tuotteen kehitykseen, ulkoisesti tehtäviin voi kuulua markkinoinnin tukena toimiminen. Muotoilulla voidaan vaikuttaa ratkaisevasti tuotteen laadun tuntuun ja mielikuviin, joita sen halutaan herättävän.

Teolliselta muotoilijalta edellytetään monenlaista osaamista ja ymmärrystä eri aloilta. Voisi sanoa, että yrityksen sisällä muotoilija toimii katalysaattorina, joka kokoaa ja kommunikoi ideoita ryhmän eri jäsenten välillä. Muotoilija kykenee visualisoimaan ideat ymmärrettävään ja käsin kosketeltavaan muotoon erilaisia keinoja käyttämällä. (Lehtinen 1995, 68.)

5.2 Teollisen muotoilun merkitys yritykselle

Muotoilun voisi sanoa olevan entistä tärkeämpi kilpailuvaltti nykymarkkinoilla. Muotoilua ei tulisi ajatella pelkästään tuotteen ulkopuoleen tai kauniiseen pakkaukseen rajoittuvana päälle liimattuna arvona, vaan ennemmin kokonaisvaltaisena toimintana. Hyvin muotoillussa tuotteessa muotoilu on mukana läpi koko kehityskaaren. Aikaisemmin suomalaiset yritykset ovat hyödyntäneet teollista muotoilua niukasti liiketoiminnassaan, mutta sen merkitys korostuu jatkuvasti ja se on nykyisin osa monen yrityksen toimintastrategiaa (kuva 19).



Kuva 19. Teollinen muotoilu osana organisaation toimintaa (Lehtinen 1995, 68).

Opinnäytetyössäni mukana olevat yritykset ovat kooltaan niin pieniä, että ne eivät kykene itse työllistämään muotoilijaa, joten muotoilija voi liittyä mukaan esimerkiksi opinnäytetyössäni mukana olevan Piha- ja ympäristörakentamisen liiketoiminnan kehittäminen 2011–2013-hankkeen kaltaisten projektien kautta. Aluepoliittisesti ajateltuna alueellisilla hankkeilla on suuri merkitys pienille yrityksille, jotka toimivat syrjäisemmillä alueilla, kuten Pohjois-Karjalassa.

5.3 Muotoilija arvojohtajana

Opinnäytetyötä tehdessäni nousi esille moneen kertaan aikaisemmin pohtimani arvokysymys, joka liittyy laajemmin muotoilun avulla välitettäviin arvoihin. Opinnäytetyössäni olen käsitellyt premium-tuotteita, jotka on selkeästi suunnattu tietylle ryhmälle ihmisiä, jotka eroavat muista esimerkiksi ostokyvyllään. En voinut välttää ajoittaista ristiriitaisuuden tunnetta ajatellessani tuotteisiin liittyviä arvoja ja viestiä, jota niillä välitetään. Muotoilijana pyrin tekemään työni mahdollisimman laadukkaasti ja tiedän sen, että laatu maksaa nykypäivänäkin. Yhteistyökumppanieni tuotteet, joita opinnäytetyössäni käsitelin, ovat laadukkaita ja toimivia siinä mielessä, miten itse laadun ja toimivuuden ymmärrän.

Minua häiritsee se, että nykypäivän Suomessa entistä harvemmalla on varaa ostaa laadukkaita tuotteita. Hyvän ja laadukkaan muotoilun soisi olevan kaikkien ulottuvilla, mutta todellisuudessa näin ei välttämättä ole, sillä hinnoittelu on

useimmiten tavalliselle kuluttajalle liian korkea. On harmillista, että moni joutuu tyytymään halvempiin, ja usein huonompilaatuisiin tuotteisiin, jotka on tuotettu kenties halpatuotantomaisissa kotimaan sijaan. Ostaessaan halpatuotteen asiakas tukee jotakin muuta järjestelmää kuin kotimaista teollisuutta, joka varsinkin nyt olisi tuen tarpeessa.

Mikä lopulta on laatua, aitoa tai ylipäänsä tarpeellista? Laatu ei käsitteenä ole itsestään selvä asia, joka on aina absoluuttista riippumatta siitä minkälainen tuote tai palvelu on kyseessä. Joissakin tuotteissa se voi olla päälle liimatun kaltainen itseisarvo, joka ei perustu suinkaan tuotteen todellisiin ominaisuuksiin, vaan esimerkiksi mielikuviin joiden avulla tuotetta markkinoidaan. Miten tuote voi todella olla laadukas, jos lähes jokaisella osa-alueella on säästetty niin paljon, kuin suinkin mahdollista, mutta silti sitä markkinoidaan laadukkaana? Kysymys ei välttämättä suoranaisesti liity muotoilijaan, vaikka muotoilija voi osaltaan olla vaikuttamassa niihin valintoihin, joita yrityksessä tehdään tuotteen ominaisuuksien suhteen. Laadusta puhuttaessa pitäisi myös huomioida asiakkaan näkökulma; mitä asiakas pitää laadukkaana Tuote ei välttämättä myy, koska yrityksen ja asiakkaan näkökulmat laadusta eivät kohtaa.

Nykyinen massakulutuskulttuuri on omiaan tukemaan halpatuotantoa ja tuotteiden jatkuvaa virtaa markkinoille, mutta mihin ihmiset lopulta tarvitsevat valtavaa määrää materiaa. Tuleeko tarve lopulta ihmisistä itsestään vai ulkoa päin, keinoitekoisena ärsykevirtana, jonka tehtävänä on saada ihmiset pelkästään ostamaan ostamisen takia? Myynnin lisääminen ja volyymin kasvattaminen tuovat tietenkin rahaa yrityksille ja organisaatioille, mutta kuormittavat ympäristöä lisääntyneen teollisuuden ja jätteen määränä. Hyvän muotoilun pitäisi osaltaan olla eliminoimassa tavaravirtaa "less is more"-ajattelullaan. Muotoilijan pitäisi pyrkiä saamaan tuotteesta mahdollisimman laadukas ja toimiva kokonaisvaltaisella tavalla, ja toisaalta yritysten pitäisi ymmärtää käyttää muotoilua mahdollisimman tehokkaasti alusta alkaen. Tavoitteena on, että muotoilu olisi muutakin, kuin prosessin lopussa kokonaisuuden koristeeksi liimattava kiiltävä kuva.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön tekemistä aloittaessani ja sitä tehdessäni minulla oli varsin ristiriitaiset tunteet siitä, teinkö lopulta oikeasti mitään. Osasyynä saattoi olla se että, olen hypännyt mukaan työhön kuin liikkuvaan junaan. Olisi ollut helpompaa suhtautua työhön, mikäli sitä olisi ollut tekemässä alusta asti itse. Koen kuitenkin saaneeni arvokasta kokemusta siitä, mitä teollisen muotoilijan työ voi olla, enkä suinkaan väitä, etten olisi nauttinut opinnäytetyöni parissa työskentelystä. Osallistumiseni hankkeeseen avasi näköalaa siitä, minkälaisen tehtävien parissa minun olisi mahdollista työskennellä tulevaisuudessa ja toisaalta herätti mielenkiintoni tuotesuunnittelutehtäviin. Hakeudun mahdollisesti valmistumiseni jälkeen opintoihin, joissa voisin kehittää osaamistani kehitystyön kentällä.

On ollut mielenkiintoista ja palkitsevaa olla seuraamassa, miten yritysten tuotteet ovat kehittyneet prosessin aikana. Koen että työskentelystäni hankkeen ja yritysten kanssa on ollut molemminpuolista hyötyä. Ajatellessani hanketta ja sen merkitystä alueen elinkeinoelämälle toivoisin vastaavia hankkeita jatkossakin Pohjois-Karjalaan ja muille syrjäisemmille seuduille, jossa elinkeinoelämä kaipaa kehittämistä. Ilman hanketta opinnäytetyöni olisi jäänyt tässä muodossaan tekemättä ja olisin monta kokemusta köyhempi.

Prosessin aikana opin paljon uusia asioita tuotesuunnittelusta. Kokemukseni on, että muotoilun opinnoissa tuotekonseptointi ja tuotteistus jäivät varsin vähäiselle huomiolle verrattuna moneen muuhun osa-alueeseen. Ne ovat olleet läsnä jokaisessa tehtävässä, joka on vaatinut suunnittelutyötä, mutta niiden merkitystä ei mielestäni ole korostettu tarpeeksi. Työskentelytapana tuotteistaminen oli minulle melko uusi ja se täytyi tehdä huomioiden koko ViihtyisäPiha-konsepti. Mielestäni onnistuin tehtävässäni ja myös yrittäjien palaute vuoden 2013 Kevätmessuilla tuki onnistumisen tunnetta. Saamani palautteen perusteella yrittäjät olivat tyytyväisiä työn tuloksiin. Pääosin työskentely on tapahtunut aineettomalla tasolla, vaikka tuotteet ovat olleet käsinkosketeltavia tuotteita.

Suurimpana onnistumisena pidän vuoden 2013 Kevätmessuilla esiteltyä Piilolaa, joka oli uusin lisäys Kuhmon Puupalvelu Oy:n pihavarastojen tuoteperhee-

seen (kuva 20). Tunnen, että se oli ensimmäinen työni konkretisoiva tapahtuma, jonka jälkeen tunsin että olin todella saanut jotakin aikaan.



Kuva 20. Kuhmon Puupalvelu Oy:n Piilola Kevätmessuilla.

Päällimmäisenä prosessista jäi mieleen oppimisen ilo, vaikka alku oli hiukan takkuinen. Ilman tämän työn myötä otettuja askelia en välttämättä olisi yhtä kiinnostunut tuotekehityksestä. Olen myös kokenut ammatti-identiteettini vahvistuneen saadessani työskennellä uusien ihmisten kanssa, jotka ovat kohdelleet minua ammattilaisena.

Lähteet

- Holma, T. 1998. Tuotteistus tutuksi: Idea ja työvälineet. Esimerkkinä kuntoutuspalvelut perusterveydenhuollossa. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Keinonen, T. (toim.) & Jääskö, V. (toim.) 2004. Tuotekonseptointi, Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- Lehtinen, M. 1995. Teollinen muotoilu: Tuotekehityksen ja markkinoinnin tuki. Jyväskylä: Opetushallitus.
- Parantainen, J. 2010. Tuotteistaminen: Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Simula, H., Lehtimäki, T., Salo, J. & Malinen, P. 2010. Uuden B2B-tuotteen menestyksekkäs kaupallistaminen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- Suomi & suomalaiset 2013. Tns Consumer Insight. http://www.tns-gallup.fi/doc/uutiset/ilmioraportti_2013_Otos_medialle.pdf. 21.5.2013.
- Wuite, E., 2010. ViihtyisäPiha-brändin rakentaminen. ForSeasons. 21.5.2013.

Toimeksiantosopimus



OPINNÄYTETYÖN TOIMEKSIANTOSOPIMUS

Toimeksiantaja	
Organisaation nimi:	KARELIA AMK, D'ART PALVELUT
Toimeksiantajan edustaja:	TOMMI SILVÄN
Osoite:	SIRKKALANIEDE 12A
Puhelinnumero:	80100 JOENSUU
Sähköposti:	TOMMI.SILVAN@KARELIA.FI


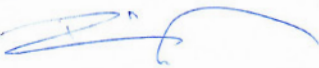
Opiskelijan/opiskelijoiden tiedot	
Koulutusohjelma:	Muotoilun koulutusohjelma
Opiskelijanumero(t) ja nimi(et):	0901073 Aleksi Koikkalainen
Puhelinnumero:	050 4666998
Sähköposti:	Aleksi.Koikkalainen@edu.karelia.fi

Toimeksiantajan sitoumukset	

Opiskelijan sitoumukset	
Sitoutuu tuottamaan sovituissa aikataulussa sovitut työvaiheet valmiiksi.	

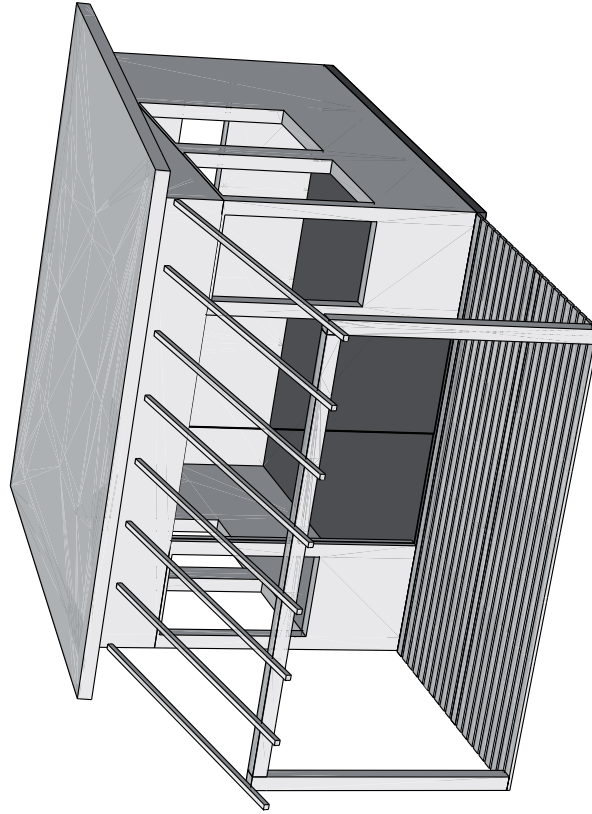
Opinnäytetyön ohjaus PKAMK:ssa	
Ohjaaja(t):	Tommi Silván

Opinnäytetyön julkisuus	
Opinnäytetyö on julkinen asiakirja ja se voidaan julkaista Theseus-verkkokirjastossa.	

Allekirjoitukset	
Päiväys 24.5.2013	Opiskelijan allekirjoitus ja nimenselvennys  ALEKSI KOIKKALAINEN
Päiväys 24.5.2013	Toimeksiantajan edustajan allekirjoitus ja nimenselvennys  TOMMI SILVAN

olotar

Basic 13m²



Malliston perusta

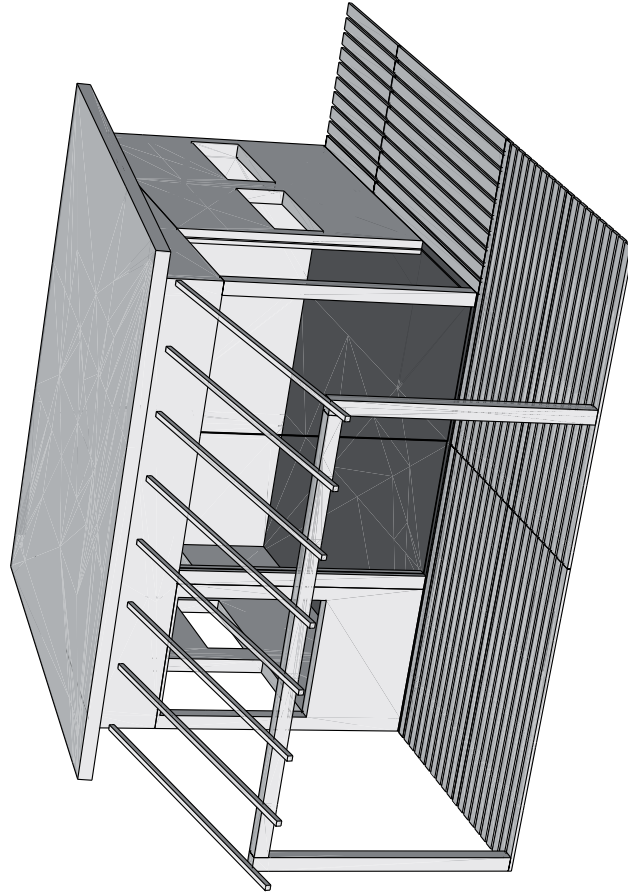
Lisävarusteina etuterassi ja valokate

Ovet vain etuseinän keskellä

10 neliömetrin malli pudotettu pois malliston yhtenäistämiseksi ja elementtien valmistuksen yksinkertaistamiseksi

viihtyisä

piha

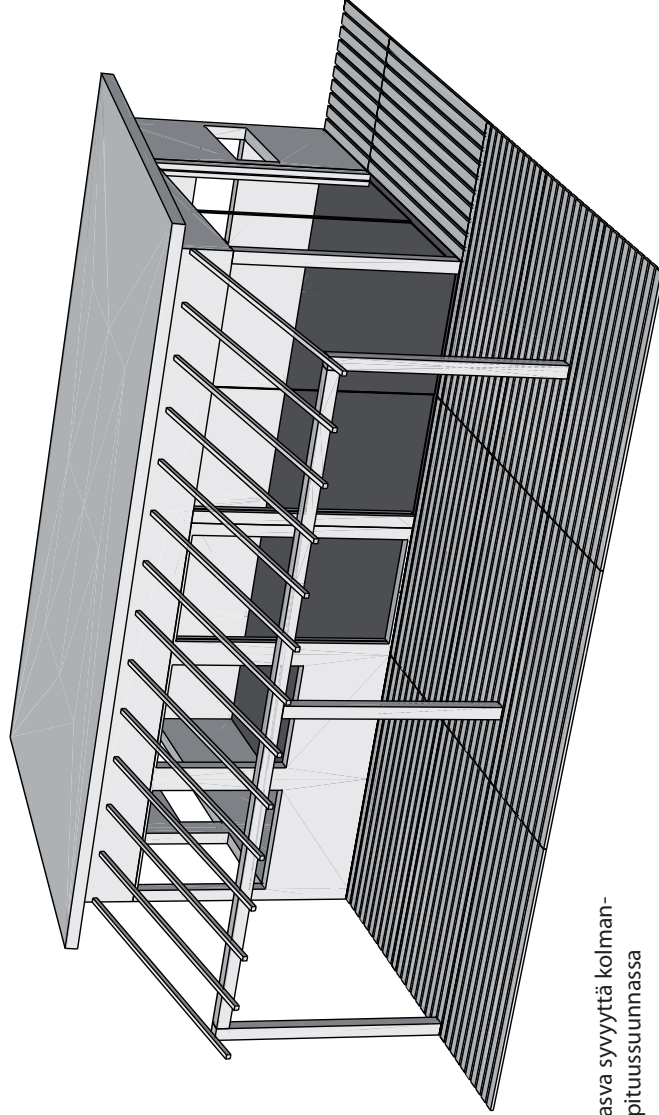


Erona perusmalliin ovien sijoitus kulmaan; 2 edessä ja 1 sivuseinällä

Lisävarusteina etuterassi, valokate ja sivuterassi

Ikkunat takaseinällä nostettu yläreunaan

Terassilaudoitus laajenee 1200mm:n jaolla

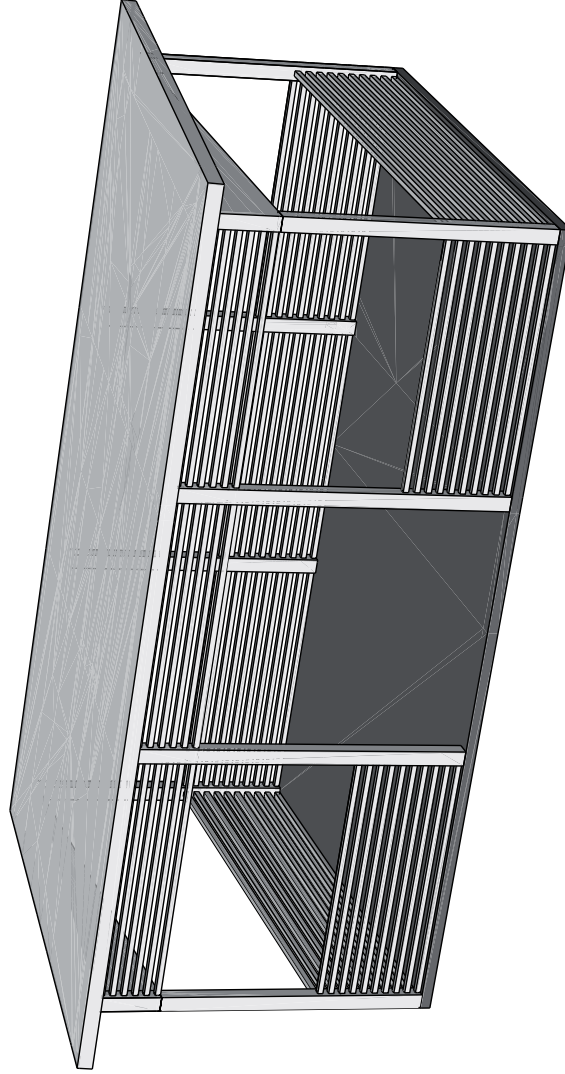


Aikaisemmasta poiketen isot mallit eivät kasvavyyttä kolmannen elementin jälkeen->lisää elementtejä pituussuunnassa

Lisävarusteina etuterassi, valokate ja sivuterassi

Etuseinällä 2 ovea ja korkea ikkuna ja sivuseinällä 2 ovea

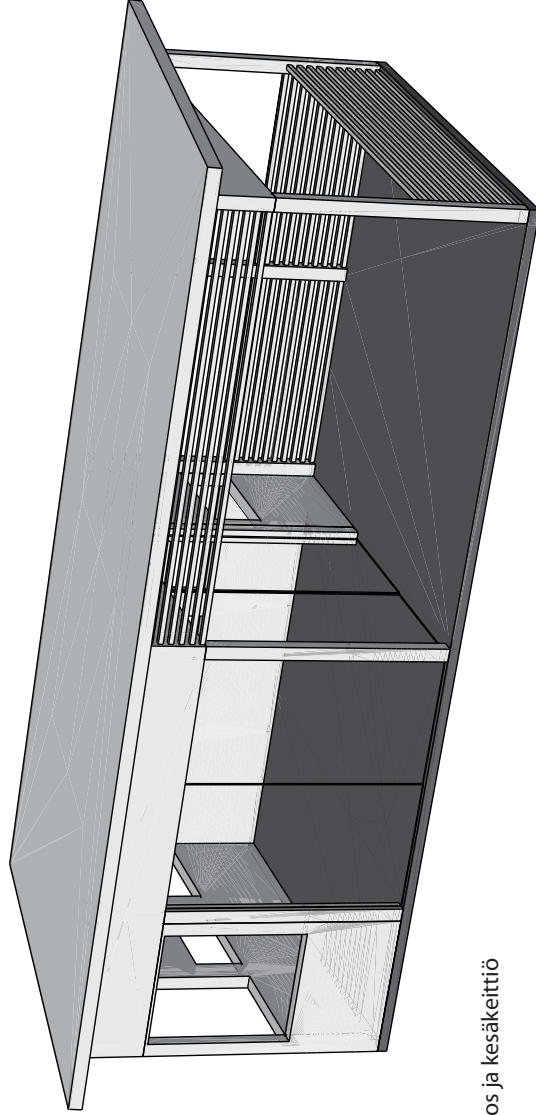
Terassilaudoitus laajenee 1200mm:n jaolla



Kesäkeittiöiden kanssa yhteensopiva katos

Kaikkissa katoksissa sama syvyys kuin keittiöissä -> 3elementtiä

Lisävarusteina lisäritilät esim. takaseinän voi valita koko korkeudeltaan ritilällä



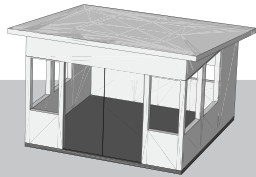
Saadaan yhdistämällä samankokoinen Katos ja kesäkeittiö

Lisävarusteena Katoksen tavoin lisäritilät, joilla mahdollista luoda näkösuojaa/tuulensuojaa

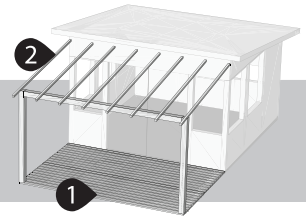
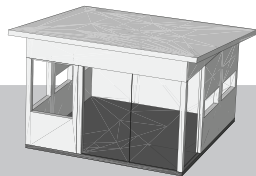
Aina 2 ovea katoksen puoleisella seinällä

Tuotekorttihahmotelma

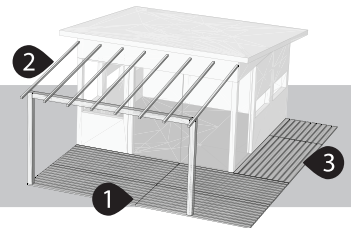
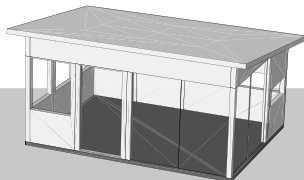
Olotar -kesäkeittiömallisto

Valo 13m²

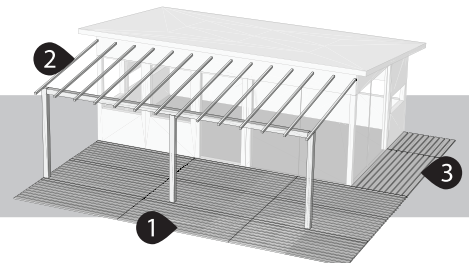
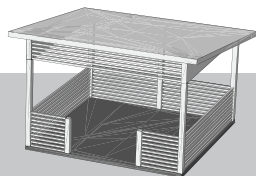
- ① Valokate
- ② Etuterassi

Kajo 13m²

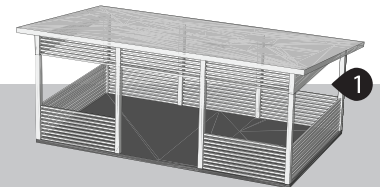
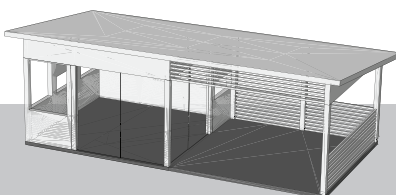
- ① Valokate
- ② Etuterassi
- ③ Sivuterassi

Kilo 17 ja 23m²

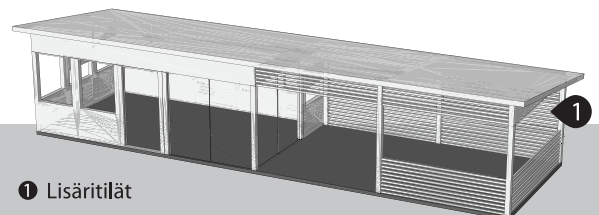
- ① Valokate
- ② Etuterassi
- ③ Sivuterassi

Varjo 13, 17 ja 23m²

- ① Lisäritilät

Loiste 13, 17 ja 23m²+13, 17 tai 23m²

- ① Lisäritilät



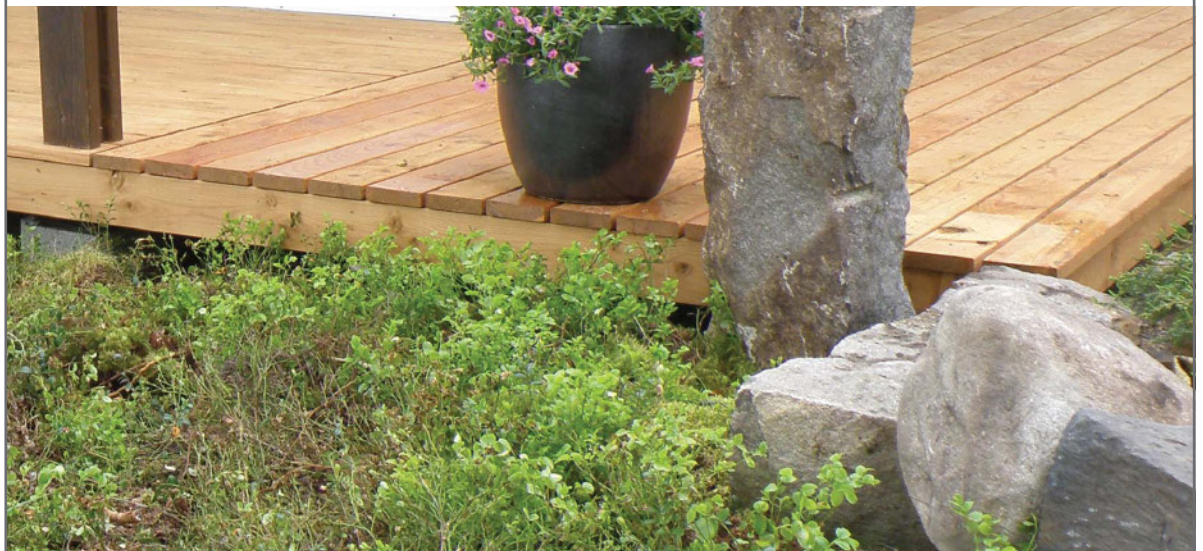
Olotar-tuoteperheen yleisesite



olotar

Olotar mallit

Hyvään oloon Olotar



olotar

Olotar mallit

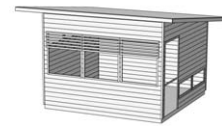
Olotar mallit



Olotar Hella keittiö



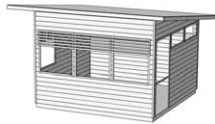
Olotar Lumo oleskelu



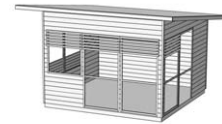
Olotar Lepo vierasmaja



Olotar Maku ruokailu



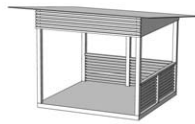
Olotar Tyyni työtila



Olotar Valo studio



Olotar Säilö varasto



Olotar Varjo katos

Olotar eri kokovaihtoehdot



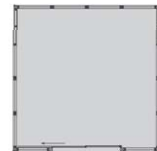
Olotar 10 m2



Olotar 13 m2



Olotar 17 m2

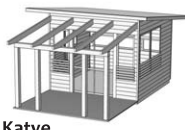


Olotar 23 m2

Olotar terassit



Olotar Helle



Olotar Katve

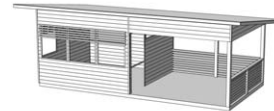
Olotar sovellukset



Olotar Maku + Olotar Varjo



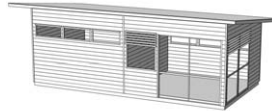
Olotar Säilö + Olotar Hella



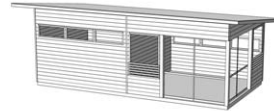
Olotar Tyyni + Olotar Varjo



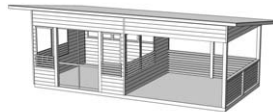
Olotar Säilö + Olotar Lepo



Olotar Säilö + Olotar Lumo



Olotar Säilö + Olotar Maku



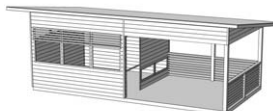
Olotar Hella + Olotar Varjo



Olotar Säilö + Olotar Valo



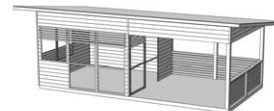
Olotar Säilö + Olotar Tyyni



Olotar Lepo + Olotar Varjo



Olotar Lumo + Olotar Varjo



Olotar Valo + Olotar Varjo

viihtyisä

piha®

viihtyisapiha.fi

Kesä, aurinko paistaa. Loma, ei kiirettä minnekkään. Ystäviä tulossa kylään. Grillataanko ja istutaan iltaa puutarhassa? Tutustu tuotteisiimme ja mieti, missä sinä vietät nuo hyvänolon hetket, joista jää muistoja.

Olotar tuoteperheestä löydät piharakennukset moneen makuun ja käyttöön. Jokainen Olotar on yksilöllinen ja suunnitellaan asiakkaan toiveiden mukaiseksi kokonaisuudeksi. Piha- tai kesäkeittiön valintaan vaikuttavat käyttäjän mieltymykset, tottumukset ja pihapiirissä ennestään olevat rakennukset. Modernit Olotar tuotteet saadaan yksilöllisellä suunnittelulla soveltumaan myös perinteiseen rakennusympäristöön. Tuotteillemme on yhteistä elementtirakenteisuus, joka nopeuttaa ja helpottaa varsinaista rakennustyötä.

Rakennuksen käyttötarkoitukseen perustuvalla mallintamisella ja nimeämisellä olemme pyrkineet helpottamaan sinun suunnittelutyötäsi. Eri malleja ja terasseja yhdistelemällä saat perusmalliin viihtyisää lisätilaa. Tarvittaessa kaikki pihasi lisärakennukset voivat olla saman katon alla. Suunnittelemamme mallit ovat myös räätälöitävissä juuri sinun toiveisiisi, ja otamme huomioon vaatimmatkin unelmasi.

Hella – ruuanlaittajan unelma pihakeittiö. Hellan voit sisustaa tarpeesi mukaisella tulisija- tai grilliratkaisulla sekä kalusteilla.

Lumo - kesäinen olohuone, joka antaa suojaa niin hyttysiltä kuin illan viileydeltäkin. Lämpöä ja tunnelmaa luot takkatulella.

Lepo – vieras majaksi, kesäaitaksi. Lisätilaksi sinne missä tilaa tarvitaan.

Valo - studio, ateljee, jonka isot ikkuna antava luonnon inspiraation tulvia sisään

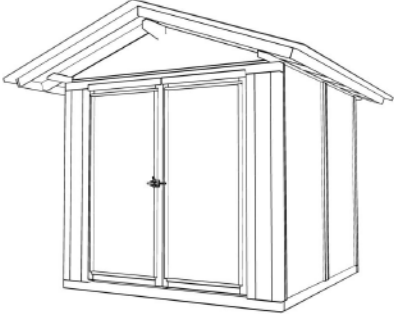


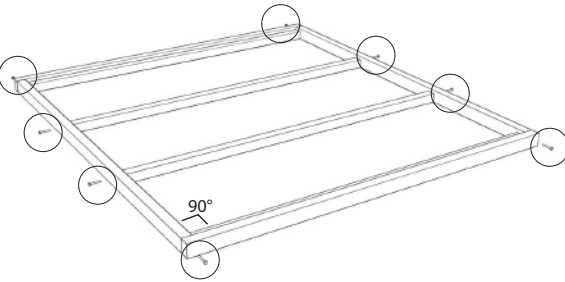
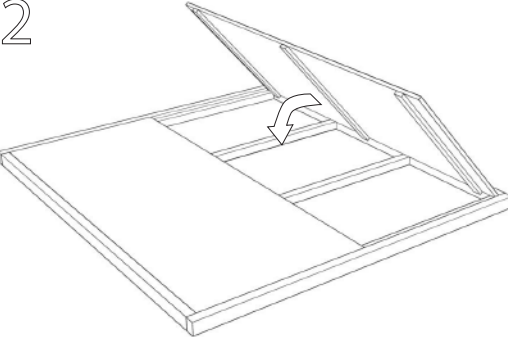
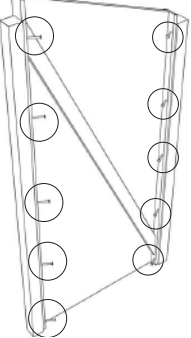
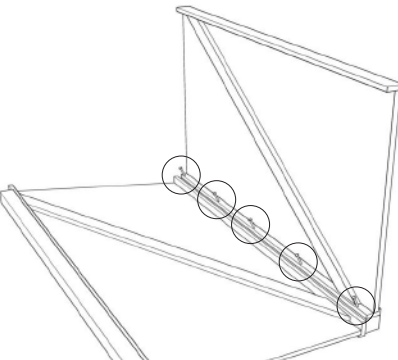
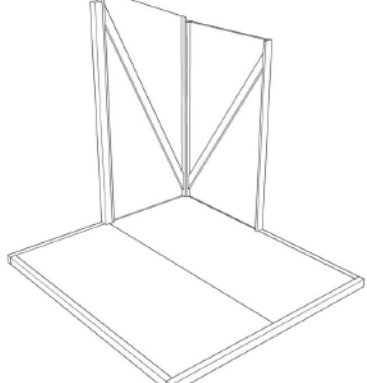
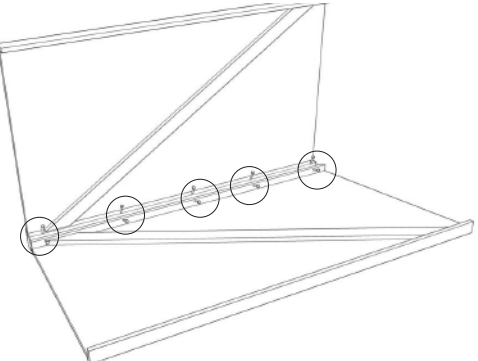
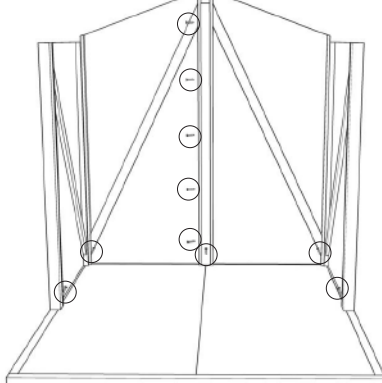
Tyyni – Kotitoimisto vaikka omenapuun juurelle. Työtila jossa on rauhaista työskentelyympäristö.

Maku – Ruokailupaikaksi ulko-grillin ääreen. Tilaa isollekin ruokailuryhmälle.

Säilö – Varastoksi omakotitalon pihalle tai mökille

Varjo - Katos antamaan suojaa polttavalta auringolta tai sadekuurolta

Mallisivu vanhasta kokoamisohjeesta

<p>9pm +358 (0)40 532 7414 8pm +358 (0)8 655 2000 tel. +358 (0)8 655 2000 fax +358 (0)8 6552 100</p> <p>Kuhmon Puupalvelu Oy</p>	<p>Pihavarasto Shed Schuppen</p>   	<p>1</p> 
	<p>2</p> 	<p>3</p> 
<p>4</p> 	<p>5</p> 	
<p>6</p> 	<p>7</p> 	

Kuhmon Puupalvelun pihavarastojen yleisesite



Piharakennus mallit





Piharakennus mallit

Kuhmon Puupalvelun pihavarastomallisto tarjoaa ratkaisun kaikkiin pihan säilytystarpeisiin. Elementtirakenteiset varastomme toimivat esim. jätekatoksena, pihavarastona, halkoliiterinä tai pyöräkatoksena. Sarjassa on kuusi erilaista tuotetta, joiden rakenne on suunniteltu käyttötarkoituksensa mukaan. Kaikkiin malleihin on saatavana joko pulpetti- tai harjakatto ja katemateriaaliksi musta palahuopa tai musta pelti. Tämä moderni pihavarastomallisto soveltuu niin omakotien, mökkien kuin kiinteistöyhtiöiden käyttöön.



Suojala
pulpettikatto 8 m²



Suojala
pulpettikatto 12 m²



Suojala
pulpettikatto 16 m²



Suojala
harjakatto 8 m²



Suojala
harjakatto 12 m²



Suojala
harjakatto 16 m²



Roskala
pulpettikatto 8 m²



Roskala
pulpettikatto 12 m²



Roskala
pulpettikatto 16 m²



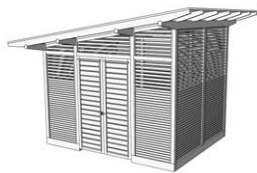
Roskala
harjakatto 8 m²



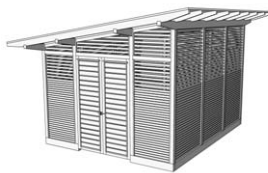
Roskala
harjakatto 12 m²



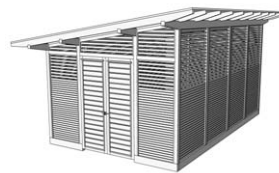
Roskala
harjakatto 16 m²



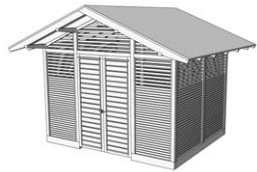
Halkola
pulpettikatto 8 m2



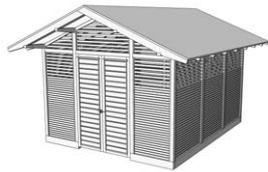
Halkola
pulpettikatto 12 m2



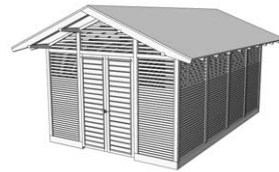
Halkola
pulpettikatto 16 m2



Halkola
harjakatto 8 m2



Halkola
harjakatto 12 m2



Halkola
harjakatto 16 m2



Kantola
pulpettikatto 8 m2



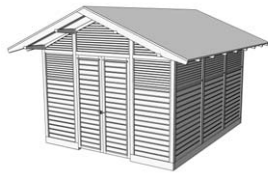
Kantola
pulpettikatto 12 m2



Kantola
pulpettikatto 16 m2



Kantola
harjakatto 8 m2



Kantola
harjakatto 12 m2



Kantola
harjakatto 16 m2



Kätkölä
pulpettikatto 4 m2



Kätkölä
harjakatto 4 m2



Kätkölä
pulpettikatto 4 m2



Kätkölä
harjakatto 4 m2

viihtyisä

piha®

viihtyisapiha.fi



Piilola
harjakatto 8 m2



Piilola
harjakatto 12 m2



Piilola
harjakatto 16 m2



Piilola
pulpettikatto 8 m2



Piilola
pulpettikatto 8 m2



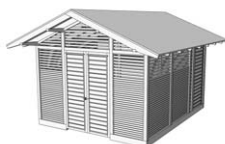
Piilola
pulpettikatto 12 m2



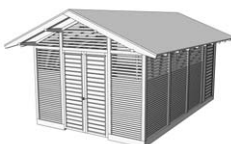
Piilola
pulpettikatto 16 m2



Piilola
harjakatto 8 m2



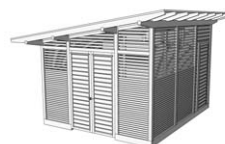
Piilola
harjakatto 12 m2



Piilola
harjakatto 16 m2



Piilola
pulpettikatto 8 m2



Piilola
pulpettikatto 12 m2



Piilola
pulpettikatto 16 m2



Piilola
harjakatto 8 m2



Piilola
harjakatto 12 m2



Piilola
harjakatto 16 m2



Piilola
pulpettikatto 8 m2



Piilola
pulpettikatto 12 m2



Piilola
pulpettikatto 16 m2



Piilola
harjakatto 8 m2



Piilola
harjakatto 12 m2



Piilola
harjakatto 16 m2



Piilola
pulpettikatto 8 m2



Piilola
pulpettikatto 8 m2



Piilola
pulpettikatto 12 m2



Piilola
pulpettikatto 16 m2

Kuhmon Puupalvelu Oy
Puusepäntätkatu 3
88900 Kuhmo

puh. 040 552 7414
kuhmon.puupalvelu@kuhmo.fi
kuhmonpuupalvelu.fi

viihtyisä
piha®
viihtyisapiha.fi