

Helina Jokinen

Ajattomien ja trendikkäiden vaatekaappien konseptointi

Toimeksiantajana E J Hiipakka Oy

Opinnäytetyö

Kevät 2014

Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Teollinen kalustemuotoilu

Tekijä: Helina Jokinen

Työn nimi: Ajattomien ja trendikkäiden vaatekaappien konseptointi, Toimeksiantajana E J Hiipakka Oy

Ohjaaja: Purtaanen Jaakko, Vuokko Takala-Schreib

Vuosi: 2014

Sivumäärä: 83

Liitteiden lukumäärä: 4

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Etelä-Pohjanmaalla sijaitseva Jurvalainen yritys E J Hiipakka Oy. Opinnäytetyössä on lähdetty selvittämään, kuinka suunnitella kokonaisuudessaan ajaton, toimiva ja erottuva vaatekaappi markkinoille. Lisäksi opinnäytetyössä keskitytään suunnittelemaan ajattomia kuoseja vaatekaappien oviin. Kuosit toteutettaisiin digitaalisen printtauksen avulla vaatekaappien lasioviin.

Tuloksena opinnäytetyössä on kolme ajatonta vaatekaappikonseptia. Opinnäytetyössä on tutkittu Suomen sekä naapurimaiden markkinoilla olevia uusia vaatekaappeja. Lisäksi opinnäytetyössä tutkitaan uuden digitaalisen printtauksen teknologiaa ja sen hyödyntämistä vaatekaappien ulkonäköön. Digitaalinen printtaus tehtiin vaatekaappien lasioviin. Tässä työssä suurena inspiraation lähteenä ovat Tukholman kalustemessut 2014. Tukholman kalustemessuilla 2014 muotoilun asiantuntijoiden seminaarissa selvisi tärkeitä ominaisuuksia ja saatiin tietoa, kuinka lähteä toteuttamaan uutta tuotemallistoa. Opinnäytetyössä on selvitetty asiantuntijoiden avulla tärkeitä huomioita otettavia asioita vaatekaappien suunnittelussa sekä printtisuunnittelussa. Tässä työssä on tehty kuluttajahaastattelu Seinäjoen ammattikorkeakoulun henkilökunnalle. Kuluttajahaastattelun avulla on selvitetty, millaisista kuoseista vastaajat pitävät.

Avainsanat: vaatekaappi, kilpailijakartoitus, digitaalinen printtaus, ajaton trendi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Design

Specialisation: Industrial furniture design

Author/s: Helina Jokinen

Title of thesis: Timeless and trendy wardrobes concept design for E J Hiipakka Oy

Supervisor(s): Jaakko Purtaanen ja Vuokko Takala-Schreib

Year: 2014 Number of pages: 83 Number of appendices: 4

The mandator of this thesis is in EJ Hiipakka Oy, a Jurva-based company located in South Ostrobothnia. The thesis investigates how to design a timeless, functional and distinctive wardrobe for the market. In addition, the thesis focuses on the design of patterns for timeless wardrobes doors. The pattern designs would be made with digital printout on wardrobe glass doors.

As a result, the thesis resulted in the creation of three timeless wardrobe concepts. The thesis studies new wardrobes in Finland as well as on neighbouring markets. In addition, the study investigates the new digital technology of new printout and its use for the appearance of lockers. Digital printout would be made on the glass doors of wardrobes. For this work, a major source of inspiration was the Stockholm Furniture Fair 2014. At the Stockholm furniture and light fair 2014, design experts attended a seminar and made presentations on how to design a functional and new product collection. With the help of experts, the study explores key issues in wardrobe design and printout design. A survey was carried out among the staff of Seinäjoki University of Applied Sciences to find out what kinds of patterns the respondents liked.

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	8
1 JOHDANTO	10
2 E J HIIPAKKA OY	11
2.1 E J Hiipakka Oy kalustevalmistajana	11
2.2 Vaatekaappien suunnittelu.....	11
2.3 E J Hiipakka Oy haluaa vaatekaapistoihin uutta ilmettä.....	12
2.4 Toimeksiantaja E J Hiipakka toivoo vaatekaappien oviin taidetta	13
3 VAATEKAAPIT SUUNNITTELUN KOHTEENA.....	14
3.1 Vaatekaappien suunnittelun lähtökohdat	14
3.2 Moduulimaiset kaapistot ja niiden suunnittelun lähtökohdat.....	14
3.3 Toimiva mallisto ja asiantuntijahaastattelu	15
3.4 Tukholman kalustemessujen antia	18
3.5 Inspiraatiota syntyi Tukholman kalustemessuilta	20
3.6 Vaatekaappien varusteet ja mahdollisuudet.....	21
3.7 Kodin säilytysjärjestelmän - ja vaatehuoneen suunnittelusta	22
4 KILPAILIJAKARTOITUS	23
4.1 Kilpailu käsitteenä	23
4.2 Kilpailijakartoitus auttaa selvittämään markkinoiden tuotteita	24
4.3 Vaatekaappien valmistajat Suomen naapurimaista.....	24
4.4 Pohdintaa markkinoilla olevista vaatekaapeista	25
5 VAATEKAAPPIEN OVIIN TAIDETTA.....	27
5.1 Teknologia jonka avulla kalvot pystytään kiinnittämään vaatekaappien oviin	27
5.2 Valmistustekniikat ja niiden alihankinta	28
5.3 Kuvakollaasit kohderyhmille	29
5.3.1 Kaupunkilaisperhe	31

5.3.2 Maalaisperhe	34
5.3.3 Luontoperhe.....	35
6 KUOSISUUNNITTELU.....	36
6.1 Asiantuntijat ja toimeksiantaja kuosisuunnittelussa.....	36
6.2 Ideointia ja luonnokset	38
6.2.1 Yleistä kaappien ideointia	39
6.2.2 Kuoseja.....	45
6.2.3 Kuoseja eri kohderyhmille	50
7 KONSEPTOINTI	57
7.1 Konseptien valintaa kuluttajapalautteen pohjalta	57
7.2 Konseptien mallintaminen	59
7.3 3D-mallinnetut kolme konseptia	60
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	62
8.1 Tuloksena konseptit eri kohderyhmille	62
8.2 Pohdintaa konsepteista.....	64
9 POHDINTA	65
LÄHTEET	66
KUVALÄHTEET	68
LIITTEET	73

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Kuvakollaasi Inaria Studion vaatekaapeista.....	17
Kuvio 2. Kuvakollaasi moderneista vaatekaapeista	17
Kuvio 3. Kuvia Tukholman sisustus- ja kalustemessuilta 2014, kuvat Helina Jokinen	20
Kuvio 4. Kuvia Tukholman sisustus- ja kalustemessuilta 2014, kuvat Helina Jokinen	21
Kuvio 5. Kilpailijakartoitus havainnollisesta kartan avulla. (Kuvalähde: https://peda.net/oppimateriaalit/e-oppi/ylakoulu/maantieto/eurooppa/13-eu-janne/kuvitus/kuvitus/euroopan-valtiot).....	25
Kuvio 6. Lasitaidetta Atrium-ravintolassa, joka sijaitsee Australiassa. Digital Ceramic in-glass printing. Crown Metropol. [Verkkolähde]. Viitattu [19.3.2014]....	28
Kuvio 7. Kaupunkisperheestä elämäntapakuvakollaasi	32
Kuvio 8. Kuvakollaasi modernista tyyli-suunnasta, joka sopii kaupunkilaisperheen sisustustyyliin	33
Kuvio 9. Kuvakollaasi, jossa on väreiltään hillittyjä vaatekaappeja	33
Kuvio 10. Maalaisperheestä elämäntapakuvakollaasi.....	34
Kuvio 11. Luontoperheen elämäntapakuvakollaasi.....	35
Kuvio 12. Luonnoksia vaatekaapeista.....	39
Kuvio 13. Luonnoksia vaatekaapin sisällön ratkaisuksista sekä lasiovista	40
Kuvio 14. Luonnos vaatekaapin valaistusratkaisuja.....	41
Kuvio 15. Luonnostelua erilaisista vaatekaapeista.....	42
Kuvio 16. Luonnostelua vaatekaapin sisällönratkaisuksista	42
Kuvio 17. Vaatekaappien ulkonäön luonnostelua	43
Kuvio 18. Vaatekaapin ulkonäön suunnittelua luonnostellen	44
Kuvio 19. Luonnostelua eri kohderyhmille	44
Kuvio 20. Maailmankartta kuosi	46
Kuvio 21. Kauris printti-idea	47
Kuvio 22. Tree-printti -idea.....	48
Kuvio 23. Oksa printti-idea.....	49
Kuvio 24. Vaatekaappi, jossa on kauris printti	50
Kuvio 25. Vaatekaappi, jossa on printtinä hirvilauma.....	51

Kuvio 26. Vaatekaappi, jossa on printtinä vaalea oksa sinisellä maitolasilla.....	51
Kuvio 27. Vaatekaappi, jossa on printtinä harmaa oksa	52
Kuvio 28. Tumman harmaa vaatekaappi, jossa printtinä maailmankartta	52
Kuvio 29. Vaalean puun väriinen vaatekaappi, jossa turkoosilla maitolasilla on maailmankartta printtinä.....	53
Kuvio 30. Vaalea vaatekaappi, jossa viivoista muodostuva maailmankartta printti on vaalealla maitolasilla	53
Kuvio 31. Valkoinen vaatekaappi, jossa printtinä geometrisiä kuvioita	54
Kuvio 32. Valkoinen vaatekaappi, jossa myös geometrisiä kuvioita eri väreissä ..	54
Kuvio 33. Vaatekaappi, jossa printtinä on köynnös.....	55
Kuvio 34. Tumma vaatekaappi rungoltaan, mutta liukuovet olisivat valkoista maitolasia. Maitolasilla on kirsikkapuunoksa printtinä	55
Kuvio 35. Vaatekaapissa on lähes musta runko, mutta liukuovet ovat valkoista maitolasia. Printtinä ovissa on persoonallinen kirsikkapuunoksa.....	56
Kuvio 36. Haastattelun pohjalta tulleet vastaukset ovat jaoteltuna.....	59
Kuvio 37. Vaatekaappi, jossa printtinä kauris	62
Kuvio 38. Tummanharmaa vaatekaappi, jossa printtinä maailmankartta	63
Kuvio 39. Vaatekaappi, jossa printtinä on vaaleanharmaa oksa.....	64

Käytetyt termit ja lyhenteet

Kilpailu	Kilpailu tarkoittaa, että asiakkaalla on olemassa vaihtoehtoisia mahdollisuuksia tyydyttää tarpeitaan (Lahtinen ja Isoviita, 2004, 24). Kilpailevia tuotteita ovat kaikki samaa tarvetta tyydyttävät tuotteet, eivät pelkästään samanlaiset tuotteet. Kilpailijat voivat olla paitsi tavanomaisia kilpailijoita myös tärkeitä yhteistyökumppaneita.
Tuotekehitys	Tuotekehitys tarkoittaa yrityksen visioiden, asiakkaiden tarpeiden ja kilpailutilanteen tarkastelu (Holmbergin 2000,115). Innovaatio voi olla kokonaan uuden ennen tekemättömän tuotteen kehittämistä, mutta se on yleensä yrityksessä kehitystyötä aiemmin suunnittelun pohjalta.
Konseptointi	Konseptointi tarkoittaa luonnosta ja hahmotelmaa (Kettunen 2001, 59). Katsoja näkee kuvasta ongelman ratkaisun ja sen pääkohdat: toiminnan, materiaalit, tekniikan, muodon ja värit. Konsepti esitetään luonnoksena, tietokonevisualisointina tai kolmiulotteisena hahmomallina. Konseptimuotoilun tarkoituksena on tuottaa uuden tuotteen muotoilun periaateratkaisut.
Elämäntapataulu	Elämäntapataulu (lifestyle board) on kohderyhmän visuaalinen kuvaus (Kettunen 2001, 81). Taulu esittää kohderyhmän jäsenten persoonallisia ja sosiaalisia arvoja, elämäntapaa sekä kulutustottumuksia. Taulu on yleensä kollaasi kuvalehdistä leikatuista valokuvista. Kuvissa esitetään heidän pukeutumistaan ja tekemisiään työssään ja vapaa-aikanaan. Kuvissa voi esiintyä myös sisustuksia, ympäristöjä ja kohderyhmien sisustuksesta kertovia esineitä.

Digitaalinen painatus Digitaalisella painatustekniikalla voidaan toteuttaa moniväriset painatukset suoraan kuvatiedostosta lasille ilman silkkityökalun valmistusta (Lähdetmäki 19.3.2014). Väriaine on keraaminen väri, joka poltetaan lasin pintaan kiinni karkaisuprosessissa.. Värit ovat sään ja UV-valon kestäviä ja väriä ei pysty raaputtamaan lasin pinnasta pois. Digitaalinen painojälki vastaa ominaisuuksiltaan silkkipainettua lasia.

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena on löytää kolme uutta vaatekaappikonseptia E J Hiipakka Oy:lle, jotka tulevat erottumaan muista vaatekaapeista uuden muotoilun myötä. Opinnäytetyössäni tutustutaan ja tutkitaan markkinoilla olevia vaatekaappien valmistajia ja niiden tuotteita. Opinnäytetyössä on koottuna säilytysjärjestelmien valmistajia sekä Suomesta että Ruotsista. Tuotekonseptointi on tehty kattavan markkinatutkimuksen, painettujen teosten, sekä Internetistä saadun tiedon pohjalta. Tuotekonseptointi on saanut inspiraatiota Tukholman kalustemessuilta 2014 sekä uusista markkinoille tulleista trendeistä.

Tutkimusmenetelmänä on käytetty asiantuntijahaastattelua, joka kohdistuu Seinäjoella sijaitsevaan yritykseen, Inaria Studioon. Itsenäisenä tiedonhankintana on käytetty Tukholman kalustemessuilta saatua luentomateriaalia, joka kertoo tuotemalliston suunnittelusta.

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena on löytää uusia vaatekaappiratkaisuja toimeksiantaja E J Hiipakka Oy:lle. Inspiraatiota on syntynyt kuvakollaasien tekemisestä, Tukholman kalustemessuilta, toimeksiantajatapaamista sekä markkinoilla jo olevista tuotteista ja trendeistä. Kolme konseptia pyrkii olemaan ainutlaatuisia, erilaisia ja sopivia E J Hiipakka Oy:n kalustemallistoon.

2 E J HIIPAKKA OY

2.1 E J Hiipakka Oy kalustevalmistajana

Toimeksiantajana on E J Hiipakka Oy, Etelä-Pohjanmaalta Jurvasta. Yritys on toiminut jo vuodesta 1951 [Verkkolähde]. (Viitattu 22.1.2014). Yrityksen toiminta koostuu omien tuotemerkkien huonekaluvalmistuksesta sekä sopimus- ja alihankinta tuotteiden valmistuksesta. Toinen liiketoiminta koostuu materiaali ja tarvikemyynistä huonekalu- ja keittiöteollisuudelle. Hiipakka työllistää noin 50 henkilöä ja yhteinen liikevaihto oli vajaa 9 miljoonaa euroa vuonna 2013. Hiipakan tuotteet ja palvelut ovat laadukkaita ja silti edullisia. Kalustevalmistajana Hiipakka pyrkii jatkuvasti kehittämään tuotevalikoimaa asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Mitä erilaisimmat toiveet pystytään toteuttamaan laajan yhteistyöverkoston avulla.

2.2 Vaatekaappien suunnittelu

Toimeksiantaja EJ Hiipakka toivoo uutta muotoilua vaatekaappimallistoon. Opinäytetyössäni keskityn suunnittelemaan E J Hiipakalle uutta ja trendikästä vaatekaappikonseptia. Vaatekaappikonseptilta toivotaan uutta ilmettä sekä ajatonta muotoilua. Vaatekaappien suunnittelussa on otettava huomioon jo hyväksi todetut mitat, jotka ovat ergonomialtaan hyviä mittoja vaatekaapeissa. Vaatekaappien suunnittelussa on otettava huomioon toimeksiantajalta saadut toiveet, kuten valaistuksen hyödyntäminen tuotteessa.

Keinosen (2000, 44) mukaan helppokäyttöisyys on käytettävyyssäsitteen ydin. Suunnittelemani vaatekaappikonseptin tulee olla helppokäyttöinen, mutta myös miellyttävä käyttää. Mielestäni miellyttävä vaatekaappi on valmistettu hyvistä materiaaleista, sen varusteet ovat tarpeeksi kattavat vaatekaapin säilytyksen kannalta, vaatekaapin sisäosissa ja mahdollisesti myös ulkopuolelle on kiinnitetty LED-valaisimia sekä vaatekaapin ovet ovat toimivat eli ne voisivat olla yksinkertaisesti liukuovet.

Vaatekaapin suunnittelussa voidaan ottaa huomioon myös tunnepohjaisen vuorovaikutuksen vaikuttavuus käyttäjään. Vaatekaapin suunnittelussa voidaan hyödyntää käytettävyyden ulottuvuuksia, joita ovat esimerkiksi toiminnallisuus, loogisuus, hyödyllisyys, helppokäyttöisyys ja tunteisiin vaikuttavuus (Keinonen, 2000,94). Jos edellä mainittuja ulottuvuuksia pystyy hyödyntämään konseptisuunnittelussa, saadaan kokonaisuudessaan miellyttävä tuote käyttäjälle.

2.3 E J Hiipakka Oy haluaa vaatekaapistoihin uutta ilmettä

Osa E J Hiipakan vaatekaappimallistoista on päivittämättä ja niihin halutaan jotain uutta ja erilaista. Toiveena on myös, että suunnittelussa otetaan huomioon tuotteen ajattomuus ja tuotteen toimivuus. Vaatekaappijärjestelmän sisälle sekä ulkopuolelle tulee miettiä LED-valaistus tekniikan hyödyntämistä. E J Hiipakan tuotevalikoimasta löytyy erilaisia LED-valoja, joita voi hyödyntää vaatekaapin sisälle. Toimeksiantaja antaa melko vapaat kädet vaatekaappisuunnitteluun, mutta toiveena on aivan uuden malliston suunnittelu.

Alkupalaverissa 22.1.2014 paikalla oli E J Hiipakan toimistolla minun lisäksi Kari Hiipakka, Asta Kentta, Anne Viitala ja Päivi Blomback. Palaverissa muistiinpanoja syntyi paljon ja kokosin toimeksiantajan tärkeimmät toiveet seuraavaksi listaksi:

- Malliston ainutlaatuisuus
- Yksinkertaisuus
- Ajattomuus
- Erottuvuus
- LED-valaistus kaappeihin
- Moduulimitoitus

Palaverissa päätimme, että pidämme välipalaverin viikolla yhdeksän tai kymmenen keväällä 2014. Välipalaveriin mennessä tulisi olla näyttää luonnoksia mahdollisesta vaatekaappimallistosta ja erilaisista konsepteista.

Holmbergin (2000,115) mukaan tuotekehitys on yrityksen visioiden, asiakkaiden tarpeiden ja kilpailutilanteen tarkastelua. Innovaatio voi olla kokonaan uuden ennen tekemättömän tuotteen kehittämistä, mutta se on yleensä yrityksessä kehitystyötä aiemmin suunnittelun pohjalta. Opinnäytetyöni tuotekehitys lähti liikkeelle E J Hiipakalla uuden vaatekaappimalliston tarpeesta. Vaatekaappimallistolta halutaan uutta ja trendikästä.

2.4 Toimeksiantaja E J Hiipakka toivoo vaatekaappien oviin taidetta

Palaverissa 4.3.2014 Ann-Sofia Blomback, Juha Lassila, Kari Hiipakka ja Anne Viitala olivat yksimieheisiä siitä, että minun tulee suunnitella yksinkertaisen kaunistaidetta, joka kalvon avulla kiinnitettäisiin vaatekaappien oveen. Toimeksiantaja pitää tärkeänä oven kaunista muotoilua, koska siihen huomio ensimmäisenä kiinnittyy. Vaatekaappien oviin suunnittelen erilaisia printtejä, jotka kiinnitetään vaatekaapin oveen tai oviin.

Lähetin Kari Hiipakalle 14.3.2014 kalvotaidetta eli ideoita joita voisi hyödyntää vaatekaappien oveen kiinnitettäväksi tarraksi. Ideat ovat vasta suunnitteluasteella, mutta niistä näkyvät kalvotaiteen teemat.

3 VAATEKAAPIT SUUNNITTELUN KOHTEENA

3.1 Vaatekaappien suunnittelun lähtökohdat

Kettunen (2001, 21) kertoo, että yksinkertaisuus on tärkeä muotoilun aspekti myös ekonomisesti, teknisesti ja käytännöllisesti katsottuna. Tuotteen tulee olla ensin kiinnostava ennen kuin katsoja voi päättää sen olevan viehättävä. Sopiva sekoitus tuttuja ja tuntemattomia piirteitä saattaa tehdä muotoilun mielenkiintoiseksi. Opinäytetyöni suunnittelussa pyrin luomaan yksinkertaisen ja ajattoman vaatekaappikonseptin. Mielestäni yksinkertainen ja minimalistinen tuote on yleensä turvallinen ratkaisu, jos tuotteelta haetaan miellyttävää ulkonäköä.

Kettunen (2001, 15) kirjoittaa, että muotoilija käyttää sommittelun keinoja: rytmiä, väriä ja mittasuhteita suunnitellessaan esineen sopusuhtaiseksi kokonaisuudeksi. Tavoitteena on, että tuotteen piirteet viehättävät mahdollista ostajaa ja houkuttelevat häntä lähempään tutustumiseen. Tuotteen tulee olla myyvä ja siinä on vetovoimaa. Tuote antaa laadukkaan ja luotettavan ensivaikutelman ja näyttää siltä, että se hoitaa hyvin sen tehtävän, johon se on tarkoitettu. Vaatekaapin ostajalla on yleensä mahdollisuus testata erilaisten säilytysjärjestelmien toimivuutta myymälöissä ja testauksen avulla asiakas saa ensivaikutelman heti tuotteesta.

Keinonen (2000, 44) kertoo, että muotoilullista toimeksiantoa toteutettaessa muotoilija aloittaa työnsä usein kohteen toiminnoista. Toimintojen sisältö ja merkitys alkaa asiakkaan määrittelemistä koordinaateista, joista suunnittelija muovaa oman mielikuvansa.

3.2 Moduulimaiset kaapistot ja niiden suunnittelun lähtökohdat

Toimeksiantajan toiveena on, että tuotekonsepti olisi moduulimainen kokonaisuus. Moduulimaisia tuotteita on jo markkinoilla paljon ja niistä saa itse koottua sen koisen tuotteen kuin haluaa.

Laakon (1008, 300) mukaan moduuli tarkoittaa asiakkaan tarpeeseen perustuvaa toiminnallista kokonaisuutta. Moduulimaiset vaatekaapit on mahdollista suunnitella juuri asiakkaan tarpeiden mukaisesti eli asiakaslähtöisesti.

Alkupalaverissa esitetty toive kaapin leveydestä (60 x 120 cm) mahdollistaa sen, että kaappi voisi olla moduulimainen kaapisto. Kun yhdistelee lyhyempiä mahdollisia kaappeja, niin voi saada juuri sopivan kokoisen vaatekaappijärjestelmän. Opinnäytetyön yhtenä haasteena on löytää mitoiltaan toimiva moduulikokonaisuus. Vaatekaapin koko tulee siis olla mitoiltaan sellainen, että pienempiä kaappeja yhdistelemällä saadaan mitoiltaan toimiva säilytysjärjestelmä.

3.3 Toimiva mallisto ja asiantuntijahaastattelu

Opinnäytetyössäni tavoitteena on suunnitella toimiva ja käytännöllinen vaatekaappi. Suunnittelen E J Hiipakka Oy:lle mittavassa tuotekehitysprojektissa vaatekaapin, joka siis tulee erottumaan markkinoilla. Vaatekaapin tulee olla muotoilultaan ja ulkonäöltään ajaton ja moderni. Mielestäni toimivassa vaatekaapissa täytyy olla liukuovimekanismi. Asiantuntijahaastattelussa selviää, että tämän päivän vaatekaapit ovat yleensä liukuovilla varustettuja.

Keinosen (2000, 187) mukaan erilaisilla haastattelu- ja havainnointitekniikoilla päästään pidemmälle käyttäjälähtöisessä tuotesuunnittelussa. Asiantuntijahaastattelun tein Inaria Studion Seinäjoen toimipisteeseen. Asiantuntijahaastattelun tekeminen auttaa minua suunnittelijana havaitsemaan sellaisia ratkaisuja ja mahdollisuuksia, joita helposti ei tule ajateltua tai huomioitua. Tein opinnäytetyössä asiantuntijahaastattelun Päivi Nevanpäälle. Haastattelu kohdistui säilytysjärjestelmiin ja komeroihin. Asiantuntijahaastattelu on yksi tiedonhankintamenetelmä tässä opinnäytetyössä.

Asiantuntijahaastattelussa oli 10 kysymystä (Liite 4), jotka liittyivät pääosin vaatekaappeihin ja säilytysjärjestelmien varusteisiin, ulkonäköön, valaistukseen, mahdollisuuksiin ja vaatekaappien moduulisointiin. Asiantuntijahaastattelu on purettu tärkeisiin opinnäytetyötä koskettaviin kohtiin. Nevanpään toiveena oli, että haastat-

telusta saadut tärkeät muistiinpanot kirjoitetaan paperille. Toisena vaihtoehtona oli, että haastattelutilanne olisi nauhoitettu muistiin.

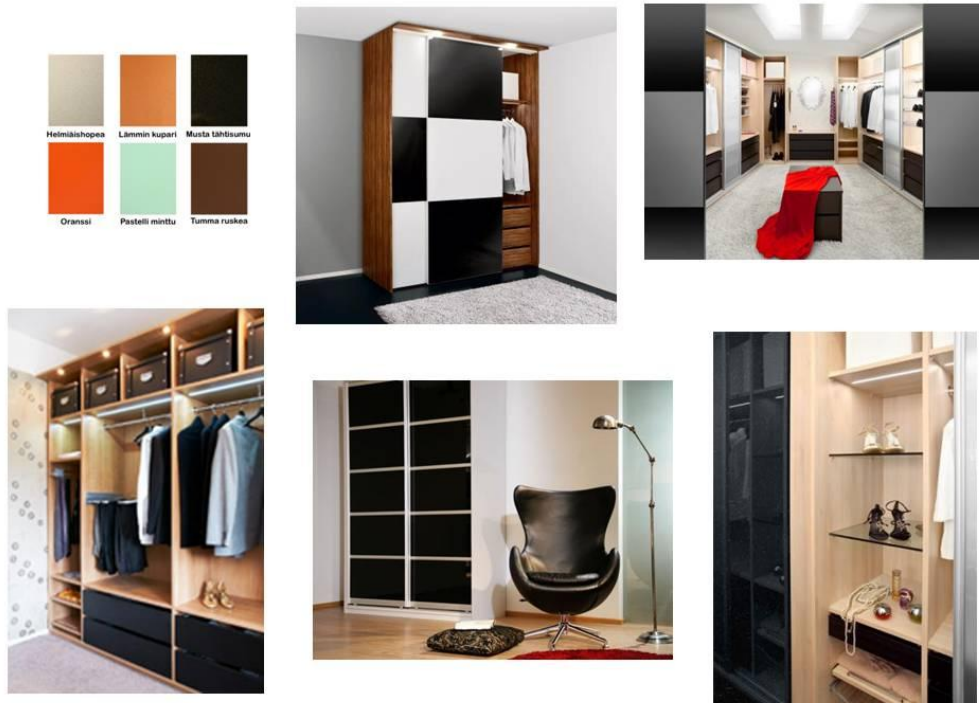
Nevanpää (2014) kertoo, että Inaria Studion päätoimipiste painottuu Sastamalaan ja siellä tuotteet valmistetaan. Nevanpää kertoo, että uusia mallistoja koko ajan kehitetään. Nevanpää kertoo, että värien valintamahdollisuudet ovat lisääntyneet. Nevanpää lisää, että käyttäjälähtöisyys on erittäin tärkeää ja myös värien avulla tuotteista saadaan persoonallisia. Nevanpää jatkaa, että yleisimmät varustelut, joita asiakas haluaa vaatekaappiinsa ja säilytysjärjestelmäänsä ovat esimerkiksi: vaatteille tanko, hyllyt ja korit. Korien suosio on kasvanut ja niitä halutaan erityisesti vaatekaappeihin.

Asiakkaat haluavat nykyään vaatekaappeihin lisää valaistusta, huomauttaa Nevanpää. Vaasan Inaria Studion tuotevalikoimaan kuuluu paljon erilaisia valaisimia, mutta Seinäjoella ei niinkään. Nevanpää kertoo, että valkoinen vaatekaappi käy parhaiten kaupaksi ja asiakkaat haluavat paljon kehyksettömiä vaatekaappeja. Moderni ja yksinkertaisuus viehättää asiakkaita. Vaatekomeroissa toista äärilaitaa väreissä edustavat pyökki ja mänty. Nevanpää lisää, että moduulimaisia vaatekaappeja ei ole Inaria Studion tuotevalikoimassa, mutta asiakkaalle pystytään tekemään juuri sellainen kokonaisuus kuin hän haluaa. Nevanpää sanoo, että eteiseen ostetaan paljon peiliovellista vaatekaappia, mutta makuuhuoneisiin taas asiakkaat eivät halua peilejä.

Asiantuntijahaastattelun yksi kysymys oli, että: ”Jos markkinoille tulisi uusi komero, säilytysjärjestelmä tai kaappi, niin mitä odottaisit siltä ?” Nevanpää totesi, että olisi hienoa, jos vaatekaappiin pystyisi yhdistämään valaistuksen jotenkin kauniisti kaapin sisään. Hän jatkaa, että sensorit ovat myös kätevä varuste eli kun avaa kaapin niin valot syttyvät. Nevanpää on sitä mieltä, että vaatekaapin ulkonäkö ja muotoilu tulee olla yksinkertaisen kaunis. Hän ehdottaa myös pienempää 40 cm x 40 cm hyllykaapin kokoa mahdolliseksi uudeksi tuotteeksi markkinoille.



Kuvio 1. Kuvakollaasi Inaria Studion vaatekaapeista



Kuvio 2. Kuvakollaasi moderneista vaatekaapeista

Nevanpää antoi luvan käyttää Inaria Studion kuvagalleriaa avuksi luovassa tuotesuunnittelussa ja ideoinnissa. Inaria Studion kuvagalleriasta löytyy kauniita ja nykyaikaisia vaatekaappeja, kuten kuviossa 1 ja 2. Näistä kuvakollaaseista on apua suunniteltaessa uutta konseptia E J Hiipakalle. Kuvakollaaseista huomaa vaatekaappien modernin muotoilun sekä toimivan materiaalien valinnan. Moderni muotoilu sekä kaunis materiaali muodostavat yhdessä toimivan kokonaisuuden.

3.4 Tukholman kalustemessujen antia

Tukholman kaluste- ja valaistusmessuilla (Stockholm furniture and light fair 2014) osallistuin luennolle ” How to build a successful collection?”, paneelissa olivat mukana Tom Dixon, Chris Martin, Enrico Fratesi sekä Sandra Adrian Asplund. Luennoissa tunnetut muotoilun asiantuntijat kertoivat omia kokemuksia muotoilun alalta ja osaamisistaan. Haastattelijana oli toimittaja Mark Isitt. Tämä luento oli hyvä henkilökohtainen tiedonhankintakeino opinnäytetyöhön.

Asiantuntijat kertoivat, kuinka suunnitella kestävä ja toimiva mallisto. Tom Dixon (messuseminaari, 2014) kertoi Tukholman kaluste- ja valaisinmessujen paneelikeskustelussa, että tuotemuotoilussa on hienoa se, että pääsee suunnittelemaan ainutlaatuista ja oman intuition mukaista. Tom Dixon lisäsi, että hän halusi tehdä omin käsin ja nähdä oman kädenjälkensä. Hänestä oman kädenjäljen näkyminen on hauskaa ja siitä todella saa muutkin vaikutteita kuin vain itse. Dixon jatkoi, että tuotteen ulkonäön tulee olla uniikkia, mutta silti saatavilla olevaa. Dixon oli sitä mieltä, että uuden tuotteen luominen on vaikeinta, mutta kun pyrkii suunnittelemaan jotakin sellaista, mitä ei vielä ole olemassa, niin syntyy yleensä uutta muotoilua.

Tom Dixon kertoi paneelissa omista tuotteistaan ja muotoiluprojekteistaan. Hän totesi, että hänen kokoelmansa pystytään valmistamaan teollisesti. Hän suunnittelee materiaaleiltaan vahvoja, ulkonäöltään yksinkertaisia, minimalistisia sekä graafisia tuotteita. Jos tuote suunnitellaan johonkin tiettyyn ympäristöön, täytyy ottaa huomioon ympäristön arkkitehtuuri. Hän jatkoi, että kokemukset ja opitut asiat kannattaa käyttää hyödyksi. Asiakkaat ja ihmiset haluavat muotoilulta näyttävää,

hienoa ja erilaista. Designtuotteen hinnan tulee olla hinta-laatu -suhteeltaan kodal-
laan.

Tom Dixon totesi, että aisteihin vetoava muotoilu toimii todella hyvin. Hän jatkoi, että esimerkiksi tuoksut ovat yksi tunteisiin ja aisteihin vetoava muotoilun ominai-
suus, joka saa käyttäjän ihastumaan ja samastumaan tuotteeseen. Elämykselli-
syy on tuotteelle tärkeä ominaisuus. Hän kertoo esimerkin, kun suunnitellaan uusi
ja kiva pöytä asiakkaan tarpeiden mukaisesti, niin asiakas on iloinen.

Chris Martin on Italialainen arkkitehti. Vuonna 2002 hän suunnitteli Artekille metal-
liset Habitat-tasot. Chris Martin (messuseminaari, 2014) kertoi paneelissa, että
muotoiluprojektissa on tehtävä paljon kompromisseja ja löydettävä tuotteelle eri
hintatasoja. Hän kertoi myös, että hienon designin ei tarvitse maksaa paljon. Chris
Martinilla on oma huonekaluyritys ja ensimmäisen kerran hän pääsi Tukholman
kalustemessuille 2009. Paneelissa Martin jatkoi, että tuotteen kestävyys ja vah-
vuus on tärkeä muotoiluominaisuus.

Sandra Adrian Asplund tuli tunnetuksi oman taidegallerian myötä. Hän kävi kor-
keakoulua ja vuodesta 1993 hän alkoi saada hyviä verkostoja muotoilun pariin.
Verkostojen kautta hän alkoi ymmärtää asiakkaiden toiveita ja mieltymyksiä muo-
toilulta. Muotoilun asiantuntija Asplund (messuseminaari, 2014) kertoi, että suun-
nittelijan kannattaa tehdä asioita, joita varmasti osaa. Hän jatkoi, että jos ei tiedä
jotakin asiaa varmasti, niin kannattaa tehdä tutkimus asiasta. Muotoilijan kannat-
taa suunnitella jotain sellaista, mitä katsoja haluaa kosketella ja tunnustella. Asp-
lund pitää tärkeänä, että tuotteen hintaa ei lähdetä heti rajaamaan. Sandra pitää
tärkeänä tuotteen mallisuojanasioihin tutustumista ja sitä, että patentit ovat kun-
nossa.

Sandra Adrian Asplund (emt. 2014) muistutti, että tuotesuunnittelussa on tärkeää
muistaa, että tuote saattaa oikeasti tulla myyntiin ja markkinoille. Asplund kehottaa
yhdistelemään tuotteelle erilaisia materiaaleja, jotka muodostavat kauniin kokonai-
suuden. Hän muistuttaa, että muotoilijan kannattaa tehdä paljon piirustuksia ja
luonnoksia konseptointivaiheessa.

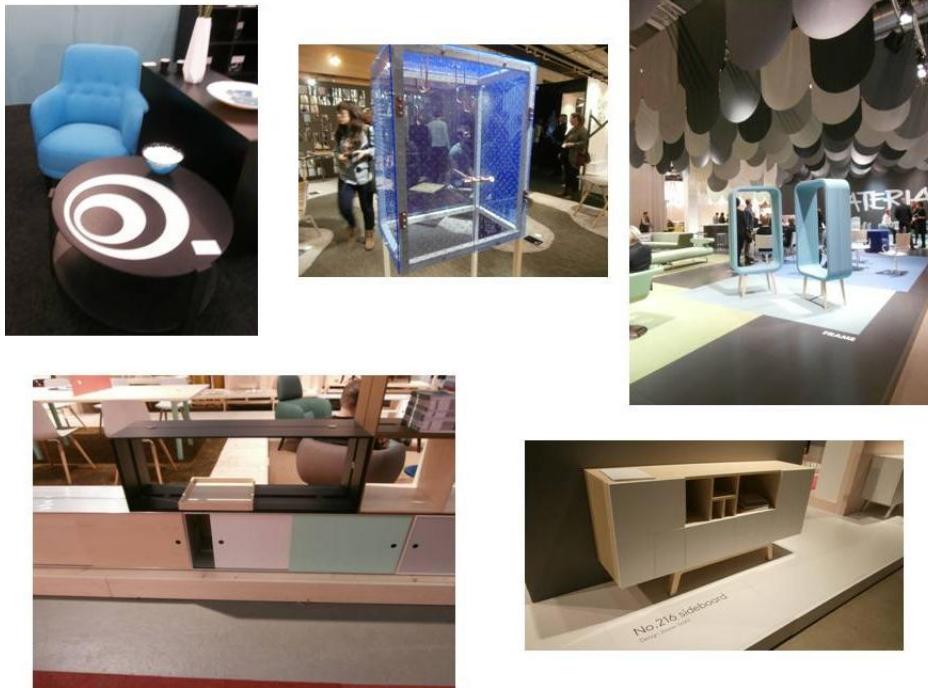
3.5 Inspiraatiota syntyi Tukholman kalustemessuilla

Tukholman kalustemessuilla kuvasin erilaisia kaappeja ja niihin liittyviä ajan trendejä. Kuviossa 3 on kaappeja, joissa on käytetty vaalean puun sävyjä. Kaapeissa ja tasoissa on käytetty liukutekniikkaa. Vaatekaappien ulkonäkö on hyvin moderni ja ajaton. Kuviossa 4 on erilaisia tasoja ja kaappeja, jotka kiinnittivät huomioni messuilla. Kaappien ja tasojen muotoilu on ajatonta ja yksinkertaisen kaunista. Kaappien ja tasojen väreissä toistuivat valkoinen, musta, vaalea puu ja turkoosi. Sain inspiraatiota väreistä ja graafisesta ilmeestä tulevaan tuotekehitykseen. Opinnäytetyöni vaatekaappien inspiraationa ovat värien käyttö ja ajattoman ulkomuodon löytäminen.

Tukholman sisustus- ja kalustemessuilla 2014 huomasin, että värejä käytetään kalusteissa entistä enemmän ja tämä on mielestäni hieno asia. Väreillä tuotteesta luodaan persoonallinen ja erottuva. Mielestäni on hienoa, että tuotteiden värityksessä uskalletaan käyttää muutakin kuin ainoastaan mustaa ja valkoista.



Kuvio 3. Kuvia Tukholman sisustus- ja kalustemessuilla 2014, kuvat Helina Jokinen



Kuvio 4. Kuvia Tukholman sisustus- ja kalustemessuilta 2014, kuvat Helina Jokinen

3.6 Vaatekaappien varusteet ja mahdollisuudet

E J Hiipakka Oy:llä on kattavat verkostot ja täten hyvät mahdollisuudet tuottaa uusia tuotteita markkinoille. Esimerkiksi puuttuvat osat pystytään korvaamaan verkostoiden avulla ja täten saamaan joltakin toiselta yritykseltä puuttuva osa tai tarvike kalusteeseen. Hiipakalla on Suomen laajin valikoima teollisuustuotteita, joihin kuuluvat esimerkiksi saranat, vetimet, LED-valaisimet, laatikostot ja levyt.

Toimeksiantajan toiveena on, että tulevassa uudessa vaatekaappimallistossa LED-valaistuksen mahdollisuus otettaisiin huomioon. Suunnittelen vaatekaapiston malliston uusiksi ja olisi hienoa, jos LED-valaistusta saisi vaatekaapin sisälle. E J Hiipakalla on Suomen laajin valikoima teollisuustuotteita. Teollisuustuotteisiin kuuluvat muun muassa LED-valaisimet, joita on mahdollista hyödyntää opinnäytetyön konseptisuunnittelussa. Vaatekaapin sisälle on mahdollista tuoda erilaisia valaisinmahdollisuuksia. Valaistuksella helpotetaan tuotteen käyttöä. Valaisimia voidaan tuoda esimerkiksi vaatetangon alle. Valaisimet vievät pois pimeyttä ja näin tuotteen käyttömukavuus paranee.

Conranin (2011, 45) mukaan vaaterekki on suosittu säilytysratkaisu. Makuuhuoneessa se saattaa kuitenkin rikkoa muutoin rauhallisen ympäristön. Conran jatkaa, että vapaasti seisova vaatekaappi vie paljon tilaa ja hallitsee makuuhuoneen visuaalista ilmettä. Tällainen vaatekaappi on kuitenkin edullinen ja kätevä säilytysratkaisu, jonka voi sijoittaa vaikka alkoviin tai muuhun syvennykseen. Conran huomauttaa, että ovellinen säilytysratkaisu suojaa vaatteita auringonvalolta ja pölyltä.

3.7 Kodin säilytysjärjestelmän - ja vaatehuoneen suunnittelusta

Porcellin (2009,9) mukaan kotona säilytetään kaikki arvokkaat tavarat ja myös arkiset esineet – siellä syödään, peseydytään ja peitellään lapset yöpuulle. Kodin pienissäkin yksityiskohdissa piilee merkityksiä, joita satunnainen kävijä ei voi aavistaa. Porcelli jatkaa, että yhtäläillä säilytystilat voivat olla samalla tavalla yksilöllisiä. Porcelli (2009,10) kertoo, että säilytystilojen suunnittelu ei kuulosta kovin innostavalta puuhalta. Porcelli kehottaa kuitenkin lähestymään asiaa järjestys- ja säilytyspulmien kautta eli kääntämään koko asia pääläelleen: tylsästä houkuttelevaksi. Olen sitä mieltä, että vaatekaappien suunnittelu on mielenkiintoista tekemistä, koska vaatekaappi on jokapäiväinen kaluste kotona. Vaatekaapin suunnittelu motivoi, koska siitä saan suunnitella markkinoilla erottuvan ja kauniin tuotteen.

Porcellin (2009, 11) mukaan kannattaa hankkia sellaiset säilytystilat, jotka ovat miellyttäviä ja sopivat omaan elämäntyyliin. Porcelli (2009, 129) kertoo, että vaatehuoneen tai -komeron täytyisi tuntua yhtä miellyttävältä kuin kodin muidenkin tilojen. Porcell jatkaa, että monikaan ei kiinnitä huomiota komeroiden ulkonäköön. Hän jatkaa, että kivannäköinen vaatehuone pysyy järjestyksessä paljon pidempään. Vaatekaappikonsepteista suunnittelen kivannäköisiä ja erilaisiin elämäntapoihin sopivia.

Seuraavassa luvussa 4. on kilpailijakartoitus. Kilpailijakartoituksessa olen keskittynyt löytämään Suomesta sekä naapurimaista tunnettuja vaatekaappivalmistajia ja heidän trendikkäitä vaatekaappejaan.

4 KILPAILIJAKARTOITUS

4.1 Kilpailu käsitteenä

Lahtisen ja Isoviidan (2004, 24) mukaan kilpailu tarkoittaa, että asiakkaalla on olemassa vaihtoehtoisia mahdollisuuksia tyydyttää tarpeitaan. Kilpailevia tuotteita ovat kaikki samaa tarvetta tyydyttävät tuotteet, eivät pelkästään samanlaiset tuotteet. Kilpailijat voivat olla paitsi tavanomaisia kilpailijoita myös tärkeitä yhteistyökumppaneita. Lahtinen ja Isoviita (2004, 73) jatkavat, että kilpailijat voivat olla yritykselle suurempi ongelma silloin, kun heihin ei pidetä mitään yhteyttä verrattuna siihen, että heidän kanssaan tehdään tietyillä alueilla yhteistyötä.

Kotlerin (1999, 117) mukaan yritykset tarvitsevat tarkkoja tietoja kilpailijoistaan. Yrityksen lähin kilpailija muistuttaa eniten sitä itseään. Yrityksen tulee pitää silmällä myös etäisempiä kilpailijoita, sillä ne saattavat olla sille vielä vaarallisempia. Yrityksen lyö nimittäin laudalta todennäköisemmin uusi tekniikka kuin nykyiset kilpailijat.

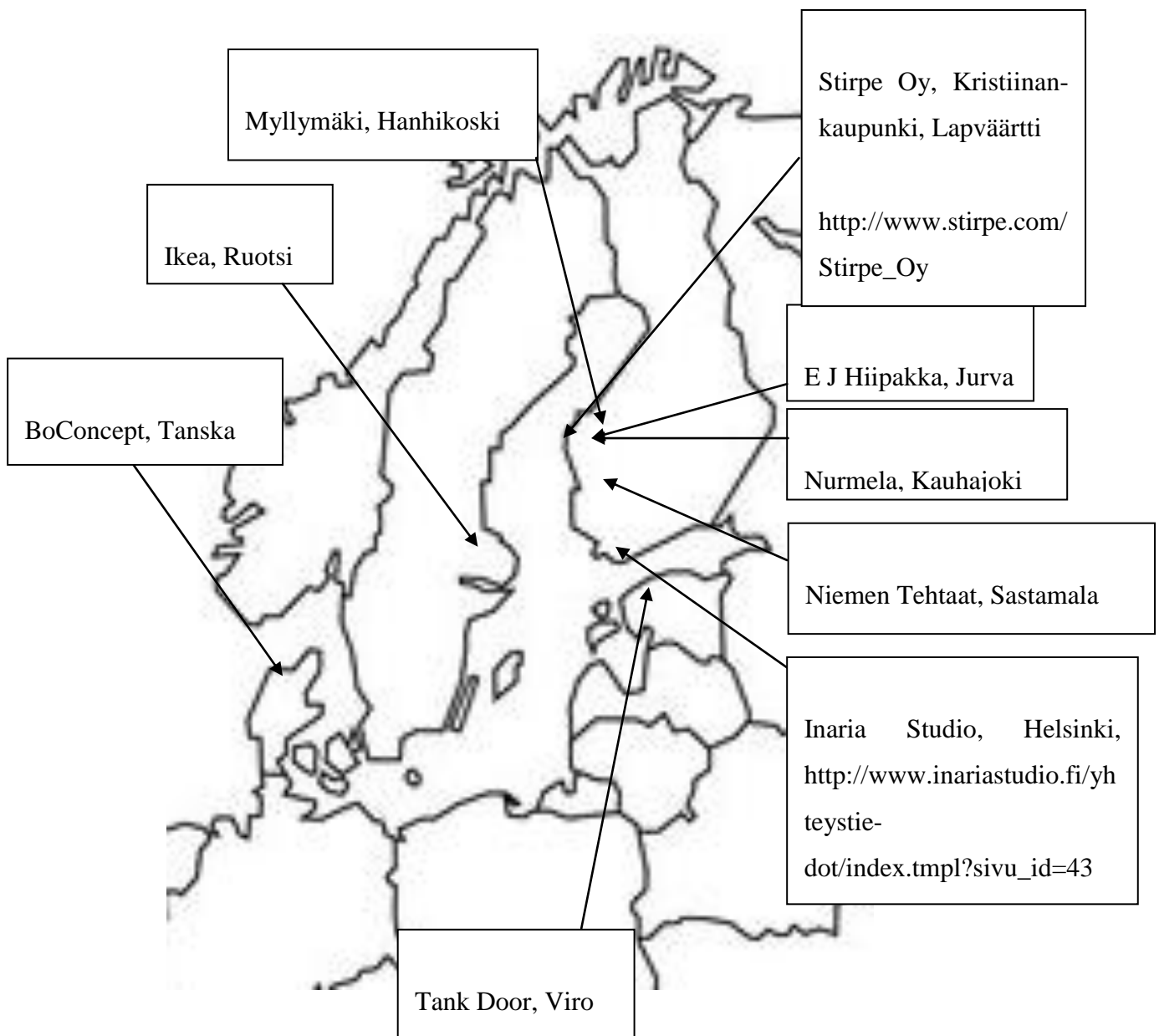
Kotlerin (1999, 132) mukaan liiketoiminta perustuu aina tuotteeseen tai tarjontaan. Yritys pyrkii tekemään tuotteestaan tai tarjonnastaan muista poikkeavan ja paremman, jotta kohdemarkkinoiden asiakkaat suosisivat sitä ja olisivat kenties valmiit maksamaan siitä jopa lisähintaa. Tulevassa kilpailijakartoituksessa pyrin löytämään markkinoilla olevia samankaltaisia yrityksiä kuin E J Hiipakka kalustevalmistajana. Kilpailijakartoituksessa keskityn erityisesti löytämään markkinoilla olevia säilytysjärjestelmien ja vaatekaappien valmistajia.

Kilpailijakartoituksen havainnollistan konkreettisen karttakuvan avulla, joka näkyy kuviossa 5. Karttaan olen merkinnyt eri maista vaatekaappivalmistajia ja yrityksen tuotteita. Pääosin vaatekaappivalmistajia löytyy Internet-lähteistä. Kilpailijakartoituksen tekeminen auttaa minua löytämään erilaisia uutuuksia markkinoilla olevista vaatekaapeista ja säilytysjärjestelmistä.

4.2 Kilpailijakartoitus auttaa selvittämään markkinoiden tuotteita

Toimeksiantajan toiveena on, että opinnäytetyössä tehdään kilpailijakartoitus ja siitä kilpailija-analyysi erilaisista säilytysjärjestelmien ja vaatekaappien valmistajista. On hyvä etukäteen tutustua jo olemassa oleviin tuotteisiin ja ratkaisuihin. Toimeksiantaja pitää tärkeänä, että tutkimusta vaatekaappien valmistajista ja markkinoista kannattaa tehdä ennen lopullisen konseptin suunnittelua. Kilpailija-analyysi auttaa ideoimaan uusia ratkaisuja ja uudet konseptit vaatekaapeista.

4.3 Vaatekaappien valmistajat Suomen naapurimaista



Kuvio 5. Kilpailijakartoitus havainnollisesta kartan avulla. (Kuvälähde: <https://peda.net/oppimateriaalit/e-oppi/ylakoulu/maantieto/eurooppa/13-eu-janne/kuvitus/kuvitus/euroopan-valtiot>).

Kuviossa 5 on kartta, jonka avulla havainnollistan lähellä olevia vaikuttavia kilpailijoita. Kuvion 5 kartassa mainitut yritykset olen listannut vielä taulukoksi opinnäytetyön liitteeksi. Suomessa sijaitsee muutamia yrityksiä, jotka valmistavat vaatekaappeja ja erilaisia säilytysjärjestelmiä. Karttaan olen merkinnyt seuraavat yhdeksän yritystä, joilla on markkinoilla ajattomia vaatekaappeja: Nurmela, Niemen Tehtaat, Myllymäki, Ikea, BoConcept, Tank Door, Inaria Studio ja Stirpe Oy.

4.4 Pohdintaa markkinoilla olevista vaatekaapeista

Suomesta löytyy EJ Hiipakan kilpailijoita. Liitteen 2, Taulukkoon 1. olen koonnut mielenkiintoisia vaatekaappivalmistajia ja heidän kauneimpia tuotteitaan. Kilpailijoita Suomesta -taulukosta näemme suomalaisia vaatekaappivalmistajia ja muutamia vaatekaappeja heidän tuotevalikoimastaan. Inaria Studion tuotevalikoima on mielestäni persoonallista ja värikästä. Viitalan (2014) mukaan Niemen Tehtaat on yksi kilpailija. Viitala jatkaa, että kilpailijakartoituksessa on hyvä näkyä mitoiltaan hyväksi koettu Doorit-vaatekaappi. Doorit-vaatekaappi on liukuovilla varustettu ja muotoilultaan hyvin ajaton.

Taulukosta 1 näkee, että Nurmela Oy:ltä löytyy myös hieno Comea Basic -kaapisto. Comea Basic on testatusti kestävä ja hiljainen liukuovimalli. Basic-ovet asennetaan kaapiston sisään. Lisäksi kilpailijoita Suomesta -taulukosta näemme, että kilpailevia yrityksiä ovat Kristiinankaupungista Stirpe Oy sekä Myllymäki Oy Hanhikoskelta. Stirpe Oy tuottaa säilytysjärjestelmäkokonaisuuksia asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Myllymäki Oy:n vaatekaapit ovat raikkaita ja myös hyvin ajattomia.

Taulukosta 2 on kilpailijoita Ruotsista ja naapurimaista. Taulukko 2 on opinnäytetyön kolmas liite. Taulukossa 2 on markkinoiden kauneimpia vaatekaappeja ja säilytysjärjestelmiä. Ikealta löytyy edullisia ja toimivia vaatekaappeja, jotka ovat myös ulkonäöllisesti miellyttäviä. Ikean Pax-säilytysjärjestelmä on mielestäni toimiva kokonaisuus sekä sisältä että ulkoa. Skandinaavisen kauniita vaatekaappeja ja säily-

tysjärjestelmiä valmistaa BoConcept Tanskasta. BoConcept tunnetaan kansainvälisenä huonekalubrändinä. Virolainen Tank Indoor Systems valmistaa säilytysjärjestelmiä, tilanjakajia ja liukuovia. Tank Indoor Systems tunnetaan markkinoilla sekä Suomessa että Virossa.

Tein kilpailijakartoituksen, koska toimeksiantaja toivoi minun tutustuvan markkinoilla oleviin tuotteisiin ja uutuuksiin. Kilpailijoiden tuotteisiin tutustuminen antoi minulle inspiraatiota konseptisuunnitteluun. Ikealla on paljon vaikuttavia vaatekaappeja ja todella edullisia. Markkinoilla oleviin tuotteisiin tutustuminen auttoi minua löytämään tämän ajan trendejä tuotteen ulkonäölle. Kilpailijakartoitus auttoi minua myös katsomaan minua laajemmin asioita markkinoiden suhteen. Olen sitä mieltä, että on hyvä pyrkiä suunnittelemaan tuote, jota pystyy myymään maailmalle. Globaali ajattelu tuotesuunnittelussa on mielestäni hyvä tuotesuunnittelun kulmakivi.

Toimeksiantaja tähtää uudella tuotteellaan laajemmille markkinoille, joten halusin lähteä suunnittelemaan laajemmalle markkina-alueelle sopivaa ajatonta vaatekaappia. Seuraavassa luvussa selvitän uuden teknologian hyödyntämistä vaatekaappi suunnitteluun. Vaatekaappeihin pystyy tuomaan uutta ilmettä uudella suomalaisella teknologialla.

Suunnittelen E J Hiipakka Oy:lle kolme eri konseptia ja niissä inspiraation lähteenä käytän kolmea eri elämäntapaa, joita käsittelen seuraavassa luvussa 5. Konseptit syntyvät kolmen erilaisen elämäntavan – ja sisustustyylin pohjalta. Konseptit tulee jakaantumaan selkeästi kolmeen eri tyyliin: hienostunut, graafinen ja luonnonläheinen tyyli.

5 VAATEKAAPPIEN OVIIN TAIDETTA

5.1 Teknologia jonka avulla kalvot pystytään kiinnittämään vaatekaappien oviin

Tein puhelinhaastattelun Rakla yrityksen tuotepäällikölle Jarmo Lähdetmäelle. Lähdetmäen (2014, tuotepäällikkö yrityksessä Rakla) mukaan digitaalisella painatuksella voidaan toteuttaa moniväriset painatukset suoraan kuvatiedostosta lasille ilman silkkityökalun valmistusta. Väriaine on keraaminen väri, joka poltetaan lasin pintaan kiinni karkaisuprosessissa. Värit ovat sään ja UV-valon kestäviä ja väriä ei pysty raaputtamaan lasin pinnasta pois. Digitaalinen painojälki vastaa ominaisuuksiltaan silkkipainettua lasia.

Lähdetmäen (puhelinhaastattelu 3.2014) mukaan, että digitaalinen painatus sopii sekä yksittäiskappaleiden tekemiseen ja myös isoihin kohteisiin etenkin silloin, kun kuvateema vaihtuu lasista toiseen, jolloin perinteisessä silkkipainossa tilattaisiin suuri määrä silkkityökaluja. Digitaalisesti painettu lasi on aina karkaistua turvalasia.

Lähdetmäki (puhelinhaastattelu 3.2014) muistuttaa, että silkkipaino- ja digitaalisen painatuksen eron olevan se, että digitaalisessa painatuksessa pystytään käyttämään enemmän kuin yhtä väriä. Digitaalisessa painatuksessa käytetään kuutta perusväriä. Lähdetmäki jatkaa, että digitaalinen printtaus tehdään lasin pinnalle polttoemalimaalilla siihen tarkoitetulla isolla tulostimella ja sen jälkeen tehdään 600 asteessa karkaisuprosessi, joka takaa sen, että printti pysyy lasin pinnalla varmasti. Lähdetmäki kertoo, että sisätiloihin käytetään rautavapaata lasia, joka on siis täysin kirkasta lasia, jossa ei ole vihreyttä laisinkaan.

Puhelinhaastattelussa kysyin, pystyykö heiltä tilaamaan minkä muotoista lasia tahansa. Lähdetmäki vastasi, että heiltä pystyy tilaamaan vesileikattavaksi esimerkiksi kolmion muotoisen lasikappaleen. Lasit vesileikataan, joten on mahdollista tilata erimuotoisia laseja mittatilauksena omana tiedostonaan. Lähdetmäen mukaan Rakla on Pohjoismaissa yksi harvoista yrityksistä, joka toteuttaa jotain tällaista ja ainutlaatuista. Samankaltaista yritystä Suomesta ei löydy, Lähdetmäki jatkaa.

Lähdetmäen mukaan Ruotsista löytyy samankaltainen yritys. Pohjoismaissa tämä on aivan uutta teknologiaa, joka mahdollistaa aivan uutta designia. Kuviossa 6 nähdään millaista lasitaidetta on mahdollista painaa digitaalisella painatuksella. Kuviossa 6 on Atrium-ravintola, joka sijaitsee Australiassa. Seinä on katseenvangitsija muutenkin kauniin arkkitehtuurisessa ravintolassa. Digitaalisesti painettu printti sijaitsee aivan asiakaspalvelutiskin takana.



Kuvio 6. Lasitaidetta Atrium-ravintolassa, joka sijaitsee Australiassa. Digital Ceramic in-glass printing. Crown Metropol. [Verkkolähde]. Viitattu [19.3.2014].

5.2 Valmistustekniikat ja niiden alihankinta

Kalvot vaatekaappeihin tuotettaisiin mahdollisesti Rakla-nimiseltä yritykseltä Tampereelta. Halusin selvittää puhelimitse, mitä eroa on silkkipainotekniikalla ja digitaalisella printtauksella. Puhelinhaastattelussa selvitin digitaalisen printtauksen tekniikkaa ja sen sovellettavuutta esimerkiksi kalusteisiin. Kysyin, miten tämä printtaus tapahtuu lasille. Kerroin, että teen kattavaa tuotekehitystä E J Hiipakalle, jos siinä sovellettaisiin lasia. Lähdetmäki lähetti minulle sivuston, jossa näkyy lasille painettua digitaalista printtausta ja erilaisia digitaalisen printtauksen mahdollisuuksia.

Sivusto, jonka Lähdetmäki lähetti, on nimeltään Dip-tech.com. Dip-tech.com sivustolta löytyy kauniita kuvia digitaalisen printtauksen hyödyntämisestä lasille. Lasi on

itsessään jo kaunis materiaali, mutta siihen pystyy uuden teknologian avulla tekemään digitaalisen printtauksen ja saada uutta ilmettä esimerkiksi kalusteisiin. Tämä tekniikka mahdollistaa kalusteiden suunnittelun aivan uudella tasolla, jos kalusteeseen aiotaan hyödyntää lasia. Minun konseptisuunnittelussani lasin hyödyntäminen on mahdollinen ja suunnittelen lasille kauniin digitaalisen printin.

5.3 Kuvakollaasit kohderyhmille

Tässä luvussa kerrotaan kuvakollaasien tekemisestä kolmesta eri kohderyhmästä. Näiden kolmen eri kohderyhmien tyyli sisustuksessa ovat: Luonnonläheinen, geometrinen ja hillitty. Näitä kolmea pääteemaa on käytetty opinnäytetyön konseptisuunnittelussa.

Kotlerin (1999, 108) mukaan kuvakollaasien tekeminen erilaisten persoonatyyppeiden kautta auttaa analysoimaan erilaisia kohde- ja asiakasryhmiä erilaisista näkökulmista. Näkökulmia voidaan tarkastella asiakaspersoonan elämäntavoista, joita ovat esimerkiksi harrastukset, värimaailma, tyyli ja makuryhmä, ammatti ja perhetyyppi. Kuvien etsiminen on mielekästä ja luovaa työskentelemistä. Inspiraatiota syntyy, kun löytää aiheeseen sopivia kuvia.

Kotler (emt.) jatkaa, että elämäntyyli leimaa ihmisten toimintaa, harrastuksia ja mielipiteitä. Samaan tuloluokkaan kuuluvat ihmiset voivat olla elämäntyyliltä aivan erilaisia. Varakas ihminen voi liikkua suihkuseurapiireissä ja viettää elämää, joille on ominaista Ferrari, Rolex, Valentinon puvut ja runsas matkustelu. Toinen yhtä varakas viettää konservatiivisempaa elämää. Kuvakollaasien tekeminen auttaa minua opinnäytetyössäni havainnoimaan käyttäjälähtöisyyttä ja jäsentelemään erilaisia kuluttajaryhmiä ja heidän elämäntyylyjään.

Keinonen (2000, 19) kertoo, että käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita ovat mm. käyttäjien ottaminen mukaan prosessiin tuottamaan tietoa ja arvioimaan ideoita. Oleellista on myös ideoiden jatkuva visualisointi, mallinnus ja prototyyppi, jotta niistä voidaan keskustella. Teollisen muotoilun käytännöissä mallinnus on eräs perusasioista. Oikeiden käyttäjien havainnointi ja haastattelu oikeissa käyt-

töympäristöissä ja heiltä saatava palaute tuotekonsepteista tuovat arvokasta ja usein yllättävää tietoa.

Kettusen (2001, 81) mukaan elämäntapataulu (lifestyle board) on kohderyhmän visuaalinen kuvaus. Taulu esittää kohderyhmän jäsenten persoonallisia ja sosiaalisia arvoja, elämäntapaa sekä kulutustottumuksia. Taulu on yleensä kollaasi kuva-lehdistä leikatuihin valokuvista. Kuvissa esitetään heidän pukeutumistaan ja tekemisiään työssään ja vapaa-aikanaan. Kuvissa voi esiintyä myös sisustuksia, ympäristöjä ja kohderyhmän statuksesta kertovia esineitä.

Ideointi erilaisten elämäntapataulujen kautta auttaa ideoimaan vaatekaappien tulevaa tyyliä erilaisista näkökulmista. Elämäntapatauluilla on pyritty löytämään oikeanlainen tunnelma, joka luo omanlaisensa vaikutelman käyttäjistä.

Seuraavissa elämäntapatauluissa on esitetty mm. kohderyhmien sisustustyyliä, ympäristöä ja persoonallisuutta. Kuviossa 7 on kuvakollaasi moderneista ja selkeistä säilytysratkaisuista. Hillitty, mutta persoonallisesti erottuva vaatekaappi on toimeksiantajan E J Hiipakan toiveena. Seuraavassa kappaleessa kerrotaan eri elämäntapataulujen/ kuvakollaasien kautta erilaisista perheistä; heidän sisustustyyleistään, sosiaalisista arvoista, tekemisistä ja harrastuksista. Elämäntapataulut ovat erilaisten kohderyhmien visuaalinen havainnointiesitys. Asiakaskohderyhmien löytäminen esimerkiksi juuri tällaisen elämäntapataulun kautta auttaa havaitsemaan erilaisia kuluttajia. Elämäntapatauluista syntyy inspiraatiota myös tuotesuunnittelulle.

Kuviossa 9 on kuvakollaasi moderneista vaatekaapeista. Kuvakollaasin kuvat ovat leikeltä erilaisista sisustuslehdistä. Keräsin kuvion kuvakollaasiin vaaleita vaatekaappeja ja skandinaaviseen sisustukseen sopivia säilytysjärjestelmiä. Luvussa 6 lähden tutkimaan ja suunnittelemaan ajatonta kuosia eli kuviota vaatekaappien liukuoviin. Elämäntapakuvakollaasien tyyliunnot: Hillitty, geometrinen ja luonnonläheinen tulevat näkymään lopullisissa konsepteissa pääteemoina.

5.3.1 Kaupunkilaisperhe

Suunnittelen kaupunkilaisperheelle sopivan vaatekaappikonseptin. Kaupunkilaisperhe matkustelee paljon ja he ovat varakkaita. Kuvio 7 kertoo ja kuvaa kaupunkilaista perhettä, joka rakastaa matkustamista. Perheen 38-vuotias isä matkustelee työnsä vuoksi paljon. Perheen isä on Volvo-autotehtaan menestynyt markkinointijohtaja. Perheen 35-vuotias äiti on puolestaan arvostettu taidemaalari ja sisustus suunnittelija. Perheeseen kuuluu 4-vuotias Irina tytär. Äiti pystyy työskentelemään kotitoimistollaan ja samalla olemaan tyttänsä kanssa kotona. Perheen tyyli on hyvin hienostunutta, luksusta ja modernia. He pitävät taiteesta, mutta sen täytyy olla kaunista ja hillittyä. Heidän kotinsa sisustus on hyvin moderni ja hillitty.

Kuviossa 8 on kaupunkilaisperheen tyyliä. Vaatteiden säilytysjärjestelmän tulee olla kaunis yhtenäinen kokonaisuus ja sisustuksen koko arkkitehtuuri on otettu huomioon. Perhe pitää mustasta, valkoisesta ja vaalean puun sävystä kalusteissa. Perheen vaatteet ja tavarat ovat arvokkaita. Perheellä on varaa arvokkaaseen säilytysjärjestelmään. Naiselle muoti ja trendit ovat tärkeitä arvoja. Vaatteet halutaan säilyttää kauniisti ja siististi. Vaatekaapin sisään olisi hyvä sijoittaa valaisimia, koska se tuo arvokasta tunnelmaa ja lisää kaapin käytännöllisyyttä.



Kuvio 7. Kaupunkaisperheestä elämäntapakuvakollaasi



Kuvio 8. Kuvakollaasi modernista tyyliuunnasta, joka sopii kaupunkilaisperheen sisustustyliin



Kuvio 9. Kuvakollaasi, jossa on väreiltään hillittyjä vaatekaappeja

5.3.2 Maalaisperhe

Suunnittelen maalaispariskunnalle sopivan vaatekaappikonseptin. Maalaispariskunta unelmoi perheen perustamisesta. Pariskunnalla on kaksi koiraa ja kaksi hevosta. Heille harrastukset ovat elintärkeitä. Kuvio 10 kuvaa maalta kotoisin olevaa pariskuntaa. Pariskunta asuu Keski-Suomessa. Pariskunnalla on kaksi koiraa ja kaksi hevosta. Pariskunta unelmoi perheen perustamisesta ja talon rakentamisesta pian. Mies on 32-vuotias ja nainen 27-vuotias. Mies harrastaa jalkapalloa ja nainen ratsastaa hevosilla. Heidän sisustuksensa on hyvin graafista ja värikästä. Heidän sisustustyyliinsä sopisi graafiseen tyyliin suunniteltu vaatekaappi, jossa on harrastevälineillekin hyvin tilaa. Vaatekaappi voisi olla esimerkiksi väriltään valkoinen, mutta kaapin oveen voisi ajatella jotakin graafista ilmettä ja geometrisiä kuviota. Säilytystilaa tulee olla tarpeeksi ja säilytysjärjestelmän tulisi olla käytännöllinen.

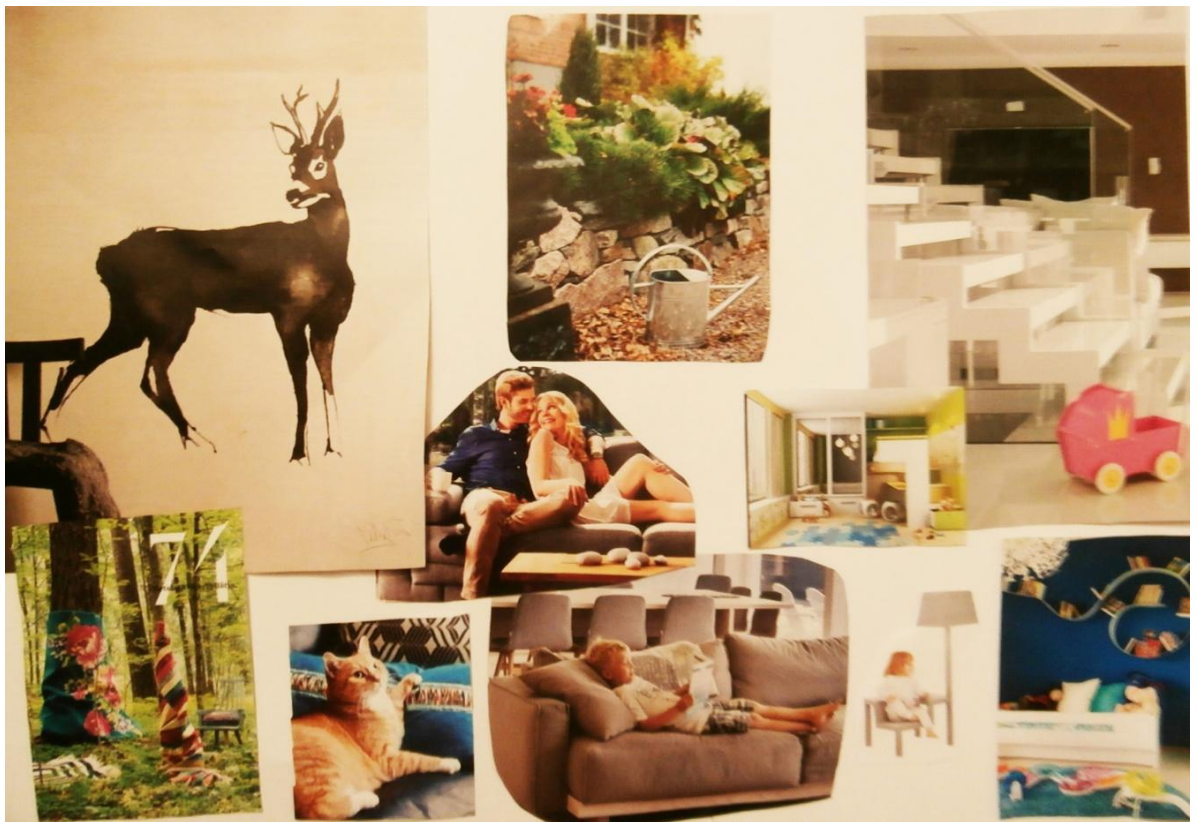


Kuvio 10. Maalaisperheestä elämäntapakuvakollaasi

5.3.3 Luontoperhe

Kolmas konsepti jonka suunnittelen, soveltuu kaupunkilaisperheelle. Tämä kaupunkilaisperhe unelmoi muutosta maalle. Heidän sisustuksensa on tyyliltään luonnonläheistä ja ekologista. Kuviossa 11 on 4-henkinen perhe. Perheeseen kuuluu isä, äiti, 7-vuotias poika, 3-vuotias tyttö sekä lemmikkikissa. He asuvat kaupungissa, mutta suuri unelma olisi muuttaa maalle. He ovat kuitenkin päättäneet sisustaa kotinsa luonnonläheisesti käyttäen luonnosta saatua inspiraatiota. Mies harrasti nuorempana metsästämistä ja kalastamista, mutta työn vuoksi perhe asuu kaupungissa ja unelmaharrastuksen toteuttaminen ei ole niin helppoa. Vanhemmat arvostavat designia ja sisustuksessa on siksi käytetty ekologistia ja kestäviä valintoja. He panostavat suomalaiseen muotoiluun ja lähellä tuotettuihin tuotteisiin.

Heidän sisustustyyliinsä on selkeä, luonnonläheinen ja avaraan kokonaistunnelmaan pyrkivä. He pitävät erilaisista eläin-, kukka-, ja luontoprinteistä. Perheen säilytysjärjestelmät ovat huolella valittuja. Säilytysjärjestelmän täytyy olla 4-henkisen perheen käytännön elämään soveltuva.



Kuvio 11. Luontoperheen elämäntapakuvakollaasi

6 KUOSISUUNNITTELU

6.1 Asiantuntijat ja toimeksiantaja kuosisuunnittelussa

Seinäjoen Inaria Studion asiantuntija Päivi Nevanpään haastattelussa (2014) selviää, että säilytysjärjestelmän tulee moderni ja ajaton kokonaisuus. Opinnäytetyössäni tuotekonseptista suunnittelen ajattoman kokonaisuuden. Jaana Liukkosen, Seinäjoen Ammattikorkeakoulun Opettaja ja printtisuunnittelun asiantuntija on sitä mieltä, että vaatekaappiin suunniteltavan printtikalvon tulee olla ajattoman kaunis ja sellainen, ettei käyttäjä kyllästy siihen.

Liukkosen (2014) mukaan ajattomien printtien suunnittelu on ehdottoman tärkeää, koska käyttäjät haluavat ajattoman printin vaatekaappiin. Pidän luonnostelemisesta, koska siten pystyn heti tuottamaan ajatuksiin tulleen kuvan paperille piirtämällä.

Keinosen (2000, 28) mukaan ideointipalaverin tarkoitus on käydä läpi käyttäjätutkimuksen tulokset ja luoda monialaiselle suunnitteluryhmälle yleinen näkemys tilanteesta, suunnittelun lähtökohdista, rajoituksista ja toinen toisensa ajatuksista.

Ensimmäinen aloituspalaveri oli toimeksiantajan kanssa: 22.1.2014, jolloin toimeksiantajalta tuli jo jonkin verran ideoita uudelle konseptille. Vaatekaapin mitoituksi toivottiin 60 cm leveää kaappia sekä leveämpää 120 cm leveää kaappia. Seuraavassa palaverissa käytiin läpi luonnoksiani ja ehdotuksiani.

Ideointipalaverissa esittelin luonnoksiani, joita on projektin aikana syntynyt ja tämän jälkeen ideoista keskustellaan. 4.3.2014 ideointipalaverissa keskusteltiin projektin tämänhetkisistä syntyneistä luonnoksista. Palaverissa oli mukana Teollisuusmyynnin – ja kaupallinen johtaja Kari Hiipakka, ketjuasiakkaista ja viennistä vastaava Anne Viitala, tuotepäällikkö Juha Lassila ja asiakaspalvelusta - ja myynnistä vastaava Ann-Sofia Blomback. Palaverissa halusin keskustella luonnoksista sekä vielä tarkentaa toimeksiantajan näkemystä siitä, mitä he haluavat uudelta konseptilta ja mikä heidän mielestään tekisi konseptista ainutlaatuisen ja erilaisen verrattuna jo markkinoilla oleviin tuotteisiin.

Palaverissa Juha Lassila oli tyytyväinen monipuolisiin luonnoksiin ja halusi, että ehdottomasti luonnostelen lisää ja annan luovuuden tulla vielä enemmän esiin. Juha Lassila piti tärkeänä, että uusi tuote täytyy erottua markkinoilla erilaisuutensa ja persoonallisella tavallaan. Anne Viitala piti tärkeänä, että konsepti on hillitty ja ajaton. Kari Hiipakka oli sitä mieltä, että minun ei tarvitse kiinnittää niinkään tekniisiin ratkaisuihin huomiota, ainoastaan minun tulee suunnitella erilainen ja uusi tuotekonsepti teolliseen sarjatuotantoon sopivaksi. Kari Hiipakka piti tärkeänä, että suunnittelen konseptin heiltä saatavista tarvikkeista ja komponenteista, mutta design saa näkyä, koska sillä pyritään erottautumaan muiden kilpailevista tuotteista.

Juha Lassila ja Kari Hiipakka pitivät umpinaisesta laatikkoideasta vaatekaapin sisälle. Tämä umpinainen laatikosto toimisi liukumekanismilla tai alla olevilla pyörillä. Juha Lassila piti erityisesti kalvoideasta eli jos vaatekaapin oveen suunnittelisi jonkin design-kuvion ja tämä kalvo toisi tuotteen ulkonäölle erilaisuutta. Juha Lassila ehdotti, että suunnittelisin vaatekaappien oviin taidetta. Anne Viitala ehdotti, että taide olisi yksinkertaista ja siihen olisi helppo katsojan samaistua.

Juha Lassila ehdotti, että suunnittelisin niin sanotusti digitaalista taidetta, joka pystytään tulostamaan kalvolle ja kiinnittämään vaatekaappien oveen. Digitaalisen taiteen tulisi suunnitella Adobe Illustrator CS5 -ohjelman avulla ja tiedostomuoto tulisi lähettää toimeksiantajalle Pdf-muodossa. Anne Viitala piti tärkeänä, että konseptia suunniteltaessa on hyvä tutustua Ikean vaatekaappeihin, jos niistä vielä syntyisi inspiraatiota ja ideoita.

Palaverissa lyötiin lukkoon tulevan vaatekaappikonseptin mitat. Olimme yksimielisiä siitä, että vaatekaapin korkeus tulee olla 220 cm, koska sen asiakkaat ovat nähneet hyväksi mitaksi. Palaverissa päätimme, että kaksiovinen kaapisto olisi leveydeltään 120 cm ja kolmiovinen kaapisto 180 cm leveä. Kaapistojen sisään mahtuu 60 cm leveää laatikostoa, hyllyä ja muita tarvikkeita. Kaapiston syvyys tulee olla 57 cm. Näillä mitoilla pystyy luomaan moduulimaisen vaatekaappiratkaisun.

Ann-Sofia Blomback, Juha Lassila, Kari Hiipakka ja Anne Viitala olivat yksimielisiä siitä, että minun tulee suunnitella yksinkertaisen kaunista taidetta, joka kalvon avulla kiinnitettäisiin vaatekaappien oveen. Toimeksiantaja pitää tärkeänä oven

kaunista muotoilua, koska se ensimmäisenä huomataan. Päätimme palaverissa, että lähetän Kari Hiipakalle ennen 17.3.2014 digitaalista taidettani Pdf-muodossa.

6.2 Ideointia ja luonnokset

Ideoinnissa on hyödynnetty elämäntapakuvakollaaseja, joita käsiteltiin edellisessä luvussa. Elämäntapakuvakollaaseja on kolme kappaletta ja niiden avulla on helppompaa lähteä ideoimaan tulevaa kolmea konseptia. Elämäntapakuvakollaasit ja kaantuvat kolmeen eri tyyliin: hienostunut, geometrinen ja luonnonläheinen. Nämä kolme eri tyyliä hyödynnän kolmen eri konseptin suunnittelussa. Elämäntapakuvakollaasit ovat aiemmassa luvussa 5.

Kettunen (2001, 59) kertoo, että konsepti tarkoittaa luonnosta ja hahmotelmaa. Katsoja näkee kuvasta ongelman ratkaisun ja sen pääkohdat: toiminnan, materiaalit, tekniikan, muodon ja värit. Konsepti esitetään luonnoksena, tietokonevisualisointina tai kolmiulotteisena hahmomallina. Konseptimuotoilun tarkoituksena on tuottaa uuden tuotteen muotoilun periaateratkaisut. Näiden ratkaisujen tulee tyydyttää asiakkaiden tarpeet ja erilaistaa uusi tuote kilpailijoiden tuotteista. Tulevat kolme vaatekaappi konseptia esittelen tietokonevisualisoinnin, Rhinoceros 3D-mallinnus ohjelman avulla.

Kettunen (2001, 61) kertoo, että luonnosteluvaiheessa muotoilija alkaa tehdä synteesiä konseptin pohjana olevista ajatuksista ja kerää hajanaisia ideoita kokonaisuudeksi. Luonnostelun aikana syntyy todennäköisesti lisää ideoita, mutta lopullinen tuote perustuu niihin ajatuksiin, jotka ovat mukana jo ideoinnin ensimmäisessä vaiheessa.

Kettusen (2001, 59) mukaan konseptien kehittäminen voi lähteä liikkeelle aivoriini - tyyppisestä ideoiden keräämisestä. Ideointivaiheen tulee olla tarpeeksi laaja, jotta siinä syntyy tarpeeksi materiaalia konsepteihin. Esimerkiksi erilaisten kuvakollaasien avulla minun on helppoa lähteä ideoimaan mahdollisia konsepteja.

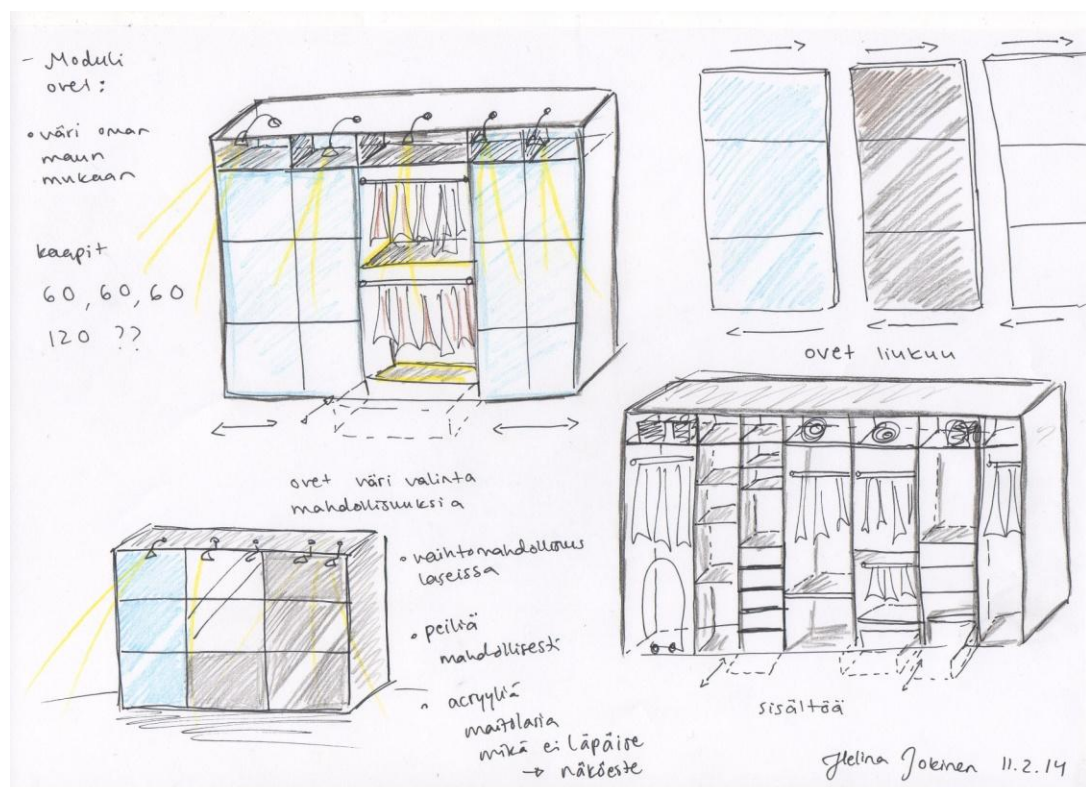
Konseptimuotoilun keskeisin, hauskin ja luovain vaihe on ideointi ja konseptien kehittäminen. Idea luonnostellaan yleensä piirtäen tai hahmotellaan kolmiulotteisesti helppoja ja nopeita malliratkaisutekniikoita käyttäen. Luovat ideat eivät tule käs-

kemällä: ideoinnin on oltava hauskaa ja sopivan haastavaa. Intuitio, kokemus, maalaisjärki tai yhtäkkinen inspiraatio ovat usein ideoiden takana (emt. 70).

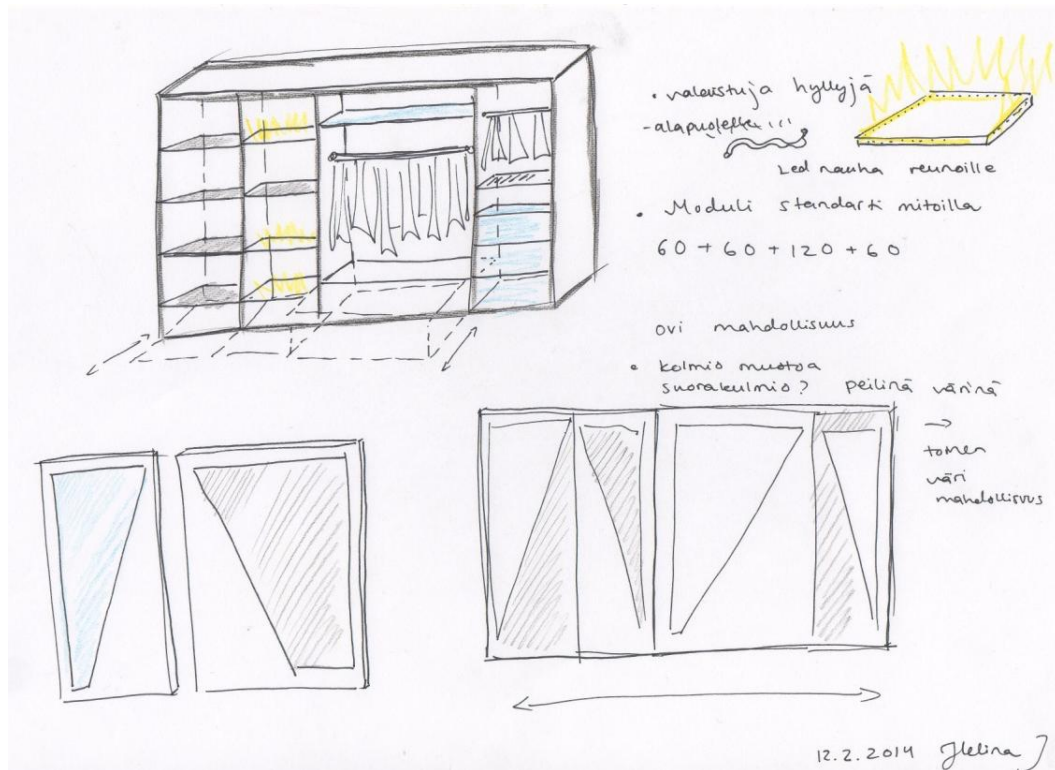
Seuraavassa kappaleessa on ideointiani sekä luvussa 6.2.2 on minun suunnitelmiani kuoseja.

6.2.1 Yleistä kaappien ideointia

Kuviossa 12 olen luonnostellut vaatekaapin, joka olisi väreiltään turkoosi, harmaa ja valkoinen. Vaatekaapin sisään olen ajatellut hyllyjen alle valaistusta. Vaatekaappi toimisi liukuovilla. Olen luonnostellut vaatekaapin sisälle paljon erilaisia säilytysratkaisuja. Vaatekaapin sisällä olisi vaatetankoja, hyllyjä, laatikostoja ja liukumekanismeilla toimivia laatikoita. Tässä vaatekaapissa olisi mahdollisesti lasiset ovet. Lasit olisivat maitolasin kaltaista huurteisen näköistä lasia. Maitolasi olisi hyvä valinta, koska se toimii myös näköesteenä.

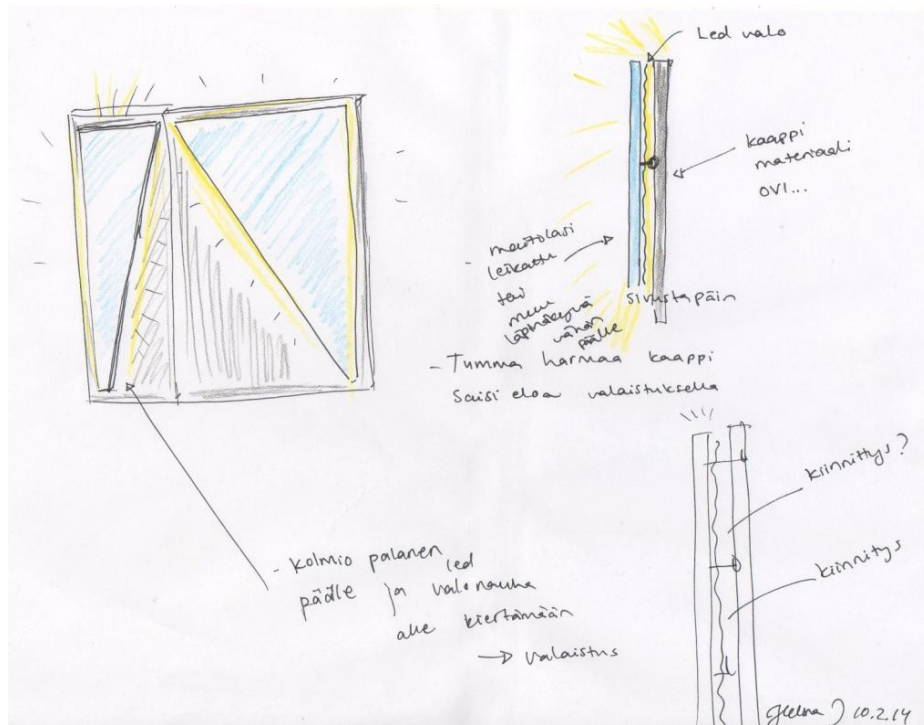


Kuvio 12. Luonnoksia vaatekaapeista



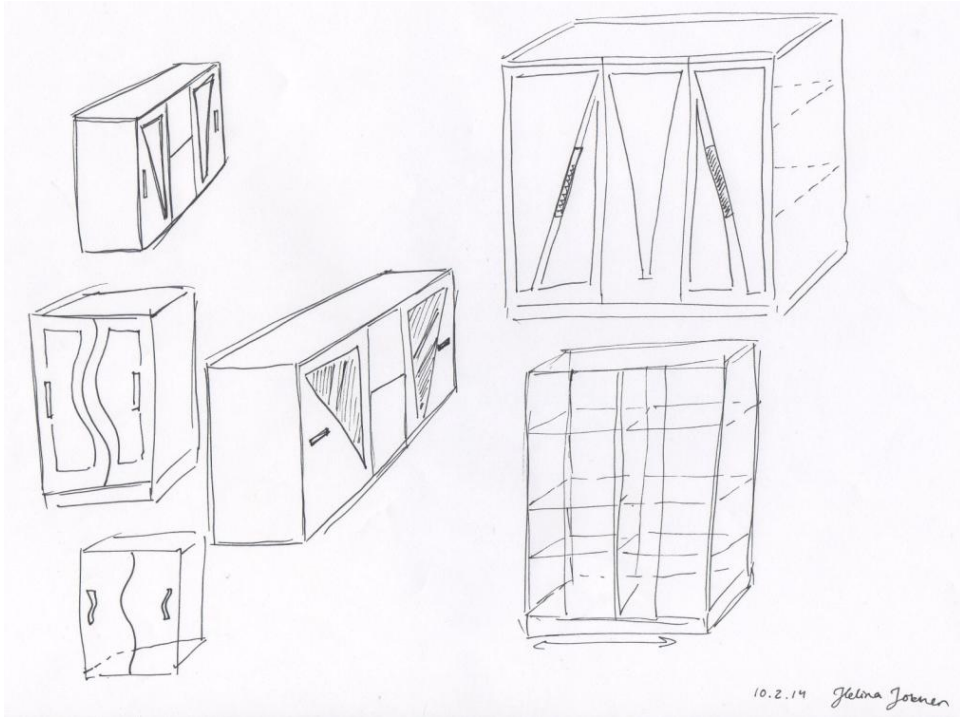
Kuvio 13. Luonnoksia vaatekaapin sisällön ratkaisuihin sekä lasiovista

Kuviossa 13 olen luonnostellut vaatekaapin, jossa olisi kolmion muotoisia peilejä tai lasia ovissa. Kolmio muotona on ajaton ja sillä erottuisi muotoilussa. Tämä luonnos oli yksi ensimmäisistä ja itse innostuin kolmion muotoisesta lasista todella paljon. Kuvion 14 luonnoksessa olen piirtänyt valaistuja hyllyjä vaatekaapin sisään. Vaatekaappi olisi todella käytännöllinen, jos vaatekaapin sisään hyllyjen alle saisi esimerkiksi LED-nauhaa. LED-valot valaisevat vaatekaapin sisällä aina silloin, kun käyttäjä aukaisee vaatekaapin oven. Eli tässä vaatekaapissa täytyisi olla sensorit, jotka reagoivat vaatekaapin oven avautuessa.

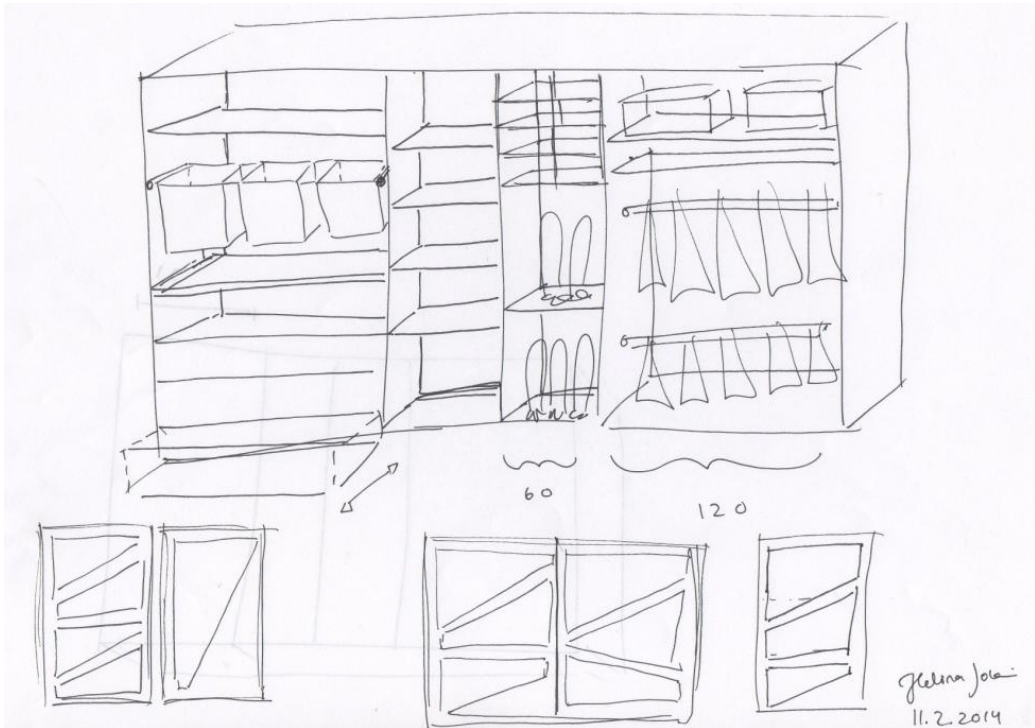


Kuvio 14. Luonnos vaatekaapin valaistusratkaisuja

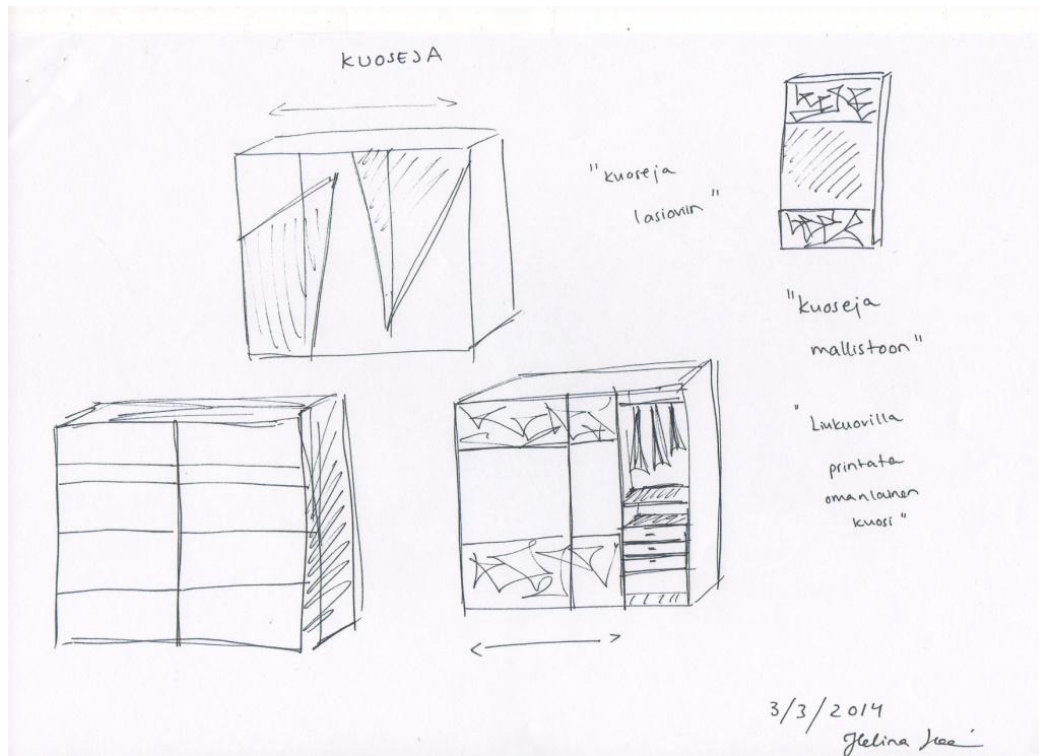
Kuvion 14 luonnoksessa olen miettinyt kolmiolasin taakse tuotavaa valaisinmahdollisuutta. Vaatekaapin ovi voisi olla tässä ratkaisussa esimerkiksi Mdf-levyä, jonka päälle asennettaisiin kolmion muotoinen lasi. Mdf-levyn ja lasin välissä kulkisi LED-nauha, joka valaisee kauniisti kolmion muotoista lasia. Tämä luonnos oli vain pieni ajatus muiden luonnoksien ohessa. Innostuin miettimään tässä luonnoksessa valaistuksen mahdollisuuksia enemmän ja kuvion 15 luonnosten alkuvaiheessa syntynyt idea. Kuviossa 15 ja 16 olen luonnostellut lisää vaatekaappeja, joihin olen miettinyt erimuotoisia laseja oviin.



Kuvio 15. Luonnostelua erilaisista vaatekaapeista



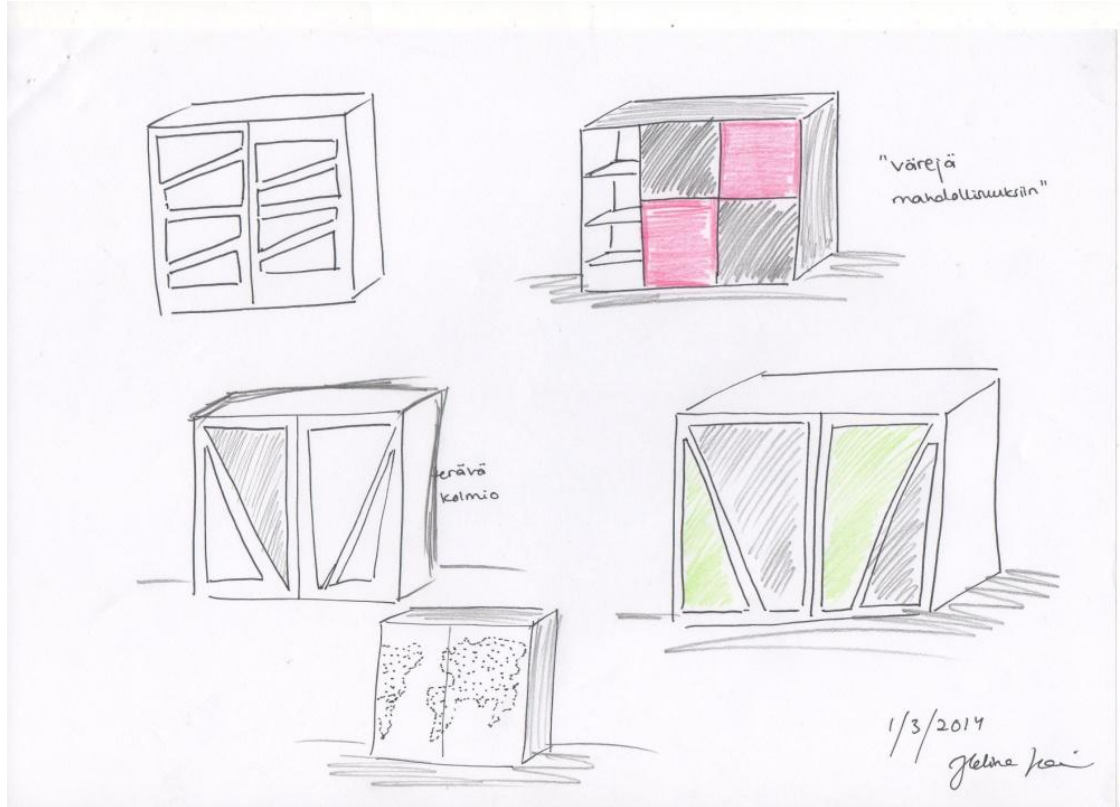
Kuvio 16. Luonnostelua vaatekaapin sisällönratkaisusta



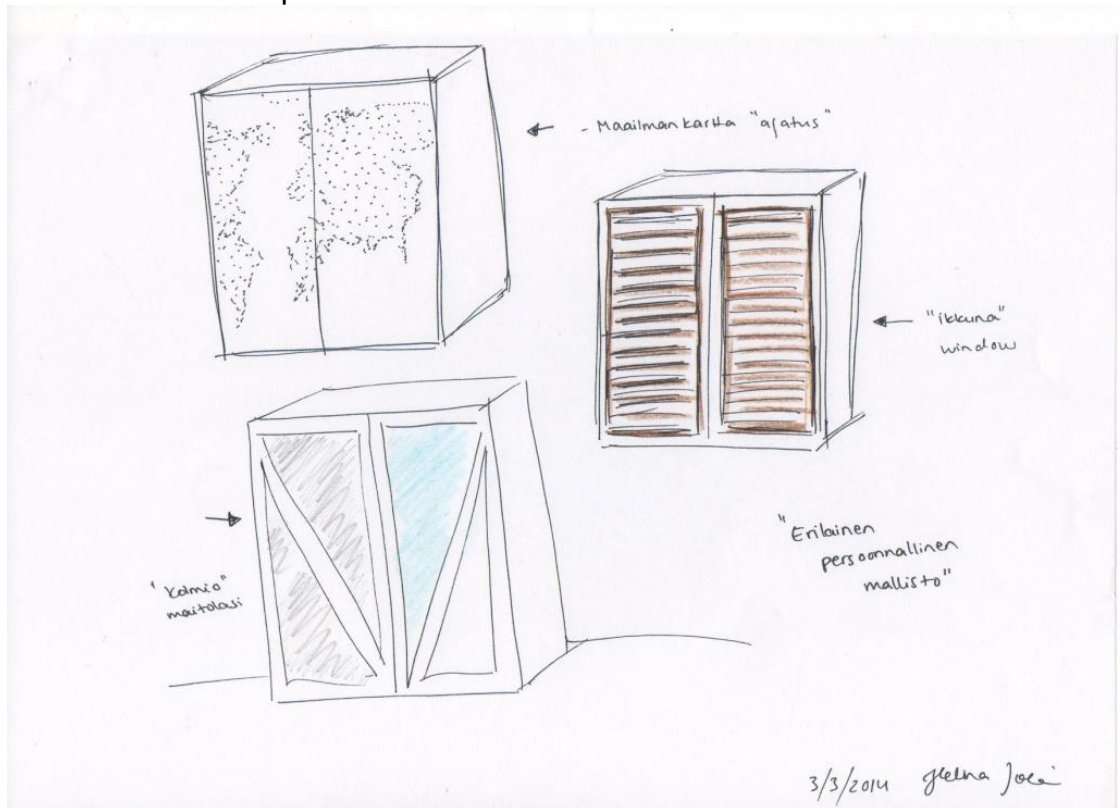
Kuvio 17. Vaatekaappien ulkonäön luonnostelua

Kuvioissa 15 olen luonnostellut vaatekaappien oviin erilaisia kuvioita. Vaatekaappien ovet näkyvät parhaiten käyttäjälle. Ovi näkyy ja mielestäni siihen olisi hienoa suunnitella kaunis ja ajaton printti. Luonnokset 14–16 syntyivät luonnostelun aika alkuvaiheessa ja en miettinyt sen enempää luonnostelussa tekniikan toteuttamista. Luonnostelun aikana mietin melkein koko ajan vaatekaapin ulkonäköä. Itse pidän tärkeänä suunnitella erottuvan ja ajattoman tuotteen eli en niinkään paneudu suunnittelemaan teknisiä ratkaisuja. Kuviossa 17 olen luonnostellut kolme erinäköistä vaatekaappia. Luonnostelin vaatekaapin, jonka ovissa on maailmankarttaprintti maailmankarttaprintti vaatekaapin, jossa on sälekaihdinprintin sekä kaapin, jossa on kolmion muotoisia kuvioita.

Kuvioiden 12–18 luonnokset esittelin 4.3.2014 palaverissa. Kuvion 23 luonnos nousi päällimmäiseksi keskustelun aiheeksi. Varsinkin maailmankarttaprintti- ajatuksesta pidettiin ja sitä toimeksiantaja toivoo minun kehittävän entistä enemmän



Kuvio 18. Vaatekaapin ulkonäön suunnittelua luonnostellen



Kuvio 19. Luonnostelua eri kohderyhmille

6.2.2 Kuoseja

Lähdin luonnostelevaan printtejä ensin paperille. Printtiluonnokista sain palautetta kuosisuunnittelun asiantuntijalta Jaana Liukkoselta. Liukkonen antoi palautetta ja kehitysehdotuksia sen hetkisistä kuosi-ideoista. Kuosisuunnittelua lähdin toteuttamaan siten, että piirsin ensin luonnoksia vaatekaappeihin sopivista printeistä. Luonnoksia piirsin sekä ihan paperille että Adobe Illustrator CS5-ohjelman avulla. Luonnokset tehtyäni kävin Jaana Liukoksen luona näyttämässä luonnoksiani, jotta saisin asiantuntijan näkemyksen niistä.

Ajatuksiini tuli ensimmäisenä maailmankartta ja piirsin sen paperille. Halusin luonnostella jotain sellaista, mikä on ajatonta ja mahdollisesti sopisi E J Hiipakan vaatekaappien oviin. Ajatus maailmankartta printtinä on mielestäni ajaton ja yksinkertainen kuvio, joka sopisi monenlaiselle käyttäjäryhmälle. Maailmankartta printtinä sopii erityisesti nuorelle tai nuorelle pariskunnalle. Maailmankartan ideaa pystyy viemään eteenpäin kokeilemalla erilaista kuviointia. Maailmankartta on pilkkujen muodostama kokonaisuus kuviossa 20.

Liukoksen (2014) mukaan maailmankartta ideaa voi lähteä ideoimaan lisää siten, että esimerkiksi laittaa maailmankartan pilkkujen tilalle viivoja ja näitä viivoja voi kokeilla laittaa vaakaan tai pystyyn. Liukkonen jatkaa, että viivoja voi laittaa erikseen ja kannustaa kokeilemaan erilaisia variaatioita viivojen muodostamasta maailmankartasta. Liukkonen kertoo, että maailmankartta printti-ideana on klassinen ja sitä ei aika kuluta. Liukkonen on sitä mieltä, että yksittäisprintin suunnittelussa miun on hyvä tehdä paljon luonnoksia ja karsia niistä sitten huonoimmat pois. Hän pitää tärkeänä sitä, että kannattaa heti piirtää ajatuksiin tullut kuva paperille.



Kuvio 20. Maailmankartta kuosi (Kuva poistettu)

Esittelin Liukkoselle 4 erilaista printtiajatusta. Yksi näistä printeistä on kuvio 21, joka on hyvin luontoaiheinen printti. Kuviossa 21 on kauris sekä kauniisti leijailevat syksyiset lehdet. Mielestäni eläimet ovat ajattoman kaunis ajatus printiksi. Jokin kaunis eläin mielestäni sopisi vaatekaapin oveen, mutta sen tulee olla väriltään todella vaalea, ettei se pistä liikaa silmään. Kauris on eläimenä muodoltaan kaunis. Halusin lisätä syksyisiä lehtiä luonnokseen, lehdet tuovat oman luonnonläheisen tunnelman. Syksyiset lehdet tuovat oman raikkaan tuulahduksensa kauriin rinnalle.

Liukkonen (2014) on sitä mieltä, että kauris on kaunis eläin, mutta kuviossa 21 osan leijailevista lehdistä voisi karsia pois. Hän lisää, että voisin suunnitella luontoaiheiseen teemaan lisää erilaisia luonnoksia. Liukkonen jatkaa, että esimerkiksi yksittäinen hirvi tai hirvilauma voisi toimia kuosina vaatekaapin ovesa. Olen samaa mieltä Liukkososen kanssa, että voisin luonnostella erilaisia eläinaiheisia ja

luontoaiheisia printtejä lisää. Luonto- ja eläinaiheisista luonnoksista voi syntyä lisää hyviä printti ideoita.



Kuvio 21. Kauris printti-idea (Kuva poistettu)

Kuviossa 22 on Tree-niminen printti-idea. Tree-idea lähti liikkeelle ottamastani valokuvasta. Valokuva on otettu yksinäisestä puusta, joka sijaitsee yksin keskellä peltoa. Kuva on otettu vanhempieni mökillä. Piirsin tämän puun Adobe Illustrator CS5 -ohjelmalla yksinkertaisten muotoja ja vaihtamalla värejä mustasta valkoiseen ja harmaaseen. Puu on ajaton ja sopii mielestäni kuosiksi moneen eri paikkaan. Puu on materiaali, jota hyödynnetään paljon kalusteissa ja tämä idea toimii mielestäni printissäkin. Vaatekaapin ovesa tällainen printti-idea toimii mielestäni hyvin. Puu on muotona kaunis ja hyvin ajaton.

Liukkosen (2014) mukaan Tree-printti-idea on ajaton ja toimiva idea printiksi vaatekaapin oveen. Liukkosen on sitä mieltä, että puusta kannattaa tehdä keveämmän näköinen. Puusta saa kevyemmän näköisen karsimalla puun kasvustoa pois. Liukkosen mielestä puu on klassinen ja sopii nimenomaan kodin sisustukseen printtinä. Liukkosen jatkaa, että minun kannattaa keskittyä kokeilemaan erilaisia

puu kuvioita ja luonnostella paljon lisää puu ideoita paperille ja sitä kautta voi syntyä entistäkin ehompi kokonaisuus.

Tree-ideaa lähdin ideoimaan lisää, joten lähdin luonnostelevaan paljon erimuotoisia puita. Puuideoita halusin kokeilla erilaisilla tekniikoilla. Voisin esimerkiksi maalata erilaisia puita akryylimaaleilla. Liukkonen on sitä mieltä, että puu voi olla eri asennossa tai pelkästään printin voi painottaa pelkästään vaatekaapin toiseen oveen.



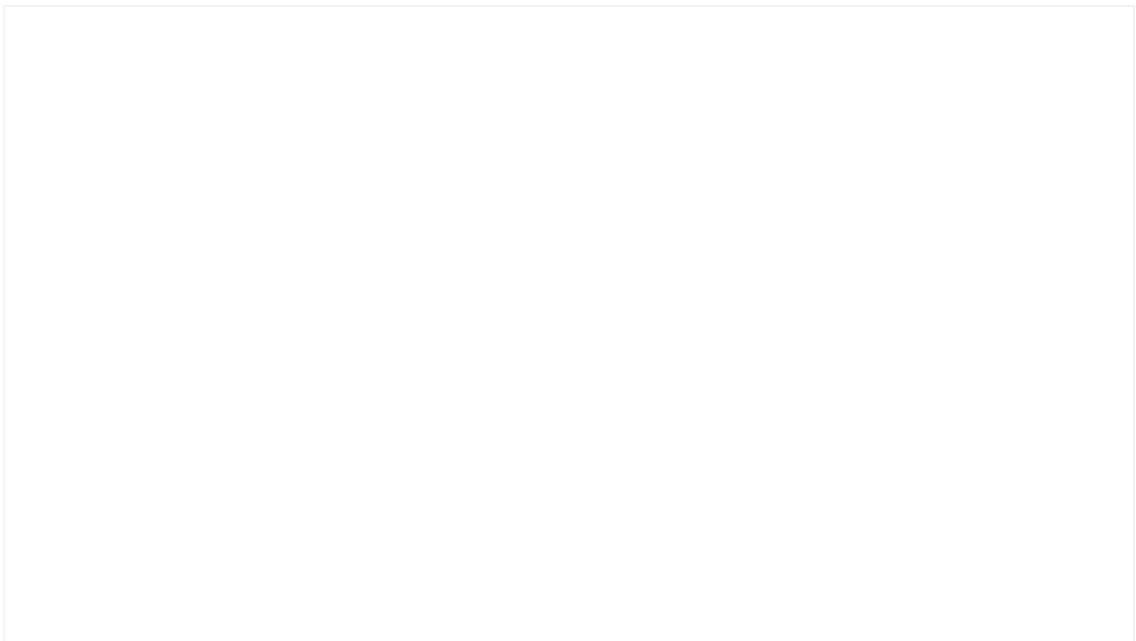
Kuvio 22. Tree-printti –idea (Kuva poistettu)

Esittelin kuosisuunnittelun asiantuntija Liukkoselle vielä yhden For Ladies – luonnokseni. Kuviossa 23 on oksa, joka on koristeltu naisen asusteilla. Oksan päällä on korkokengät ja henkarista roikkuu naisen mekko. Tämä on hyvin alkuvaiheen idea, josta itsekään en ollut aivan varma, että tultaisinko tällaisesta pitämään vai ei. Idea on suunnattu naisille, nuorille naisille ja tytöille ja vaarana on se, että tä-

hän printtiin kyllästyisi nopeasti. Yksinkertaistamalla oksaidea siitä voisi saada kauniin ja hyvinkin ajattoman kokonaisuuden.

Liukkonen (2014) on sitä mieltä, että juuri yksinkertaistamalla oksaa siitä voisi saada hyvinkin myyvän. Liukkonen jatkaa, että korkokengät ja mekon kun ottaa pois, niin kohderyhmä laajenee. Oksa ilman naisellisia asusteita toimii jo itsessään todella hyvin.

Suunnittelen oksasta erilaisia variaatioita lisää. Suunnittelin oksan, joka on kaunis, ajaton ja jollain tavalla tuo herkän vaikutelman vaatekaapin printiksi. Vaatekaapin oven lasina voisi toimia esimerkiksi turkoosi maitolasi. Näen jo kauniin ajattoman vaatekaapin, jonka ovesa on hento oksa. Turkoosi väri vaatekaapin lasina on todella raikas ja siihen kun lisäisi esimerkiksi valkoisen tai oikein vaalean harmaan hennon oksan printtikuvion mielestäni se olisi erittäin hento, myyvä ja ajattoman kaunis idea persoonalliseksi vaatekaapiksi.



Kuvio 23. Oksa printti-idea (Kuva poistettu)

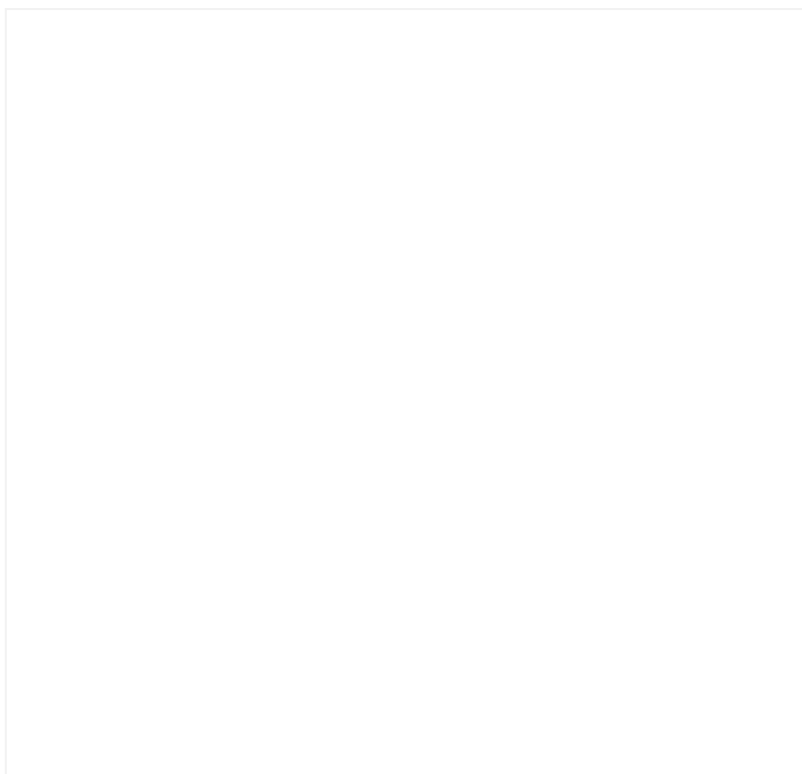
6.2.3 Kuoseja eri kohderyhmille

Viime luvun kuosi-ideat sopivat erilaisille kohderyhmille. Esimerkiksi kuvion 21–23 kuosi sopisi luontoa rakastavalle perheelle. Kuvio 20 maailmankarttaprintti sopisi nuorelle pariskunnalle, joka rakastaa geometrisiä muotoja. Maailmankarttaprintti on nuorekas ja geometrinen.

Kuviot 24–27 sopivat luontoa rakastaville kuluttajille. Kuviot 28–30 sopivat nuorille kuluttajille. Kuviot 31–32 sopivat sellaisille kuluttajille, jotka rakastavat geometrisiä kuvioita. Geometriset kuviot ovat olleet aina trendikkäitä ja ne sopivat moneen makuun ja monenlaisille kuluttajille. Kuviot 33–35 sopivat erityisesti keski-ikäisille naisille kuluttajahaastattelun perusteellakin. Kuluttajahaastatteluun osallistui neljätoista keski-ikäistä naista ja moni vastasi kuviossa 33 olevan köynnöksen olevan miellyttävä.



Kuvio 24. Vaatekaappi, jossa on kauris printti (Kuva poistettu)



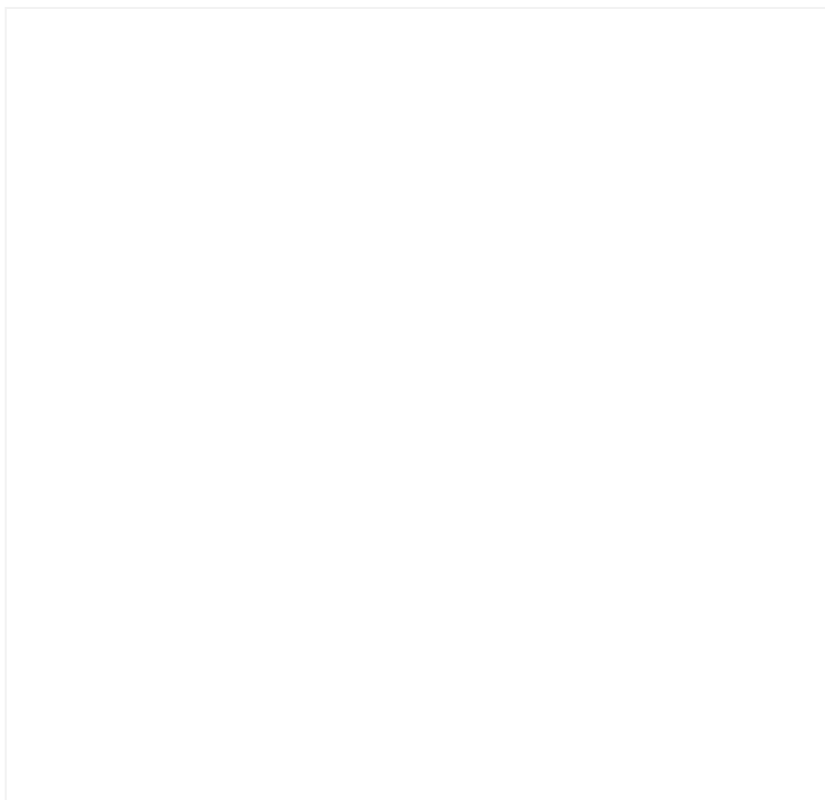
Kuvio 25. Vaatekaappi, jossa on printtinä hirvilauma (Kuva poistettu)



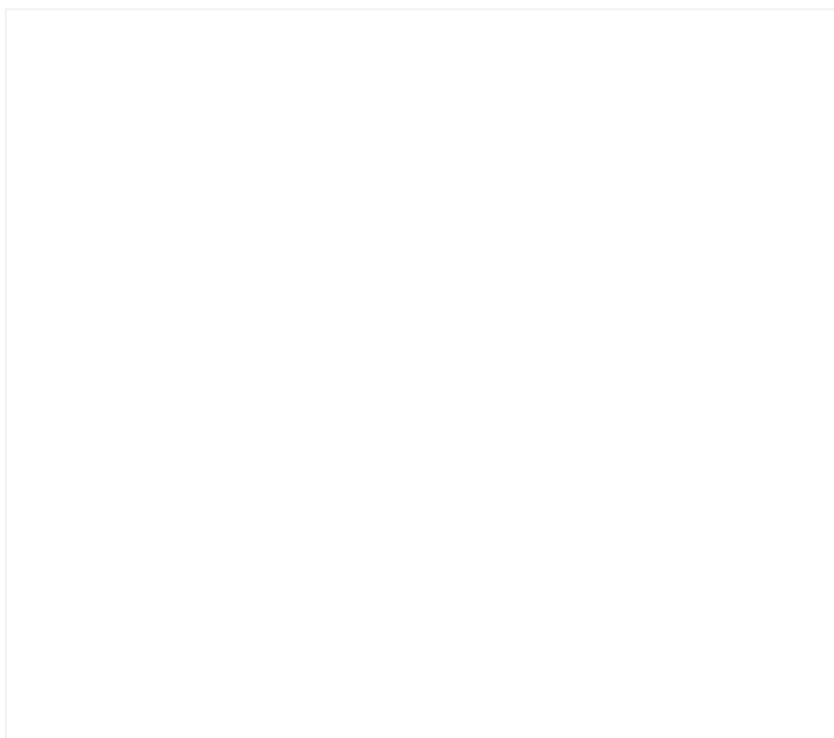
Kuvio 26. Vaatekaappi, jossa on printtinä vaalea oksa sinisellä maitolasilla (Kuva poistettu)



Kuvio 27. Vaatekaappi, jossa on printtinä harmaa oksa (Kuva poistettu)



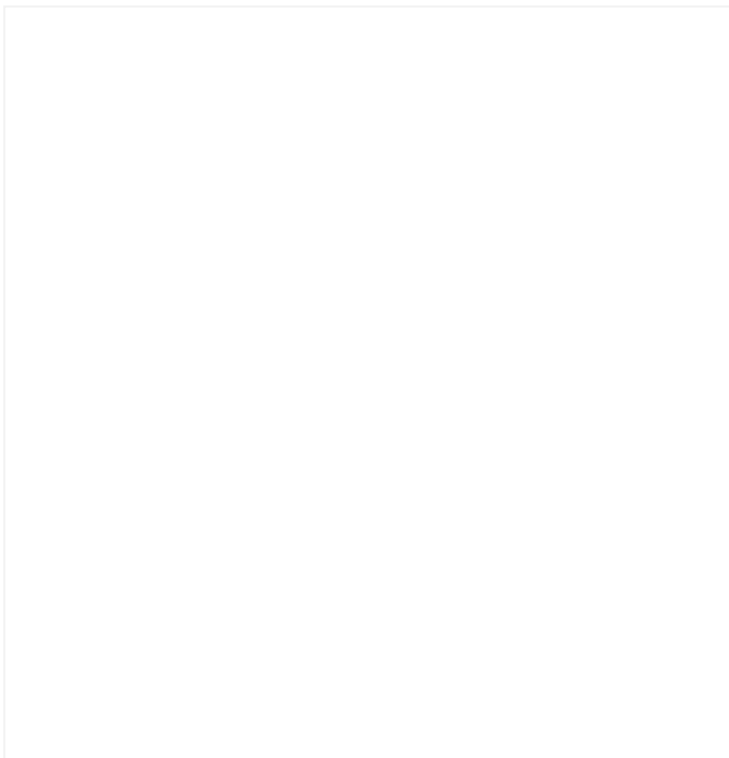
Kuvio 28. Tumman harmaa vaatekaappi, jossa printtinä on maailmankartta (Kuva poistettu)



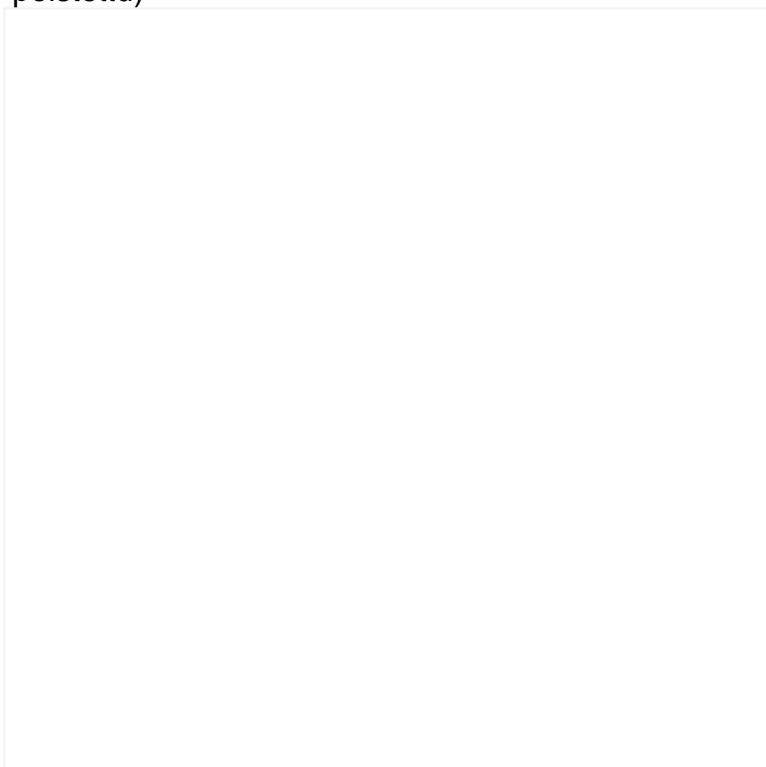
Kuvio 29. Vaalean puun väriin vaatekaappi, jossa turkoosilla maitolasilla on maailmankartta printtinä (Kuva poistettu)



Kuvio 30. Vaalea vaatekaappi, jossa viivoista muodostuva maailmankartta printti on vaalealla maitolasilla (Kuva poistettu)



Kuvio 31. Valkoinen vaatekaappi, jossa printtinä on geometrisiä kuvioita (Kuva poistettu)



Kuvio 32. Valkoinen vaatekaappi, jossa on myös geometrisiä kuvioita eri väreissä (Kuva poistettu)



Kuvio 33. Vaatekaappi, jossa printtinä on köynnös (Kuva poistettu)



Kuvio 34. Tumma vaatekaappi rungoltaan, mutta liukuovet olisivat valkoista maitolasia. Maitolasilla on kirsikkapuunoksa printtinä (Kuva poistettu)



Kuvio 35. Vaatekaapissa on lähes musta runko, mutta liukuovet ovat valkoista maitolasia. Printtinä ovissa on persoonallinen kirsikkapuunoksa (Kuva poistettu)

7 KONSEPTOINTI

7.1 Konseptien valintaa kuluttajapalautteen pohjalta

Liukkosen (2014, asiantuntijahaastattelu) mukaan hyvä haastattelun ja workshopin kohderyhmä on Liiketalouden henkilökunta. Liiketalouden henkilökunta on hyvä kohderyhmä ajatelleen myös toimeksiantoa E J Hiipakka Oy yritystä. Liukkonen jatkaa, että liiketalouden henkilökunta sijaitsee Seinäjoen Frami F-rakennuksessa ja sinne on hyvä mennä suorittamaan haastattelua printtikalvoista vaatekaappeihin.

Liukkosen (2014, asiantuntijahaastattelu) kertoo, että tuotekuvat tulee suunnitella 3D-mallinnus kuviksi asti, jotta tuoteidea tulee mahdollisimman hyvin esille ja täten tuotekuvia on helpompi esittää kuluttajahaastattelussa. Liukkonen jatkaa, että tuotteita kannattaa suunnitella riittävästi. Kuviot 24–33 vaatekaappikonseptit olivat mukana kuluttajahaastattelussa. Kuluttajahaastattelussa oli siis yhteensä kymmenen erilaista vaatekaappia. Lähdin kartoittamaan erilaisten vaatekaappien avulla kuluttajien mieltymyksiä printeistä.

Suunnittelin erilaisia printtikalvoja Adobe Illustrator ohjelman avulla ja sen jälkeen vaatekaapit suunnittelin 3D-mallinnusohjelmassa. 3D-mallinnusohjelmassa pystyin tuomaan vaatekaappeihin erilaisia kuoseja. Tämän jälkeen tallensin hyvältä näyttävät ja toimivat 3D-mallinnuskuvat.

Liitteen 1 kuluttajahaastattelu kohdistui Seinäjoen Ammattikorkeakoulun henkilökunnalle. Haastattelu piti laittaa oma ikä ja sukupuoli. Haastattelussa vastanneiden ikäjakauma on 25–60 vuotiaat. Kyselyhaastattelun palautteen antajia oli kaksikymmentä. Vastajia ei siis ollut paljon, mutta silti haastattelun vastauksista selviää miellyttävimmät kuosivalinnat. Kuluttajahaastattelussa oli kaksikymmentä erilaista kuosillista vaatekaappia (Liite 1). Kuluttajahaastattelussa selvisi, että yksinkertaisesta muotoilusta pidetään. Haastattelua varten suunnittelin ja tein omat lomakkeet. Lomakkeeseen oli jätetty perusteluille oma tila. Monet vastaajat kirjoittivat perustelukohtaan, että yksinkertainen tyyli miellyttää. Vastaajat laittoivat parem-

muusjärjestykseen heitä miellyttävät kuosilliset vaatekaapit. Osa vastaajista oli jättänyt kehittämisehdotuksia kuoseille.

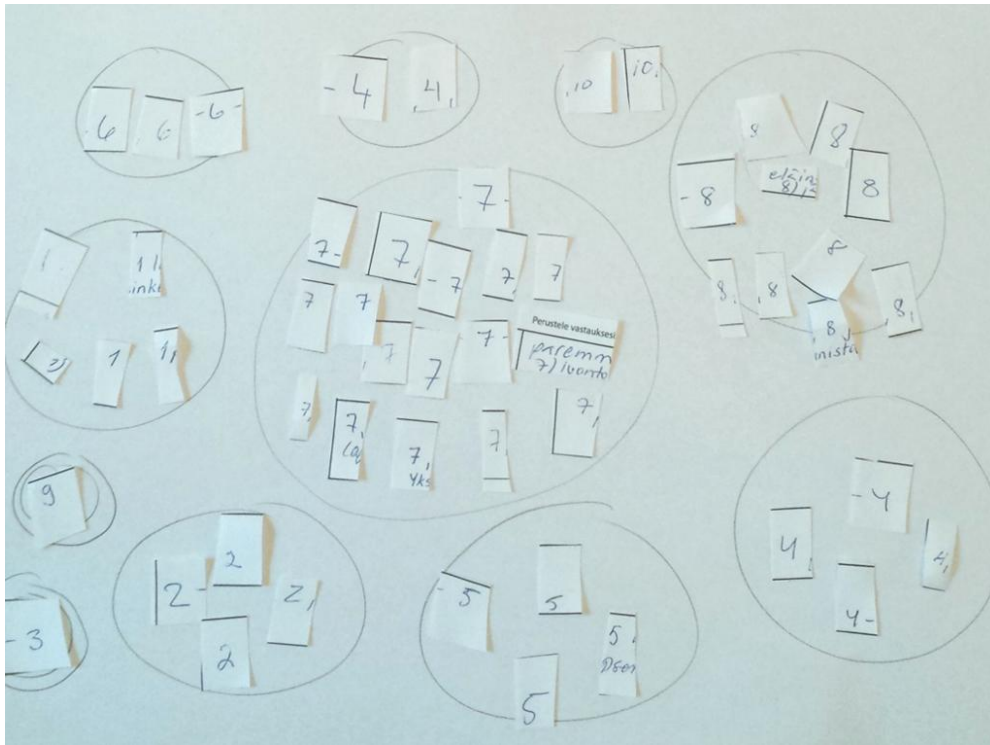
Vastaajat perustelivat vastaustaan lyhyesti, mutta tutkimuksen aikana sain paljon keskustelua aikaiseksi. Esimerkiksi henkilökunnan kahvihuoneessa oli muutama naisvastaaja tauolla ja heiltä sain muutamia hyviä kehittämideoita tulevalle kuosille. Miesvastaajia oli vain kahdeksan, mutta heidän vastauksistaan nousee oksa kaappi miellyttävimmäksi kaapiksi. Oksa kaappi näkyy kuvassa 27. Miesvastaajat olivat laittaneet oksa kaapin miellyttävimmäksi tai toiseksi miellyttävimmäksi. Osa miesvastaajista oli perustellut, että oksa kuosillinen kaappi on ajaton ja kiinnostava. Osa miesvastaajista oli valinnut kuvion 28 maailmankartta kaapin miellyttäväksi. Eräs miesvastaaja oli 60-vuotias arkkitehti, joka oli ainut kuosiltaan geometrisen vaatekaapin kannalla. Hän perusteli vastauksen siten, että geometrinen kuviointi toimii hyvin ja on ajaton.

Naisvastaajia oli yhteensä kaksitoista ja he olivat 25–62-vuotiaita. Heidän vastauksistaan nousee oksa kuosi miellyttävimmäksi. Seuraavaksi miellyttävämmäksi kuosiksi nousee köynnös joka näkyy kuvassa 33. Osa vastaajista oli perustellut köysivalintaa siten, että se on yksinkertainen ja sopii hyvin muuhunkin sisustukseen. Köynnös kuosia osa haluaisi selkeämmäksi ja näyttävämmäksi. Suunnittelin vielä kirsikkapuun oksan yhdeksi kuosiksi, koska moni vastaaja ehdotti sitä ja itse koen kirsikkapuun olevan ajaton aihe kuosiksi. Kirsikkapuunoksa kuosit näkyvät kuvissa 34 ja 35. Kolme miellyttävintä kuosia ovat selvästi oksa, köynnös ja kauris. Toiseksi miellyttävimmät kuosit ovat maailmankartta ja hirvi.

Kuviossa 36 näkyy tekemäni workshop kuluttajahaastattelusta tulleista vastauksista. Vastaukset leikkasin paperilta ja jaoin ne numeroiden mukaan omiin ryhmiinsä. Kuviossa 36 on kyselytutkimuksen vastaukset jaoteltuna. Jaottelin vastaukset paperin päälle leikatuista numerovalinnoista. Tämän työpajan avulla sain vastaukset nopeasti. Kuviossa 36 on huomattavissa, että numero 7 eli oksakuosilla oleva vaatekaappi sai eniten vastauksia. Oksakuosillinen vaatekaappi näkyy liitteessä 1.

Työpajojen idea on se, että opiskelija kehittää omia oppimistapojaan uusilla tekniikoilla ja siten opiskelija saa uuden työkalun avulla kehitettyä oppimistaan (Twenty Workshop techniques. 2001, 1). Tämä työpaja oli kätevä, koska leikkelemällä vas-

taukset suoraan paperilta ja jaottelemalla vastaukset saadaan helposti näkyville eniten vastauksia saanut kuosi. Halusin kokeilla uutta tekniikkaa, jotta kuluttaja-haastattelun palautteen antajien vastaukset saisin nopeasti selville. Tekniikan avulla pystyy näkemään nopeasti, että mistä vaatekaappikonaisuudesta palautteenantajat eniten pitävät.



Kuvio 36. Haastattelun pohjalta tulleet vastaukset ovat jaoteltuna.

7.2 Konseptien mallintaminen

Konseptit on mallinnettu Rhinoceros -ohjelman avulla. 3D-mallinnuskuvien avulla on helppo esittää tuote ja materiaalit esimerkiksi lisättynä tietynlaiseen ympäristöön. Lukuun 7.3 on valittu kolme kauneinta konseptia, jotka olisivat ajattomia kuoseja vaatekaappien oviin. Kaiken kaikkiaan suunnittelin kaksitoista erilaista kuosia, niistä yksitoista halusin mallintaa vaatekaappien oviin 3D-mallinnusohjelman avulla, jotta näen kuosien toimivuuden lähes oikeanlaisen näköisenä.

Toimeksiantajan toiveena oli, että mallinnan konseptit 3D-mallinnusohjelman avulla. Omasta mielestä 3D-kuvina tuotteiden esittäminen on järkevää, koska pelkät

mittapiirustukset eivät anna kolmiulotteista vaikutelmaa tuotteesta. 3D-mallinnukset esitettiin toimeksiantajalle 23.4.2013.

7.3 3D-mallinnetut kolme konseptia

Laakon (1998, 293) mukaan 3D-CAD-suunnittelu on CAD-järjestelmällä suoritettava tietokoneavusteista suunnittelua, jossa kohteet tavallisimmin mallinnetaan kolmiulotteisina. Mielestäni on tärkeää, että tuotekonsepti pystytään esittämään lähes sen näköisenä kuin se olisi oikeastikin. 3D-suunnitteluohjelman avulla tuote pystytään esittämään lähes sellaisena, miltä lopullinen tuote tulee näyttämään.

Laakko (emt.) kertoo, että teollinen muotoilu vaatii CAD-järjestelmältä varsin paljon. 3D-mallinnukset tehdään yleensä, kun tiedetään lopullinen tuote. Ensin suunnitellaan piirustukset ja luonnokset tulevasta konseptista ja sen jälkeen on hyvä lähteä mallintamaan tuotekonseptia.

Laakon (1998, 33) mukaan 3D-malli on huomattavasti visuaalisempi kuin 2D-piirustus, joten yhä useampi taho pystyy antamaan panoksena tuotekehitysprojektiin ajoissa. 2D-piirrustuksien hahmottaminen on hankalaa, joten esimerkiksi markkinoinnin saattaa olla vaikeaa saada oikeaa kuvaa siitä, miltä lopullinen tuote tulee todella näyttämään. 3D-suunnittelussa voidaan tärkeä palaute saada suunnitteluun riittävän ajoissa.

3D-mallintamisen avulla saadaan tuotteesta selkeä ja siisti kuva. 3D-mallintaminen Archicad-ohjelman avulla auttaa suunnitteluprojektissa luomaan tuotekuvan mahdollisimman lähelle todellisuuskuvaa.

Tuotesuunnittelussa otin myös hieman huomioon, kuinka liukuvat lasiovet kiinnitettäisiin vaatekaappiin. Vaatekaapinovi olisi siis lasia, jossa olisi digitaalisen printtauksen aikaan saama kuvio. Vaatekaapin lasiovet ovat mahdollista kiinnittää esimerkiksi alumiinikehykseen. Liukuovet kiinnitettäisiin kaappiin kiskojen avulla kaapin ulkoreunalle. Tuotteen ulkonäkö pysyy yhtenäisenä kokonaisuutena, jos liukuovet saataisiin niin sanotusti kaapin päälle. Tekniset ratkaisut tai tuotteen varsinaisen valmistustekniikan toteuttaminen kuuluvat jo muotoilulliseen tuotesuunnitte-

luun, mutta alustavan esimerkin tuotteen teknisille ratkaisuille halusin luoda. Suunnittelemani tuotekonsepti on mahdollista luoda ja valmistaa teollisesti.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 Tuloksena konseptit eri kohderyhmille

Tuloksena syntyivät konseptit kolmelle eri kohderyhmälle. Kuviot 37–39 ovat kohdistettu kolmelle eri kohderyhmälle. Ihminen on aina yhteydessä jollakin tapaa luontoon ja kaupungistakin kaivataan luonnon pariin. Kolme konseptia tuo luonnon kaikkien nähtäville. Kuvion 37 kauris kuosi sopii sekä lapsille että seniori ikään ehjineille. Vaatekaappi käy esimerkiksi luonnonläheiseen sisustustyyliin. Lastenhuoneen kuosiksi kauris käy erinomaisesti, koska kuvio on pehmeä ja miellyttävän lempeä silmälle.



Kuvio 37. Vaatekaappi, jossa printtinä on kauris (Kuva poistettu)



Kuvio 38. Tummanharmaa vaatekaappi, jossa printtinä on maailmankartta (Kuva poistettu)

Kuviossa 38 on musta vaatekaappi ja siinä printtinä on pilkuista muodostuva maailmankartta. Tämä vaatekaappi sopii esimerkiksi lapsiperheille, koska kaappi on itsessään jo hyvin opettavainen. Neutraalin ulkomuotonsa vuoksi kaappi käy lähes kaikille käyttäjille. Kuosi avartaa mielikuvitusta ja globaalia ajattelua.



Kuvio 39. Vaatekaappi, jossa printtinä on vaaleanharmaa oksa (Kuva poistettu)

Kuviossa 39 on vaatekaappi, jossa vaaleanharmaa oksa printti. Vaatekaapin printtikuvio on ajaton, geometrinen sekä luonnonläheinen. Kuosi on hillitty ja se sopii suuren kuluttajaryhmän mieleen.

8.2 Pohdintaa konsepteista

Kolme konseptia erottuu muista normaaleista vaatekaapeista. Kuosisuunnittelu on loputonta prosessia ja kuosiaiheita riittää loputtomasti. Kuosi tekee vaatekaapista persoonallisen ja erottuvan. Vaatekaappien mahdollisuudet selviytyä markkinoilla olisi mielestäni hyvät, koska kuoseilla saa vaatekaapista hyvin persoonallisen ja erottuvan. Geometrisillä kuvioilla varusteltu vaatekaappi kävisi maailmanlaajuiseen markkinointiin. Geometriset kuviot kestävät ajan ja ovat klassikoita. Oksakuvio on aina miellyttänyt ihmissilmää ja vaikutukseltaan rauhoittavan vakaa. Oksa kuviona on yksinkertaisen kaunis. Vaatekaapin, jossa on kauriskuosi markkinat näkisin skandinaavisissa ja pohjoisissa valtioissa. Se on luonnonläheinen, turvallinen ja kotoisa.

9 POHDINTA

Opinnäytetyön kolme erilaista vaatekaappikonseptia syntyi kattavan kirjallisuuskatsauksen ja markkinatutkimuksen avulla. Kuosisuunnittelussa käytin apuna asiantuntijoita sekä kuluttajien mielipiteitä. Tutustuin Suomen ja naapurimaiden markkinoilla oleviin trendikkäisiin säilytysjärjestelmiin. Kartoitin Suomen ja naapurimaiden alueelta markkinoilla olevia uutuus tuotteita. Kartoittaminen auttoi minua opinnäytetyön ideoinnissa sekä konseptisuunnittelussa. Inspiraation lähteenä on kolme seuraavaa teemaa: luonto, geometrinen ja hillitty. Näitä edellä mainittuja teemoja hyödynnettiin konseptien suunnittelussa. Tukholman kalustemessuilta 2014 löysin mielenkiintoisia uusia trendejä kalustesuunnittelun tueksi sekä osallistuminen seminaariin auttoi syventymään kalustesuunnitteluun ammattilaisen silmin.

Opinnäytetyössä uuteen digitaalisenprinttauksen teknologiaan perehtyminen antoi uusia mahdollisuuksia tuotesuunnitteluun. Tuotesuunnittelu sai aivan uuden suunnan, kun digitaalisenprinttaus nousi opinnäytetyön yhdeksi tärkeimmäksi tuotesuunnittelun kulmakiveksi. Lähdin suunnittelemaan lopulta vaatekaappien oviin ajatonta kuosia, joka olisi mahdollista printata lasille. Kolme käyttäjäkohderyhmää nousi konseptisuunnittelussa tärkeiksi elementeiksi. Kohderyhmät olivat kaupunkilaisperhe, maalaisperhe ja luontoa rakastava perhe. Kohderyhmistä on tehty elämäntapakuvakollaasit. Kohderyhmien elämäntavat, harrastukset ja sisustusratkaisut vaikuttivat konseptisuunnittelussa. Inspiraatio vaatekaappien suunnitteluun syntyi mielikuvituksellisista, mutta hyvinkin todennäköisiltä kohderyhmiltä.

E J Hiipakka Oy toimeksiantajana motivoi minua suunnittelemaan markkinoille erottuvan vaatekaappimalliston. Opinnäytetyön tuotesuunnittelua tein koko prosessin ajan. Tuotesuunnitteluun sain ideoita ja inspiraatiota Tukholman sisustus- ja kalustemessuilta 2014, toimeksiantajalta, asiantuntijoilta ja kyselytutkimuksesta.

LÄHTEET

- Conran, T. 2011. Sisustajan toimivat säilytystilat. Opas sisustamisen perusteisiin, suunnitteluun ja kalustamiseen. Suom. Irma Rissanen. Helsinki. Readme.fi.
- Holmberg, K. 2000. Kalustemuotoiludesign. Helsinki. Rakennusalan kustantajat.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere. Avaintulostus Oy.
- Liukkonen, J. 2014. Seinäjoen Ammattikorkeakoulu, Lifestyle opettaja. Asiantuntijahaastattelu 25.3.2014.
- Lähdetmäki, J. 2014. Tuotepäällikkö yrityksessä Rakla. Puhelinhaastattelu 19.3.2014.
- E J Hiipakka Oy. [Verkkolähde]. (Viitattu 22.1.2014). <http://www.ejh.fi/ejh/hiipakka/>
- E J Hiipakka. Since -1951-, Teollisuustuotteet, tuoteseloste. Saranat, vetimet, LED-valaisimet, laatikostot, keittiömekanismit ja -tarvikkeet, altaat, pintakäsittelymateriaalit, reunanauhat, työtasot, levyt. [Tuoteluettelo]
- Kettunen, I. 2001. Muodon palapeli. Porvoo. Helsinki WSOY.
- Keinonen, T. 2000. Miten käytettävyyttä muotoillaan? Helsinki. Taideteollisen Korkeakoulun julkaisusarja B 61.
- Kotler, P. 1999. Muuttuva markkinointi – luo, voita ja hallitse markkinoita. Suom. Maarit Tillman. Helsinki WSOY.
- Laakko, T. 1998. Tuotteen 3D-CAD-suunnittelu. Helsinki WSOY.
- Nevanpää, P. 2014. Yrittäjä yrityksessä Inaria Studio, Seinäjoki. Asiantuntijahaastattelu 18.2.2014.
- Porcelli, L. 2009. Tyylikkää säilytystilat. Toimivia tilaratkaisuja kodin kaikkiin huoneisiin. Suom. Heli Mäntyranta. Karkkila. Kustannus-Mäkelä Oy.
- Stockholm furniture and light fair 2014. [Verkojulkaisu]. (Viitattu 5.2.2014). <http://www.stockholmfurniturelightfair.se/program>.
- Stockholm furniture and light fair 2014. How to build a successful collection. Messuseminaari. Tom Dixon, Chris Martin, Enrico Fratesi ja Sandra Adrian Asplund. (Viitattu 7.2.2014).

Twenty Workshop techniques newsletter. 2001. The Workshop Project. Newsletter (2), 3. 2001. [Verkköjulkaisu]. (Viitattu 21.4.2014).
<http://www.pltlcs.org/sigcse10/20Techniques.pdf>

Viitala, A. 2014. Key Account/ Export Manager. E J Hiipakka Oy. Asiantuntijahaastattelu. 22.1.2014.

KUVALÄHTEET

Kuvio 1. Kuvakollaasi Inaria Studion vaatekaapeista

Inaria Studio, Inaria-galleria. 2012 uudet kuvat, liukuovikaapistot, varusteet, uusia lasivärejä. Verkkolähde:

http://www.inariastudio.fi/galleria/index.tpl?sivu_id=45 ja

http://www.inariastudio.fi/galleria/show.tpl?sivu_id=45;ryhma_id=18

Kuvio 2. Kuvakollaasi moderneista vaatekaapeista

Inaria Studio, Inaria-galleria. 2012 uudet kuvat, liukuovikaapistot, varusteet, uusia lasivärejä. Verkkolähde: http://www.inariastudio.fi/galleria/index.tpl?sivu_id=45 ja

http://www.inariastudio.fi/galleria/show.tpl?sivu_id=45;ryhma_id=18

Kuvio 3. Kuvia Tukholman sisustus- ja kalustemessuilta 2014, kuvat Helina Jokinen

Kuvio 4. Kuvia Tukholman sisustus- ja kalustemessuilta 2014, kuvat Helina Jokinen

Kuvio 5. Kilpailijakartoitus havainnollisestaan kartan avulla

Oppi, Euroopan valtiot, Julkaistu: 9.2.2014, 20.55. Peda.net. Verkkolähde:

<https://peda.net/oppimateriaalit/e-oppi/ylakoulu/maantieto/eurooppa/13-eujanne/kuvitus/kuvitus/euroopan-valtiot>

Kuvio 6. Lasitaidetta Atrium-ravintolassa, joka sijaitsee Australiassa

Digital Ceramic in-glass printing. Crown Metropol.

Verkkojulkaisu: http://www.diptech.com/Project_Gallery/Interior/Crown_Metropol

Kuvio 7. Kaupunkaisperheestä elämäntapakuvakollaasi

MENAISET. 2.5.2013. S.35. Simon Baker.

Kauniit Kodit. Ilmainen messulehti. 2013. s.9. Habitare 2013. Inaria Studio.

MENAISET. 7.2.2013. Gloriana! s.84

Gloriankoti. 3/2013. s.65.

MeNaiset. 2.5.2013. Värikkäästi sinun. s.47.

MeNaiset. 2.5.2013. Uudet klassikot. s.76.

MeNaiset. 18.4.2013. Volvo. s.123.

Deko. 2/2013. Kolhuja ja kulumaa. s.67.

Kuvio 8. Kuvakollaasi modernista tyyliuunnasta, joka sopii kaupunkilaisperheen sisustustyyliin

Avotakka. 2012.93 Näyttävä tapetti, yllätys ovella. Walldrobe-tapetti.

AIT (architectur, innearchitektur, technischer ausbau) 3/2012, 107.

Deko. 5/2012. Oma tyyli. 3, 4.

Avotakka. 9/2012. Ripustustilaa. Kodit ja tilat.

Avotakka. 9/2011. Näyteikkuna.

Avotakka. 9/2012. Inaria Studio. Inaria.

Deko. 6/2012. Keidasaidan takana. s.58.

Kuvio 9. Kuvakollaasi, jossa on väreiltään hillittyjä vaatekaappeja

Heidi Helenius. 2013. Vitrine wardrobe. Rediscover Novia University of applied sciences. www.novia.fi.

Avotakka. 9/2012. Montanan Wardrobe-moduulit. Formverk Hyvä ensivaikutelma. Peräkammarista framille.

Plaza koti. 8/2010. Kilpailijaliite. Huelsta. Juhlavuoden finaali.

Prointerior. 3/2011. TANK-studio. Ammattilais- sisustamisen ja tilasuunnittelun erikoislehti.

Kuvio 10. Maalaisperheestä elämäntapakuvakollaasi

Deko. 8/2013. Uusi kausi uudet ideat. s.4. Veikkauslotto.

Deko. 8/2013. Nyt ja aina. Kuvat Kaisa Rautaheimo. s.68.

Deko. 8/2013. s.68.

MeNaiset. 8.5.2013. Palanderit. s.14.

MeNaiset. 8.5.2013. s.12.

Gloriankoti. 3/2013. Villit leikit sallittu. s.48.

MeNaiset. Sport fitness Centi polkupyörä. s.37

Kotivinkki. 26.9.2012. s.80.

MeNaiset. 25.4.2013. s.100.

Kuvio 11. Luontoperheen elämäntapakuvakollaasi

Avotakka. 11/2013. Lasten suusta.

Gloriankoti. 11/2013. s.9. s.16. s.32. s.50. s.108.

Gloriankoti. 3/2013. s.65.

Avotakka. 11/2013. Basilikatarha. s.42.

Deko. 9/2013. Syyskuussa.

Kauniit kodit. Ilmainen messulehti 2013. Habitare 2013. Inaria Studio. s.9.

Kuvio 12. Luonnoksia vaatekaapeista

Kuvio 13. Luonnoksia vaatekaapin sisällön ratkaisuihin sekä lasiovista

Kuvio 14. Luonnos vaatekaapin valaistusratkaisuja

Kuvio 15. Luonnostelua erilaisista vaatekaapeista

Kuvio 16. Luonnostelua vaatekaapin sisällönratkaisuista

Kuvio 17. Vaatekaappien ulkonäön luonnostelua

Kuvio 18. Vaatekaapin ulkonäön suunnittelua luonnostellen

Kuvio 19. Luonnostelua eri kohderyhmille

Kuvio 20. Maailmankartta kuosi

Kuvio 21. Kaurisprintti-idea

Kuvio 22. Tree-printti-idea

Kuvio 23. Oksaprintti-idea

Kuvio 24. Vaatekaappi, jossa on kauris printti

Kuvio 25. Vaatekaappi, jossa on printtinä hirvilauma

Kuvio 26. Vaatekaappi, jossa on printtinä vaalea oksa sinisellä maitolasilla

Kuvio 27. Vaatekaappi, jossa on printtinä harmaa oksa

Kuvio 28. Tumman harmaa vaatekaappi, jossa printtinä maailmankartta

Kuvio 29. Vaalean puun värinen vaatekaappi, jossa turkoosilla maitolasilla on maailmankartta printtinä

Kuvio 30. Vaalea vaatekaappi, jossa viivoista muodostuva maailmankartta printti on vaalealla maitolasilla

Kuvio 31. Valkoinen vaatekaappi, jossa printtinä geometrisiä kuvioita

Kuvio 32. Valkoinen vaatekaappi, jossa myös geometrisiä kuvioita eri väreissä

Kuvio 33. Vaatekaappi, jossa printtinä on köynnös

Kuvio 34. Tumma vaatekaappi rungoltaan, mutta liukuovet olisivat valkoista maitolasia. Maitolasilla on kirsikkapuunoksa printtinä

Kuvio 35. Vaatekaapissa on lähes musta runko, mutta liukuovet ovat valkoista maitolasia. Printtinä ovissa on persoonallinen kirsikkapuunoksa.

Kuvio 36. Haastattelun pohjalta tulleet vastaukset ovat jaoteltuna

Kuvio 37. Vaatekaappi, jossa printtinä kauris

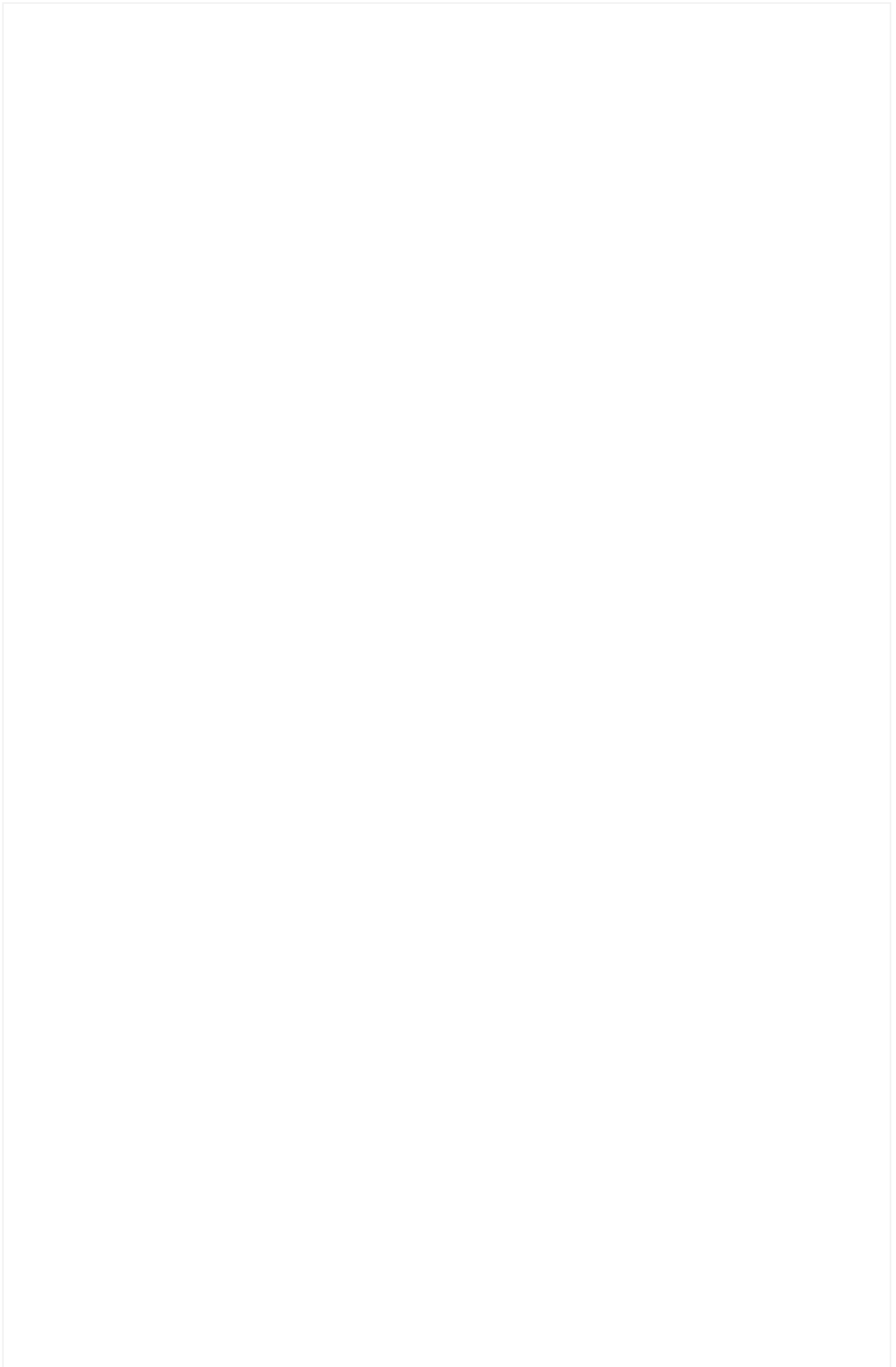
Kuvio 38. Tummanharmaa vaatekaappi, jossa printtinä maailmankartta

Kuvio 39. Vaatekaappi, jossa printtinä on vaaleanharmaa oksa

LIITTEET

LIITE 1 Lasille printti**Kuluttajahaastattelussa mukana olleet vaatekaappikonseptit.**

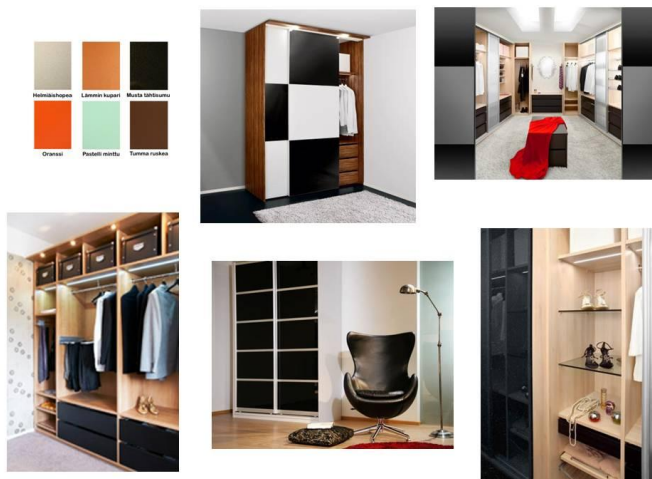
(Kuva poistettu)



LIITE 2. Taulukossa 1 on tehtynä kilpailijakartoitus Suomen vaatekaappivalmistajista ja niiden tuotteista.

KILPAILIJOITA SUOMESTA

Inaria Studio



Kuvalähde: Inaria Studio, Inaria-galleria. 2012 uudet kuvat, liukuovikaapistot, varusteet, uusia lasivärejä. Verkkolähde:

http://www.inariastudio.fi/galleria/index.tpl?sivu_id=45 ja

http://www.inariastudio.fi/galleria/show.tpl?sivu_id=45;ryhma_id=18

Niemen Tehtaat

Teollisuuskatu 7, 38210 Sastamala



Doorit säilytysjärjestelmät ovat yksi kilpaileva tuotemallisto. Heiltä löytyy liukuovi-kaappeja erilaisilla toimivilla mitoilla.

Kuvalähde:(<http://www.masku.com/tuotteet/c6-komerot/c61-liukuovikomerot/p1126-doorit/>)



Doorit liukuovikaappi (musta), 100 cm

Kuvalähde:(<http://www.masku.com/tuotteet/c6-komerot/c61-liukuovikomerot/p1125-doorit-liukuovikaappi-musta-100-cm/>)

Nurmela

Huonekalutehdas Nurmela Oy, Heikkiläntie 43, 61800 Kauhajoki.

Asiakkaiden toiveiden mukaan pystyvät toteuttamaan toimivan kalustekokonaisuuden.



Comea Basic on testatusti kestävä ja hiljainen liukuovimalli. Basic ovet asennetaan kaapiston sisään. Ovissa on kestävät teräskehukset, joihin on valittavissa useita maalattuja ja metallisävyjä. Liukuovien levyissä on tarjolla runsaasti erilaisia lasi-, peili-, ja kuosivaihtoehtoja. Kuvälähde: (http://www.comea.fi/liukuovet_basic)

Myllymäki, huonekalutehdas

Myllymäki Oy, Kankaankyläntie 64, 61460 Hanhikoski

Huonekaluissa korostuvat valmistuksen laadukkuus sekä kalusteen toiminnallisuudesta lähtevä muotoilu ja iloisuus. Tuotteemme tuovat inspiraatiota ja iloa arkeen hyväntuulisuudellaan, toimivuudellaan ja värikkyydellään.

Saatavana. [Verkkolähde]: <http://www.myllymakifurniture.fi/>



Komero

Kuvalähde:

(http://www.myllymakifurniture.fi/images/big/kick_180_58_ppelit_vane5d.jpg)

Stirpe Oy

Kristiinankaupunki

Stirpen säilytysjärjestelmiä räätälöidään täysin asiakkaan toivomuksien mukaan. Runko ja sisustus voi olla valkoinen tai värillinen, ratkaisut ovat rajattomat.



Kuvalähde:

(<http://www.stirpe.com/product.asp?sua=2&lang=1&s=65&nav=2001001>)

http://www.stirpe.com/Stirpe_Oy

LIITE 3. Taulukossa 2 on tehty kilpailijakartoitus Suomen naapurimaiden kilpailijoista ja niiden tuotteista.

KILPAILIJOITA RUOTSISTA JA NAAPURIMAISTA

Ikea, Ruotsi



Kuvalähde: (<http://www.ikea.com/fi/fi/catalog/products/70245792/>). Morvik vaatekaappi, Ikea.



Kuvalähde: (<http://www.ikea.com/fi/fi/catalog/products/S69029237/>). Pax vaatekaappi, Ikea.

Tank Indoor Systems; Viro

Säilytysjärjestelmät, liukuovet ja tilanjakajat

Tank Indoor Oy
Linnankatu 50
20100 Turku



Kuvalähde: (<http://www.isku.fi/news/view/keittiot-etusivu-ajankohtaista/1378098508716>)



Kuvalähde: (<http://www.isku.fi/keittiokalusteet/sailytyskalusteet>)

BoConcept, Tanska

Kansainvälinen huonekalubrändi, jonka alla myydään tuotteita kymmenissä maissa.



Kuvalähde: (<http://www.boconcept.com/en->

us/furniture/sleeping/wardrobes/9973/wardrobe-with-sliding-doors--excl--interior)

Liite 4. Asiantuntijahaastattelua koskeva lomake

Kevään 2014 opinnäytetyön asiantuntijahaastattelu

Paikka ja aika: Seinäjoki, 18.2.2014.

Haastateltava: Päivi Nevanpää

Yritys: Inaria Studio, Seinäjoki

Haastattelija: Helina Jokinen,

Teollisen kalustemuotoilun opiskelija, Seinäjoen Ammattikorkeakoulu

Kysymykset:

1. Kerro hieman Inaria Studio yrityksestä? Missä tavara tehdään? Missä sijaitsee päätoimipiste?
2. Mikä on uusinta komeroissa ja säilytysjärjestelmissä, mitä markkinoille on tullut?
3. Mitä kaikkia varusteita on saatavissa säilytysjärjestelmiin?
4. Tykkäävätkö asiakkaat enemmän liukuovista vai saranoilla olevista ovista?
5. Onko säilytysjärjestelmiin mahdollista saada varusteluna valaisimia? Onko valaisimien suosio noussut? Entä mihin asiakkaat haluavat valaistusta eniten?
6. Minkälaisia säilytysjärjestelmiä/ komeroita menee eniten kaupaksi?
7. Onko teillä valikoimassa moduulimaisia säilytysjärjestelmiä/ komeroita?
8. Mistä materiaaleista asiakkaat eniten pitävät ja ostavat (säilytysjärjestelmät, komerot, kaapit)?
9. Minkälaisena sinä näet hyvän ja toimivan säilytysjärjestelmän/ komeron?
10. Jos markkinoille tulisi uusi säilytysjärjestelmä/komero/kaappi, niin mitä odottaisit siltä? Mitä varusteluita siinä tulisi olla? Mitkä ovat tärkeimmät varustelut?