

KOMMO▲



LASISESTA SUSHIASTIASTOSTA BRÄNDIKSI



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
KULTTUURIALA

KOMO

LASISESTA SUSHIASTIASTOSTA BRÄNDIKSI

TEKIJÄ/T: Eveliina Mukala

Koulutusala Kulttuuriala			
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Eveliina Mukala			
Työn nimi KOMO – Lasisesta sushiastastosta brändiksi			
Päiväys	14.5.2014	Sivumäärä/Liitteet	60/3
Ohjaaja(t) Merja Vallius			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)			
Tiivistelmä <p>Lähtökohdat opinnäytetyölle löytyivät tekijän haavesta omasta lasialan yrityksestä, jossa tekijä itse suunnittelee ja valmistaa käsityönä piensarjatuotantoa tasolasitekniikoilla. Tietoisuus lasialan työtilanteesta ja omat valinnat opintojen kuluessa ovat ajaneet tekijää tuon haaveen tavoittelua kohti. Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda perustaa omalle yritykselle suunnittelemalla sen tuotantoon sopiva tuotesarja. Tuotesarjaksi valikoitui sushiastaston suunnittelu. Sushi oli aiheena ajankohtainen tuotesarjalle sen saavuttaman suuren suosion vuoksi ja lautasten valmistaminen sopi erinomaisesti tasolasitekniikoilla valmistettavaksi.</p> <p>Astiaston suunnittelun tärkeimpiä tavoitteita oli löytää tuotantotehokkaita ratkaisuja tuotteiden valmistamiseen sekä hyödyntää lasimateriaali mahdollisimman tehokkaasti ja ekologisesti unohtamatta tuotteen onnistunutta muotoilua ja tekijän omaa tunnistettavaa tyyliä.</p> <p>Suunniteltuun sushiastastoon kuuluu kolme lautaskokoa; tarjoilulautanen, ruokalautanen ja pieni kulho soijakastikkeelle. Astiastolle luotiin sitä hyvin kuvaava nimi sekä logo ja pohdittiin hieman syvemmin astiaston brändin kehittymiseen vaikuttavia tekijöitä. Lautasille laskettiin hinta kustannusperusteisesti.</p> <p>Opinnäytetyössä pohditaan sosiaalisen median käyttämistä markkinointikanavana ja valmistuneelle sushiastastolle luotiin omat Facebook –sivut markkinointiväyläksi.</p>			
Avainsanat Lasi, sushi, astiasto, lautanen, brändi			

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author(s) Eveliina Mukala			
Title of Thesis			
Date	14.5.2014	Pages/Appendices	60/3
Supervisor(s) Merja Vallius			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>Authors baseline for this Thesis was found by following on her dream of her own glasscompany, wich author designs and produces the products by herself with glass fusing techniques. Awerness of area of work with glass and her own choices during the studies has driven her for reaching that dream. The meaning of this Thesis was to create a base for the potential glasscompany. This was done by designing a product that would be suitable for the companys production. Author chosed to design a sushi dish set because of its grace nowadays. Plates are also very suitable product for glass fusing techniques.</p> <p>The most important goals for designing the sushi plates was to found effective methods for the working process of making the plates and to benefit the glass material as good and as ecological as possible without forgetting the successful design of the product and authors own identifiable style.</p> <p>The sushi dish set that was made contains three sizes; big plate for serving, middle size plate for eating and a small bowl for soy sauce. Author created a name and a logo which repesents the dish set. Author also thought about the backgrounds of the sushi plates to create a base for the companys brand. Prices for the plates was count by basing on expenses of the making process.</p> <p>At the thesis author considered using social media for marketing the sushi dish set and published Facebook pages for it.</p>			
<p>Keywords glass, sushi, dish set, plate, brand</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6	5.3	REUNOJEN HIOMINEN.....	31
1.1	OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT	7	5.4	TAIVUTUSPOLTTO JA ONGELMANRATKAISUA	33
1.1.1	MIKSI SUSHIASTIASTO?.....	7	6	VALMIS SUSHIASTIASTO	35
1.2	OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET.....	8	6.1	NIMI SUSHIASTIASTOLLE –KOMO	37
2	SUSHI.....	9	6.2	LOGO.....	38
2.1	SUSHIN HISTORIAA.....	9	7	BRÄNDI.....	39
2.2	SUSHIN KASVAVA SUOSIO.....	10	7.1	LAUTASISTA BRÄNDIKSI.....	42
2.3	SUSHIASTIASTOT	11	8	HINNOITTELU.....	43
3	SUSHIASTIASTON SUUNNITTELUPROSESSI.....	13	8.1	SUSHILAUTASTEN HINNAN MÄÄRITTÄMINEN.....	44
3.1	MINÄ LASIMUOTOILIJANA.....	14	9	KILPAILEVIA YRITYKSIÄ JA BENCHMARKINGIA	46
3.2	EKOLOGISUUDEN JA EETTISYYDEN HUOMIOINTI SUUNNITTELUSSA	16	9.1	ANU PENTTINEN – NOUNOU DESIGN.....	46
3.3	ASIAKASKOHDERYHMÄN POHTIMINEN	17	9.2	KATARIINA SARIMO – SARIMO DESIGN.....	48
3.4	TUOTANTOTEHOKKUUS SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHTANA.....	19	9.3	KOMO KILPAILIJOIDEN JOUKOSSA	49
3.4.1	MUODON JA KOON SUUNNITTELU	20	10	SOSIAALISET MEDIAT MARKKINOINTIKANAVANA	51
3.5	KUVAPINNAN SUUNNITTELU.....	22	10.1	KOMON JULKAISEMINEN FACEBOOKISSA	52
3.5.1	KUVAPINNAN TOTEUTTAMISEN SUUNNITTELU	24	11	KÄYTTÖKOKEMUKSIA ASTIASTOSTA	54
4	TAIVUTUSMUOTTI KAOLIINILEVYSTÄ.....	25	12	POHDINTA.....	55
4.1	KAOLIINI.....	25	12.1	KUINKA ONNISTUIN TAVOITTEISSANI?	55
4.2	TAIVUTUSMUOTTIEN SUUNNITTELU	26	12.2	KOMON TULEVAISUUS?.....	56
4.3	KAOLIINILEVYN TYÖSTÄMINEN TAIVUTUSMUOTEIKSI	27	KUVALUETTELO	58	
4.4	TAIVUTUSMUOTTIEN POLTTAMINEN JA VIIMEISTELY.....	28	LÄHTEET.....	59	
5	SUSHILAUTASTEN VALMISTUS.....	29	LIITE 1: UUNIOHJELMAT.....	61	
5.1	LASIN LEIKKAAMINEN	30	LIITE 2: LIIKEVAIHDON LASKEMINEN.....	62	
5.2	YHTEENSULATUS.....	31	LIITE 3: LAUTASTEN HINNAN LASKEMINEN	63	

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö toimi itselleni ensimmäisenä ponnistuksena kohti yrittäjyyttä. Opinnäytetyöni on tutkimusta ja pohdintaa siitä, millä tavalla haluaisin tulevaisuudessa jatkaa lasin parissa työskentelyä ja voisiko se olla kannattavaa. Opinnäytetyöni pyrki selvittämään sitä, millaisessa tuotteessa olisi potentiaalia oman yrityksen tuotantoon asti. Opinnäytetyössäni suunnittelin ja valmistin koesarjan KOMO –nimisestä sushiastiasosta sekä pohdin tuotteiden ja yrityksen brändiä.

1.1 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

Lähtökohdat opinnäytetyöni aiheen pohtimiseen lähti tulevaisuuden haaveistani toimia yrittäjänä, joka suunnittelee ja valmistaa itse käsityömenetelmin lasituotteita piensarjatuotantona. Valinnat opinnoissani ja tietoisuuteni lasialalla työskentelystä Suomessa ovat ajaneet minua kohti yrittäjyyttä. Minulle oli luontevaa ja merkityksellistä linkittää opinnäytetyöni yrittäjyyteen. Olen suorittanut opintoihin liittyvät harjoittelut pienissä yhden hengen yrityksissä, joista olen saanut perspektiiviä lasialan yritysten toimintaan Suomessa.

Opinnäytetyön puitteissa oli mitä mainioin tilaisuus päästä pohtimaan oman yrityksen tuotteita, niiden valmistustapaa, testata toimivuutta ja hankkia palautetta. Halusin myös päästä suunnittelemaan sellaisia tuotteita, jotka kuvastaisivat onnistuneesti omaa tyyliäni lasimuotoilijana.

Opintojeni aikana minulle kaikkein ominaisimmaksi tekniikaksi on muodostunut tuotteiden tekeminen tasolasista yhteensulattamalla ja taivuttamalla. Halusin jatkaa tuon tekniikan parissa myös opinnäytetyössäni.

1.1.1 MIKSI SUSHIASTIASTO?

Kuinka aiheeksi sitten valikoitui sushiastian suunnittelu? Halusin suunnitella opinnäytetyökseni lautasia, sillä ne ovat tuote, joka sopii erinomaisesti tasolasista valmistettavaksi. Lisäksi minua kiinnostaa enemmän käyttö- kuin koriste-esineiden tekeminen. Lautasessa minua kiehtoo mahdollisen kuvapinnan laajuus ja sen toteutustavat tasolasitekniikoilla.

Valitsin lautasille käyttötarkoituksen, joka ohjaisi tuotteiden suunnittelua. Sushi on muutaman viimevuoden ajan kasvattanut suosiotaan, joten se on aiheena ajankohtainen ja vetovoimainen. Pidän itse sushista, ja idea sushilautasten suunnitteluun syntyi erään sushi-illan aikana.

1.2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET

Opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä pohjatyötä omalle lasialan yritykselle suunnittelemalla yrityksen tuotantoon sopiva tuotesarja. Tavoitteena oli suunnitella ja valmistaa toimiva ja mielenkiintoinen, huomiota herättävä erilainen sushiastiasto sellaisella työmenetelmällä, joka on totuttu ehkä enemmän mieltämään uniikin taidelasin tekemiseen. Astiaston suunnittelun ja valmistamisen lisäksi tavoitteena oli rakentaa pohjaa omalle yritykselle brändin pohtimisen kautta. Tämän toteutin suunnittelemalla astiaston tyyliin sopivan nimen ja logon tarkkaan sekä pohtimalla tuotteiden taustaa ja sanomaa.

Tärkeimpiä tavoitteita lautasten suunnittelussa olivat käytettävyydeltään toimivan sushiastiaston suunnittelu ja tuotannollisesti tehokkaiden ratkaisujen löytäminen tasolasin kanssa työskentelyyn. Pyrin tekemään käsityönä toteutettavasta valmistusprosessista mahdollisimman sarjavalmistaiseen unohtamatta omaa tyyliäni ja tuotteiden laadukasta muotoilua. Tavoitteena oli löytää sopivaa sujuvuutta ja tehokkuutta tekemiseen. Tämän takia en kokenut pelkän suunnittelutyön riittävän opinnäytetyölleni, vaan tavoitteiden täyttämien vaatisi koesarjan valmistamisen. Tavoitteena oli suunnitella onnistuneet tuotteet, jotka loisivat

perustaa mahdollisen oman yrityksen tuotannolle, ilmeelle ja toimintatavoille.

Tehokkaan ja nopean valmistuksen ansiosta tuotteen kustannukset saadaan pidettyä alhaisempina ja hinta käyttötuotteen ostajalle järkevämpänä.

Opinnäytetyölleni aihetta pohtiessa törmäsin zero waste –nimiseen menetelmään vaatesuunnittelussa, jossa vaate kaavoitetaan kankaalle niin, ettei leikkuujätettä pääse syntymään (Rosenström 2013). Tämä ekologinen ajattelutapa yhdistyi omien arvojeni lisäksi myös erinomaisesti tuotantotehokkaiden työmenetelmien tavoitteluun, joten tuon menetelmän käyttäminen ja soveltaminen nousi myös yhdeksi tärkeäksi tavoitteeksi opinnäytetyölleni.

SUSHI

2.1 SUSHIN HISTORIAA



Kuva 1 Maki ja nigiri sushi (Mukala 2014)

Sushi on aikoinaan syntynyt kalansäilytyksen sivutuotteena. Eteläisessä Aasiassa oli tapana jo 500 eaa. säilyttää raakaa kalaa suikaleina riisiviinietikalla maustetussa riisissä. Kalaa säilytettiin riisissä jopa vuosi, jonka aikana käymisprosessi teki kalasta syötävää. Ajan kuluessa käymismenetelmä kehittyi nopeammaksi, vain muutaman päivän mittaiseksi, jolloin etikassa maustunut riisi saatettiin myös syödä kalan kanssa. Joillain alueilla tätä käymismenetelmää käytetään vieläkin ja sitä kutsutaan nare-sushiksi. (Yoshii 1998, 10).

Käymismenetelmän odottamiseen kärsimättömät ihmiset Edon, eli nykyisen Tokion alueella keksivät lisätä riisiviinietikkaa riisiin tuomaan siihen käymisen tuottaman pikantin maun ilman päiviä kestävästä käymisestä. Noihin aikoihin sushissa ei myöskään käytetty tämän päivän sushille tunnusomaisesti raakaa kalaa, vaan se marinoitiin, keitettiin soijassa tai grillattiin. Ajan kuluessa kalan käytön kirjo laajeni ja raakaa kalaa alettiin käyttää sushissa. (Yoshii 1998, 10)

1800-luvun alussa Yohei Hanaya alkoi tarjoilla kotikadullaan sushia omasta pienestä myyntikojustaan, josta nykysushi ja

Yhdysvaltoihin asti levinneen katusushikojut saivat alkunsa. 1950-luvulle asti sushia tarjottiin lähinnä myyntikojuista, jonka jälkeen sushiravintolat alkoivat Japanissa yleistyä ja myyntikojut kadota. (Yoshii 1998, 10).

Sushin perustana on riisiviinietikalla maustettu riisi, jota sana *sushi* varsinaisesti tarkoittaa. *Sashimilla* puolestaan tarkoitetaan raakaa kalaa, joka on toinen sushin tärkeimmistä raaka-aineista. Vaikka sushi yleensä tunnetaan raaka-ainesta kalasta, voi kala tai muut raaka-aineet olla myös kypsennettyjä. Tärkeintä sushiin valittavissa raaka-aineissa on niiden ehdoton tuoreus ja japanilaisten sushiravintoloiden menu yleensä muodostuukin päivittäin kalatorilta saatavien tuotteiden mukaan. (Yoshii 1998, 6).

Sushit ovat pieniä suupaloja, jotka tyyppillisesti kastetaan soijakastikkeeseen sekä piparjuuresta valmistettuun voimakkaaseen wasabitahnaan. Sushi syödään syömäpuikoin tai käsin. Sushityypeistä tunnetuimpia ovat varmasti makit ja nigirit (Kuva 1 s. 9).

2.2 SUSHIN KASVAVA SUOSIO

Sushilla on Japanissa pitkä historia ja viime vuosien aikana se on alkanut nostaa päätään myös länsimaissa. Siitä on tullut trendikästä ruokaa ja Suomessakin katukuvassa näkyy sushiravintoloita yhä enenevässä määrin. Ehkä innostus sushin syömiseen liittyy myös valloillaan olevaan trendiin terveellisistä elämäntavoista ja puhtaasta ruoasta, sillä sushit sisältävät vain vähän rasvaa ja paljon hyviä ravintoaineita.

Ravintoloista sushi alkaa levittäytyä yhä tiiviimäksi osaksi arkiruokailuamme. Merilevää ja muita aineksia sushin valmistamiseen on jo helppo löytää ruokakaupan hyllyiltä ja onpa sushi päässyt keulakuvaksi myös VR:n uudistuneiden ravintolavaunujen ruokalistoille (Pirskanen 2014).

2.3 SUSHIASTIASTOT

Sushia voi tarjoilla ja syödä käytännössä millaiselta tahansa lautaselta, joten sen suhteen lähtökohdat sushiastiastoni suunnittelulle olivat melko vapaat. Japanissa sushi käsitetään taiteen lajiksi

Perinteisessä japanilaisessa sushibaarissa sushi tarjoillaan sushimestarin valmistamana suoraan tiskiltä lautasen virkaa toimittavalle tasaiselle alustalle yksi sushipala kerrallaan, jonka asiakas syö joko sormin tai puikoin. Ehkä länsimaisempi tapa ravintoloissa on tilata sushia tietty kappalemäärä, joka tarjoillaan lautasella suoraan pöytään. Näiden lisäksi on myös sushibaareja, joissa sushiannokset kiertävät liukuhihnalla, josta asiakkaat voivat valita mieleisiään annoksia.

Lautasten lisäksi sushin tarjoilukattaukseen kuuluu pieni astia soijakastikkeelle sekä mahdollisesti syömäpuikkojen pidike, jottei syömäpuikkoja tarvitse ruokailun ohessa laskea suoraan kosketukseen pöydän kanssa. Usein näistä elementeistä yhdistetään myös kokonaisuuksia, kuten saksalainen muotoilija Heike Scharm on tehnyt yhdistämällä lasiseen sushilautaseensa soijakastikekulhon (Kuva 2 s. 12). Lautasten koko voi riippua tarjoiltavien sushien määrästä laajalla skaalalla.

Ehkä eniten käytetty muoto sushilautasessa on suorakaiteen muoto ja yleisin materiaali maanläheinen keramiikka, jota myös keraamikko Ulla Fogelholm on käyttänyt sushilautasissaan (Kuva 3 s. 12). Keramiikan ja lasin lisäksi materiaalina lautasissa nähdään käytettävän usein myös puuta.



Kuva 2 Heike Scharmin lasinen sushiastiasto (Scarm)



Kuva 3 Ulla Fogelholmin sushiastiastoissa on maanläheinen sävy ja muotoilu (Fogelholm)

3 SUSHIASTIASTON SUUNNITTELUPROSESSI

Sushiastian suunnittelussa minulle tärkeintä oli kehittää tuotantotehokasta työskentelytapaa omaa tyyliäni kuvastavien tuotteiden tekemiseen tasolasista. Suunnittelin tuotteiden valmistustekniikan tarkkaan ennen valmistamista.

3.1 MINÄ LASIMUOTOILIJANA

Käsillä tekeminen on minun juttuni. Rakastan piirtämistä, mutta lasin kanssa työskennellessä minun on yleensä helpompi käsitellä ideani mielessäni pohtien ja materiaalin kautta kokeillen.

Lasitöilleni yhteisiä tekijöitä ovat voimakkaat kontrastit, mustavalkoisuus, tietynlainen yksinkertaisuus ja selkeät linjat (Kuvat 5 ja 6 s. 15). Pysin lasin kanssa työskennellessäni kulkemaan materiaalin ehdoilla ja löytämään sellaisia ratkaisuja ja työmenetelmiä, jotka palvelevat parhaiten lasin käyttäytymistä. Lasissa minua kiehtovat opaalit, eli läpinäkymättömät värit sekä toisinaan läpinäkymättömyyden suhde läpinäkyvään (Kuva 4).

Nautin eniten tasolasin parissa työskentelystä. Lasilevyt antavat mahdollisuuden palapelimaiseen rakentamiseen ja tarkkalinjaisiin väripintoihin. Pääsen kosketuksiin lasin kylmän ja kuumen puolen kanssa muotoillessani tuotteiden osat kylmänä ja sulattamalla ne yhteen uunissa.

Kuva 4 Tekijä tuotteiden takana (Pépin 2014)





Kuva 5 Kuopio-Hallin joulumarkkinoille 2011 suunnittelemani tuikku (Mukala 2011)



Kuva 6 Asiakastyönä toteutettu tarjoilulautanen (Mukala 2012)

3.2 EKOLOGISUUDEN JA EETTISYYDEN HUOMIOINTI SUUNNITTELUSSA

Mielestäni muotoilijan ja käsityöläisen ammattiin kuuluu pohtia tuotteidensa kestävyyttä, käytettävyyttä ja perustella niiden tarvetta tähän maailmaan, joka täyttyy tavaralla. En kannata kertakäyttökulttuuria, jossa sisustusta, tavaroita ja vaatteita vaihdetaan jatkuvasti muodin mukana. Muotoilijana ja käsityöläisenä olen vastuussa tuotteideni tarkoituksen mukaisuudesta, valmistusmenetelmistä, materiaalivalinnoista ja alkuperästä. Haluan tehdä omat tuotteeni käsin, koska nautin itse tekemisestä ja näin voin myös seistä tuotteideni alkuperän takana. Tiedän, mistä tuotteeni tulevat, kenen valmistamina ja millaisissa olosuhteissa.

Tuotteen käyttöikänsä ja sen myötä tuotteen ekologisuuteen vaikuttava merkittävä tekijä on tuotteen aikaa kestävä muotoilu. Ajaton, mutta silti aina tuoreelta näyttävä tuote kestää käyttöä sukupolvelta toiselle.

Opinnäytetyössäni valitsemani lasimateriaali, värillinen tasolasi Effetre on materiaalina varsin epäekologinen, sillä se ei varsinaisesti ole kierrätettävissä eikä se kestä rajattomasti uudelleen sulattamista. Minulle oli tärkeää pohtia ekologisuutta niin materiaalin kuin ylipäättään tuotannon toimivuudenkannalta, ja tässä kohtaa zero waste –suunnittelu

astui kuvioihin. Näin tuon vaatesuunnittelussa käytettävän ideologian sovellettavaksi ja järkeväksi ratkaisuksi myös tasolasista tuotteita suunniteltaessa, erityisesti sarjavalmisteisia tuotteita. Lasilautasen voi kaavoittaa lasilevyille ikään kuin vaatteen kankaalle.

Zero wasten eli leikkuujätteen syntymättömyyden noudattaminen täydellisesti on tasolasilevyjen kanssa kuitenkin mahdotonta, mikäli haluaa valmistaa yhtenäistä tuotesarjaa. Värilliset lasilevyt ovat poikkeuksetta reunoiltaan epätasaisia ja röpelöisiä. Uniikkien tuotteiden tekemisessä olisi helpompi suunnitella tuotteita yksilöllisesti epätasaisen lasilevyjen mukaan.

Oman opinnäytetyöni kohdalla zero waste antoi hyvän ohjenuoran sushilautasten suunnittelemiseen ja valmistamiseen materiaalin parhaalla tavalla hyödyntämiseksi tuotantotehokkaasti.

Omassa yrityksessäni tuotannon ohessa syntyvää leikkuujätettä voisin hyödyntää uniikkien tuotteiden tekemiseen tai vaikkapa uunivaluina toteutettuihin lasiveistoksiin. Esimerkiksi lasimuotoilija Anu Penttinen on tehnyt taideteoksia, jotka on valmistettu nimenomaan tasolasilevyjen röpelöisistä reunoista yhteen sulattamalla.

3.3 ASIAKASKOHDERYHMÄN POHTIMINEN

Yksi suunnittelulle tärkeä lähtökohta on pohtia sitä, kenelle tuotetta suunnittelee. Vaikka opinnäytetyössäni suunnittelen tuotesarjaa omalle yritykselleni, en voi suunnitella tuotetta vain itselleni vaikka potentiaalisen ostajan ja minun arvo- ja ajatusmaailmoissani todennäköisesti onkin paljon samaa.

Pohdin asiakaskohderyhmääni rakentamalla ajatuskartan (Kaava 1) kohdeasiakkaan arvoista ja kiinnostuksen kohteista sekä keräämällä kuvakollaasia kohdeasiakkaan tyylistä (Kuva 7 s. 18).

Kollaasin ja ajatuskartan perusteella kohdeasiakkaani olisi henkilö, joka kiinnittää huomiota visuaalisiin asioihin ja etsii kotiinsa ja pukeutumiseensa persoonallisia elementtejä. Hän lukee sisustus-, ruoka- ja muotilehtiä ja blogeja ja on sitä myöten perillä uusista trendeistä ja tuntee merkkituotteet. Hän on kiinnostunut tarinasta tuotteen takana ja haluaa olla tietoinen siitä, mihin rahansa sijoittaa. Kohdeasiakkaani arvostaa illanistujaisia hyvän ruoan, viinin ja ystävien seurassa.



Kaava 1 Ajatuskartta kohdeasiakkaasta (Mukala 2014)

Koska kohderyhmäni tuotteen suunnittelulle on enemmän yksityishenkilö kuin ravintolat, halusin ottaa sushilautasten suunnittelussa huomioon myös lautasten monikäyttöisyyden. Yksityishenkilölle on tuotella enemmän käyttöarvoa, jos sen käyttöä ei ole rajattu liian tarkkaan johonkin tiettyyn käyttötarkoitukseen.



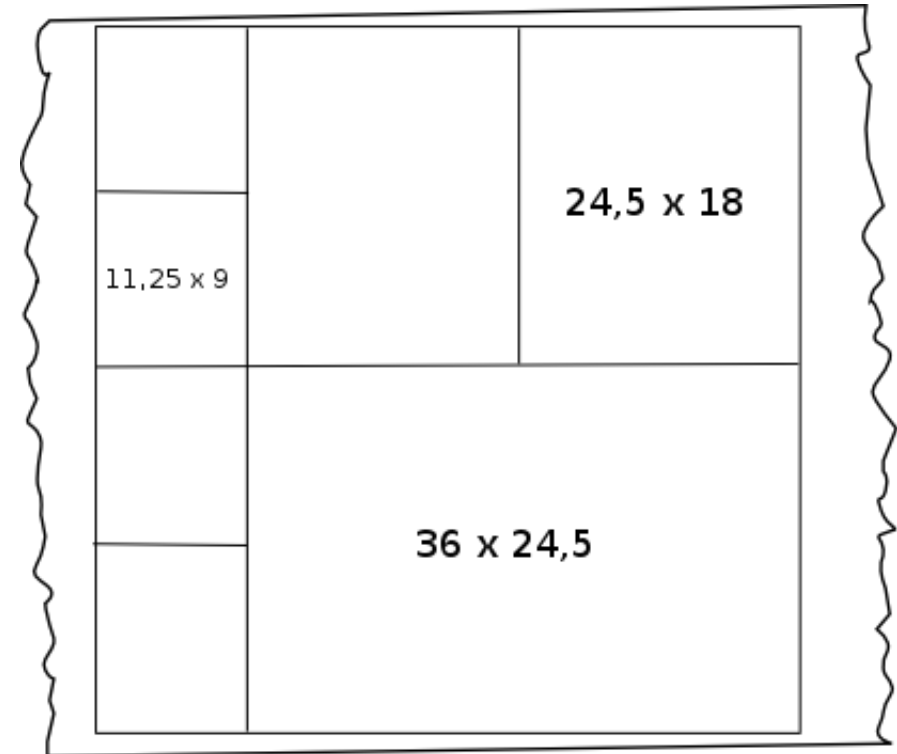
Kuva 7 Kollaasi kohdeasiakkaan tyylistä (Mukala 2014)

3.4 TUOTANTOTEHOKKUUS SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHTANA

Yksi tärkeimmistä tavoitteistani opinnäytetyölleni oli löytää tehokkaita työmenetelmiä ja kehittää tasolasista lautasten tekemistä mahdollisimman sarjavalmistaiseksi. Tämän lisäksi ja tuon tavoitteen tueksi halusin soveltaa zero waste –menetelmää sushiastiastoni suunnittelussa. Tuotteen ulkomuotoa ja tyyliä miettiessä muotoilijan tulee aina olla tietoinen myös siitä yhteydestä, mihin tuote tulee asettumaan (Kettunen 2001, 19).

Sushilautasten koon ja muodon suunnittelun perustana toimi käyttämäni materiaali, eli noin 50x50cm kokoiset ja 3mm vahvuiset Effetre -lasilevyt. Halusin pyrkiä mahdollisimman vähäiseen ja optimaalisessa tapauksessa täysin syntymättömään leikkuujätteeseen, mutta valitettavasti tasolasilevyt ovat yleensä reunoiltaan varsin epätasaisia ja röpelöisiä.

Jotta saisin lasilevyn reunojen epätasaisuuksista huolimatta leikattua saman määrän lautasia levystä kuin levystä, suunnittelin lautaset mahtumaan 49x45cm alueen sisälle (Kaava 2). Muutama senttimetri antaa pelivaraa leikkaamiselle ja kaavan piirtämiselle lasilevylle ja testatessani usealle lasilevylle tuo mitta tuntui sopivan hyvin.



Kaava 2 Lautasten koon suunnittelu lasilevyn mukaan (Mukala 2014)

Ideaalista zero waste -menetelmän mukaan olisi ollut, jos lasilevyt olisivat suorakulmaisia ja tasasivuisia, mutta koska näin ei ole täytyi tehdä kompromisseja. Pientä leikkuujätteen määrää tärkeämpää minulle oli astioiden siisti ja yhtenäinen lopputulos, joten siksi mitoitin lautaset mahtumaan tuolle 45x49cm alueelle. Kaikki lautaset on myös järkevää suunnitella sarjavalmisteisuuden takia tuohon samaan malliin, eikä esimerkiksi kunkin levyn mittojen mukaan, riippuen lasilevyn tasaisuudesta tai epätasaisuudesta. Reunoista jäävää leikkuujätettä ei kuitenkaan missään nimessä tarvitse heittää roskiin vaan sen voi hyödyntää esimerkiksi uniikkien tuotteiden tai taideteosten valmistamiseen.

3.4.1 MUODON JA KOON SUUNNITTELU

Suunnittelin astiaston koostuvan kolmesta erikokoisesta lautasesta; suuri tarjoilulautanen, ruokalautanen, sekä soijakastikkeelle tarkoitettu pieni lautanen. Halusin jokaisesta astiaston osasta erillisen enkä esimerkiksi yhdistää soijakastikekulhoa ruokalautaseen, jotta lautaset ovat monikäyttöisempiä eivätkä liian spesifioituja tiettyä käyttötarkoitusta varten. Kolme lautaskokoa muodostaa yhtenäisen sarjan ja mahdollisuuden erilaisiin kattauksiin.

Suunnittelin lautaset kokonsa puolesta toisiinsa sopiviksi ja toimivasti pinoutuviksi. Suurin lautanen on kooltaan 36cm x 24,5cm. Keskikokoinen lautanen on puolet suuresta lautasesta, 24,5cm x 18cm ja pienin lautanen on sen kahdeksasosa eli 11,25cm x 9cm. Näin lautaset ovat muodoltaan ja kooltaan toisiinsa hyvin sopivia niin pinoamisen kuin kattausten rakentamisen puolesta.

Jotta sain hyvän käsityksen lautasten muodosta ja koosta, valmistin todellisen koon mukaisia paperimalleja (Kuva 9 s. 21). Paperimallien avulla pystyin testaamaan myös lautasiin erilaisia variaatioita reunan leveydestä sekä korkeudesta. Halusin lautasiin selkeän nousevan reunan, jotta ne ovat monikäyttöisiä myös muiden ruokalajien tarjoiluun sushin lisäksi. Reunallinen lautanen on myös käytettäessä helpompi nostaa pöydältä kuin tasainen levy. Reunan suunnittelussa etsin lautasten kokoon ja suorakaiteen muotoon tasapainoista ja neutraalia ratkaisua, en halunnut reunan olevan muotoon nähden liian kapea tai liian leveä. Päädyin tekemään lautasiin 3cm leveän ja 2cm korkean reunan (Kuva 8 s. 21).



Kuva 8 (Yllä) Havaintokuva lautasen pohjan ja reunojen muodosta sivusta katsottuna (Mukala 2014)

Kuva 9 Lautasten muodon ja kuvioinnin suunnittelua (Mukala 2014)

3.5 KUVAPINNAN SUUNNITTELU

Minulle oli selkeää, että halusin astiastoon voimakkaita kontrasteja ja mustavalkoisuutta. Aikaisemmin asiakkaalle tarjoilulautasta suunnitellessa eteen on tullut kysymys, syökö lautasen kauttaaltaan kattava voimakas kuviointi tarjottavan ruoan houkuttelevuutta. Päädyin jälleen sushiastioita suunnitellessa pohtimaan tätä kysymystä. Aikaisemmassa projektissa tarjoilulautasen kanssa päädyttiin asiakkaan toiveiden mukaan jättämään kuviointi kiertämään pelkästään lautasen reunaan, jotta esille asetettava ruoka pääsee oikeuksiinsa (Kuva 6 s. 15).

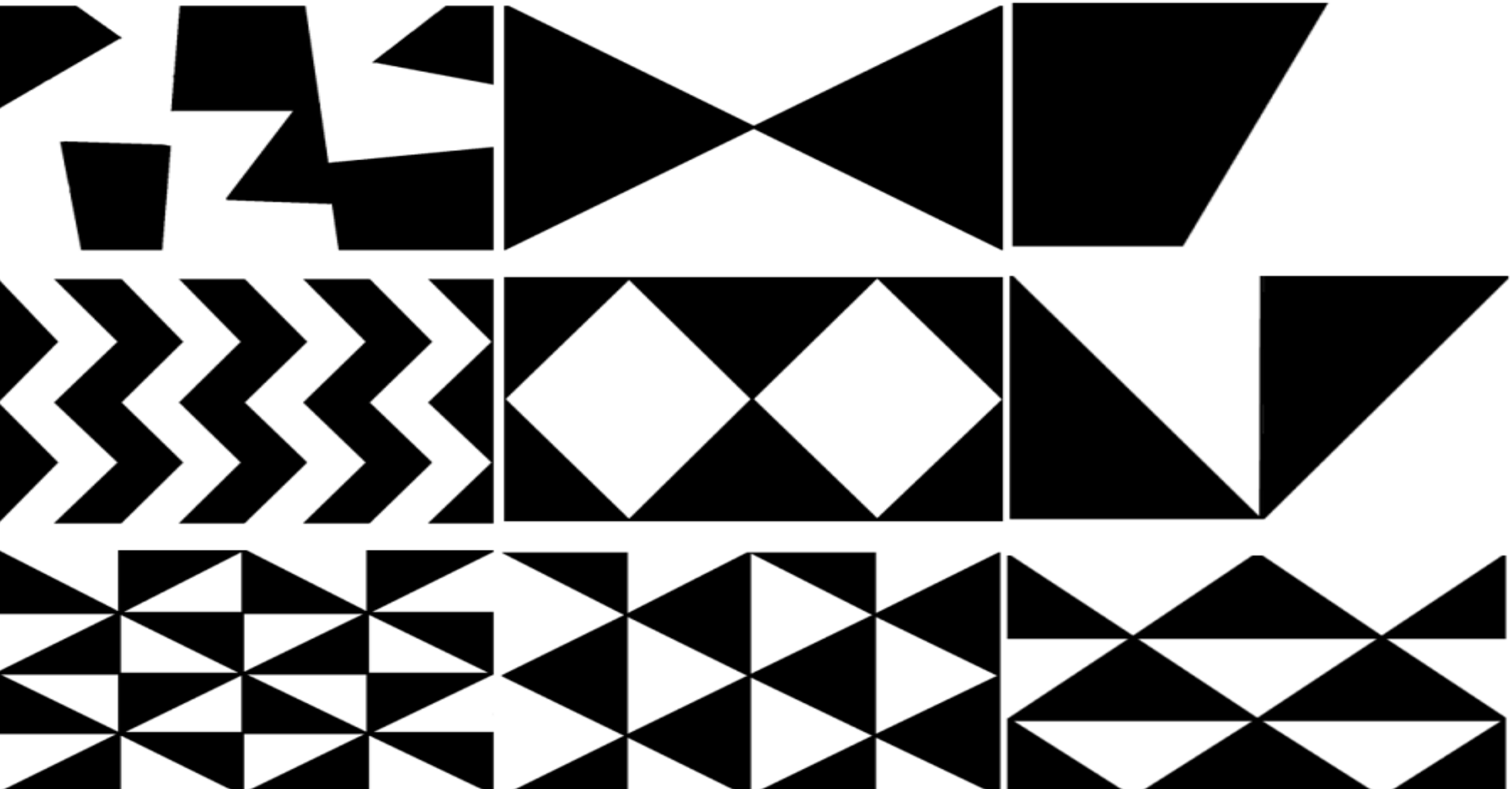
Tällä kertaa päätin kuitenkin kapinoida tuota ajatusta vastaan, ja suunnitella koko lautasen pinnan kattavan kuvapinnan. Vaikka tarkoituksena oli suunnitella lautanen sushin syömiseen, halusin lautasten olevan kuitenkin monikäyttöisiä muidenkin ruokien syömiseen ja huomiota herättäviä kattauksen kiintopisteitä. Tyylikkääts lautaset on mielekästä pitää esillä osana kodin sisustusta.

Zero waste -menetelmän noudattaminen ja suorien leikkauslinjojen käyttäminen kuvioinnissa toimivat luonnostelua ohjaavana tekijänä, ja luonnostelun tulokset näyttivät jo alkuvaiheessa varsin yhtenäiseltä sarjalta (Kuva 10 s. 23). Koin löytäneeni itselleni ja omalle tyyllilleni sopivan

työskentely- ja suunnittelumenetelmän. Kuvankäsittelyohjelmalla sain luonnosteltua kätevästi erilaisia kuvionvarkaita ja tämä olikin suunnitteluprosessini inspiroivin vaihe ja luonnoksia erilaisista kuvioinneista syntyi roppakaupalla. Pyrin tekemään mahdollisimman paljon erilaisia kuviointeja, jotta minulla olisi paljon materiaalia mistä valita kuvapinta sushiastioihin.

Kolmioista muodostuva kuviointi alkoi luonnosten tutkailun jälkeen miellyttää eniten silmääni. En halunnut lautasiin tulevan kuvioinnin olevan liian yksinkertainen, mutten liian monimutkainenkaan sen vuoksi, jotta tuotteen valmistus ei vie turhan paljon aikaa ja hinta nouse näin ollen liian korkeaksi. Kaikki syntyneet luonnokset kuvioinnista ovat kuitenkin mielestäni käyttökelpoisia ja toimivat minulle hyvänä ideapankkina.

Kuva 10 Luonnoksia sushilautasten kuvioinniksi (Mukala 2014)



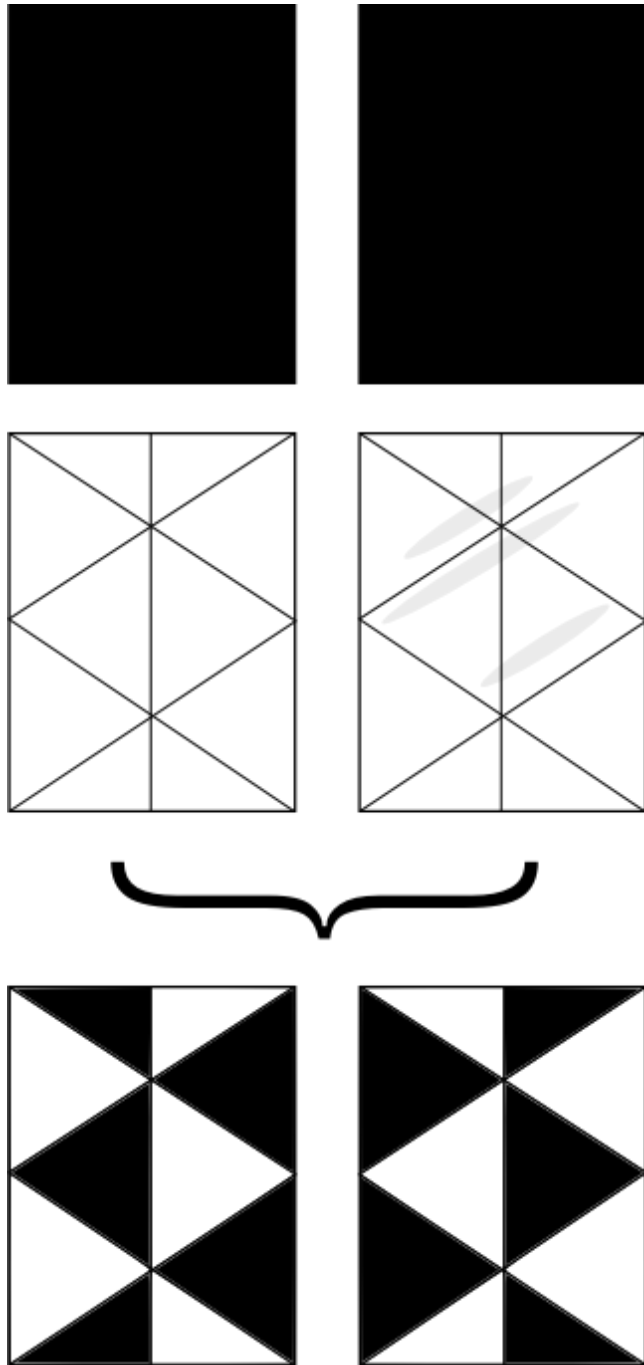
3.5.1

KUVAPINNAN TOTEUTTAMISEN SUUNNITTELU

Kuvioinnin toteuttamisen suunnittelu oli varsinainen palapeli. Koska lautaset on tarkoitettu käytettäväksi ruokailuun, oli tärkeää saada pinnasta tasainen.

Kuviointi oli järkevintä toteuttaa niin, että lautanen tulisi koostumaan kahdesta kerroksesta 3mm vahvuista lasia. Kuvioinnin muodostuminen perustuu siihen, että jos lautasen pohja on musta, tulee päälle kuviointiin valkoinen ja kirkas lasi (Kaava 3). Alla oleva valkoinen lasi näkyy kirkkaan lasin läpi. Tällä tavalla kuviointiin saa hieman ulottuvuutta ja lasin materiaalin tuntua, toisin kuin jos lautasessa käytettäisiin pelkästään opaaleja värejä.

Lasia tarvitaan kaksi kerrosta sen vuoksi, että sulaessaan lasi pyrkii 6mm vahvuuteen. Mikäli lautasen yrittäisi sulattaa asettamalla 3mm vahuiset lasipalat vierekkäin, aiheuttaisi lasin kuroutuminen sen pyrkiessä haluamaansa vahvuuteen raot lasipalojen välille eivätkä ne sulaisi toisiinsa kiinni.



Kaava 3 Havaintokuva kuvioinnin muodostumisesta (Mukala 2014)

4 TAIVUTUSMUOTTI KAOLIINILEVYSTÄ

4.1 KAOLIINI

Kaoliini on tulenkestävä savimineraali, jonka sulamislämpötila-alue on noin 1750°C-1770°C. Kaoliini on koostumukseltaan valkoista, kevyttä ja herkästi pölisevää jauhetta (Jylhä-Vuorio 2003, 43). Kaoliinivilla on kuumana ohuiksi langoiksi vedettyä kaoliinia, ja kaoliinilevyllä tarkoitan kaoliinivillaa, joka on puristettu tiiviiksi levyksi. Ohuet kaoliinilangat ovat katkeillessaan teräviä, jonka vuoksi kaoliinilevyä työstettäessä tulee suojautua hyvin ihon peittävällä vaateuksella, sillä se aiheuttaa ärsytystä ihokosketuksessa. Pölyävän kaoliinin hengittämistä suojaudutaan hengityssuojaimella, sillä kaoliinin hengitykselle altistuminen voi aiheuttaa pölykeuhkosairauden (Työsuojelu).

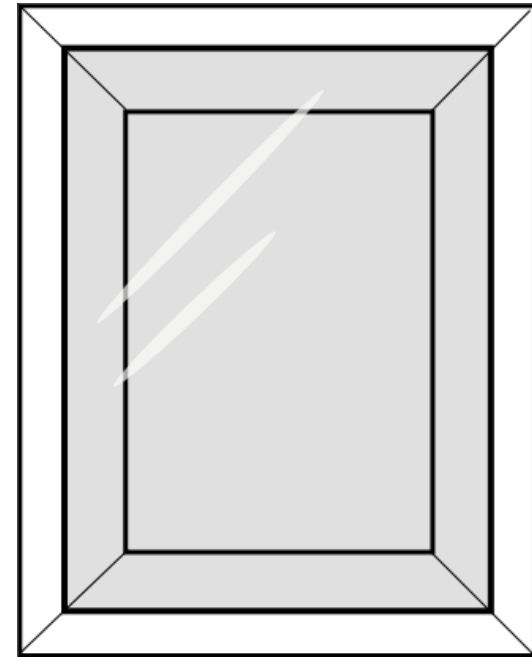
Korkean sulamislämpötilansa ansiosta kaoliinista valmistettua villaa käytetään lasi- ja keramiikkauunien lämmön eristysmateriaalina ja se on myös erinomainen materiaali lasin taivutusmuotiksi.

4.2 TAIVUTUSMUOTTIEN SUUNNITTELU

Valmistin taivutusmuotit sushilautasille kaoliinilevystä, joka on tiiviiksi 2,5cm vahvuiseksi levyksi puristettua kaoliinivillaa. Kaoliinilevystä muottien valmistaminen on melko nopeaa ja muotit kestävät varovasti käsiteltyinä kymmeniä ellei satoja käyttökertoja.

Parhaimmaksi tavaksi valmistaa neliskulmainen muotti kaoliinilevystä olen todennut olevan pelkkien reunojen tekeminen, erityisesti silloin kun tuotteeseen halutaan suora ja tasainen pohja. Lasilevyn reunat taipuvat kaoliinilevystä valmistettua muottia vasten, ja lautasen pohja muovautuu tasaiseksi suoraan uunilevyä vasten. Tällöin edellytyksenä on toki tasaiset, hyväkuntoiset uunilevyt. Tällaisesta muotista, jossa reunat ovat toisistaan irtonaisia kappaleita, on myös valmiin taivutetun lasilautasen pois nostaminen helpompaa ja hauraalle muotille armollisempaa, kun muotin osat saa taivutuspolton jälkeen vedettyä pois lasilautasen alta eikä lasilautasta tarvitse kaivaa ulos muotista, jolloin saattaa huolimattomuuttaan vahingoittaa muottia. Mikäli joku muotin osista hajoaa, on sen uudelleen tekeminen helpompaa kuin kiinteän muotin paikkaaminen. Näin muotista saadaan myös edullisempi, sillä materiaalia tarvitaan vähemmän kun pohjaa ei tarvitse tehdä.

Suunnittelin lautasten reunan leveydeksi kolme senttimetriä ja korkeudeksi kaksi. Halusin jättää muottien reunoille pelivaraa parin senttimetrin verran. Tuon pelivaran ansiosta muottia on tarvittaessa helpompi muokata ja toisaalta muotti on myös monikäyttöisempi, kun sillä pystyy haluttaessa taivuttamaan myös hieman suuremman lasilevyn (Kuva 11).

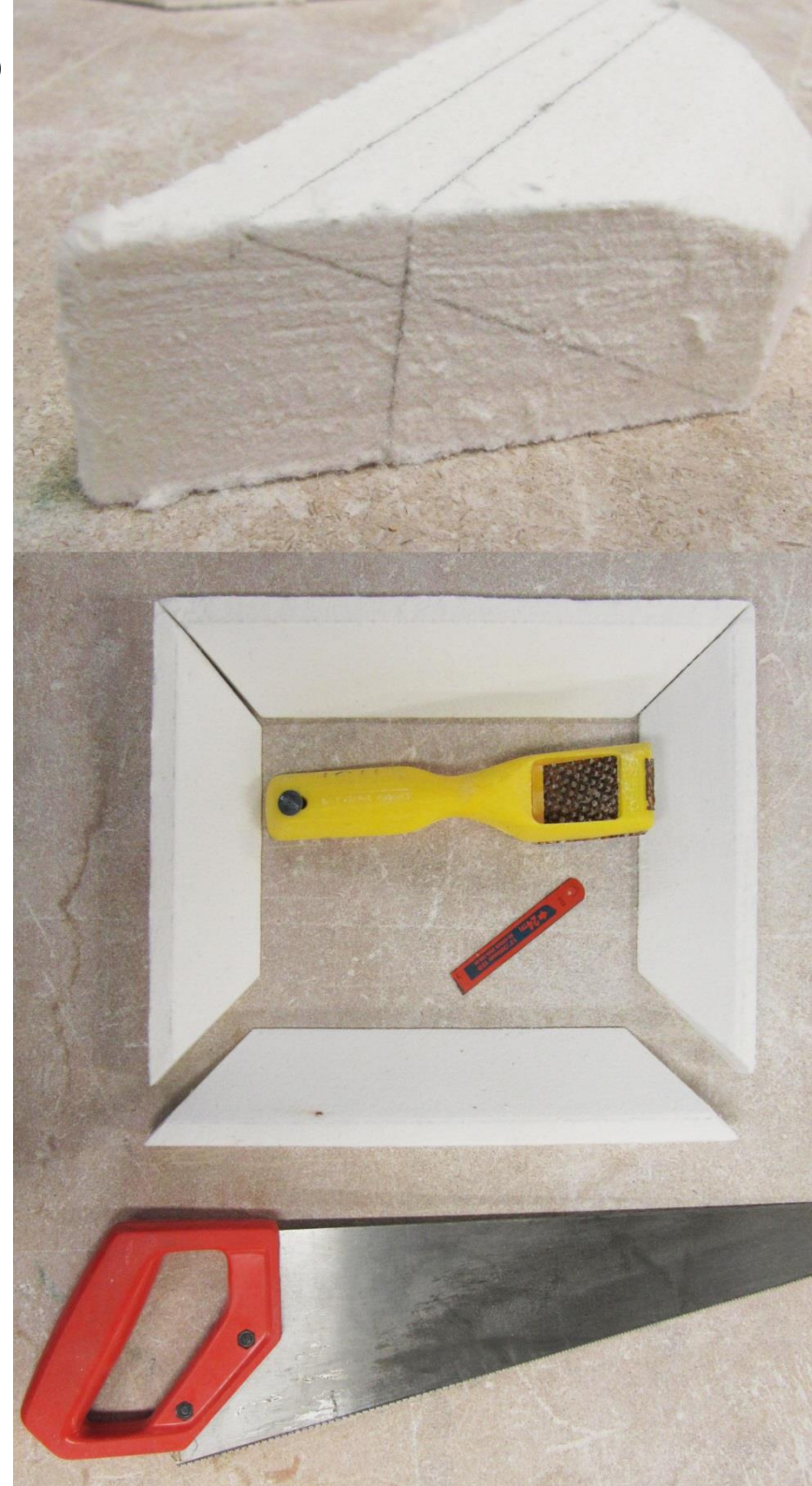


Kuva 11 Suunnitelma muotista ja lasilevyn asettuminen muottiin (Mukala 2014)

4.3 KAOLIINILEVYN TYÖSTÄMINEN TAIVUTUSMUOTEIKSI

Kaoliinilevy on hauras ja kevyt materiaali, joten sen työstämisessä tulee olla huolellisen varovainen. Helposti työstettävän kaoliinilevyn muotoilemiseen sopii hyvin esimerkiksi erilaiset sahat, raspit ja puukot. Sahasin kaoliinilevystä sopivan pituiset 5cm leveät palat muottien osia varten. Sahasin jokaisen muotinkappaleen kulman 45 asteeseen, jotta kappaleet asettuvat toisiinsa muodostaen nelikulmion. Piirsin lyijykynällä apulinjat muotinosiin ja muovasin kaoliinilevy palat haluamaani kaltevuuteen raspin ja metallisahasta katkaistun terän palan avulla (Kuva 12).

Kuva 12 Kaoliinilevyä ja muotin työstämisessä käytettyjä työkaluja; saha, raspi ja metallisahan terästä katkaistu pala (Mukala 2014)



4.4 TAIVUTUSMUOTTIEN POLTTAMINEN JA VIIMEISTELY

Kun olin työstänyt muottien kappaleet haluamaani muotoon, valelin ne ympäriinsä kovettimella, jonka jälkeen muotin tulee kuivua täysin (Kuva 13). Kovetin (Superwool Hardener tai Kaowool Hardener) tekee kaoliinivillan pintaan kovan, suojaavan kerroksen, joka estää muotin kulumista. Muotin koosta riippuen täytyy kovettimen kuivumiseen varata aikaa parista päivästä viikkoon. Sushilautasten muottien osien kuivumiseen riitti viikonlopun yli odotus.

Kun muotit olivat täysin kuivia, poltin ne uunissa 700 asteeseen. Kovetin reagoi lämpöön ja muotin pinnasta tulee kova ja tiivis. Kovetuspolton jälkeen viimeistelin muottien pinnat tasaisiksi hiomapaperilla. Lopuksi käsittelin vielä muottien pinnat uunilevyn suoja-aineella, jossa oli 50% kaoliinia ja 50% alumiinioksidia sekoitettuna veteen, jotta seos on helppo sivellä muotin pintaan. Suoja-aine estää lasin mahdollisen tarttumisen muottiin taivutuspoltoissa. Tämän jälkeen poltin muotit vielä 250 asteessa, jotta suoja-aine kuivui kunnolla ja tarttui muotin pintaan.

Kuva 13 Kovettimella valellut muottien kappaleet (Mukala 2014)



5 SUSHILAUTASTEN VALMISTUS

Lasin valmistukseen liittyvä tieto on perinteisesti kulkenut mestarilta oppipojalle tai isältä pojalle, ja kirjoitettua tietoa lasin valmistuksesta on saatavilla melko vähän. Oma tietotaitoni lasin yhteensulatukseen ja taivutukseen onkin löytynyt opettajien antamien ohjeiden ja omien kokeilujeni pohjalta.

Käytin astiaston valmistamiseen lasin uuniteknikoista lasilevyjen yhteensulatusta ja taivutusta eli lämpömuovaamista. Lasilevyjen yhteensulatus mahdollistaa värillisten lasilevyjen ansiosta tasaisten ja voimakkaiden väripintojen ja selkeiden, graafisten muotojen käytön. Näissä lasin levynmuokkausmenetelmissä esineet valmistetaan keramiikkauunien kaltaisissa kaasu- tai sähköuuneissa. Näillä tekniikoilla esine saa muotonsa lämmitessään joko muottia tai tasaista uunilevyä vasten, tai lasilevy voidaan myös taivuttaa vapaasti eli venyttää (Kekäläinen, 1991).

5.1 LASIN LEIKKAAMINEN

Kun muotti oli valmis, alkoi varsinainen sushilautasten valmistusprosessi lasin leikkaamisella. Piirsin viivainten ja suorakulmien avulla suunnittelemani sushilautasten leikkuukaavan mukaan tussilla ohjelinjat lasilevyille (Kuva 14). Aloitin suunnitelmani mukaan mustavalkeiden lautasten tekemisestä, mutta halusin myös kokeilla värien käyttöä lautasissa ja päädyin valmistamaan myös keltaisia ja punaisia lautasia.

Lasia leikataan vetämällä öljyyn kastetulla lasiveitsellä naarmu lasin pintaan reunasta reunaan, jonka jälkeen kappaleet naksautetaan toisistaan irti käsin tai pihtejä apuna käyttäen. Öljyä ansiosta lasiveitsen timanttiterä liukuu lasin pinnassa hyvin ja leikkausjäljestä tulee tasainen. Koska olin suunnitellut ja kaavoittanut sushilautasten leikkaamisen hyvin etukäteen, oli leikkaaminen nopeaa ja selkeää, tavoitteideni mukaisesti tuotannollisesti tehokasta.

Lasin leikkaamisen jälkeen pesin ja kuivasin lasipalat huolellisesti ennen yhteensulatusta. Rasvaiset sormenjäljet ja lika jäävät näkymään lasin pintaan yhteensulatuspolton jälkeen, mikäli niitä ei pestä hyvin pois.



Kuva 14 Lasilevyjen leikkaaminen (Mukala 2014)

5.2 YHTEENSULATUS

Asettelin kuvioinnin muodostavat kolmiopalat pohjilasilevyn päälle niin, että ne istuivat toisiinsa sisäreunoiltaan hyvin, eikä lasipalojen välille jää rakoja. Tämä on tärkeää, jotta lautasen pinnasta tulee tasainen. Jos kuviopalojen väliin jää paljon ilmaa, ei rako sula poltossa tasaisesti yhteen. Pohjilasilevyn reunojen yli menevät lasipalat eivät niinkään haittaa, sillä hioin reunat siisteiksi ja tasaisiksi yhteensulatuksen jälkeen. Yhteensulatuksessa pyöristyneet reunat ovat käytössä yleensä hieman kestävämmät kuin hiotut reunat, mutta halusin lautasten reunoista mahdollisimmat siistit ja viimeistellyt. Käyttökokeet myöhemmin kuitenkin tulisivat selvittämään, kuinka hyvin hiottu reuna kestää käyttöä ja kulutusta.

Sopiva uuniohjelma yhteensulatukselle löytyi parin testipolton jälkeen (Liite 1, taulukko 1). 804°C kymmenen minuutin haudutusajalla koulumme lasisulatusuunissa oli juuri sopiva sulattamaan sushilautaset niin, että kuviointi suli tasaisesti toisiinsa kiinni ja paikoin epätasaisiksi jääneet reunatkin tasoittuivat hyvin (Kuva 15 s. 32).

Lasilevyjen väliin jää yhteensulatuksessa helposti ilmakuplia, etenkin jos päällekkäin olevat lasilevyt ovat suuria tai jos

lasilevyn pinnassa on paljon epätasaisuuksia, joihin ilma jää lasin sulaessa loukkuun. Sushilautasten kuviointi olisi ollut mahdollista toteuttaa myös niin, että kuvion muodostavat värilasit olisi aseteltu kirkkaan lasin alle, jolloin kuvio olisi ollut lautasen pohjassa mutta näkynyt kirkkaan lasin läpi. Aikaisemmasta kokemuksesta tiesin, että tällä tavoin kuitenkin ilmakuplien syntyminen olisi voinut aiheuttaa enemmän ongelmia siistin yhteensulatuksen onnistumisessa.

5.3 REUNOJEN HIOMINEN

Ennen sushilautasten taivuttamista hioin niiden reunat siisteiksi nauhahiomakoneella. Kun reunojen hiomisen tekee ennen taivutuspoltoa, niitä ei tarvitse hioa kiiltäväksi asti sillä reuna kiillottuu itsestään sulaessaan hieman taivutuspolton lämmössä. Tämä on myös yksi työskentelyssä aikaa säästävä tekijä. Hioin reunat tasaisiksi tehden niihin pienen pyöristyksen, jotta hiottu reuna kestää paremmin kolhuja lohkeamatta käytössä.

Kuva 15 Lautaset yhteensulatuksen jälkeen ennen reunojen hiomista (Mukala 2014)



5.4 TAIVUTUSPOLTTO JA ONGELMANRATKAISUA

Reunojen hiomisen jälkeen pesin ja kuivasin lautaset vielä huolellisesti ennen taivutuspolttoa. Muotteja kasatessa uuniin tuin kaikki muotit reunoiltaan uunipilareilla, jotta irralliset muotin osat eivät pääse liikkumaan paikaltaan lasin taipuessa niitä vasten.

Lasi sulaa taivutuspoltoissa sen verran pehmeäksi, että se painovoiman ansiosta laskeutuu muottia vasten mutta ei kuitenkaan pääse niin sulaksi, että se myötäilisi kovin jyrkkiä muotoja tai pieniä lovia muotissa. Jotta lasi pääsee taipumaan muotin pohjaan asti, täytyy muotissa olla pienet poistoreiät väliin jäävälle ilmalle. Suunnittelemani muotissa muotin kappaleiden väleihin jää pienet raot, joista lautasen alle jäävä ilma pääsee pois.

Ensimmäisen taivutuskokeen jälkeen pienin lautanen ei ollut taipunut juuri ollenkaan (Kuva 16 s. 34). Epäilin ongelmia taipumisen kanssa pienimmän lautasen kohdalla jo suunnitteluvaiheessa, sillä lautasen reunat ovat sen pieneen kokoon verrattuna korkeat ja myös pohjan koko lautasen kokoon nähden pieni.

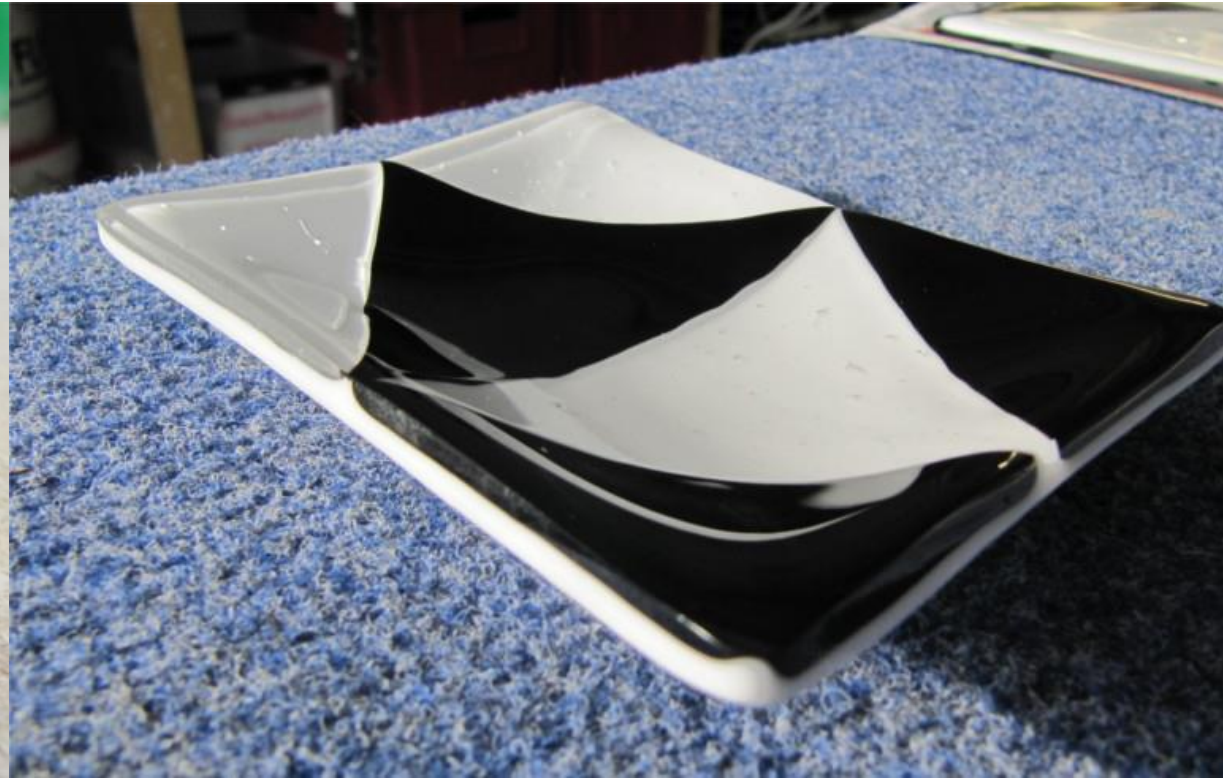
Kokeilin ratkaisuksi ongelmaan nostaa taivutuspolton lämpötilaa sekä pidentää haudutusaikaa, joista huolimatta lautanen ei edelleenkään taipunut tarpeeksi, mutta suurempien lautasten reunat alkoivat sulaa jo melkein liikaa.

Muokkasin pienimmän lautasen muottia niin, että lautasen pohjasta tulisi suurempi ja reunoista hieman pienemmät. Tein uuden taivutuspolton, ja joka epäonnistui jälleen. Seuraavaksi kokeilin vielä madaltaa muotin reunoja, mutta lautanen ei tästäkään huolimatta suostunut taipumaan halutulla tavalla. Samoilla uuniohjelmilla taivutettaessa isommat lautaset kuitenkin taipuivat hyvin. Pienen lautasen koko suhteessa sen paksuuteen on luultavasti ratkaisevana tekijänä tässä ongelmassa. Yritin löytää pienelle lautaselle sopivaa taivutuslämpötilaa ja haudutusaikaa tehden kokeen pienessä koeuunissa.

Koeuunissa testaamalla löysin lopulta täydellisen lämpötilan ja haudutusajan myös pienimmän lautasen taipumiselle (Kuva 17 s. 34) (Liite 1, taulukko 2).



Kuva 16 Sojjakastikekulho epäonnistuneen taivutuspolton jälkeen (Mukala 2014)



Kuva 17 Onnistuneesti taipunut sojjakastikekulho (Mukala 2014)

6 VALMIS SUSHIASTIASTO

Sain valmistettua onnistuneita sushilautasia tiukasta valmistusaikataulusta huolimatta oikein hyvän määrän tuotekuvausta ja koekäyttöä varten (Kuvat 18, 19 s. 36 ja 20 s. 36).

Sushilautasten valmistumisen jälkeen pohdin astiastolle nimeä sekä suunnittelin logon astiaston.

Kuva 18 Tuotekuva lautasista sushin tarjoiluun (Mukala 2014)





Kuva 19 Sushilautaset pinoutuvat siististi (Mukala 2014)



Kuva 20 Lautasista saa koottua mielenkiintoisia kattauksia (Mukala 2014)

6.1 NIMI SUSHIASTIASTOLLE –KOMO

Halusin astiaston nimestä yksinkertaisen ja ytimekkään, astioiden visuaalista ilmettä ja tunnelmaa kuvaavan. Halusin astioiden nimen tuovan esille jotain niiden ulkomuodosta; kolmioista, kontrasteista, värimaailmasta tai käyttötarkoituksestaan.

Kirjoittelin mieleeni juolahtavia sanoja ja nimivaihtoehtoja mahdollisimman kriitikittömästi (Kuva 21). Tässä vaiheessa en vielä miettinyt haluanko nimen olevan suomeksi, englanniksi vai jollain muulla kielellä vai voisiko se olla vain jotain, mikä ei oikeasti tarkoita mitään. Halusin nimen myös näyttävän kirjoitettuna hyvältä ja mieleenpainuvalta.

Ajatus nimen perustumisesta jotenkin kolmiokuviointiin tai kontrasteihin alkoi tuntua parhaimmalta, ja aloin jatkokehittämään nimiä niiden pohjalta. Kolmio -aihe tuntui heti inspiroivan parhaiten.

Kolmiosta muokkaantui lopulta lukuisten variaatioiden jälkeen KOMO. Siinä on japanilaista henkeä kertomassa tuotteiden käyttötarkoituksesta, mutta sana ei tarkoita japaniksi mitään. KOMO on yksinkertainen, ytimekäs, lyhyt ja helposti muistettava. Vaikka KOMOn takana onkin idea kolmioista, toimii se mielestäni astiaston nimenä hyvin vaikka

tulevaisuudessa tekisinkin sarjaan lautasia, joiden kuviointi ei muodostu kolmioiden pohjalta.

Kuva 21 Astiaston nimen ideointia (Mukala 2014)

PALA	PALAT	KOLMIO	PIECE	KONTRA
CONTRAST	CONTRO	CONTRA	KONTRA	
TRIANLGE	TRI	KAAVA	PATTERN	
PLAN	ARCHITECTURE	PUZZLE	CUT	
CUTTING	CUTTED	LEIKKAUS	LEIKATTU	
BASIC	VALO	ILO	LASI	SIMPLE
HELPPO	FOR SUSHI AND OTHER ?	VAITI		
FOR HAPPINESS	FOR JOY	JOY	HAPPY	
MIX	RANDOM	KOLLAASI	COLLAGE	
KOOLLA	JOIN	OLLA KOOLLA	KOOSSA	
VARIOUS	KOLLA	MOKOMA	MOKO	
				KOMO

6.2 LOGO

Halusin astiaston logon tietenkin kuvaavan nimen tapaan astiastoa mahdollisimman hyvin. Halusin suunnitella logosta selkeän ja yksinkertaisen, helposti tunnistettavan ja mieleenpainuvan.

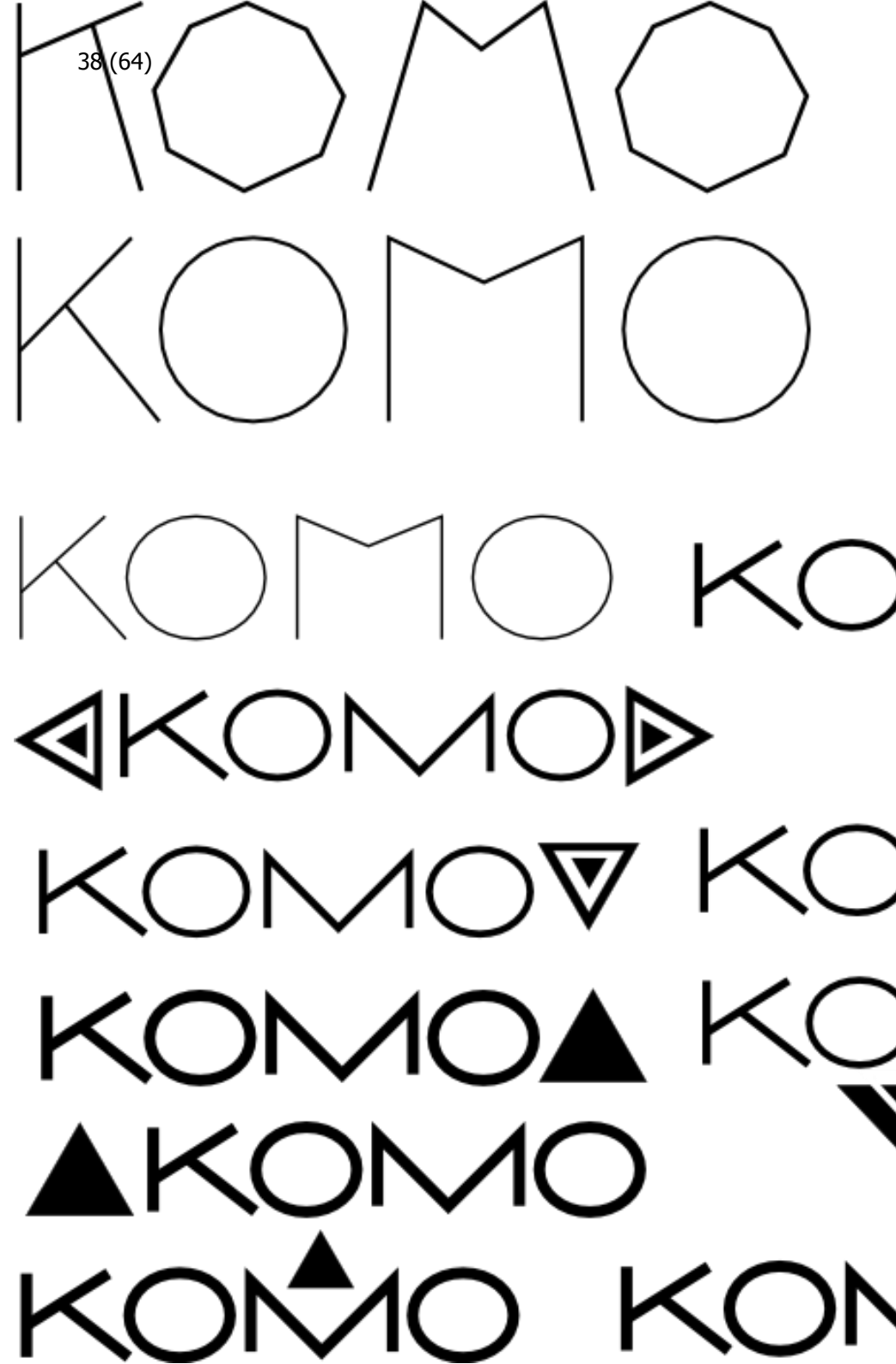
Luonnostelin logon astiaston nimen, KOMOn pohjalta (Kuva 23). En halunnut käyttää valmiita olemassa olevia fontteja vaan piirsin kirjaimet logoon itse.

Idea logoon tuli lasin leikkaamisesta. Halusin kirjainten olevan yksinkertaiset, muodostuvan sellaisista viivoista, joita lasilevystäkin olisi mahdollista leikata. Valmis logo toistaa myös astiaston kolmio teemaa (Kuva 22).

The final logo consists of the word 'KOMMO' in a bold, sans-serif font. The letter 'O' is replaced by a solid black triangle pointing to the right. The letters are black on a white background.

Kuva 22 Valmis logo (Mukala 2014)

Kuva 23 Logon kehittyminen (Mukala 2014)



7 BRÄNDI

Brändi sotketaan helposti mm. tavaramerkkiin, tuotemerkkiin, yritystunnukseen identiteettiin ja imagoon. Ehkä paras suomennos sanalle brand on merkkituote, vaikka sanana brändi on jo hyvin vakiintunut kieleemme. Brändi on tarinoita, visuaalisuutta ja kuluttajalle rakennettuja mielikuvia. (Ruohomäki 2000).

Brändi on käsityöyrittäjälle hänen osaamisensa ja tuotteidensa symboli, ja siihen liittyvät mielikuvat syntyvät joko tahattomasti tai suunnitelmallisesti. Mitä suunnitelmallisemmin brändi luodaan ja sen suunnitteluun panostetaan, sitä paremmat mahdollisuudet sillä on kehittyä arvokkaaksi ja vahvaksi mielikuvaksi. Brändi on pienyrittäjälle ja käsityöläiselle rahanarvoista omaisuutta, ja se luo jatkuvuutta käsityöyritykselle, kun yrittäjä jossain vaiheessa alkaa suunnittelemaan siirtymistä eläkkeelle. Jos brändi on rakennettu onnistuneesti, on yritys mahdollisen ostajan ja tuotannon jatkajan mielestä houkutteleva sijoituskohde. (Ruohomäki 2000).

Brändin tarkoituksena on tuoda tuotteeseen sellaista lisäarvoa ja houkuttelevuutta, josta asiakas on valmis maksamaan lisää verrattuna saman tarkoituksen täyttävään,

nimettömään tuotteeseen. Hyvin brändätty tuote on tunteita herättävä, ja tunteet ovat ostokäyttäytymiseen ja ostopäätökseen vahvasti vaikuttavia tekijöitä. Merkitön, tuntematon tuote on kuluttajalle vain hyödyke. Kun tuotteella on jokin kilpailevista tuotteista poikkeava kuluttajille merkittävä ominaisuus tai tunteisiin vetoava tarina taustallaan on brändin rakentaminen tukevalla perustalla. (Ruohomäki 2000)

Varhaisin kirjallisuudesta löydetty tarina brändin muodostumisesta ja sen tunnusmerkit täyttävästä tuotteesta liittyy öljylamppuun. Tarinan mukaan eräällä Kreikan saarella tuotettiin öljylamppuja, jotka olivat kilpailijoiden tekijöiden tuotteita pitkäikäisempiä, koska saarella käytävissä oleva savi oli laadukkaampaa ja käsityöläiset taitavampia. Saaren lampuntekijät alkoivat merkitä tuotteensa omalla symbolilla erottuakseen muista. Merkittyjä lampuja myyvät kauppiat alkoivat saada tuotteista parempaa hintaa, koska tieto tuotteen hyvästä kestävydestä oli vähitellen levinnyt. (Laakso 2013).

Laadun korostaminen on ollut 1800-luvulta lähtien monien yritysten brändin perustana. 1900-luvulla laatu alkoi olla jo niin käytetty erottuvuustekijä brändäämisessä, että perkästäään laadulla erilaistuminen on nykyään hyvin vaativa

tehtävä. On myös ollut täysin eriasia aloittaa tuotteen tunnetuksi tekeminen 1900-luvun vaihteessa kuin 2000-luvulla, sillä nykyään Suomen päivittäistavarakauppaan tulee vuosittain 2500 – 3000 uutta tuotetta, jotka kilpailevat keskenään ostajan huomiosta. (Laakso 2003).

Erottuvuustekijät ja yleisesti erottuva viestiminen ovat tärkeitä onnistuneen brändin synnyttämisen kannalta. Erilaistuminen ja erottuvuustekijöiden löytäminen on parhaimmillaan omien vahvuuksien ja kilpailijoiden heikkouksien maksimaalista hyödyntämistä. On kannattavaa pyrkiä erottumaan kilpailijoistaan jollain sellaisella ominaisuudella, jota asiakkaat arvostavat. Vahvimmista brändeistä muodostuu ikäänkuin klubeja, joihin asiakas haluaa kuulua. Tuotteita tarvitaan, mutta brändejä halutaan. (Laakso 2003).

Brändi voidaan liittää moneen muuhunkin kuin aineelliseen tuotteeseen, josta on erottuvuus- ja haluttavuustekijöiden ja tunnistettavan logon ja nimen kautta tullut brändi. Esimerkiksi yrittäjä voi luoda itsestään henkilöbrändin toimimalla tuotteidensa luoja. Tämä onkin yleensä yhden hengen osaamiseen perustuvassa yrityksessä monesti luonnollisin tie brändin luomiseen. Kun yritys mahdollisesti aikaa myöten kasvaa, se on edelleen oivallisesti markkinoitavissa yrittäjän

persoonan ja osaamisen kautta, perinteet kun ovat osa tarinan kerrontaa. Yrityksen nimi ja siitä tehty yritystunnus eli logo voivat toimia yrityksen brändistä viestivinä tekijöinä. Brändi voi rakentua myös eri yrittäjien yhteistyöhön tietyllä alueella. Alueellisesta brändistä kehittyy käsite, jonka alla eri yritykset toimivat. Tähän alueelliseen brändiin saattaa yrittäjä tietyin ehdoin päästä mukaan tai lähteä pois, jolloin yksi lähtee, mutta brändi jää. (Ruohomäki 2000, 43).

7.1 LAUTASISTA BRÄNDIKSI

Jotta KOMO pystyy tulevaisuudessa kilpailemaan muiden samankaltaisten tuotteiden joukossa, täytyy minun miettiä sitä, mikä tekee omista tuotteistani paremman tai haluttavamman muihin verrattuna. Pohdin KOMOn brändin muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä kasaamalla niistä ajatuskarttaa (Kaava 4).

KOMOn taustalla tulee olemaan yhden naisen yritys, jonka valtteja ovat käsityö, kotimaisuus ja pientuotanto. Pystyn tarjoamaan asiakkaalle laadukkaita tuotteita, joiden tuotantotapa on suunniteltu ekologiseksi. Tuotteeni poikkeavat massatuotannosta valmistustekniikkansa vuoksi, jota ei käytetä teollisuudessa.

KOMOn taustalla on tarina haaveesta ja pyrkimyksestä tehdä elämässä itselleen tärkeitä asioita ja nauttia siitä, mitä tekee.

KOMO on merkki omasta persoonallisesta tyylistä, mutkattomasta arjesta ja naurun täyteisistä juhlaillallisista ystävien kesken.

Kaava 4 KOMOn brändin muodostumiseen vaikuttavista tekijöistä koottu ajatuskartta (Mukala 2014)



8 HINNOITTELU

Tuotteen hinta määräytyy markkinoiden mukaan: paljonko siitä ollaan valmiita maksamaan? Jotta tähän kysymykseen osataan vastata, täytyy tuntea asiakkaansa ja tarve, johon tuote on tehty. Käsityön tulisi aina nostaa tuotteen hintaa, eikä sitä saisi koskaan myydä teollisesti tuotettua halvemmalla. Jos käsityö ei tuota tarvekalulle riittävää lisäarvoa, on syytä siirtyä toisiin tuotteisiin. Oikea asiakas ymmärtää arvostaa käsityötä ja on valmis maksamaan siitä hyvän hinnan. Monesti sopiva hinta saattaa asettua jopa paljon korkeammalle kuin käsityöyrittäjä on kuvitellut. (Ruohomäki 2000).

Brändin vaikutus hintoihin on suuri. Hyvä brändi auttaa saamaan tuotteesta paremman hinnan kuin tuntematon tuote, mutta toisaalta hintamielikuva on osa brändiä ja tietoisesti asetettavissa. Myöskin mitä korkeampi elämyksellisyys tuotteeseen ja sen tarinaan liittyy, sitä korkeammalle hintamielikuva kannattaa asettaa. Korkea hintamielikuva saattaa kuitenkin asettaa tuotteelle kovat vaatimukset sen antamien lupauksen suhteen. (Ruohomäki 2000).

Parhaimmillaan tuotteen hinnoittelu on tasapainossa kustannuksia suuremman tavoittelun ja yrityksen aiempiin tuotteisiin pohjautumisen kanssa, jolloin yritys saa tuotteestaan halutun voiton. (Kulmala).

Hinta voi tarkoittaa eri ihmisille eri asioita ja hinnoittelijan on tärkeää tuntea tuntea ostajan erilaisia ostokriteereitä. Mikäli muut tuotteen ominaisuudet ovat ostajalle hintaa tärkeämpiä, on tuottajan mahdollista myydä tuotteensa kannattavasti. Tähän perustuu joidenkin tuottajien tapa pitää hintansa korkeina, sillä on olemassa ostajia, joiden mielestä korkea hinta on jo sinänsä myös korkean laadun tae. Hintamielikuvan muuttaminen jälkikäteen on hankalaa, mikäli tuote on hinnoiteltu alun perin liian edulliseksi. (Kulmala)

8.1 SUSHILAUTASTEN HINNAN MÄÄRITTÄMINEN

Lähdin määrittämään hintaa astiastolleni yrityksen kustannusperusteisesti. Kustannusperusteisessa hinnoittelussa tuottaja laskee ja arvioi tuotteensa valmistamisesta ja toimittamisesta aiheutuvat kustannukset ja lisää niihin haluamansa voittolisän. Käytettiinpä millaista hinnoittelumenetelmää tahansa, on tärkeää tuntea oman tuotannon kustannukset sekä asiakkaan ostomieltymykset (Kulmala).

Sain apua tuotteiden hinnoitteluun harjoitteluohjaajaltani Jukka Isotalolta, joka valmistaa yrityksessään Evolum Oy tuotteita kierrätyslasipulloista. Tuotteen hinnan laskeminen perustuu yrityksen menoihin sekä tavoiteltuun palkkaan, mistä muodostaa yrityksen liikevaihdon (Isotalo, 2013).

Käytin pohjana sushilautasten hinnoittelussa Isotalolta saamaani taulukkoa, jota hän käyttää tuotteidensa hinnoitteluun omien kustannustensa mukaan. Isotalon esimerkin mukaan laskin omalle mahdolliselle yritykselleni kuukausi- ja vuosiliikevaihdon (Liite 2). Taulukon mukainen tavoiteltu liikevaihto on todellisuudessa suurempi tai pienempi tuotteiden menekin mukaan.

Liikevaihtoon olen laskenut arvioituna, mitä yritykseni vuokra, eläke- ja sosiaaliturvamaksut, kirjanpito, puhelin- ja nettiyhteys, sähkö, vakuutukset yms. tulisivat suurinpiirtein olemaan. Liikevaihtoon on myös varattu rahaa kuukausittaisille hankinnoille joita voi olla esimerkiksi erilaiset laitehankinnat kuten nauhahiomakoneen nauhat. Arvonlisävero mukaan luettuna sain yritykseni vuosiliikevaihdoksi 83 700 euroa.

Yrityksen työtunnin hinta saadaan laskemalla ensiksi yrityksen kuukausiliikevaihto, joka saadaan jakamalla vuosiliikevaihto yhdellätoista. Tällä tavoin varataan yrittäjälle vuodessa yksi kuukausi lomaa. Sain yritykseni arvonlisäverolliseksi kuukausiliikevaihdoksi 7 600 euroa. Kuukausiliikevaihto jaetaan kuukauden työpäivien määrällä joka on 22, eli yritykseni liikevaihdon päivätavoite olisi 346 euroa. Kahdeksan tunnin pituista työpäivää tehdessä yritykseni tuntilaskutushinnaksi muodostuu 43 euroa ja minuuttihinnaksi 0,75 euroa, sisältäen arvonlisäveron.

Minuuttihinnan perusteella pystyin laskemaan sushilautasten hinnan ajan- ja materiaalin käytön mukaan sekä sen, montako kappaletta tuotetta pitäisi pystyä päivässä valmistamaan myyntiin jotta pysytään tavoitellussa

liikevaihdossa ja halutussa palkassa, jolloin yrityksen toiminta on kannattavaa.

Ison tarjoilulautasen valmistamiseen kuluu arvioideni mukaan aikaa 49 minuuttia. Minuuttilaskutuksella kerrottuna tarjoilulautasen työn hinta on 34,95 euroa. Materiaaleihin olen lasin ja kertakäyttöisen uunipaperin lisäksi laskenut taivutusmuotin käytölle arvion sen kulumisesta. Isoimman lautasen materiaalit kustantavat 14,42 euroa, eli sen hinnaksi suoraan tuottajalta eli minulta saadaan 49,37 euroa. Keskikokoisen sushilautasen hinta on 29,04 euroa ja pieni soijakastikelautanen kustantaa 15,16 euroa. Nämä ovat ne hinnat, jotka minun tulisi itselleni sushilautasista saada, jotta saan katettua yrityksen kulut ja maksettua itselleni palkan (Liite 3).

Jälleenmyyjät eli esimerkiksi erilaiset taidekäsityöliikkeet ottavat yleensä tuotteen hinnasta 40% myyntiprovision. Jälleenmyyjälle asettaessani sushilautaseni myyntiin, myyntihinta tulee asettaa niin, että siitä vähennettäessä 40% minulle jää käteen lautasen tuotantohinta. Eli jälleenmyyjällä sushilautasten hinnat olisivat suurimmasta pienimpään 82,45 euroa, 48,50 euroa ja 25,32 euroa.

9 KILPAILEVIA YRITYKSIÄ JA BENCHMARKINGIA

Tasolacityöt ja tasolasista sulatettujen lautasten valmistaminen tuntuu olevan enemmän harrastelijamaista toimintaa kansalaisopistoilla ja kotipajoilla ja Suomesta ja myös muualta maailmalta on hankala löytää tekijöitä, jotka käyttävät tekniikkaa ammattimaisesti ja menestyvästi. Toisaalta koska tasolasi on selkeästi käsityötekniikka eikä siitä valmisteta tuotteita teollisesti, joten pieniä tekijöitä on ymmärrettävästi hankalampi löytää kuin suuria yrityksiä.

Halusin tutkia oman yritysideoani kanssa samankaltaisia tekijöitä Suomessa ja verrata omaa ideoani niihin. Valitsin kaksi oman yritysideoani kaltaista tekijää, Nounou Designin ja Sarimo Designin, joihin tutustuin tarkemmin.

9.1 ANU PENTTINEN – NOUNOU DESIGN

Varmasti tällä hetkellä tunnetuin ja menestynein suomalainen tasolasista tuotteita suunnitteleva muotoilija on Anu Penttinen, jonka tuotteet kulkevat Nounou Design -tuotemerkin alla.

Penttinen on valmistunut taiteen maisteriksi Taideteollisesta korkeakoulusta vuonna 2002, jonka jälkeen hän on päässyt suunnittelemaan tuotteita monille suurille valmistajille kuten Marimekolle ja Iittalalle. Tunnetuimpia Penttisen suunnittelemissa tuotteista ovat varmasti Marimekolle suunniteltu Sukat makkaralla -lasisarja sekä Iitalalle suunniteltu kaunis korujen säilytykseen tarkoitettu Vitriini. Vuosi valmistumisensa jälkeen Penttinen perusti oman tuotemerkinsä NouNou Designin, joka keskittyy tuottamaan pieniä käsinvalmistettuja sarjoja lasista ja muista materiaaleista. Nounou Designin tuotanto on lähtenyt liikkeelle mustavalkoisista puhalletuista maljakoista, joista tuotevalikoima on pikkuhiljaa laajentunut myös värikkäämpiin tuotteisiin sekä tasolasitekniikoihin toisena valmistusmenetelmänä.

Kuva 24 Penttisen suunnittelemaa sushilautasia Finnish Design Shopissa (Mukala 2014)



Penttinen löytää inspiraation lasin suunnitteluun kahden erilaisen maailman vastakkainasettelusta; ihmisen rakentamasta kaupunkiympäristöstä ja sen kaduista, valoista ja liikenteestä sekä alkuperäiskansojen käsityöstä. Näiden kahden inspiraatiolähteen yhdistelmästä syntyy Nounou Designin värikäs ja tunnistettava tyyli. (Penttinen 2013).

Nounou Designin tuotteita löytää tuotantopaikan Nuutajärven lisäksi Helsingistä yrityksen omasta liikkeestä sekä monista Suomalaista muotoilua myyvistä liikkeistä. Nounou Design nauttii myös varsin suuren kuluttajakunnan huomiosta Stockmannin tavaratalossa Helsingissä, mikä on mielestäni varsin merkittävä saavutus käsityönä valmistetuille tuotteille.

Penttinen on myös huomannut sushin suosion kasvun ja tuonut markkinoille Planes -sushilautaset ja 47syömäpuikonpidikkeet (Kuva 24 s. 47).

9.2 KATARIINA SARIMO – SARIMO DESIGN

Katariina Sarimo on vuonna 1981 syntynyt lasimuotoilija joka suorittaa tällä hetkellä ylempää ammattikorkeakoulututkintoa Lahden ammattikorkeakoulussa. Aiemmin Sarimo on opiskellut lasi- ja keramiikka muotoilua Hämeen ammattikorkeakoulussa ja on kuulunut Teollisuustaitteen Liitto Ornamoon vuodesta 2009. (Sarimo 2014).

Sarimo Designin tuotanto ja toiminta on huomattavasti pienempää kuin kollegansa Anu Penttisen. Sarimo valmistaa tuotteensa työhuoneellaan Helsingissä ja niitä on myynnissä Suomen lasimuseossa Riihimäellä sekä Taidehallissa ja käsityöliike artisaanissa Helsingissä, jossa ensimmäistä kertaa hänen tuotteisiinsa törmäsin.

Sarimo Designin moderneissa lasilautasissa yhdistyy täsmällinen muoto ja värien iloittelu (Kuva 25). Lautasten ja kulhojen lisäksi hän valmistaa lasista myös koruja.

Kuva 25 Sarimon värikkäitä lasilautasia taidekäsityöliike Artisaanissa (Mukala 2014)



9.3 KOMO KILPAILIJOIDEN JOUKOSSA

Mielestäni KOMO toimisi raikkaana lisänä muutenkin vähäiseen tasolasista valmistettujen lautasten joukkoon (Kuva 26). NouNou Designia, Sarimo Designia ja KOMOa yhdistää kaikkia sama materiaali, käsityö sekä kotimaisuus.

Sarimon tuotteissa on käytetty melko yksinkertaisia ja perinteisiä tapoja käyttää tasolasia, kun taas Penttinen käyttää materiaalia ja tekniikoita rohkeammin ja kokeilevämmin. KOMO sijoittuu muotoilultaan, tekniikaltaan ja hinnoiltaan näiden kahden tekijän välimaastoon ja toimii näin hyvänä kilpailijana ja vaihtoehtona markkinoilla jo olemassa oleville tasolasista valmistetuille tuotteille.

Kuva 26 Suunnittelemani sushilautaset ovat raikas lisä markkinoille (Mukala 2014)



10 SOSIAALISET MEDIAT

MARKKINOINTIKANAVANA

Huomion ansaitseminen on myynnin ensimmäinen vaihe. Sosiaalinen media on tehokas kanava mielenkiinnon herättämiseen ja sitä käytetään nykypäivänä paljon markkinointiin. Parhaimmillaan sosiaalinen media on ilmainen keino tavoittaa suuria ihmisjoukkoja ja päätinkin kokeilla, millaisia reaktioita KOMOn julkaiseminen Facebookissa voisi saada aikaan.

Sosiaalisessa mediassa voidaan käyttää monia eri sisältöjä kuten videoita, blogiartikkeleita, kuvia ja artikkeleita kustannusten karkaamatta käsistä. Sosiaalisessa mediassa täytyy olla valmis olemaan aktiivinen, jotta mielenkiinto markkinoitavaan kohteeseen säilyy ja leviää ja kustannustehokkain markkinointi syntyykin, kun käyttäjät levittävät vapaaehtoisesti tekijän tuottamaa sisältöä. (Markkinointia.fi)

Sosiaalisessa mediassa vuoropuhelu ja keskustelu ovat keskeisessä asemassa. Pelkkä automaattinen sisällön, kuten oman yrityksen nettisivujen sisällön jakaminen ei tuo esiin sosiaalisen median parhaita käyttömahdollisuuksia.

Sosiaalisessa mediassa on kyse kuuntelusta, keskusteluun osallistumisesta ja arvon tuottamisesta muille keskustelijoille. Kun sisällön julkaisemiseen liitetään jonkinlainen osallistumisen malli toisille median käyttäjille kuten vaikkapa kilpailu, voidaan hyödyntää mahdollisesti syntyvää palautetta ja keskustelua. Huomionarvoisen sisällön jakaminen auttaa luomaan suhteita. (Markkinointia.fi)

10.1 KOMON JULKAISEMINEN FACEBOOKISSA

Kuulun Facebookiin ja seuraan mitä kaverini jakavat, mutta olen itse aika ujo jakamaan omaa sisältöä tai itseäni kiinnostavia artikkeleita. Päätin kuitenkin rohkaista mieleni ja mielenkiinnosta kokeilla Facebookia markkinointikeinona ja nähdä, millaisia reaktioita KOMO voi saada sitä kautta aikaan.

Halusin luoda sellaiset sivut, jotka varmasti antavat sushilautasistani sekä minusta ammattimaisen ja viimeistellyn kuvan (Kuva 27 s. 53). Rakensin KOMOn sivuja Facebookiin harkiten hyödyntämällä studiossa ottamiani kuvia tuotteista sekä tekemääni logoa. Julkaisin astiaston Facebookissa maanantai-iltana 3.3.2014.

KOMOn sivut keräsivät nopeasti tykkääjiä kaveripiiristäni. Julkaisin muutaman päivän välein kuvia astiastostani

tuottaakseni tykkääjille sisältöä ja pitääkseni sivun kiinnostavana.

Tämän opinnäytetyön puitteissa KOMOn Facebook –sivujen ylläpitäminen jäi varsin vähäiselle huomiolle, mutta sivut voivat toimia tulevaisuudessa hyvänä pohjana suuremmalle ponnistukselle sushiastiastoni markkinoinnissa sosiaalisen median ollessa nykyään voimakas ja edullinen markkinointikeino oikein käytettäessä.

Kuva 27 Komon Facebook –sivujen ulkosasu jatkaa astiaston linjaa

Facebook search bar: Etsi ihmisiä, paikkoja ja asioita

Navigation: KOMO Etusivu

Filters: KOMO Aikajana Viimeaikaiset

Management: Hallintapaneeli

Markkinointi: Markkinoi sivua

KOMO ▲



KOMO
66 tykkäystä

Päivitä sivun tiedot Seuraa

Yhteisö [?]
KOMO on lasinen sushiastiasto, jonka suunnittelin opinnäytetyönäni Kuopion Muotoiluakatemiassa, Savonia-ammattikorkeakoulussa
- Eveliina Mukala

Tietoja



Kuvat Tykkäämiset 66

Markkinointi: Markkinoi sivua

Viimeaikaiset
2014

11 KÄYTTÖKOKEMUKSIA ASTIASTOSTA

Testasin lautasten kestävyyttä ja toimivuutta käyttämällä niitä itse sekä jakamalla lautasia käytettäväksi tuttavapiiriini (Kuva 28).

KOMMENTTEJA JA HUOMIOITA:

+ Kestävät konepesun ja sopivat myös muotoilultaan hyvin astianpesukoneeseen

+ Astiat sopisi erinomaisesti hää- tai rippilahjaksi, niistä olisi helppo kasata kaunis setti

+ Soijakastikekulhon muotoilu on hyvä, koko on sopiva ja laakeaan kulhoon on helppo kastaa sushi

+ Suorakaiteen muotoinen ruokalautanen antaa erilaisia mahdollisuuksia annosten asetteluun verrattuna pyöreään muotoon

+ Hinta on sopiva käsityönä tehdylle tuotteelle, voisi olla jopa kalliimpi

Kuva 28 KOMO elementissään osana sushikattausta (Mukala 2014)



12 POHDINTA

Tämä opinnäytetyö antoi minulle hyvän alkusysäyksen kohti omaa yrittäjyyttä. Onnistuin suunnittelemaan tuotteet, jotka miellyttävät itseäni ja joista olen saanut myös paljon positiivista palautetta. Löysin omalle tyylilleni sopivan työskentelymenetelmän, jonka ansiosta koen identiteettini lasimuotoilijana vahvistuneen suuren harppauksen eteenpäin. Tulevaisuus yrittäjänä tuntuu kuitenkin vielä kaukaiselta ja jännittävältä, mutta ei mahdottomalta.

Olen aina ollut ujo esittelemään tekemiäni tuotteita, ja KOMOn Facebook sivujen luominen oli eräänlainen merkkipaalu tämän opinnäytetyön aikana. Minun täytyi pystyä olemaan ylpeä ja tyytyväinen omiin tuotteisiini, välittämään varmuutta tuotteiden laadusta ja arvosta kuluttajalle Facebookin välityksellä.

12.1 KUINKA ONNISTUIN TAVOITTEISSANI?

Onnistuin mielestäni luomaan mielenkiintoisen, muista sushiastiastoista ja tasolasituotteista poikkeavan tuotesarjan. Lautaset toimivat erinomaisesti käyttötarkoituksessaan sushin syömisessä. Mustavalkoinen lautanen on ehkä hieman sekava tausta tummaan merilevään käärittyjen maki-sushien esillepanolle. Hillitymmältä keltavalkoiselta lautaselta tummat sushit nousevat paremmin esille. Lautaset ovat monikäyttöisiä ja niiltä tarjoilee sushin lisäksi mielellään myös muuta ruokaa. KOMOt toimivat myös yksinään tyylikkäänä osana kodin sisustusta. Mielestäni sushiastiaston muotoilu on moderni, raikas ja ajaton, niissä on uutuusarvoa ja niistä välittyy oma tyylini lasimuotoilijana.

Käyttölautaset ovat yleensä pyöreitä, mutta käytössä suorakulmainen malli on osoittautunut varsin toimivaksi, ja joissain tapauksissa pyöreää lautasta toimivammaksi. Suorakaiteen muoto palvelee monesti ruokapöydän muotoa, ja näin ollen vie vähemmän tilaa ja asettuu pöydälle paremmin kuin pyöreä lautanen. KOMOt kestävät astianpesukoneen, joten ne soveltuvat hyvin arkisiksi käyttöesineiksi.

Yksi minulle tärkeimmistä tavoitteista oli löytää menetelmiä, jotka tekevät käsityöstä tehokkaampaa ja

sarjavalmisteisempaa ja tähän tavoitteeseeni myös pääsin. Haluan tuotteideni olevan massasta poikkeavia, käsityö saa näkyä lopputuloksesta, mutta yhtälailla jäljen täytyy olla laadukasta ja viimeisteltyä.

Onnistuin suunnittelemaan tuotannollisesti tehokkaan tuotteen, jonka voin nähdä tulevaisuudessa oman yritykseni tuotannossa. Lautasten hinnat jäivät maltilliselle tasolle, mutta kuitenkin elannon hankkiminen KOMOja myymällä ei tunnu mahdottomalta.

12.2 KOMON TULEVAISUUS?

Uskon, että KOMOssa olisi potentiaalia myyväksi tuotesarjaksi, mikäli oma innostukseni riittää viemään sen tarpeeksi pitkälle. KOMOn eteen täytyy tehdä paljon markkinointia, jotta tuote löytäisi sen potentiaaliset asiakkaat ja tuotteelle alkaisi syntyä kysyntää. KOMOn potentiaalisimmat myyntipaikat olisivat aluksi varmasti erilaiset käsityöalan liikkeet ja oman nettikaupan perustaminen. Voisin nähdä KOMOn Suomen ja pohjoismaiden lisäksi myös menestyvän Japanin markkinoilla.

Astioiden kuvionti ja väritys on helposti muunneltavissa, ja astiastosta voi toteuttaa sesonkien mukaan uusia malleja.

Muunneltavuus tuo astiastoon lisää pitkäikäisyyttä, ja asiakkaille keräilymahdollisuuden. Erivärisiä ja -kuosisia astioita voi kuitenkin helposti yhdistellä toisiinsa ja luoda erinäköisiä, mielenkiintoisia kattauksia.

Vaikka suunnittelinkin lautaset lähinnä kotikäyttöä ajatellen, voisi astiat myös toimia hyvin ravintolakäytössä. Tarjoilulautaselle mahtuu tarpeeksi sushia tyydyttämään kahden tai kolmen ruokailijan sushihimon ja buffetissa tarjoilulautaset toimisivat myös hyvin tarkoituksessaan, jolloin sushipaloja voitaisiin hakea tarjoilulautasilta omalle ruokalautaselle.

LÄHTEET

ISOTALO, Jukka 2013-11-19. Harjoitteluohjaaja. [Luento]
Helsinki: Evolum Oy.

JIRO DREAMS OF SUSHI [elokuva]. Ohjaus David Gelb.
Yhdysvallat, 2011.

LAAKSO, Hannu. 2003. BRANDIT KILPAILUETUNA.
Jyväskylä: Talentum Media Oy.

JYLHÄ-VUORIO, Heikki. 2003. KERAMIIKAN MATERIAALIT.
Kuopio: Taitemia 20.

KEKÄLÄINEN, Päivi. 1991. ESINEITÄ LASIMURSKASTA –
Pate de verre -lasinvalmistustekniikka. Taik julkaisuja B 29.
Helsinki: VAPK-kustannus.

KETTUNEN, I. 2001. MUODON PALAPELI. Helsinki: Werner
Söderström Osakeyhtiö.

KULMALA, Harri I. HINNOITTELU – mitä se on käytännössä?
[viitattu 30.3.2014] PDF-dokumentti saatavissa:
http://www.vtt.fi/proj/leanver/files/hinnoittelu_stateofheart.pdf

LANTTA, Elina. 2009. KULMATON – Lasisen tarjoilulautasen
suunnittelu ja valmistus lounaskahvila Kafetemiaan.
[opinnäytetyö] Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

MARKKINOINTIA.FI - SOSIAALINEN MEDIA JA
MARKKINOINTI. [viitattu 20.4.2014] Saatavissa:
<http://www.markkinointia.fi/markkinointi-20/markkinoinnin-muutos/uudet-valineet/sosiaalinen-media.html>

PENTTINEN, Anu. 2013. [verkkosivut] [viitattu 25.3.2014]
Saatavissa: <http://www.nounoudesign.fi/>

PIRSKANEN, Anne. 2014. VR:N UUSISSA
RAVINTOLAVAUNUISSA LAULETAAN KARAOKEA JA
SYÖDÄÄN SUSHIA. 2014-01-08 [verkkoaineisto] [viitattu
18.1.2014] Saatavissa:
http://yle.fi/uutiset/vrn_uusissa_ravintolavaunuissa_lauletaan_karaokea_ja_syodaan_sushia_-_katso_video/7016830

ROSENSTRÖM, Jenni. 2013. MINUSTA NELIÖ – Muodon
tuottama vaatemallisto ja yrityskuva. [opinnäytetyö] Kuopio:
Savonia-ammattikorkeakoulu. Saatavissa myös PDF-
muodossa:

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/57654/Rosenstrom_Jenni.pdf?sequence=1

RUOHOMÄKI, Harri (toim.). 2000. KÄSINTEHTY BRANDI.
Keuruu: Käsi- ja taideteollisuusliitto.

SARIMO, Katariina. 2014. [verkkosivut] [viitattu 25.3.2014]
Saatavissa: <http://www.sarimodesign.fi/>

YOSHII, Ryuichi. 1998. SUSHI. London: Life-Time Books.

LIITE 1: UUNIOHJELMAT

UUNIOHJELMA YHTEENSULATUKSEEN

120°C/h	430°C	0min
100°C/h	530°C	30min
SKIP	804°C	10min
SKIP	530°C	180min
100°C/h	430°C	180min
END		

UUNIOHJELMA TAIVUTUKSEEN

150°C/h	430°C	0min
100°C/h	530°C	0min
SKIP	633°C	20min
SKIP	530°C	180min
100°C/h	430°C	180min
END		

LIITE 2: LIIKEVAIHDON LASKEMINEN

	Kuukausi		Vuosi	
	Alv 0%	Alv 24%	Alv 0%	Alv 24%
Vuokra	1000,00	1240,00	Vuokra	12000,00 14880,00
Palkka	2500,00	3100,00	Palkka	30000,00 37200,00
Sotu (2,14%)	53,50	66,34	Sotu (2,14%)	642,00 796,08
YEL (23,3%)	722,30	895,65	YEL (23,3%)	8667,60 10747,82
Kirjanpito	130,00	161,20	Kirjanpito	1560,00 1934,40
Puhelin	50,00	62,00	Puhelin	600,00 744,00
Tietokone	30,00	37,20	Tietokone	360,00 446,40
Lainat	400,00	496,00	Lainat	4800,00 5952,00
Hankinnat	250,00	310,00	Hankinnat	3000,00 3720,00
Netti	15,00	18,60	Netti	180,00 223,20
Vakuutukset	75,00	93,00	Vakuutukset	900,00 1116,00
Sähkö	400,00	496,00	Sähkö	4800,00 5952,00
Edustus	0,00	0,00	Edustus	0,00 0,00
Yhteensä	5625,80	6975,99	Yhteensä	67509,60 83711,90
Vuosiliikevaihto	67509,60	83711,90		
Vuosiliikevaihto/11	6137,24	7610,17		
Kuukausiliikevaihto	6137,24	7610,17		
Päivälaskutus	278,97	345,92		
Tuntilaskutus	34,87	43,24		

LIITE 3: LAUTASTEN HINNAN LASKEMINEN

Päivähinta (alv)	345,92		
Tuntihinta (alv)	43,24		
Minuuttihinta (alv)	0,72		
	Iso	Keskikokoinen	Pieni
Työn kesto (min)			
Leikkaaminen	20	10	5
Pesu	6	3	2
Kuivaus	5	3	2
Uuniin latominen	5	4	2
Hionta	10	7	5
2. pesu/kuivaus	2	2	1
Signeeraus	1	1	1
Aika yht.	49	30	18
Työn hinta	34,95	21,62	12,97
Materiaalit (eur)			
Lasi;			
Kirkas	2,81	1,41	0,32
Musta	5,62	2,81	0,70
Valkoinen	3,29	1,65	0,37
Muotti	0,50	0,50	0,50
Uunipaperi	2,20	1,05	0,30
Materiaalit yht.	14,42	7,42	2,19
Tuotetta päivässä (kpl)	9,9	16,0	26,7
HINTA Alv. 24 %			
Suoraan tuottajalta	49,37	29,04	15,16
HINTA Alv. 0 %	39,82	23,42	12,23
Jälleenmyyntihinta +40 %	82,45	48,50	25,32

