

Tuulia Starck

Lahjaesineen suunnittelu yritykselle palkitsemistilanteisiin

Työn tyyppi Opinnäytetyö

Kevät 2015

SeAMK Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö

Muotoilun Tutkinto-ohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö

Tutkinto-ohjelma: Muotoilun tutkinto-ohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Teollinen kalustemuotoilu

Tekijä: Tuulia Starck

Työn nimi: Lahjaesineen suunnittelu yritykselle palkitsemistilanteisiin

Ohjaajat: Jaakko Purtanen ja Vuokko Takala-Schreib

Vuosi: 2015

Sivumäärä: 49

Liitteiden lukumäärä: 1

Opinnäytetyön tavoite oli ideoida ja suunnitella Boliden Harjavalta Oy:lle erilaisia tuotteita palkitsemistilanteisiin ottaen ideoissa huomioon yrityksen pohjoismaiset taustat.

Opinnäytetyön produktiivista osuutta varten toteutettiin tiedonhankintaa erilaisista yritykseen kuuluvien maiden lahjakulttuureista, sekä liikelahjoista ja lahjoista yleisesti.

Tiedonhankintaosuuden jälkeen toteutettiin työn tutkimusosuus Webropol-kyselyn avulla. Kyselyssä selvitettiin työntekijöiden toiveita palkitsemislahjoista sekä kerättiin palautetta tämän hetkisestä palkitsemisesta yrityksessä yleisesti.

Tiedonhankinnan ja kyselyn tuloksista koottiin muotoilun tavoitteet ideointivaiheen tueksi.

Kyselyn jälkeen suunniteltiin yritykselle erilaisia lahjaideoita, jotka lähetettiin yrityksen edustajalle. Yrityksen edustaja valitsi suunnitelluista tuotteista kolme kappaletta jatkokehitykseen. Jatkokehityt tuotteet valmistettiin hahmomalleiksi, jotta suunnitelluiden tuotteiden mittasuhteet ja ulkomuoto olisivat konkreettisesti havaittavissa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi kolme erilaista tuotetta yritykselle palkitsemistilanteisiin.

Avainsanat: Liikelahja, lahjakulttuurit

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Design

Specialisation: Industrial Design

Author/s: Tuulia Starck

Title of thesis: Designing gift items for a company for rewarding situations

Supervisor(s): Jaakko Purttanen and Vuokko Takala-Schreib

Year: 2015

Number of pages: 49

Number of appendices: 1

The goal of this thesis was to generate ideas and to design for Boliden Harjavalta Oy different types of products for rewarding situations. Also the Nordic background of the company was taken into consideration in the idea creation and design process.

For the productive part of the thesis, information was collected about gift giving customs in the countries where the company operates and about business gifts and gifts in general.

After the information collection part, the actual survey for the thesis was done via a Webropol Internet questionnaire. In the questionnaire, employees were asked about their wishes regarding rewarding gifts and they were requested to give feedback about the practices of rewarding that the company uses nowadays.

The results of the information collection and the questionnaire were used to create the design goals in order to support the idea generation phase.

After the survey, different ideas for gifts were designed and then sent to the representative of the company. The representative selected three ideas to be further developed. The further developed products were then made into prototypes, so that the dimensions and shapes could be concretely observed.

As a result of the thesis, three different types of products were created for the company for rewarding situations.

Keywords: Business gift, gift culture

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	8
1 JOHDANTO.....	9
2 TOIMEKSIANTO.....	10
3 NEW BOLIDEN.....	11
3.1 Boliden Harjavalta.....	11
3.2 Bolidenin tämän hetkiset lahjaesineet.....	12
4 LAHJAESINEET.....	13
4.1 Eurooppalaiset lahjakulttuurit.....	13
4.1.1 Suomi.....	13
4.1.2 Ruotsi.....	14
4.1.3 Norja.....	15
4.1.4 Irlanti.....	15
4.1.5 Iso-Britannia/Englanti.....	16
4.1.6 Saksa.....	17
4.2 Lahjat.....	17
4.2.1 Lahjat yrityksen työntekijöille.....	18
4.2.2 Liikelahja.....	18
4.2.3 Liikelahjojen ja työntekijöiden lahjojen ero.....	19
5 KYSELY TYÖNTEKIJÖIDEN TOIVEISTA.....	20
5.1 Kyselyn tavoitteet.....	20
5.2 Kyselyn runko.....	20
5.3 Kyselyn tulosten analysointi.....	21
5.4 Kyselyn tuloksista suunnittelukriteereihin.....	25
6 MUOTOILUN PROSESSI.....	26
6.1 Muotoilun tavoitteet.....	26

6.2	Materiaalit	26
6.2.1	Anodin muoto.....	26
6.2.2	Kupari	27
6.2.3	Kulta.....	27
6.2.4	Hopea	27
6.2.5	Ruostumaton teräs	28
6.2.6	Tammi.....	28
6.3	Ideointi	28
6.4	Kehitykseen valitut tuotteet	34
6.5	Ideoiden kehittäminen.....	34
6.5.1	Hahmomallien valmistus/ 3D tulostaminen	35
6.5.2	Valmiit tuotokset	37
6.5.3	Toimeksiantajan arvio.....	40
6.5.4	Tuotteissa toteutuneet muotoilun tavoitteet	40
7	YHTEENVETO JA POHDINTA	42
	LÄHTEET	43
	LIITTEET	45

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo

Kuvio 1 Minkä näistä tuotteista haluaisit saada lahjaksi?.....	22
Kuvio 2 Mitä näistä tuotteista et haluaisi saada lahjaksi.....	23
Kuvio 3 Mikä väri kuvastaa parhaiten yritystä.....	23
Kuva 4 Anodin muoto.....	26
Kuva 5 Puukonvarsi.....	28
Kuva 6 Keittiötarvike teline.....	29
Kuva 7 Viinipulloteline.....	29
Kuva 8 Sormus.....	30
Kuva 9 Vyönsolki.....	30
Kuva 10 Hahmo riipukset.....	30
Kuva 11 Riipus.....	31
Kuva 12 Mitalit.....	31
Kuva 13 Lahjarasia.....	32
Kuva 14 Kalvosinnappi.....	32
Kuva 15 Rannekoru 1.....	33
Kuva 16 Rannekoru 2.....	33
Kuva 17 Anodinmallinen kalvosinnappi.....	33
Kuva 18 Anodinmallinen kalvosinnappi.....	34
Kuva 19 Anodien muodostama rannekoru.....	35
Kuva 20 Lahjarasia.....	35

Kuva 21 3D tulostettu rannekoru.....	36
Kuva 22 3D tulostettu kalvosinnappi.....	36
Kuva 23 Lahjarasia kannella.....	37
Kuva 24 Lahjarasia ilman kantta.....	38
Kuva 25 Rannekoru valmis.....	38
Kuva 26 Kalvosinnappi valmis.....	39
Kuva 27 Valmiiden tuotteiden kokonaisuus.....	40
Taulukko 1 Kuinka tärkeää on, että tuotteessa näkyy.....	21

Käytetyt termit ja lyhenteet

Anodi	Harjavallan tehtailla valmistettava 400 kiloinen kivi, jonka kupari pitoisuus on 99,3 %.
Hahmomalli	Kolmiulotteinen tiettyyn mittakaavaan toteutettu malli, esimerkiksi pahvista valmistettu tuote, jonka perusteella voidaan arvioida tuotteen ulkonäköä ja miettiä mahdollisia valmistuskeinoja.

1 JOHDANTO

Työssä tavoitteena on suunnitella yritykselle palkitsemistilanteisiin erilaisia lahjakonsepteja, joista kolme tuotetta kehitetään protomalliin asti.

Tuotteiden suunnittelua varten tehdään tiedonhankintaa, joka liittyy yrityksen kansainvälisyyteen ja työntekijöiden toiveisiin lahjojen saamisen suhteen. Opinnäytetyön käyttäjälähtöisyys otetaan huomioon selvittämällä työntekijöiden toiveet kyselyllä, joka toteutetaan Webropol nettikyselynä. Tiedonhankintaosuudessa etsitään vastauksia kysymyksiin:

- Millaisia erilaisia kulttuureita tulee ottaa huomioon lahjaa suunnitellessa
- Minkälaisia tuotteita on saatu lahjaksi
- Millainen lahja olisi hyvä tuotteen saajan mielestä

Projektini lähtökohtana on oma kiinnostukseni kyseiseen yritykseen ja pientuotteiden suunnitteluun. Lisäksi haluan oppia enemmän konseptisuunnittelua ja suunnittelemaan käyttäjälähtöisen kyselyn, koska näitä taitoja tulen tarvitsemaan työelämässä valmistumisen jälkeen.

2 TOIMEKSIANTO

Toimeksiantonani on suunnitella yritykselle persoonallinen lahjaesine erilaisiin palkitsemistilanteisiin. Näitä erilaisia palkitsemistilanteita olisi esimerkiksi hyvän työn tehnyt työntekijä, tai muilla tavoin menestynyt työntekijä, mahdollisesti myös merkkipäivä- ja ansiovuosipalkitsemiset. Boliden on kansainvälinen yritys, mutta tuotteet suunnitellaan ensisijaisesti Harjavallan ja Porin tehtaille ottaen kuitenkin huomioon yritykseen kuuluvat muutkin maat.

Suunnittelemini tuotteiden tulisi sopia monenlaisiin tilanteisiin. Tuotteissa pitää näkyä jonkinlainen yhdistävä tekijä Harjavallan ja Porin tehtaisiin. Materiaaleissa tulisi näkyä, mitä yrityksessä valmistetaan (kupari, kulta ja hopea), joko itse materiaalina tai värimaailmassa.

Projektin alussa toteutettavan tiedonhankinnan ja työntekijöille suunnatun kyselyn lopputuloksena tulisi syntyä tuote, joka kuvastaa yritystä ja miellyttää palkinnon saajaa. Tavoitteena on toteuttaa erilaisia konsepteja, esityskuvia ja mahdollisesti prototyyppejä erilaisista tuotteista.

3 NEW BOLIDEN

Boliden on metallialan yritys, joka keskittyy kestävään kehitykseen. Yrityksen toiminta perustuu Pohjoismaihin, mutta liiketoiminta on maailmanlaajuista. Bolidenin ydinosamista ovat malmin etsintä, louhinta, sulatus ja metallin kierrätys. Boliden-konsernilla on sulattoja ja kaivoksia Ruotsissa, Suomessa, Norjassa ja Irlannissa. Myynti- ja markkinointikonttorit sijaitsevat Ruotsissa, Saksassa ja Iso-Britanniassa. Niiden tehtävänä on hoitaa raaka-aineiden, metallien ja sivutuotteiden hankintaa ja myyntiä. Bolidenin pääkonttori sijaitsee Ruotsissa. (Boliden 2015.)

3.1 Boliden Harjavalta

Boliden Harjavalta sulattaa kupari- ja nikkelikasteita sekä jalostaa kuparia. Harjavallassa ja Porissa sijaitsevat tuotantolaitokset tuottavat päätuotteenaan kuparikatodeja, kultaa ja hopeaa. Lisäksi sivutuotteena valmistuu rikkihappoa. (Boliden Harjavalta 2015.)

Harjavallassa olevan sulaton tuottamat kuparianodit jatkojalostetaan Porin kuparielektrolyysissä kuparikatodeiksi. Porin tuotantolaitoksella valmistetaan myös kultaa ja hopeaa. Kuparirikasteista suurin osa tulee kaivoksilta eri puolilta maailmaa, kuten esimerkiksi Portugalista ja Etelä-Amerikasta. Vuosittainen tuotantokapasiteetti yhtiössä on 210 000 tonnia anodikuparia ja 155 000 tonnia katodikuparia. (Boliden Harjavalta 2015.)

Boliden Harjavallalla on pitkät ja hyvät perinteet Suomen teollisessa historiassa. Vuonna 1936 aloitti kuparisulatto toimintansa Imatralla. Liiketoiminta siirrettiin henkilöstöineen pois sodan jaloista vuonna 1944 Harjavaltaan. Harjavallassa ensimmäinen kuparivalu tehtiin vuonna 1945. Porissa kuparielektrolyysi aloitti toimintansa vuonna 1941. (Boliden Harjavalta 2015.)

Harjavallassa kehitettiin energiatehokas kuparirikasteiden liekkisulatusmenetelmä, joka otettiin käyttöön vuonna 1949. Liekkisulatusmenetelmää kehitetään jatkuvasti, se on myös maailman yleisin sulatustapa kuparirikasteille. (Boliden Harjavalta 2015.)

Harjavallan ja Porin tehtailla työskentelee n. 400 henkilöä.

Bolidenin kotisivustoa tutkiessani huomasin myös mielestäni mielenkiintoisen osuuden ”fun facts”, joka kertoo selkeästi, mihin kaikkeen kyseisen yrityksen tuotteita, kuten kupari, kulta ja hopea tarvitaan. Otetaan esimerkiksi vaikka auto: Autoon tarvitaan keskimääräisesti yhden gramman verran hopeaa, kaksi grammaa kultaa ja kymmenen kiloa kuparia. Kyseisessä osiossa sivustolla kerrotaan myös, että metallia pystyy kierrättämään uudestaan ja uudestaan. Esimerkiksi, että 200 matkapuhelinta sisältää tarpeeksi kultaa tekemään yhden kokonaisen kultasormuksen.

3.2 Bolidenin tämän hetkiset lahjaesineet

Tällä hetkellä Boliden Harjavallalla on käytössä ”kymmenen pistettä ja papukaija-merkki”- rintamerkki, jota yrityksessä pidetään suuressa arvossa. Se annetaan työntekijöille merkiksi erilaisista hyvistä töistä. Ansiovuosilahjat tulevat kultasepäntoimialasta.

Yritys on myös teettänyt erilaisia juhlavuositaleja suunnittelijoilla. Boliden Harjavallalta on myös teetättänyt kultaliikkeessä hopearakeista erilaisia kaulakoruja ja valettuja ruusumaljoja.

Yrityksellä on siis selvä tarve kyseiselle lahjaesineelle, joka kuvastaisi yritystä ja olisi heidän oma persoonallinen tapansa palkita työntekijöitään.

4 LAHJAESINEET

Kappaleessa käsitellään yritykseen kuuluvien eri maiden lahjakulttuureita ja pohditaan, mikä erottaa liikelahjan ja työntekijöiden saaman merkkipäivä tai hyvän työsuorituksen tehneen lahjan.

4.1 Eurooppalaiset lahjakulttuurit

Mikluha (2000, 94) kirjoittaa kirjassaan, että Euroopassa yleisesti liikelahjan antaminen koetaan henkilökohtaiseksi, joten sen antamiseen sopiva hetki on usein liikesuhteiden kehityttyä, esimerkiksi neuvotteluiden tai sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen. Hän kertoo, että eurooppalaiseen kulttuuriin kuuluen lahjan saamista pidetään yllätyksenä ja arvostetaan yritysten persoonallisia liikelahjoja. Hänen mielestään koskaan ei tulisi antaa liian halpaa tai kallista lahjaa. Myös liian rohkeat ja huonosti pakatut lahjat eivät ole suositeltavissa. Hänestä yhtiön logo tai nimi ei saisi myöskään korostua lahjassa liikaa. Hän kertoo myös, että lahjaan ei tulisi liittää mukaan käyntikorttia.

Mari Purasen ja Satu Uusipaikan (2015, 5) opinnäytetyössä kerrotaan, että suomalaisilta suosittuja lahjoja ovat suomalaiset design-tuotteet ja elintarvikkeet, kuten hillot, porojalosteet ja kalatuotteet.

Mielestäni liikelahjojen antamiskulttuuri on erittäin haastava. Yritykselle lahjaa miettiessään tulee pohtia, millaista lahjaa kyseinen maa arvostaa, mitä lahjan tulisi viestiä ja ettei liikelahja näyttäisi turhan halvalta tai kalliilta. Näiden asioiden järkevä määrittely on mielestäni lähes mahdotonta. Ihmisten hintakäsitys on monen tuotteen kohdalla hyvinkin erilainen.

4.1.1 Suomi

Arja Mikluhan (2000, 287) kirjassa kerrotaan, että Suomen yrityskulttuuri edellyttää pienten lahjojen jakamista erilaisten tapahtumien yhteydessä. Hänen mukaansa

suomalaiset arvostavat yksilöllisiä ja laadukkaita, käytännöllisiä ja halpoja liikelahjoja. Hän kertoo, että työnantaja voi antaa työntekijälle verovapaasti vain merkkipäivälahjoja tai muita tavanomaisiksi katsottavia lahjoja. Hänen mielestään tällaisia lahjoja voivat olla esimerkiksi vuosipäivälahja, eläkkeelle jäämislahja tai vaikka joululahja. Hän kertoo myös, että rahana saatu lahja katsotaan aina veronalaiseksi palkaksi, olipa sen antamisen syy mikä tahansa. Rahalliseksi lahjaksi katsotaan myös toisinaan tavaratalojen lahjakortit, jos niitä ei ole osoitettu tietyn tuotteen ostamiseen.

4.1.2 Ruotsi

Mikluhan (2000, 265) kirjassa kerrotaan, että ruotsalaiset arvostavat tyylikkäitä, pieniä ja kohtuuhintaisia lahjoja. Hän kirjoittaa, että liikelahjat eivät saa olla kalliita tai ylellisiä. Hän kertoo kirjassaan myös, että liikelahjoissa noudatetaan tiukkaa linjaa ruotsin lahjuslainsäädännön takia. Kirjoittaja kertoo, että kun Ruotsissa annetun liikelahjan hinta ylittää 400 kruunua (noin 45 euroa), saatetaan sitä monesti pitää lahjuksena, jos antaja ja saaja ovat tekemisissä liike-elämässä. Hänen mukaan kirjat, toimistotarvikkeet ja alkoholi ovat yleisiä liikelahjoja Ruotsissa.

Ruotsissa liikelahja annetaan yleisesti silloin, kun ollaan kirjoittamassa sopimusta. Lahjan tulisi olla käytännöllinen. Jos saat liikelahjan ruotsalaiselta liikekumppanilta, anna hänelle vastavuoroisesti lahja, joka on verrattavissa saatuun lahjaasi. Älä siis osta ylenpalttista, pröystäilevämpää ja kalliimpaa lahjaa. (Sweden gift giving customs 2015.)

Purasen ja Uusipaikan (2015, 5) opinnäytetyössä kerrotaan kuitenkin, että Ruotsissa arvostetaan pieniä lahjoja, kun yritetään solmia liiketuttavuuksia. He kertovat, että tällaisia lahjoja voisivat olla esimerkiksi yrityksen tunnuksella varustetut toimistotarvikkeet. Kirjoittajien mukaan Ruotsissa on myös tapana viedä oman kaupungin tuottamia elintarviketuotteita, kuten juustoja ja hilloja. He kertovat myös, että illallisen tarjoaminen liikekumppanille on Ruotsissa myös suosittua. Heidän mukaansa nykypäivänä Ruotsissa on kuitenkin suosittua lähettää tilausten ohessa pieniä lahjoja, kuten yrityksen logolla varustettuja kyniä, suklaata tai muita makeisia

Ruotsalaiset siis mielestäni arvostavat pieniä ja persoonallisia tuotteita. Ruotsissa, toisin kuin muissa maissa, pidetään siitä, että jo liikekumppanuutta sopiessa annetaan pieniä liikelahjoja. Myös yrityksen tunnus saa näkyä lahjassa.

4.1.3 Norja

Mikluha (2000,245) kirjoittaa, että norjalaisten tapoihin ei kuulu aloittaa liikesuhteiden solmimista liikelahjoilla. Hänen mielestään lahjojen antaminen heti alussa saattaa saada norjalaiset tuntemaan olonsa varovaiseksi ja epäluuloiseksi. Hän kertoo, että Norjassa liikelahjoja annetaan vasta sopimuksen solmimisen jälkeen, kiitoksena yhteistyöstä tai merkkipäivänä. Hänen mukaansa Norjassa liikelahjoilla on melkein sama merkitys kuin Suomessa. Toivottuja liikelahjoja Norjassa ovat hiihtoon ja retkeilyyn liittyvät tuotteet, kuten selkäreppu.

Norjalaiset eivät siis pahemmin anna liikelahjoja, lukuun ottamatta kausittaisia joululahjoja tai yrityksen logon sisältäviä tuotteita. Lahja tulisi kääriä parempilaatuiseen paperiin. Kuitenkin liiallista lahjojen antamista tulisi välttää, ettei niitä mielletä lahjuksiksi. (Norway gift giving customs 2015.)

Norjalaiset eivät siis pidä liikelahjoja välttämättöminä, eikä niitä arvosteta Norjassa niin paljon kuin muissa Euroopan maissa. Norjalaisten lahjakulttuuri keskittyy mielestäni kausittaisiin tuotteisiin ja liikelahjoja, jotka liittyvät norjalaisten omaan kulttuuriin pidetään suuremmassa arvossa.

4.1.4 Irlanti

Mikluha (2000,156) kertoo, että Irlannissa ei ole tavallista antaa kalliita liikelahjoja, eivätkä ne ole välttämättömiä liike-elämässä. Hänen mielestään liikelahjoissa tulisi aluksi olla pidättyväinen ja vältettävä pröystäilevien, isojen ja arvokkaiden lahjojen antamista, sillä ne saattavat aiheuttaa Irlannissa väärinkäsityksiä. Hän kertoo, että hyvälle liiketuttavalle voidaan neuvotteluiden jälkeen antaa esimerkiksi jokin suomalainen design-tuote. Myös kyniä ja muita yrityksen logolla varustettuja tuotteita voidaan antaa liikelahjoina hänen mukaansa.

Liikelahjojen vaihtaminen ei siis ole tärkeä osa irlantilaista kulttuuria. Kuitenkin liiketoiminnan yhteydessä tapahtuvissa sosiaalisissa tilanteissa on suotavaa antaa esimerkiksi pullo viiniä tai jokin lahja/tuote kotimaastasi. Useimmat irlantilaiset bisnesmiehet pelaavat paljon golfia, joten golf-aiheiset liikelahjat ovat suosittuja. Irlannissa lahjaa arvostetaan enemmän, jos siihen on laitettu yrityksen logo tai esimerkiksi kirjoitettu kotikaupungin nimi. (Ireland gift giving customs 2015.)

Irlantilaiset eivät siis odota saavansa liikelahjoja neuvotteluiden ohessa. Jos kuitenkin kokee tarpeelliseksi antaa kyseiselle bisnesmiehelle/naiselle jotain, kannattaa tuotteen olla persoonallinen ja pienieleinen.

4.1.5 Iso-Britannia/Englanti

Mikluha (2000, 158) kirjoittaa, että liikelahjat eivät ole välttämättömiä, eikä niitä periaatteessa kannata antaa briteille, sillä ne eivät kuulu yleisesti englantilaisiin liiketapoihin. Hänen mukaansa liikelahjoista voi kuitenkin olla hyötyä pitkäaikaisen kaupankäynnin tai onnistuneen kaupan kunniaksi annettuina. Hän kertoo, että liikelahjojen arvo vaihtelee valtavasti, mutta yleensä hinta on arvioitava niin, ettei se loukkaa tai vaikuta lahjonnalta. Hänen mukaansa liian kalliit liikelahjat saattavat aiheuttaa asiakkaalle hankaluuksia, koska monissa yrityksissä on tiukat ohjeet, minkälaisia lahjoja voidaan vastaan ottaa ja mitä ei.

Puranen ja Uusipaikka (2015, 7) kirjoittavat opinnäytetyössään, että liikelahjojen sijasta Englannissa suositaan lounaan tai päivällisen tarjoamista tai esimerkiksi iltaa teatterissa. Heidän mukaansa hyviä lahjoja maassa ovat pienet esineet esimerkiksi lahjan saajan harrastuksiin liittyen. He kirjoittavat myös, että tyylikäs toimistotarvike, kuten nimellä varustettu kynä tai muistikirja, suomalainen lasi tai keramiikka tai suomalaiset elintarvikkeet ovat myös suosittuja Englannissa.

Iso-Britannian/Englannin liikelahjakulttuurin säädökset ovat tiukimmat käsittelemistäni maista. Kummassakaan edellä mainituista ei pidetä liikelahjan saamista kovin tärkeänä, ja toisissa yrityksissä ei oteta kaikkia liikelahjoja vastaan. Iso-Britanniassa/Englannissa arvostetaan siis enemmän tekemiseen liittyviä lahjoja, kuten teatteriesityksiä, lounaita ja illallisia.

4.1.6 Saksa

Puranen ja Uusipaikka (2015, 8) kirjoittavat opinnäytetyössään, että Saksassa ei odoteta liikelahjojen antamista. Heidän mukaansa liian kalliit lahjat koetaan usein epämiellyttävänä ja lahjontana. Kuitenkin pienet persoonalliset lahjat ovat tervetulleita. He kirjoittavat, että Saksassa liikelahjojen anto tapahtuu vasta liiketuttavuuden kehittyttyä, silloin hyviä lahjoja ovat esimerkiksi yrityksen logolla varustetut kalenterit, muistikirjat tai kynät. He kertovat myös, että pidemmät liiketuttavuudet arvostavat myös suomalaisia design-tuotteita tai elintarvikkeita. Liikelahjojen antaminen Saksassa painottuu pääosin joulun.

Mikluha (2000, 269) kirjoittaa, että Saksassa liikelahjat ovat tervetulleita, edellyttäen, että niiden katsotaan olevan vain lahjoja. Hänen mielestään suurin osa saksalaisista yritysjohtajista pitää rahalliselta arvoltaan huomattavia lahjoja hyvin vastenmielisinä. Hän kertoo, että Saksassa ei siis arvosteta huomiota herättäviä tai mauttoman upeita lahjoja. Myöskään henkilökohtaiset lahjat eivät ole suotavia.

Mielestäni siis saksalaiset, kuten muutkin maat, arvostavat persoonallisia ja yritystä kuvaavia lahjoja. Lahja ei saa olla pröystäilevä tai kallis, vaan mieluiten käytännöllinen ja persoonallinen.

4.2 Lahjat

Mikluha (2000, 17) kertoo että, ihmiset pitävät lahjoista, ja niitä on annettu aina. Hänen mukaansa Suomalaisten lahjakäytäntö on kuitenkin helppo verrattuna joidenkin kaukaisten kulttuurien tapoihin. Silti hänen mielestään Suomessakin lahjan hankkija on usein ymmällään. Miten löytää lahja, joka ilahduttaa lahjan saajaa ja antaa miellyttävän myönteisen kuvan lahjan antajasta?

Lahjoja annetaan säännöllisesti juhlien, kuten syntymäpäivien, häiden, joulun tai ristiäisten, yhteydessä. Lahjan antaminen väärässä tilanteessa tai vääränlaisen lahjan antaminen voi aiheuttaa enemmän haittaa kuin iloa tai hyötyä. Mitä paremmin lahjan saaja tunnetaan sitä helpommin voidaan löytää juuri hänelle sopivaa annettavaa.

Suomessa yleisin ajankohta liikelahjojen ja muiden lahjojen antamiseen on joulukuu.

4.2.1 Lahjat yrityksen työntekijöille

Mikluha (2000,30) kirjoittaa työntekijöiden voivan saada lahjoja työnantajaltaan yrityksen tai oman merkkipäivänsä johdosta, mutta myös hyvän työsuorituksen ansiosta. Hänen mukaansa Suomessa työnantaja voi antaa työntekijälleen verovapaasti esimerkiksi merkkipäivä- tai muita vastaavanlaisiksi katsottavia lahjoja. Näitä voivat olla hänen mielestään työntekijän 50- tai 60-vuotispäivälahjat, tai lahja joka, annetaan työntekijän erotessa yrityksen palveluksesta tai jäädessä eläkkeelle. Myös joululahjat luetaan näihin lahjoihin.

Verohallinnon (Merkkipäivä tai muu vähäinen lahja 2015) sivuilla määritellään merkkipäivä näin:

Merkkipäivillä tarkoitetaan säännöksessä yleisesti hyväksytyjä eli tavanomaisia merkkipäiviä. Työntekijän merkkipäivinä voidaan pitää hänen hääpäiväänsä, 50-, 60- ja 70-vuotispäiväänsä, pitkäaikaiseen (alasta riippuen 10 vuotta tai sitä enemmän) palveluun perustuvaa merkkipäivää tai eläkkeelle siirtymistä. Työnantajan merkkipäivinä voidaan tässä suhteessa pitää yrityksen ikään (esim. 50 vuotta) liittyvää merkkipäivää. (Merkkipäivä tai muu vähäinen lahja 2015)

4.2.2 Liikelahja

Mikluha (2000, 41) kirjoittaa, että liikelahja, joka on laadukas ja hyvällä maulla valittu on, kuin käyntikortti, mutta sen muistaminen on helpompaa. Hänen mielestään liikelahjojen tarkoituksena on ilahduttaa vastaanottajaa ja muistuttaa antajastaan. ”Pieni asia, jolla on sisältöä”, kuvaa hyvin erinomaista liikelahjaa.

Huonoja liikelahjoja hänen mielestään olisivat esimerkiksi helposti rikkoutuva massatuote, jossa yrityksen logon kirjaimet ovat kissankokoisin kirjaimin. Myös liian kallis, erikoinen tai henkilökohtainen lahja saisi vastaanottajan olon epämiellyttäväksi.

Hyviä liikelahjoja hänen mielestään voisivat olla esimerkiksi saajan harrastuksiin tai kiinnostuksiin liittyvä ei liian ylellinen lahja, joka olisi käytännöllinen mutta kuitenkin yritystä hyvin edustava. Liikelahjaa suunniteltaessa kannattaa pohtia, miten kyseinen lahja jäisi saajansa mieleen parhaiten.

4.2.3 Liikelahjojen ja työntekijöiden lahjojen ero

Mielestäni liikelahjat ja ”palkitsemislahjat” erottaa toisistaan lahjan tarkoitusperän lisäksi hinta ja lahjan antamisen tapa. Liikelahjat ovat usein massatuotteita, kuten kyniä, mukeja, kalentereita, muistitikkuja, lippalakkeja ja muita vastaavanlaisia tuotteita. Liikelahjoja jaetaan erilaisissa tapahtumissa ja liikekumppanuutta solmiessa. Joululahjat yritysten välillä ovat usein hieman hintavampia ja persoonallisempia kuten lompakko, viltti tai yrityksen valmistamista materiaalista tai tuotteista koottu lahja. Nämäkin lahjat ovat kuitenkin helposti toistettavissa.

Työntekijöille annetut lahjat ovat usein käyttöesineitä kuten takkeja, maljakoita, kattiloita, koruja jne. Takit tilataan yrityksen logolla ja maljakot, kattilat ja muut ovat perushelppoja ja tarpeellisia tuotteita monessa kodissa. Merkkipäivälahjaksi saateen antaa jokin arvokkaampi koru tai vastaava tuote.

Kaikki lahjat ovat mielestäni erityisen kiva tapa yritykseltä muistaa työntekijöitään tai yhteistyökumppaneitaan. Kuitenkin jokaisella yrityksellä tulisi olla jonkinlainen oma tapansa palkita työntekijöitään. Lahjan lisäksi tulisi panostaa mielestäni tilanteeseen, jossa lahja annetaan saajalleen.

5 KYSELY TYÖNTEKIJÖIDEN TOIVEISTA

5.1 Kyselyn tavoitteet

Huotarinen (2003, 31) mukaan kyselyitä käytetään usein silloin, kun kohderyhmästä halutaan kerätä tietoa laajalti, jonka takia haastattelu ei ole järkevä menetelmä. Kyselyssä tarvittavia perustietoja ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli ja asuinpaikka. Erilaisia muotoilua kysymyksiin vaaditaan, kun selvitetään kohderyhmän asenteita ja makumieltymyksiä.

Anne Karppisen (2007) talousanominen kirjoituksessa haastateltu Jan-Erik Nyrövaara kertoo, että kohderyhmän tarpeiden selkeä tunnistaminen auttaa karsimaan epäoleellisen. Tuotteen kehittäminen nopeutuu, ja kuluttaja löytää helpommin tarpeitaan täyttävän tuotteen.

Kyselyn tavoitteena oli selvittää työntekijöiden toiveita erilaisista palkitsemislahjoista sekä määrittellä, mitä he haluaisivat saada lahjaksi.

Suunniteltuani kyselyn tein Webropol- kyselylomakkeen (liite 1), jonka jälkeen sain kyselylomakkeestani linkin, jonka lähetin johdon assistentille, ja hän lähetti kyselynlinkin eteenpäin Bolidenin työntekijöille.

5.2 Kyselyn runko

Kyselyn alussa esitin kysymyksiä vastaajien iästä, sukupuolesta, työskentelypaikasta (Harjavalta vai Pori) ja työtehtävästä. Näiden kysymysten avulla hahmotellaan mahdollisia lahjansaajia.

Seuraavaksi kyselyssä selvitin, mitä työntekijöiden mielestä tuotteessa tulisi näkyä, ja mikä tekee tuotteesta arvokkaan, millaisista materiaaleista, väreistä ja tuotteista vastaajat pitävät. Selvitetään myös se, mitä tuotetta työntekijät eivät ehdottomasti halua saada lahjaksi.

Loppuosassa kysyin, mitä mieltä vastaajat ovat tämänhetkisistä palkitsemislahjoista ja tavoista, myös sen, miten he toivoisivat palkitsemista kehitettävän. Nämä kysymykset ovat avoimia kysymyksiä, jotta saadaan mahdollisimman hyvin tietoa niin hyvistä kuin huonoista puolista tämän hetkisistä tavoista.

5.3 Kyselyn tulosten analysointi

Kyselyyn vastasi 114 henkilöä, joista enemmistö on miehiä. Suurin osa vastaajista oli 50–54 tai 25–29 -vuotiaita. Enemmistö vastaajista (77 %) työskentelee Harjavan tehtaalla.

Seuraavaksi kyselyssä kysyin, että kuinka tärkeää on tiettyjen asioiden näkyminen tuotteessa. Enemmistön mielestä on tärkeää, että tuotteessa näkyy siihen käytetty materiaali. Yrityksen kansainvälisyydestä huolimatta sen näkymistä tuotteessa ei pidetä kovinkaan tärkeänä. Bolidenin logon näkymisestä tuotteessa ollaan samaa mieltä. Vastaajista 20 % on sitä mieltä, että logon tulisi näkyä tuotteessa, kun taas 25 % mielestä sen ei tulisi näkyä tuotteessa (taulukko 1).

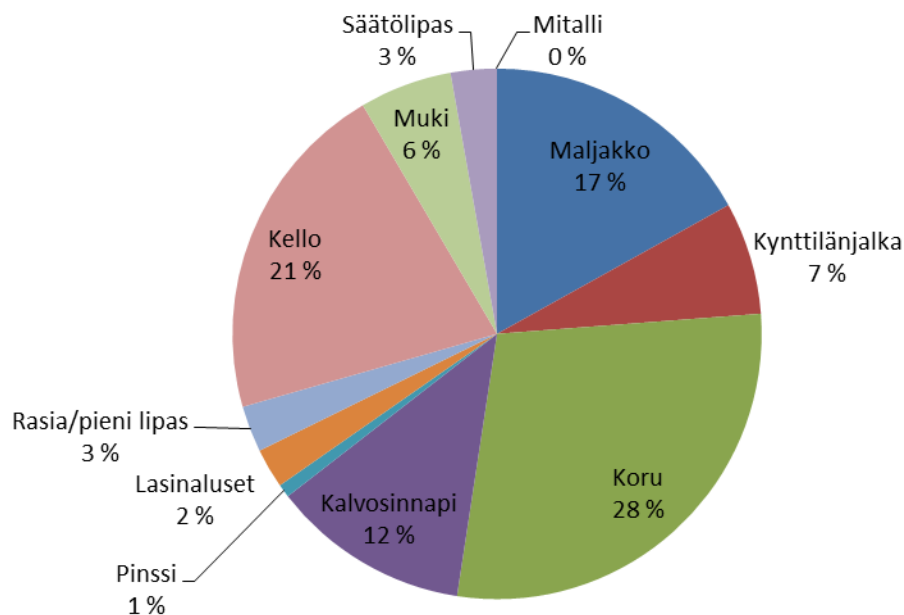
Taulukko 1 Kuinka tärkeää on, että tuotteessa näkyy

	Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä
Boliden logo	20 %	31 %	4 %	20 %	25 %
Lahjan antamisen syy	21 %	31 %	15 %	23 %	10 %
Kansainvälisyys	3 %	25 %	26 %	29 %	17 %
Tuotteen valmistaja	18 %	38 %	15 %	22 %	7 %
Tuotteen materiaali	29 %	42 %	17 %	9 %	3 %

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin, mikä tekee heidän mielestään tuotteesta arvokkaan. Vastaajista 68 % mielestä käytännöllisyys tekee tuotteesta arvokkaan. Kuukaan ei ollut erimieltä tässä asiassa. Myös persoonalliset ja käsintehty tuotteet koettiin arvokkaiksi. Suurin osa vastaajista ei kuitenkaan osannut sanoa, mikä heidän mielestään tekee tuotteesta arvokkaan.

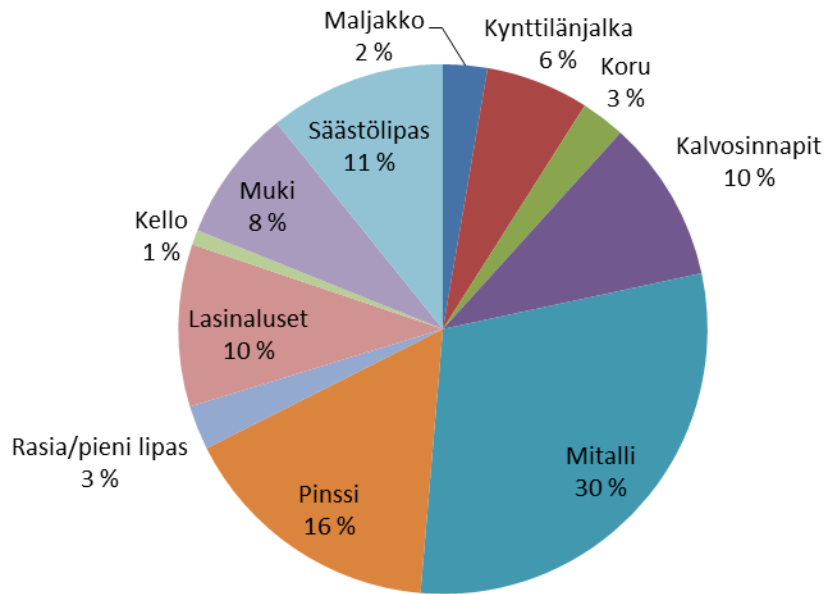
Materiaalista moni oli samaa mieltä siitä, että metallimateriaalit kupari, hopea ja kulta ovat hyviä materiaaleja tuotteeseen. Näistä suosituimmaksi nousi kulta. Vastaaajista vain yksi piti muovia materiaalina erittäin hyvänä, suurin osa oli kuitenkin sitä mieltä, että muovi materiaalina on huono. Tämän jälkeen kyselyssä oli avoin kenttä, jossa kysyttiin mahdollisia muita materiaaleja ja vastauksia tuli 14 kpl. Lisämateriaaleiksi nimettiin esimerkiksi puu, lasi, nahka ja teräs. Eräs vastaajista piti myös laadukkaita kankaita hyvinä ja kertoi että, hänen mielestään tuote voi olla vaikka kierrätyspahvia, kuhan lopputulos on laadukas. Myös uusio-/kierrätysmateriaalit mainittiin. Muoviset materiaalit eivät houkuttele näitä lahjan saajia.

Seuraavaksi kysyin, millaisen tuotteen vastaajat haluaisivat saada lahjaksi. Vastaaajista suurin osa haluaisi saada jonkinlaisen korun lahjaksi. 21 % mielestä kello olisi hyvä lahja. Myös maljakko ja kalvosinnapit saivat jonkin verran suosiota. Mitalia ei kuitenkaan kukaan halunnut saada enää lahjaksi. Mielestäni mitalit ovat ennen olleet suuressa arvossa palkitsemistilanteissa (kuvio 1).



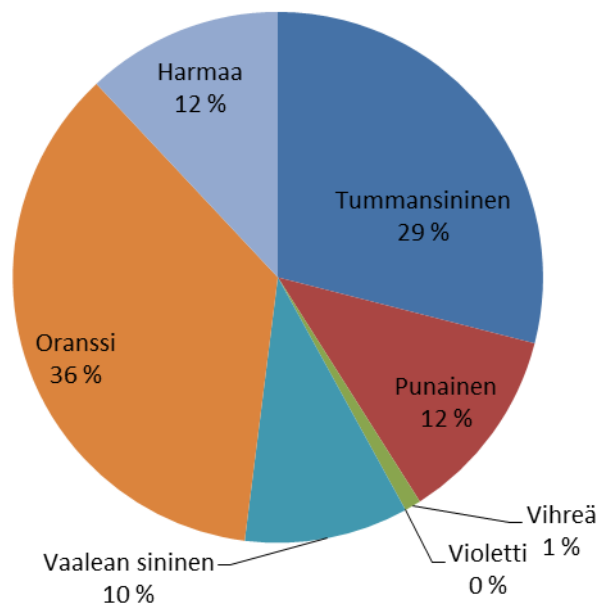
Kuvio 1 Minkä näistä tuotteista haluaisit saada lahjaksi?

Kysyin myös erikseen, mitä tuotteita vastaajat eivät ehdottomasti halua saada. Mitali nousi näissäkin tuotteissa ehdottomasti epäsuosituimmaksi. Epäsuosituksi joutuivat myös pinssit. Vähiten epämiellyttäviä lahjoja olisivat kello, maljakko, koru ja rasia/pieni lipas (kuvio 2).



Kuvio 2 Mitä näistä tuotteista et haluaisi saada lahjaksi

Selvitin myös, mikä väri vastaajien mielestä kuvastaa parhaiten yritystä. Vastauksissa oli paljon erimielisyyksiä. Kuitenkin suurimman osan mielestä oranssi ja tummansininen ovat yritystä parhaiten kuvastavat värit. Vähiten/ei ollenkaan kannatusta saavat vihreä ja violetti (kuvio 3).



Kuvio 3 Mikä väri kuvastaa parhaiten yritystä

Vastaajien tyytyväisyys tämän hetkiseen palkitsemiseen on hyvä/keskiverto (81 %). Muutaman vastaajan (2 %) mielestä palkitseminen on erittäin huonoa, kun

taas 11 % vastaajista on sitä mieltä, että palkitseminen on erittäin hyvää. Kyselyssä seuraavana oli avoin kysymys, jossa kysyttiin mahdollisia kehittämissideoita tämänhetkiseen palkitsemiseen. Lahjoihin toivottiin enemmän vaihtelua. Alapuolella on muutamia vastaajilta saatuja kommentteja:

Yhdellä henkilöllä saattaa olla kolme melkein samanlaista rannekelloa ja kaksi korua, koska vaihtoehdot ovat aina samoja.

Palvelusvuosilahjoissa on paljon samantyyllisiä tuotteita eri vuositasoilla. Valikoimaa voisi laajempi ja sisältää muitakin tuotteita kuin koruosastoa. Esim. design-lasi tai vastaava. Valikoima on myös pitkään pysynyt samana, sitä voisi välillä päivittää aikansa näköiseksi.

Palvelusvuosilahjat pitäisi päivittää nykypäivään. Hopeisten keramanekkojen ja kristallimaljojen tilalle voisi lisätä jotain käyttötavaraa. Koruille ja kultaketjuille on aika vähän käyttöä. Myös kelloissa voisi olla vaihtoehtona jotain vähän sporttisempaa. Nykyiset enemmän juhlatavaraa, eivätkä kovin "katu-uskottavia".

Käytettävyys! Se että se sopii jokaiselle. Mahdollisesti valinnan vara olisi mielestäni paras vaihtoehto. Vaikkapa 3 eri vaihtoehtoa joista henkilöstö saisi valita lahjansa. Sellainen joka sopii kaikille ja kaksi vähän persoonallisempaa.

Palvelusvuosi- ja merkkipäivälahjoihin enemmän vaihtelevuutta, esim. kotimaista lasia tai posliinia. Joululahjoihin muutama vaihtoehto, joista valita (talous- ja sisustustavaraa + jokin "miehisempi" vaihtoehto).

Näiden kommenttien perusteella mielestäni lahjoihin siis kaivataan erilaisuutta ja vaihtelua. Kuitenkin on erittäin vaikeaa miellyttää kaikkia vastaajia, koska toiset arvostavat koruja ja maljakoita, toisten mielestä niitä ovat jo kaapit täynnä. Kuitenkin jokainen vastaaja toivoi tuotteelta käytännöllisyyttä ja mahdollisuutta saada itse valita lahjansa. Näin ollen lahjoja tulisi siis olla monenlaisia, josta jokainen saisi valita itseään eniten miellyttävän tuotteen. Kommenteissa tuli myös esiin, että mieluinen lahja on lahjakortti, esimerkiksi johonkin tiettyyn yritykseen, kuten litala tai matkalahjakortit. Eräässä kommentissa kerrottiin myös, että on ikävää, jos lahjalla on vain statuksellista tai rahallista arvoa, jolloin ne mieluiten myy eteenpäin kuin säilyttää varastossaan.

Viimeisenä kysymyksenä laitoin mahdollisuuden vapaaseen sanaan Bolidenin lahjoista. Vastajat ovat sitä mieltä, että yleisellä tasolla lahjat ovat hyviä ja tyytyväisiä siihen, että mitaleista on luovuttu. Alla lainauksia kyselyn vastaustauksista:

Onneksi ei ole saatu kenttälapiota toista kertaa.

Ovat olleet laadukkaita, jonka toivoisi jatkuvan.

Pääosin olleet hyviä. Pitkään palvelleille palvelusvuosi- ja merkkipäivälahjat tulevat usein peräkkäin, joten useampi vaihtoehto on tarpeen.

Ovat (lähes) aina olleet laadukkaita vaikkei aina itselle tarpeellisuus ole kohdalle osunutkaan.

Palkitseminen itsessään on mukava ja on hienoa, että ihmiset huomioidaan.

Tulkitsen vastaukset niin, että yrityksen lahjat ovat olleet hyviä ja laadukkaita, joskin joillekin vastaajille hyödyttömiä käyttötarkoituksensa puolesta. Saaduissa tuotteissa on lahjan saajien mielestä liikaa toistuvuutta ja samankaltaisuutta, joka tekee joistakin lahjoista turhauttavia.

Mielestäni sain kyselystä erittäin kattavan katsauksen yrityksen työntekijöiden mielipiteistä tämänhetkisestä ja toivotuista tulevaisuuden palkitsemislahjoista.

5.4 Kyselyn tuloksista suunnittelukriteereihin

Mielestäni kyselyn tuloksista huomaa, että yrityksessä on kiinnostuttu kehittämään palkitsemista. Vastausten perusteella minun tulisi suunnitella tuote, jossa näkyy tuotteen materiaali, mahdollisesti myös yrityksen logo ja lahjan antamisen syy. Tuotteen tulisi olla saajalleen käytännöllinen ja materiaaliltaan mieluiten jokin tehtaasta tuottamista materiaaleista. Suosituimmiksi tuotteiksi nousivat koru, kello ja maljakko, mutta tuote ei missään nimessä saisi olla mitali tai pinssi. Yritystä parhaiten kuvaavat värit olisivat oranssi ja tummansininen, kuitenkin nämä värit eivät välttämättä miellyttäisi lahjan saajia.

6 MUOTOILUN PROSESSI

6.1 Muotoilun tavoitteet

Muotoilun tavoitteet auttavat hahmottamaan suunnitteluni lähtökohtia. Tavoitteena työssäni on ideoida tuotteita, jotka miellyttäisivät jokaista yrityksen lahjan saajaa. Tuotteen tulisi olla laadukkaan näköinen ja tarpeellinen käyttäjälleen. Työntekijöille tehdyn kyselyn perusteella tuotteen tulisi olla valmistettu miellyttävästä materiaalista, käytännöllinen ja persoonallinen. Tuotteessa tulisi mahdollisesti näkyä yrityksen logo sekä lahjan antamisen syy.

6.2 Materiaalit

6.2.1 Anodin muoto

Anodin muoto syntyy Boliden harjavallan tehtailla valetuista 400 kiloista kuparinodeista (kuva 4), jotka kuljetaan Harjavallan tehtailta junalla Porin tehtaille, jossa se jatkojalostetaan kuparikatodiksi. Kyseinen muoto yhdistää siis nämä tehtaot ja on myös Bolidenillä jokaiselle tuttu muoto.



Kuva 4 Anodin muoto

6.2.2 Kupari

Kupari on erittäin kestävä ja helposti muokattavaa materiaalia. Kuparista on tehty koruja jo tuhansia vuosia sitten. Kuparista tehdyt padat, kannut ja astiat ovat edelleen käyttöesineitä. Muokattavuutensa ansiosta kuparia käytetään kattoihin, kattokruunuihin ja joihinkin rakennusten koristeellisiin yksityiskohtiin. Kuparilevyä saateen käyttää myös usein julkisivuihin. Kuparista on myös tehty paljon taidetta, pronssin, kuparin ja tinan seosta on käytetty monien patsaiden ja veistosten materiaalina. Kuparia käytetään myös lasin, keramiikan ja posliinin värjäykseen. (On vaikea ajatella arkea ilman kuparia 2015.)

Kuparin hyväksi tai huonoksi puoleksi, kukin ihmisen mieltymysten mukaan lasetaan ajan tuoma patinoituminen.

6.2.3 Kulta

Kulta on varmaankin ensimmäinen metalli, mitä ihminen on oppinut tuntemaan. Se on yksi harvoista metalleista, jota voi löytää luonnosta täysin puhtaassa muodossa. Puhdas kulta on väriltään kiiltävän keltainen, lisäksi kulta on pehmeää ja helposti muokattavaa materiaalia. Hapettumattomuutensa takia kultaa käytetään enimmäkseen elektroniikkateollisuudessa. Puhdas kulta on liian pehmeää korujen valmistukseen, joten koruja tehdessä joukkoon on usein sekoitettu tiettyssä suhteessa kuparia ja hopeaa. Kullan värin lisäksi on ns. valkokulta, jonka seosaineena käytetään palladiumia. (Kulta 2015).

6.2.4 Hopea

Hopea on helposti taottavaa ja pehmeämpää kuin kupari, mutta kovempaa kuin kulta. Hopea on myös erittäin venyvä. Yksi gramma hopeaa voidaan venyttää kaksi kilometriä pitkäksi hopealangaksi. Hopeasta valmistetaan tavallisesti ruokailuvälineitä, tarjoiluastioita ja koruja. (Hopea 2015).

6.2.5 Ruostumaton teräs

Ruostumaton teräs on korroosion kestävä, vahva ja pitkäikäistä materiaalia. Teräksen työstäminen on helppoa, materiaali muovautuu helposti, ja se on erittäin hyvin hitsautuvaa. Jotta teräs luokiteltaisiin ruostumattomaksi teräkseksi, sen tulee sisältää vähintään 10 % kromia. Ruostumattoman teräksen sisältämä kromi luo teräksen pinnalle ohuen kalvon, joka säilyy teräksessä ja muodostuu uudestaan jos pinta vaurioituu. (Ruostumattoman teräksen luokittelu ja ominaisuudet 2011).

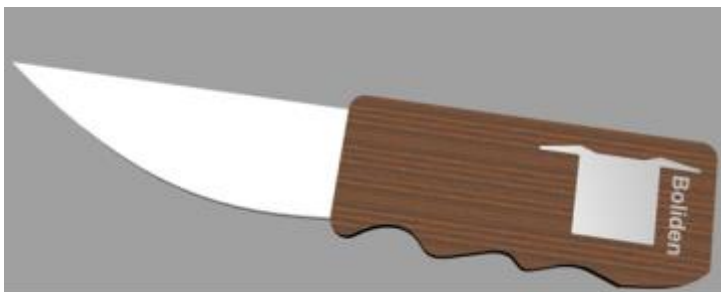
6.2.6 Tammi

Tammi on kaunis ja kestävä puunlaji. Tammi on pintansa ja kestäväytensä takia suosittu materiaali huonekaluissa. Tammesta tehdyt huonekalut säilyvät isältä pojalle. Tammi on myös helppohoitoista, ja käsittelymahdollisuuksia on monia. (Tammi 2015).

Tammi on väriltään vaalea, hieman kellertävän ruskeaan taittava.

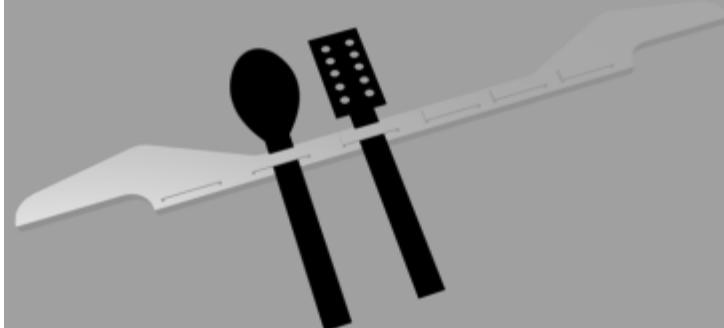
6.3 Ideointi

Ensimmäisessä (kuva 5) ideassani suunnittelin puukonvarteen Bolidenin logon ja anodin. Tuote sopisi mielestäni esimerkiksi joululahjaksi tai merkkipäivä lahjaksi. Mielestäni puukonvarsi tulisi olla puinen, jotta yrityksen logo ja anodi tulisivat esiin.



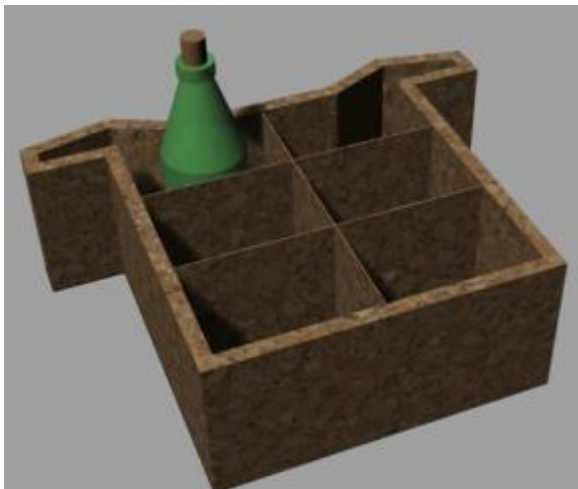
Kuva 5 Puukonvarsi

Anodin yläosan muodosta ideoin seinään kiinnitettävän keittiötarviketelineen (kuva 6), joka olisi valmistettu teräksestä. Tähän saisi mielestäni keittiövälineet esille ja helposti saataville. Tämä tuote voisi sopia joululahjaksi.



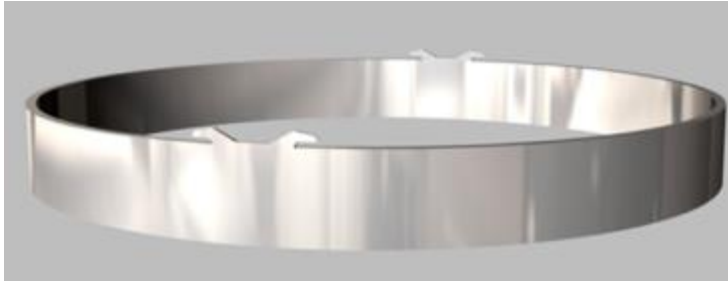
Kuva 6 Keittiötarvike teline

Anodin muodosta ideoitu viinipulloteline (kuva 7) on vaakatasossa. Telineeseen mahtuisi kuusi viinipulloa. Tuote olisi valmistettu korkista. Tämä sopisi mielestäni joulu- ja liikelahjoiksi.



Kuva 7 Viinipulloteline

Ideassani yritin upottaa sormukseen (kuva 8) anodinmuotoa ilman, että tuote näyttäisi kuitenkaan liian yritykseen leimaavalta. Idea syntyi saadusta palautteesta, jossa eräs henkilö ehdotti sormusta, johon teetettäisiin jokin yhteinen kaiverrus. Sormus olisi valmistettu hopeasta. Tuote sopisi mielestäni kaikenlaisiin palkitsemisiin yrityksen sisällä.



Kuva 8 Sormus

Ideoimassani vyönsoljessa (kuva 9) anodinmuoto näkyisi mahdollisimman pelkistettynä. Metallisessa vyönsoljessa anodi olisi mahdollisuuksien mukaan kuparista tai värjätty kuparin väriseksi. Mielestäni tuote sopisi liikelahjaksi tai vaikka työntekijöille työhousuihin.



Kuva 9 Vyönsolki

Yritin riipusideassani (kuva 10) saada anodinmuodosta hahmoja. Toinen hahmo olisi nainen ja toinen mies. Riipukset olisi valmistettu hopeasta. Tuote sopisi lahjaksi hyvän työn tehneille työntekijöille, ja olisi mielestäni hyvä korvike esimerkiksi pinssille tai mitalille.



Kuva 10 Hahmo riipukset

Ideoin myös anodinmuodosta (kuva 11) riipusta, joka olisi mahdollisimman sukupuolineutraali ja näin ollen kaikille annettavissa. Tähän riipukseen haluaisin tuoda esille kuparin väriä. Riipus sopisi lahjaksi hyvän työn tehneille työntekijöille.



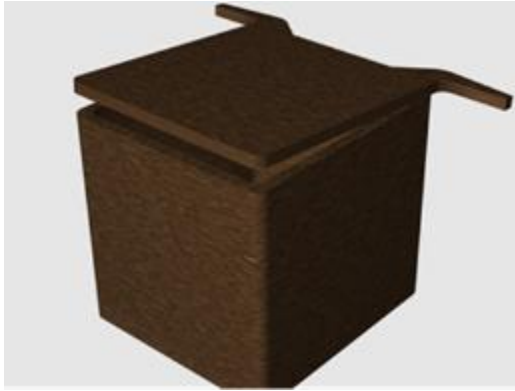
Kuva 11 Riipus

Ideoin yritykselle myös kaksi erilaista mitalia (kuva 12), vaikka ne eivät olekaan haluttuja tuotteita. Kuitenkin itse koen niiden olevan hyvä tapa palkita hyvän työn tehneitä työntekijöitä, palkitaanhan urheilijatkin hyvistä suorituksista mitaltein. Molemmat mitalit olisivat kuparista, pyöreään muotoisia, jossa olisi anodin muotoa joko mitalin sisällä tai hieman mitalista ulos tulevana. Mielestäni mitaliin olisi myös hyvä upottaa yrityksen logo sekä syy, miksi mitali annetaan.



Kuva 12 Mitalit

Saadussa palautteessa tuli esille, että tapaan, jolla työntekijöitä palkitaan, tulisi panostaa jollakin tavalla. Joten päätin ideoida pienen lahjarasian (kuva 13), jossa voitaisiin kyseisiä mitalreja, sormuksia, rannekoruja ja kalvosinnappeja antaa. Ideoimani lahjarasia on suunniteltu olevan korkista tai jostakin muusta puumateriaalista.



Kuva 13 Lahjarasia

Suunnittelemassani kalvosinnapissa (kuva 14) yrityksen logo on esillä pienenä kohokuviona. Kalvosinnappi olisi tehty hopeasta ja mahdollisimman yksinkertainen. Mielestäni tuote sopii niin lahjaksi työntekijälle kuin liikelahjana toisille yrityksille.



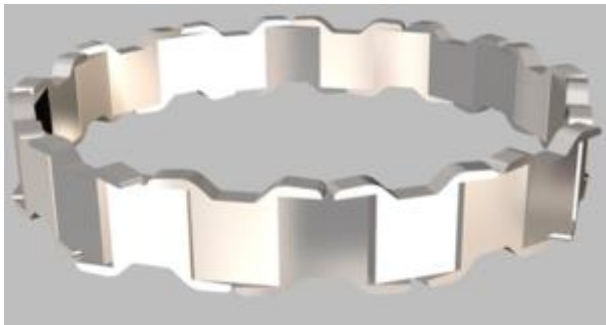
Kuva 14 Kalvosinnappi

Ideoimassani rannekorussa (kuva 15) anodit ovat vuorotellen ylös- ja alaspäin, jolloin tuotteesta muodostuu "äijämäinen" paksumpi ketju. Ketju olisi valmistettu hopeasta. Tuote sopii mielestäni lahjaksi kaikenlaisiin tilanteisiin, niin hyvän työn tehneille työntekijöille kuin merkkipäivälahjaksikin.



Kuva 15 Rannekoru 1

Suunnittelin myös samaisesta ketjumallista ohuemman ja siromman ketjun, jolloin se olisi myös naisille sopiva. Tämänkin rannekoru (kuva 16) olisi valmistettu hopeasta.



Kuva 16 Rannekoru 2

Kalvosinnapin (kuva 17) ideana on tuoda yritystä esille ilman yrityksen logoa. Suunnittelemani kalvosinnappi on mielestäni simppele ja yksinkertainen, mutta muodoltaan kuitenkin yrityksestä kertova. Tuote olisi valmistettu hopeasta ja sopisi mielestäni niin liikelahjaksi kuin hyvän työn tehneille työntekijöille.



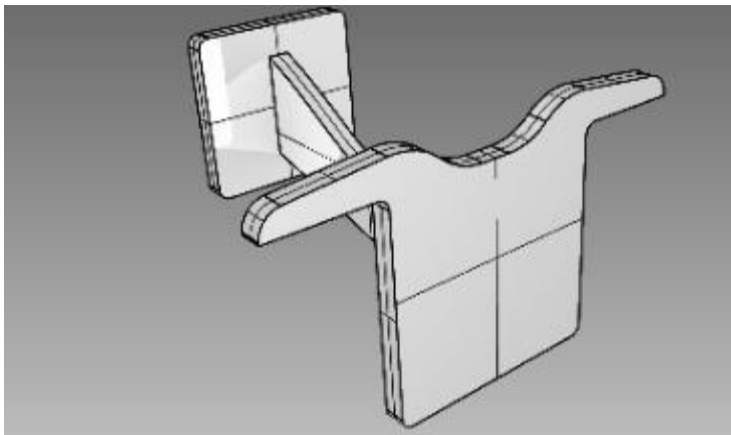
Kuva 17 Anodinmallinen kalvosinnappi

6.4 Kehitykseen valitut tuotteet

Lähetin kuvat yrityksen edustajalle, ja hän innostui anodinmuodosta kootusta rannekaasta, anodinmuotoisesta kalvosinnapista ja lahjarasiasta. Mielestäni nämä tuotteet ideoistani kuvastavat parhaiten yritystä, ja ovat kiva tapa palkita tilanteessa kuin tilanteessa, joten päätin kehittää näitä kolmea tuotetta eteenpäin.

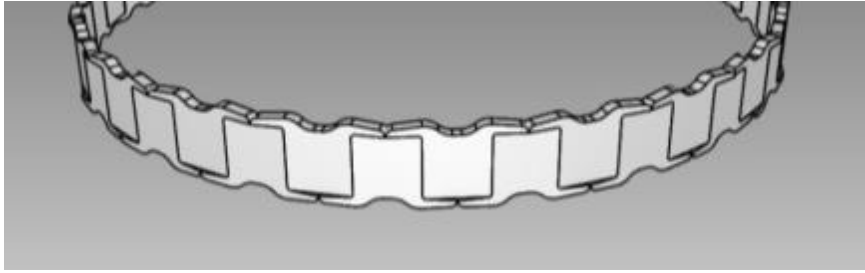
6.5 Ideoiden kehittäminen

Kalvosinnapin (kuva 18) kehittämisympäristössä tuli miettiä kalvosinnapin kokoa tarkasti. En halunnut sen olevan liian suuri tai massiivinen. Kehittämisympäristössä pohdin myös tuotteeseen tulevaa materiaalia. Kuparin värinen kalvosinnappi olisi mielestäni yritykseen erittäin hyvin sopiva, mutta kupari ei ole hyvä materiaali silloin kun tuote joutuu ihon kanssa kosketuksiin. Tuotteen lopulliseksi materiaaliksi valitsin siis hopean.



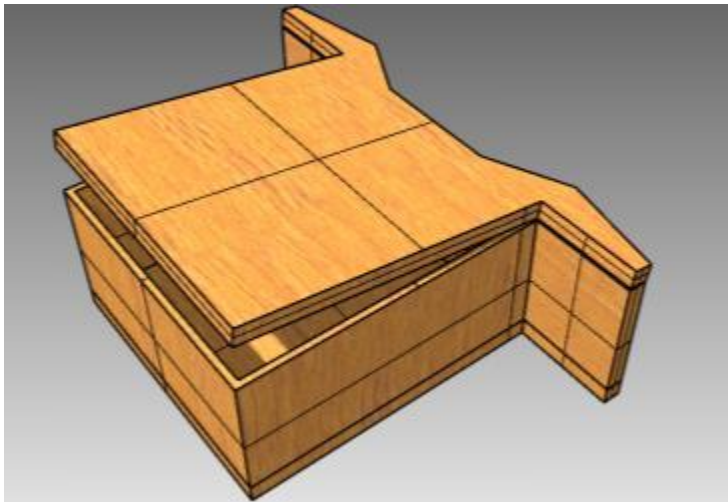
Kuva 18 Anodinmallinen kalvosinnappi

Rannekorua (kuva 19) kehittäessä päätin keskittyä miettimään ohuempaa versiota, koska pohditsani näiden kahden ketjun välillä tulikin tulokseen, että ohuempi ketju on mukavampi käyttäjälleen. Ketjun ei siis tulisi olla liian massiivinen tai painava, jotta sen käyttö olisi mahdollisimman mukavaa. Päätin siis ohentaa ketjua lisää, sekä muokata anodien kokoa pienemmäksi, jolloin tuote olisi entistä sirompi, mutta malliltaan mielestäni edelleen "äijämäinen". Tuote olisi valmistettu hopeasta.



Kuva 19 Anodien muodostama rannekoru

Ideoimassani lahjarasiassa (kuva 20) rasian muoto oli suorakaiteinen ja hieman tönkkö. Päätin siis kehitellä ideaa niin, että rasian ja kannen muoto vastaavat toisiaan. Näin tuotteesta tuli mielestäni kevyemmän ja enemmän yritystä kuvaavan näköinen. Alkuperäisessä ideassa rasia olisi ollut korkkia. Miettiessäni materiaaleja päädyin kuitenkin siihen, että tuote valmistetaan tammesta tai teräksestä, jolloin lahjarasia saa arvokkaamman olemuksen.



Kuva 20 Lahjarasia

6.5.1 Hahmomallien valmistus/ 3D tulostaminen

3D-tulostaminen aloitetaan usein tekemällä mallinnus 3D-tietokoneohjelmalla. Valmis mallinnus lisätään 3D tulostimeen, jonka jälkeen ohjelmisto viipaloi tuotteen monelle eri tasolle. Tämän jälkeen tulostin alkaa tulostaa suunniteltua tuotetta taso tasolta. (What 3D printing is 2015.)

Tulostutin suunnittelemani ja mallintamani kalvosinnapin (kuva 22) ja rannekorun (kuva 21) hahmomalleiksi, jotta niiden mittasuhteet ja ulkomuoto olisivat konkreettisesti havaittavissa. Tarkoituksena oli valmistaa myös lahjarasiasta hahmomalli, kuitenkin aika ei riittänyt tekemään siitä tarpeeksi laadukasta. Mielestäni esityskuvat tuotteesta onnistuivat ja tuovat esille tuotteen ajatuksen ja muodot.

Tulostetut kalvosinnappi ja rannekoru ovat siis muoviset ja valkoiset. Alla olevista kuvista rannekoru on tulostuksen jälkeen pestynä ja kalvosinnappi maalattuna.



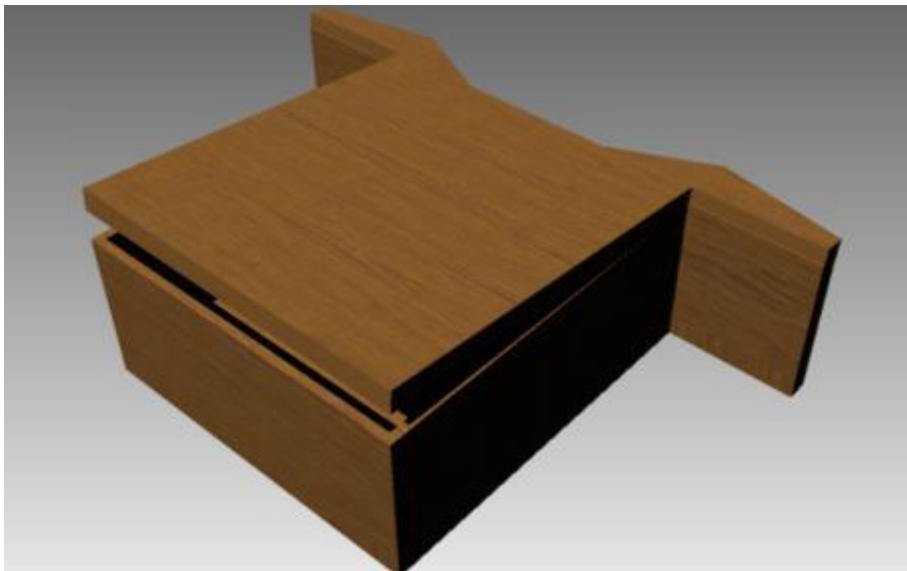
Kuva 21 3D tulostettu rannekoru



Kuva 22 3D tulostettu kalvosinnappi

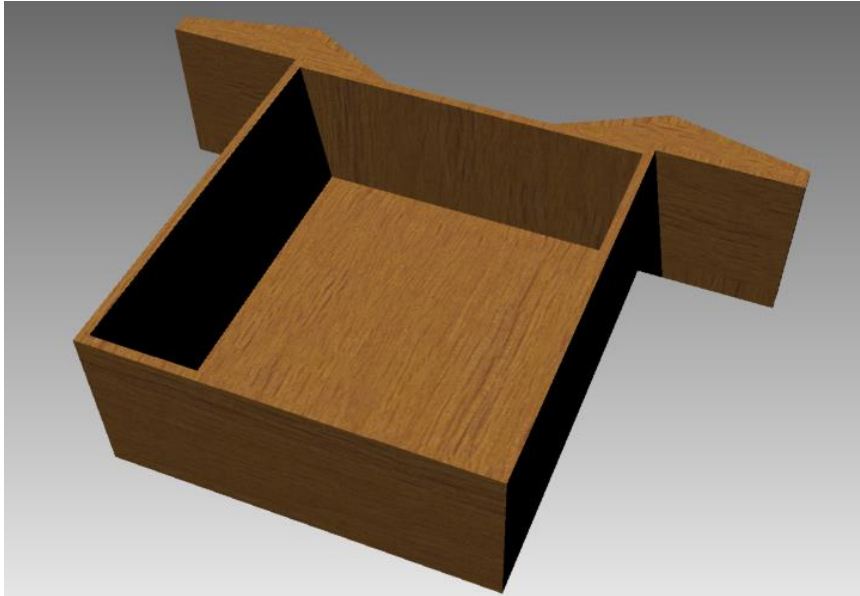
6.5.2 Valmiit tuotokset

Lahjarasia (kuvat 23) olisi valmistettu tammesta. Tammi materiaalina luo mielestäni arvokkaan vaikutelman ja kertoo lahjansaajalle arvostuksesta. Lahjarasian ideana on toimia säilyvänä lahjapakkauksena, joka muistuttaa yrityksestä. Kuitenkin mielestäni oli tärkeää tuotetta suunniteltaessa, että tuote kuvastaa yritystä muullakin tavalla kuin muodoltaan; yrityksen päämääränä on kestävä kehitys, ja tammi materiaalina on erittäin pitkäikäistä. Lahjaksi yritykseltä saadut korutuotteet säilyisivät siis mielestäni arvokkaasti yrityksestä muistuttaen suunnittelemassani lahjarasiassa.



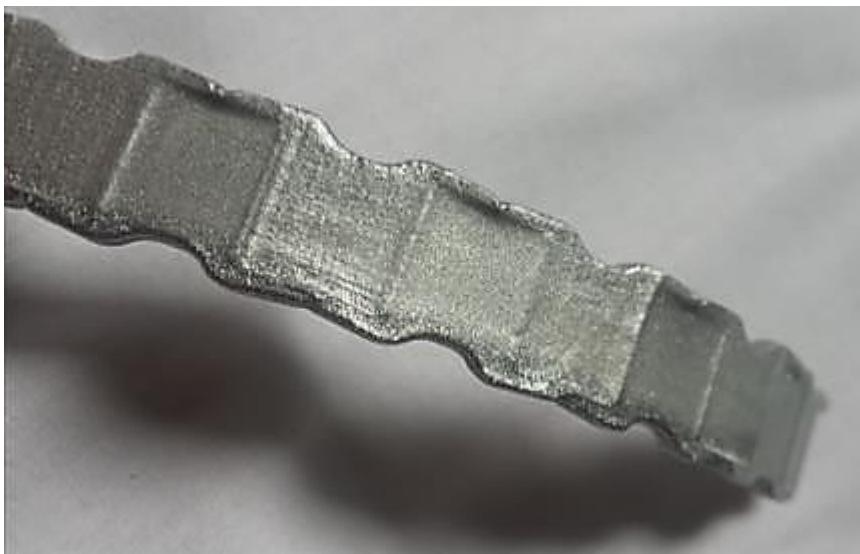
Kuva 23 Lahjarasia kannella

Lahjarasian ”korvat” ovat umpinaiset (kuva 24) tuotteen valmistamisen helpottamiseksi. Rasian korkeus on ilman kantta 35 mm ja kannella 40 mm. Rasian sisätilan leveys on 76 mm ja korkeus 81 mm.



Kuva 24 Lahjarasia ilman kantta

Rannekoru (kuva 25) on valmistettu hopeasta, joka on yksi yrityksen tuottamista materiaaleista. Rannekorua suunnitellessani mielestäni oli tärkeää, ettei se leimaisi käyttäjänsä liikaa yritykseen. Anodin muodon ”piilottaminen” koruun oli mielestäni siis oiva idea. Tuotteesta tuli siis ei leimaava, yksinkertainen ja pelkistetty rannekoru, joka sopisi mielestäni niin naisille kuin miehille. Tuote on kuitenkin vielä hahmomalli, ja kehitettävää löytyy liitoksissa, jotta siitä saadaan mahdollisimman käytettävä ja ranneystävällinen.



Kuva 25 Rannekoru valmis

Kalvosinnappi (kuva 26) valmistettaisiin hopeasta. Tuote sopii mielestäni esimerkiksi yritysjuhliin tai vaikka liikematkoille. Kalvosinnapin muodossa näkyy anodin malli, joka yhdistää Boliden Harjavallan tehtaat toisiinsa. Tuote on mielestäni erittäin kaunis ja yksinkertainen, olematta kuitenkaan liian siro tai naisellinen. Kalvosinnappi sopii lahjaksi niin työntekijöille kuin yritykselle liikelahjaksikin.



Kuva 26 Kalvosinnappi valmis

Mielestäni onnistuin suunnittelemaan yritykselle kivan kokonaisuuden (kuva 27), jotka sopivat yksin tai yhdessä käytettäviksi.



Kuva 27 Valmiiden tuotteiden kokonaisuus

6.5.3 Toimeksiantajan arvio

Toimeksiantaja oli tyytyväinen ideoista syntyneihin lopputuloksiin. Kaikki tuotteet olivat hänen mielestään hyviä, mutta kalvosinnapit olivat hänen ehdoton suosikkinsa. Kalvosinnapeista hän toivoi saavansa kuvia yrityksen käyttöön niiden mahdollista teettämistä varten.

6.5.4 Tuotteissa toteutuneet muotoilun tavoitteet

Mielestäni onnistuin toteuttamaan opinnäytetyössäni asetetut muotoilun tavoitteet hyvin. Tuotteiden tuli olla laadukkaan näköisiä ja käytännöllisiä sekä persoonallisia. Tuotteiden materiaalivalinnat ovat mielestäni miellyttäviä sekä yritystä kuvaavia. Tuotteessa ei näy yrityksen logo, mutta muodoltaan se kuvastaa yritystä ja on jokaiselle työntekijälle selvä, keneltä tuotteet tulevat. Jos kuitenkin halutaan saada

yrityksen logo näkyviin, voidaan se esimerkiksi kaivertaa korun sisäpintaan tai lahjarasian päälle.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyöni avulla opin luomaan tutkimuskyselyn, jonka avulla saadaan mahdollisimman hyvää tietoa tuotteen suunnittelemiseen. Kyselyn tekeminen ja analysointi olivat kuitenkin minulle uutta, joten se tuotti opinnäytetyöhöni haastetta. Haasteista huolimatta sain mielestäni kyselystä kattavan tuloksen suunnitellakseni yritykselle tuotteita.

Toimeksiantajaltani sain apua verkkokyselyni kysymyksiin sekä kyselyn jakamiseen yrityksen sisällä. Hän myös avusti valitsemaan ideoistani tuotteet, jotka hänen mielestään olisivat jatkokehityskelpoisia ja yritystä kuvaavia.

Opinnäytetyötäni tehdessä opin aikatauluttamaan projektin sekä pysymään aikataulussa. Koin myös 3D-mallinnustaitojeni kehittyneen projektin aikana.

Tiedonhankinnan ja kyselyn avulla asettamani muotoilun tavoitteet olivat mielestäni opinnäytetyössäni avainasemassa, koska toimeksiantajani antoi minulle suhteellisen vapaat kädet suunnitella juuri sellaisia tuotteita kuin haluaisin. Jonkinlaiset rajat yritys kuitenkin asetti, ja tuotteiden tuli olla hillittyjä ja mieluiten yrityksen värimaailmasta. Mielestäni onnistuin hyödyntämään keräämäni tietoa hyvin ja luomaan sen avulla yritykselle tuotteita, jotka voisivat miellyttää niin toimeksiantajaa kuin tulevia lahjojen saajia sekä sopivat monenlaisiin palkitsemistilanteisiin.

Korujen suunnittelu oli myös itselleni uutta ja mielestäni erittäin mielenkiintoista. Onnistuin mielestäni luomaan yritystä kuvaavat korut, mutta tekniset yksityiskohdat tuotteissa vaativat kehitystä.

Opinnäytetyöstäni koen itse hyötyneni taitojeni kehittymisestä muotoilunprosessissa. Ammattialalleni työstäni on luultavasti hyötyä kertomaan, kuinka monimuotoista teollinen muotoilu voi olla.

LÄHTEET

- Boliden. 2015. [Verkkosivu]. [Viitattu 12.2.2015]. Saatavana: <http://www.boliden.com/fi/About/>
- Boliden Harjavalta. 2015. [Verkkosivu]. [Viitattu 12.2.2015]. Saatavana: <http://www.boliden.com/fi/Toimipaikat/Sulatot/Boliden-Harjavalta/>
- Hopea. [Verkkosivu]. Korutukku. [Viitattu 23.3.2015]. Saatavana: <http://korutukku.net/koru-materiaalit>
- Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J. & Koskinen, I. 2003. Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 74
- Ireland gift giving customs. [Verkkosivu]. Giftpedia. [Viitattu 16.2.2015]. Saatavana: http://www.giftpedia.com/Ireland_Gift_Giving_Customs
- Karppinen, A. 2007. Teknisesti kaikki hyvin, vain käyttäjä unohtuu. [Verkkolehtiartikkeli]. Taloussanomat 15.3.2007. [Viitattu 2.3.2015]. Saatavana Sanoma arkistosta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Kulta. [Verkkosivu]. Taigakoru. [Viitattu 22.3.2015]. Saatavana: <http://www.taigakoru.fi/page/45/kulta-hopea-ja-platina>
- Merkkipäivä tai muu vähäinen lahja. [Verkkosivu]. Verohallinto. [Viitattu 19.3.2015]. Saatavana: http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Henkiloasiakkaan_tuloverotus/Palkka/Merkkipaivalahja_tai_muuhainen_lahja%2818455%29
- Mikluha, A. 2000. Lahjat ja liikelahjat eri maissa. Jyväskylä: Cummerus Kirjapaino Oy.
- Norway gift giving customs. [Verkkosivu]. Giftpedia. [Viitattu 16.2.2015]. Saatavana: http://www.giftpedia.com/Norway_Gift_Giving_Customs
- On vaikea ajatella arkea ilman kuparia. [Verkkosivu]. Kupari. [Viitattu 22.3.2015]. Saatavana: http://www.kupari.com/files/koppar_i_samhall_fin.pdf
- Puranen, M. & Uusipaikka, S. 2012. Liikelahjaperheen suunnittelu centria tutkimus ja kehitykselle. [Verkkojulkaisu]. Ylivieska: Keski-pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Puutekniikan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 16.5.2015]. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55610/Opinnaytetyo%20Puranen%20ja%20Uusipaikka%202012.pdf?sequence=1>

Ruostumattoman teräksen luokittelu ja ominaisuudet. 2011. [Verkkosivu]. Kemin ja Tornion ammattikorkeakoulun julkaisu. [Viitattu 9.4.2015]. Saatavana: http://www3.tokem.fi/kirjasto/tiedostot/B_9_2011.pdf

Sweden gift giving customs. [Verkkosivu]. Giftypedia. [Viitattu 16.2.2015]. Saatavana: http://www.giftypedia.com/Sweden_Gift_Giving_Customs

Tammi. 2015. [Verkkosivu].Woodek. [Viitattu 9.4.2015]. Saatavana: <http://woodek.fi/miksi-tammi>

What 3D printing is. [Verkkosivu]. 3D printing. [Viitattu 15.4.2015]. Saatavana: <http://3dprinting.com/what-is-3d-printing/#whatitis>

LIITTEET

Liite 1. Webropol kysely työntekijöille.

