

Sini Kokkola, Pilvi-Maaria Nevala, Meri Patosaari

Karhulan Silmäaseman uudistussuunnitelma

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Optometrismi

Optometrian koulutusohjelma

Opinnäytetyö

31.10.2012

Tekijät	Sini Kokkola Pilvi-Maaria Nevala Meri Patosaari
Otsikko	Karhulan Silmäaseman uudistussuunnitelma
Sivumäärä Aika	60 sivua + 16 liitettä 31.10.2012
Tutkinto	Optometrismi (AMK)
Koulutusohjelma	Optometrian koulutusohjelma
Ohjaajat	lehtori Juha Havukumpu lehtori Eero Kokko
<p>Opinnäytetyömme tarkoituksena oli tutkia, kuinka Karhulan Silmäasemalle suunnittelemaamme uusi houkuttelevampi visuaalinen ilme vaikuttaisi asiakkaiden mielipiteisiin liiketilasta. Pyrimme tekemään suunnitelman visuaalisesta markkinoinnista ja tilasuunnittelusta lukemamme teorian pohjalta.</p> <p>Opinnäytetyömme on toiminnallinen tapaustutkimus. Tutkimus on laadultaan kvalitatiivinen eli laadullinen. Haastattelimme Karhulan Silmäaseman omistajia ennen suunnittelun aloittamista. Suunnitelman teimme heidän muutostoiveidensa mukaisesti. Valitsimme suunnitelman kalusteet ja tarvikkeet sisustusmyymälöiden internetsivustoja, katalogeja ja myymälähenkilökunnan asiantuntijuutta hyödyntäen. Piirsimme jokaisesta tilasta luonnoksen ja teimme selkeät kalustelistat. Annoimme kalustelistat ja luonnokset henkilölle, joka toteutti suunnitelmaamme pohjalta 3D-mallinnuksen myymälästä ja odotustilasta. Laadimme myös kustannusarvion kaikista materiaaleista, joita uudistussuunnitelmaamme tuli. Suunnitelman valmistuttua haastattelimme liikkeen omistajia uudelleen kartoittaen työmme onnistumista sekä teimme haastattelun kymmenelle Karhulan Silmäaseman asiakkaalle.</p> <p>Asiakkaalle tehdyn loppuhaastattelun tuloksena selvisi, että suunnitelman sisustus oli avara ja värimaailmaltaan kaunis. Asiakkaiden mielestä liike oli uudistussuunnitelman mukaisena houkuttelevampi, helpommin hahmotettava ja värimaailmaltaan miellyttävämpi. Omistajat pitivät suunnitelmaa erittäin onnistuneena. He pitivät suunnitelman värimaailmaa rauhallisena ja selkeänä sekä kalustusta tyylikkäänä ja toimivana. He kuitenkin kuvailivat suunnitelman myymälää hieman kliiniseksi.</p> <p>Tutkimuksessa selvisi, että sekä asiakkaat että omistajat pitivät suunnitelmaa onnistuneena ja nykyistä myymälää houkuttelevampana vaihtoehtona. Työstämme hyötyvät Karhulan Silmäaseman omistajat Mikko Kokkola ja Minna Kaukonen. He saavat opinnäytetyöstämme valmiin, varmasti asiakkaita miellyttävän suunnitelman mahdollista tulevaa remonttia varten. Lisäksi työstämme voivat hyötyä yrittäjät, jotka aikovat uudistaa optikkoliikkeensä ulkoasua.</p>	
Avainsanat	visuaalinen markkinointi, tilasuunnittelu, sisustaminen, optikkoliike

Author(s) Title	Sini Kokkola, Pilvi-Maaria Nevala, Meri Patosaari Designing a Reform Plan for an Optical Store
Number of Pages Date	60 pages + 16 appendices Autumn 2012
Degree	Bachelor of Health Care
Degree Programme	Optometry
Instructor(s)	Juha Havukumpu, Senior Lecturer Eero Kokko, Senior Lecturer
<p>The purpose of our thesis was to plan a new and more tempting visual appearance for an optical store (Silmäasema Karhula). We tried to make the reform plan based on the literature we had read about visual marketing and space planning.</p> <p>Our thesis is a qualitative case study. Before we started planning, we interviewed the owners of the optical store. We made the plan according to the answers of the interview. We took the owners' wishes into account and got a lot of help from furniture store catalogues, web pages and experienced staff when choosing the furniture and building materials. We drew a sketch of every room and made a list of new furniture. We gave these documents to the person who made 3D-models of the store and the waiting room. We made an estimate of the costs for all the furniture and building materials. After the reform plan we conducted a final interview for the owners which charted the success of our plan. We also interviewed ten customers. First we showed them the present store and then the pictures with the 3D models.</p> <p>As a result of the final interview of the customers we found out that the interior design we had planned was roomy and the colors were beautiful. The customers thought that the store looked more tempting, easier to perceive and that the coloring was more enjoyable in the 3D models than in the present shop. The owners of the store also thought that the plan was very good. To their mind the coloring of the interior design we had planned looked peaceful and clear and that the furniture was classy and functional. However, they thought that the space in our plan looked a bit too clinical.</p> <p>Our study showed that both the clients and the owners think that the reform plan was good and more tempting than store's interior design at present. Our thesis is beneficial for the owners of the optical store. They will receive a ready-made plan for their possible store reform which the clients will certainly like. Our thesis can also be useful for entrepreneurs who intend to reform the appearance of their optical stores.</p>	
Keywords	visual marketing, space planning, interior design, optical store

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Visuaalinen markkinointi	3
2.1	Yrityskuvan luominen visuaalisen markkinoinnin pohjalta	3
2.2	Värit	4
2.2.1	Värien sävyt	4
2.2.2	Väriharmonia	5
2.2.3	Värien merkitykset	6
2.2.4	Muotivärit	6
2.2.5	Värit liiketilassa	7
2.3	Valaistus	7
2.3.1	Valon ominaisuuksia	8
2.3.2	Valonlähteet	9
2.3.3	Valaisimet	11
2.3.4	Valaistustavat	11
2.3.5	Liiketilän valaistus	12
2.3.6	Näyteikkunan valaistus	13
2.3.7	Valaistussuosituks	14
2.4	Näyteikkunamainonta	14
2.4.1	Näyteikkunamainonnan edut	15
2.4.2	Näyteikkunamainonnan tavoite	16
2.4.3	Näyteikkunan sommittelumallit	16
2.4.4	Näyteikkunan suunnittelu ja toteutus	18
3	Tilasuunnittelu	20
3.1	Myyväläjärjestys ja tuotteiden esillepano	20
3.2	Henkilöstötilat	21
3.3	Säilytysratkaisut	21
3.4	Laatat ja laminaatit	23
3.4.1	Keraamiset laatat	23
3.4.2	Kuivapuristetut laatat	23
3.4.3	Laminaatit	24
4	Opinnäytetyöprosessin kulku	25
5	Työn toteutus	28

5.1	Myymälä	28
5.2	Odotustila	34
5.3	Näöntarkastustila	37
5.4	WC-tilat	42
5.5	Sosiaalitilat	45
5.5.1	Paja ja tiskauspiste	45
5.5.2	Tilaus- ja ruokailupiste	47
5.5.3	Toimistopiste	48
5.5.4	Sosiaalitilan lattia ja valaistus	50
5.6	Varastotila	50
5.7	Yhteenveto	52
5.8	Kustannusarvio	52
6	Työn tulokset	54
7	Pohdinta	56
	Lähteet	59
	Liitteet	
	Liite 1. Alkuhaastattelulomake	
	Liite 2. 3D-mallinnus myymälä 1	
	Liite 3. 3D-mallinnus myymälä 2	
	Liite 4. 3D-mallinnus myymälä 3	
	Liite 5. 3D-mallinnus odotustila 1	
	Liite 6. 3D-mallinnus odotustila 2	
	Liite 7. 3D-mallinnus odotustila 3	
	Liite 8. Loppuhaastattelulomake asiakkaille	
	Liite 9. Loppuhaastattelulomake liikkeen omistajille	
	Liite 10. Kalustelista: Myymälä	
	Liite 11. Kalustelista: Odotustila	
	Liite 12. Kalustelista: Näöntarkastustila	
	Liite 13. Kalustelista: Wc-tila	
	Liite 14. Kalustelista: Sosiaalitilat	
	Liite 15. Kalustelista: Varastotila	
	Liite 16. Kustannusarvio	

1 Johdanto

Visuaalinen markkinointi on liiketilan puitteiden ja mainonnan luomista asiakkaan ostohalua herättäväksi. Sen merkitys on nykyisessä markkinatilanteessa erityisen suuri, sillä ihmiset nojaavat ostopäätöksensä yhä enemmän juuri aistihavaintojensa varaan. Visuaalinen markkinointi onkin yksi tärkeimmistä kaupanalan kilpailukeinoista ja siihen tulee panostaa, jos markkinoilla haluaa menestyä. (Nieminen 2003: 8-9.)

Opinnäytetyömme on tapaustutkimus optikkoliikkeen visuaalisen ilmeen uudistamisesta. Teimme yhteistyötä Karhulan Silmäaseman kanssa, jonka liiketiloista teimme uudistussuunnitelman. Karhulan Silmäaseman uudistustarve ilmeni Sini Kokkolan työskennellessä liikkeessä, joten kyseisen liikkeen valinta työmme kohteeksi oli ilmeinen. Tavoitteenamme oli suunnitella visuaalisesti miellyttävämpi ja houkuttelevampi liiketila, joka lisäksi parantaisi liikkeen myyntiä. Tarkoituksenamme oli tehdä vain uudistussuunnitelma ja jättää liikkeen uudistaminen omistajien käsiin. Omistajille jäi myös päätösvalta siitä, milloin he uudistuksen toteuttaisivat tai haluaisivatko he ylipäättään toteuttaa sen.

Opinnäytetyömme teoriaosuus koostuu visuaalisen markkinoinnin osa-alueista, kuten väreistä, valaistuksesta ja tuotesomittelusta sekä tilasuunnittelusta. Kerromme yksityiskohtaisesti uudistussuunnitelman etenemisestä ja lisäksi teimme kustannusarvion uudistuksen toteuttamisesta. Työmme tutkimusosaan kuuluivat alkuhaastattelu, jolla kartoitimme omistajilta muutostarpeita sekä loppuhaastattelu, jolla kartoitimme työmme tuloksen onnistumista. Lopuksi arvioimme työmme onnistumista loppuhaastatteluiden sekä omien kokemusiemme pohjalta.

Optikkoliikkeen uudistussuunnitelman tekemiseen optikkoliikkeestä liittyy paljon visuaalisuutta, pääasiassa liiketilan sisustamista. Olemme kaikki kiinnostuneet sisustamisesta ja siksi päädyimmekin tekemään kvalitatiivisen opinnäytetyön kyseisestä aiheesta. Tutkimuksemme lajina oli tapaustutkimus, joka soveltui parhaiten opinnäytetyöhömme. Tapaustutkimus keskittyy vain yhteen tai muutamaaan tapahtumaan, eivätkä sen tulokset ole yleistettävissä (Jyväskylän Yliopisto n.d.).

Työstämme saa paljon hyödyllistä tietoa esimerkiksi siitä, minkälainen valaistus ja mitkä värit luovat haluttua tunnelmaa liiketilaan sekä miten tuotteet ja kalusteet tulee liike-

tilan sisällä sommitella. Toivomme, että opinnäytetyömme innostaa tulevia ja jo valmiita optikoita sekä erityisesti optisen alan yrittäjiä kiinnittämään nykyistä enemmän huomiota liikkeidensä visuaaliseen ilmeeseen.

2 Visuaalinen markkinointi

Kaikesta viestinnästä jopa 75 % kulkee näköaistin kautta. Visuaalinen markkinointi onkin markkinoinnin osa-alue, joka täydentää visuaalisilla kiihokkeilla yrityksen muuta markkinointia. Visuaaliseen markkinointiin panostaminen antaa yritykselle yhden lisäkeinon olla houkuttelevampi ja enemmän mieleen jäävä kuin kilpailija. Esimerkkejä visuaalisen markkinoinnin käyttökohteista ovat tuotteiden esillepano, näyteikkunamainonta sekä myymälämainonta. Niiden avulla yritys voi vaikuttaa siihen, millaisen ensivaikutelman se antaa itsestään. (Nieminen 2003: 8-9, 211.)

2.1 Yrityskuvan luominen visuaalisen markkinoinnin pohjalta

Visuaalisen markkinoinnin tehtävänä on yrityksen ja sen tuotteiden näyttävästi esille asettaminen. Tämän tarkoituksena on vahvistaa asiakkaan ostohaluja ja myynnin volyymia sekä lisätä tunnettavuutta ja kannattavuutta. Visuaalinen markkinointi vahvistaa visuaalisin keinoin yrityksen arvoja, identiteettiä ja palvelukulttuuria. Sen avulla myös lujitetaan tuotekuvaa ja rakennetaan yritysmielikuvaa. Visuaalinen markkinointi tulee parhaiten esille vähittäiskaupassa, jossa myyjä hankkii tuotteen suoraan valmistajalta tai tukkukauppiaalta. Tuote myydään vähittäiskaupasta, kuten optikkoliikkeestä, sen lopulliselle omistajalle. (Nieminen 2003: 9,12.)

Asiakkaat muodostavat mielikuvan yrityksen imagosta sen perusteella, mitä he kuulevat, näkevät ja kokevat. Huolellisesti suunnitellun visuaalisen markkinoinnin avulla yritys pystyy tehokkaasti vaikuttamaan tähän mielikuvaan. Myymälämielikuvaan vaikuttavia ulkoisia tekijöitä ovat piha-alueet opasteineen ja mainoksineen, rakennuksen julkisivu, sisäänkäynti sekä ehkä tärkeimpänä näyteikkunamainonta. Sisäisiä tekijöitä ovat rakenteet, valaistus, värit, ilmastointiratkaisut, palvelupisteet, palvelun laatu, ilmapiiri, siisteys sekä myymälämainonta. (Nieminen 2003: 75.)

Yrityksen fyysiset puitteet tarjoavat vihjeitä siitä, millaista palvelua asiakas voi odottaa tai kuinka laadukasta palvelu on. Haluttua mielikuvaa ympäristöstä rakennetaan palveluympäristön estetiikan, eli asiakkaan aistimuksiin perustuvien havaintojen avulla. Se on myös tärkeä asiakkaiden ja henkilöstön käyttäytymiseen vaikuttava tekijä. Yrityksen fyysinen palveluympäristö ja sen estetiikka vaikuttavat asiakkaiden käyttäytymiseen ainakin kolmella eri tavalla:

1. Esteettinen ja hyvin suunniteltu palveluympäristö herättävät huomion ja kiinnostuksen yrityksen palveluita ja tuotteita kohtaan.
2. Fyysisen ympäristön avulla viestitään palvelun erityispiirteistä ja laadusta.
3. Oikeanlainen värien, valaistuksen ja materiaalien valinta vaikuttavat ostotahallukseen. (Lämsä – Uusitalo 2002: 121-122.)

Yrityksen peruskilpailukeinoja on neljä: tuote, hinta, saatavuus ja viestintä. Näistä koostuu 4P-markkinointimix, jonka nimi tulee englanninkielisistä sanoista product, price, place ja promotion. Yritys voi valita näistä itselleen parhaiten sopivan kilpailukeinoyhdistelmän. 4P-markkinointimixin lisäksi yritys voi hyödyntää 7P-markkinointimixiä, joka on laajennettu versio 4P:stä. Siihen on kehitetty ensimmäisen neljän lisäksi kolme uutta kilpailukeinoja, jotka ovat people eli henkilöstö, processes eli prosessit ja physical evidence eli fyysinen ympäristö. (Nieminen 2003: 19, 60.)

2.2 Värit

Värit ovat tärkeä ja vaikuttava osa elämäämme. Eri väreillä voimme luoda erilaisia tunteita. Väreillä voi lisätä tuotteiden vetävyyttä ja myyntiä. Liiketilaa suunniteltaessa tulee huomioida, että väreillä voi helposti vaikuttaa tilan kokoon, tyyliin ja tunnelmaan. Tilassa voidaan käyttää yhtä pääväriä, jota tukemaan lisätään esimerkiksi kaksi muuta värisävyä. Värejä valittaessa täytyy kuitenkin muistaa liikkeen tyyli, tuotteet ja valaistus. (Lohikari n.d.; Nieminen 2003: 189.)

Näkeminen vaatii valoa, joka on sähkömagneettista säteilyä. Ihminen voi nähdä valoa, jonka sähkömagneettinen säteily on aallonpituudeltaan suurin piirtein välillä 400–700 nanometriä (nm). Tälle välille muodostuvat myös kaikki eri värisävyt. Lyhyet aallonpituudet 380–450 nm ovat violetin sävyjä, 450–490 nm sinisiä, 490–560 nm vihreitä, 560–590 nm keltaisia, 590–630 nm oransseja ja pitkät aallonpituudet 630–760 nm punaisia. (Ilmatieteenlaitos n.d.)

2.2.1 Värien sävyt

Värit jakautuvat kahteen eri ryhmään: pääväriin ja väliväriin. Pääväriä ovat keltainen, punainen ja sininen. Välivärejä ovat vihreä, violetti ja oranssi, jotka muodostuvat

kun sekoitetaan kahta pääväriä. Esimerkiksi sinisen ja keltaisen värin yhdistelmästä tulee vihreä. (Nieminen 2003: 189.)

Väreistä löytyy sekä lämpimiä että kylmiä värejä, jotka vaikuttavat eri tavoin. Lämpimät värit, joita ovat kirkas vihreä, keltainen, punainen ja oranssi, tuovat pintaa lähemmäs eli ne ovat lähentyviä. Ne myös kiinnittävät asiakkaan huomion. Kylmät värit eli purppura, sininen, vihreä ja sinivihreä, vievät pintaa kauemmas eli ne ovat vetäytyviä ja rauhoittavat asiakasta. Värit vaikuttavat mielikuvaan tilan koosta, muodosta ja mittasuhteista. Täytyy kuitenkin muistaa, että ihmiset kokevat eri värit eri tavoin. (Hirvi – Nyholm 2009: 44–45; Lohikari n.d.)

2.2.2 Väriharmonia

Värien perussääntöjen osaaminen helpottaa värien käyttämistä ja yhdistämistä. Seuraavassa on kerrottu väriharmonian eri lajeista.

Monochromessa, eli yksiväriharmoniaassa on käytössä yhden värin sekä lämpimät, että kylmät sävyt. Käyttämällä yhtä pääväriä ja lisäämällä muita saman värin eri sävyjä saadaan toimivia ja mielenkiintoisia värisomitteluja. Esimerkiksi sininen kaikissa sävyissään käytettynä on lumoava ja tuo mieleen veden, taivaan ja vapauden. Analogous tarkoittaa lähiväriharmoniaa, eli siinä käytetään väriympyrällä vierekkäin olevia värejä. Keskimäinen on pääväri ja sen vieressä olevia värejä käytetään korostamaan pääväriä. Esimerkiksi, jos violetti on pääväri, valitaan korostaviksi väreiksi sininen ja pinkki sen molemmilta puolilta. (Hirvi – Nyholm 2009: 46–47; Nieminen 2003: 192.)

Complementary tarkoittaa vastaväriharmoniaa. Siinä käytetään yhtä pääväriä, jota tukemaan valitaan sen vastaväri, joka sijaitsee väriympyrällä suoraan pääväriä vastapäätä. Vastaväriä käytetään pienissä yksityiskohdissa, joilla tuetaan suuremmassa pinnassa olevaa pääväriä. Vastavärejä käytettäessä toinen on aina kylmä- ja toinen lämminsävyinen. Värisomitteluista tulee somistuksessa voimakkaita ja tehokkaita, kun käytetään vastavärejä. Vaikutelmaa voidaan voimistaa vielä lisää oikealla valaisulla. Double Complementaryssa eli nelisoinnussa on kaksi pääväriä, joita tuetaan niiden vastaväreillä. Triadic eli kolmisointu on harmoninen ja vahvakontrastinen värisomittelu, jossa käytetään kolmea eri väriä. Värit valitaan väriympyrältä niin, että ne muodostavat kolmion. (Hirvi – Nyholm 2009: 46–47; Nieminen 2003: 191.)

2.2.3 Värien merkitykset

Värien merkityksiin vaikuttaa se, missä ne esiintyvät luonnossa, mutta myös niiden käyttöyhteys eri kulttuureissa. Värien merkitykset vaihtelevat kulttuureittain, joten värejä valittaessa kannattaa olla tarkkana. Monissa länsimaissa valkoisen värin merkitys on puhtaus, mutta joissain Aasian maissa valkoinen on kuoleman väri. (Pohjola 2003: 136.)

Punainen on huomioväri, joka usein merkitsee vaaraa tai vaatii esimerkiksi autoilijoita pysähtymään. Oranssilla värillä taas pyritään herättämään katsojan huomio. Keltainen on merkitykseltään varoittava, kuten liikennemerkeissä. Vihreä väri merkitsee rentoutta, sininen taas keveyttä ja ilmavuutta. Violetilla värillä kuvataan usein katumusta, kuten kirkon liturgisissa väreissä. Valkoinen on pyhyyden, vapauden ja neitseellisyyden väri. Musta väri mielletään yön ja surun väriksi; pukeudutaanhan hautajaisissakin mustiin vaatteisiin. Ruskea merkitsee arkisuutta, kun taas harmaa on rauhallisuuden, mutta myös ilottomuuden väri. (Nieminen 2003: 193.)

Silmäaseman pääväri on violetti, jonka vaikutus on tyyntävä ja viilentävä. Se yhdistetään usein juhlallisuuteen, arvokkuuteen, sakramentaalisuuteen ja surullisuuteen. (Nieminen 2003: 193.) Silmäaseman väri on kuitenkin niin kauan ollut violetti, että jo se itsessään tuo vain kuvan Silmäasemasta ja sen luotettavuudesta. Lisäksi Silmäaseman liikkeissä käytetään sisustusväreinä beigeä ja sinistä, jotka ovat rauhallisia ja tasapainottavia värejä.

2.2.4 Muotivärit

Värimuoti vaihtelee kausittain. Kansainvälinen Intercolor-järjestö määrittelee aina kunkin kauden muotivärin ja ennustaa jo seuraavan kahden kauden värit. Kunkin kauden muotivärien muodostumiseen vaikuttavat edellisen kauden värit, tapahtumat, musiikki ja taide. Näitä muotivärejä käyttävät modinluojat ympäri maailmaa, jotta he pysyvät ajan hengessä mukana. (Nieminen 2003: 190.) Jotta visuaalinen markkinointi olisi mahdollisimman onnistunut, myös somistuksessa olisi tärkeää seurata kauden trendivärejä.

2.2.5 Värit liiketilassa

Liiketilasta tulee tasapainoisempi vaikutelma, kun vaaleat värit ovat ylhäällä ja tummat värit alhaalla. Näin ollen katon kannattaakin olla valkoinen ja lattian tumma. Vaaleat pinnat heijastavat valoa paremmin kuin tummat. Vaaleat värit tuovat tilaan tilavuuden tuntua, kun taas tummia värejä käytettäessä joudutaan valaistusta käyttämään enemmän. Valaistuksen lisääntyessä myös energiankulutus kasvaa. (Lohikari n.d.)

Keltaista, oranssia, punaista, violettiä ja mustaa ei saisi käyttää suurissa pinnoissa, vaan pelkinä korostusväreinä. Suurissa pinnoissa kannattaisi mieluummin suosia sinistä, sinivihreää, vihreää, ruskeaa, valkoista tai harmaata. (Pekanheimo 2009: 41.)

Somistuksessa on hyvä käyttää selkeitä väriryhmiä, jotka tuovat tuotteet paremmin esiin kuin turhan kirjavat somistukset. Siksi onkin tärkeää, että somistajalla on hyvä värisilmä ja tyyllitaju värien suhteen. Värien psykologisten vaikutusten osaaminen ja yhdistämisen taito ovat avainasemassa värikylläisessä somistamisessa. (Nieminen 2003: 187.)

Myös tuotteiden esillepanossa värit ovat tärkeässä asemassa. Tuotteiden, eli tässä tapauksessa silmälasikehysten, asettaminen hyllyyn värien mukaan pystysuorassa linjassa tekee hyllystä selkeämmän kokonaisuuden. Lisäksi silmälasikehysten asettaminen hyllyyn vierekkäin väriympyrän mukaiseen järjestykseen luo hyllyyn harmoniaa, jota sekaisella asetelulla ei saavuteta. (Hirvi – Nyholm 2009: 71, 73.) Värejä voi käyttää tuotejärjestelyssä myös niin, että tuotteet ovat väriensä mukaan tummuusjärjestyksessä. Vaaleat tuotteet voi sijoittaa ylös ja tummat tuotteet alas tai niin, että värit liukuvat vasemmalta oikealle vaaleasta tummaan. Tuotteet voi vaihtoehtoisesti järjestää sateenkaaren värien järjestykseen. (Lohikari n.d.)

2.3 Valaistus

Valolla on tärkeä merkitys tilojen yleisvalaistuksessa sekä erilaisten yksityiskohtien korostamisessa. Se on myös värien ja muotojen aistimisen ehdoton edellytys. Kohteesta verkkokalvollemme heijastunut valo kulkee hermosäikeitä pitkin aina aivoihimme asti, aiheuttaen muotojen ja värien havaitsemisen. (Nieminen 2003: 201; Rihlana 1999: 9.)

Valaistuksen avulla voidaan luoda ympäristöstä esteettinen kokonaisuus ja miellyttävä työympäristö. Lisäksi valaistuksella voidaan jäsentää tiloja, ohjata huomiota haluttuun kohteeseen sekä muuttaa turvallisuutta vaarantavia kohteita helpommin havaittaviksi. Valaistuksella vaikutetaan vahvasti yrityksen imagoon, minkä takia monet myymäläketjut haluavatkin luoda oman, jokaisessa ketjun myymälässä käytettävän valaistuskonseptinsa. (Launis – Lehtelä 2011: 266; Nieminen 2003: 201-203.)

Tilan valaistusta suunniteltaessa on otettava huomioon monia osatekijöitä. Teknologian sanelemia tekijöitä ovat valonlähteen valaistusvoimakkuus, luminanssi, väriämpötila sekä värintoistoindeksi. Myös valon suuntauksella ja luonnonvalon käytöllä vaikutetaan lopputulokseen. (Launis – Lehtelä 2011: 266; Rihlma 1999: 9.)

2.3.1 Valon ominaisuuksia

Valon määrä ilmoitetaan lukseina (lx), joilla tarkoitetaan pintaan osuvan valon määrää, eli sitä miten hyvin kohteen näemme. Aurinkoisena päivänä ulkovalaistus on noin 100 000 lx, kun taas keskimääräinen olohuoneen valaistus on 100–500 lx. Valaistuksen voimakkuuden tarve riippuu tilassa suoritettavista toiminnoista. Esimerkiksi toimistotyössä valon voimakkuus tulisi olla vähintään 500 lx, kun taas myymälässä riittää 300 lx valaistusvoimakkuus. (Lampputieto n.d.; Suomen standardoimisliitto 2011).

Valovirta eli lumen-arvo (lm) ilmaisee kuinka paljon valoa valonlähde tuottaa. Sitä ei kannata sekoittaa lampun wattimäärään (W), joka kertoo sen energiankulutuksesta. Esimerkiksi 60 watin hehkulampun tuottama valon määrä on noin 700 lumenia. Hehkulampusta muihin valaistusratkaisuihin siirryttäessä kannattaa huomio kiinnittää erityisesti siihen, että korvaavan valonlähteen lumen-arvo on riittävä. (Airam n.d.; Lampputieto n.d.)

Luminanssi (L) on arvo, joka kuvaa pinnasta heijastuvan valon määrää, eli valotiheyttä. Sen yksikkö on cd/m², eli kandela neliometriä kohden. Luminanssin määrään vaikuttaa valovoimakkuus ja pinnan tummuusaste. Tumma pinta heijastaa vähemmän valoa kuin vaalea. Liika luminanssi koetaan häikäisynä, mutta miellyttävän näkemisen aikaansaamiseksi on arvojen oltava riittävän suuria ja niiden erojen riittävän pieniä. (Launis – Lehtelä 2011: 272.)

Valon väriämpötilaa muuttamalla saa helposti luotua tilaan erilaisia tunnelmia. Väriämpötilaa mitataan Kelvin-asteilla (K). Mitä pienempi Kelvin-arvo valaisimella on, sitä lämpimämpää sen tuottama valo on. Vastaavasti suuri Kelvin-arvo viittaa kylmän sävyiseen valoon. Esimerkiksi kirkas keskipäivän valo on hyvin kylmää, noin 5500–8000 K, jolloin siinä painottuu spektrin sininen pää. Hehkulampun antama valo on lämmintä, noin 2700 K, jolloin painotus on spektrin punaisessa päässä. (Airam n.d.; Launis – Lehtelä 2011: 274.)

Valonlähteen värintoistokykyä mitataan Ra-indeksillä. Värintoistokykyyn vaikuttaa valon spektrin jatkuvuus. Asteikolla 20–100, korkeampi luku merkitsee parempaa värien toistokykyä. Esimerkiksi hehkulampun värintoistoindeksi on 100 eli se toistaa värejä parhaalla mahdollisella tavalla. (Airam n.d.; Launis – Lehtelä 2011: 274.)

2.3.2 Valonlähteet

Erilaisiin tiloihin on valittavissa laaja kirjo keinovalonlähteitä tilan ominaisuuksien ja haluttujen valaistusolosuhteiden mukaan. Keinovalonlähteiden väriämpötila ja valaistusvoimakkuus on hyvä selvittää halutun tunnelman aikaansaamiseksi. (Rihlama 1999: 18.)

Tutuin keinovalonlähde on pitkään ollut hehkulamppu. Hehkulampun värintoisto-ominaisuudet ovat erinomaiset (Ra100), ja lämpimän sävynsä (2700 K) ansiosta se luo miellyttävän kodikkaan tunnelman. Sen käytettävyyttä lisää edullinen hankintahinta, hyvä toimivuus pakkasessa ja helppo vaihdettavuus. Hehkulampun valotehokkuus on kuitenkin melko huono (13 lm/W) ja valon tuottamiseen käytettävästä energiasta noin 90 % muuttuu lämmöksi, minkä takia hehkulampun pintalämpötila voi nousta yli 100 °C:n. Osaksi näiden seikkojen takia hehkulamppujen maahantuonti ja valmistus lopetetaan EU direktiivin 244 mukaan vuoden 2012 loppuun mennessä. (Rihlama 1999: 18–19; Airam n.d.)

Halogeenilamppu on muunnos hehkulampusta, joten sillä on paljon samoja hyviä ja huonoja ominaisuuksia kuin hehkulampulla. Kuitenkin halogeenilampun energian kulutus on vähäisempää ja valotehokkuus noin 30 % parempi. Myös sen käyttömahdollisuudet ovat monipuolisemmat useiden ripustusmahdollisuuksien ja voimakkaamman kohdevalon takia. Halogeenilampun tuottama valo on värintoisto-ominaisuuksiltaan erinomainen, mutta väriltään hieman viileämmän sävyistä (2800 K) kuin hehkulampun.

EU direktiivin 244 mukaan halogeenilamppujen valmistus lopetetaan vuoteen 2016 mennessä. (Airam n.d.)

Led-lamput ovat kehittyneet viime aikoina, ja ne ovatkin alkaneet vähitellen korvata hehku- ja halogeenilamppuja. Led-lamput toimivat parhaiten kohde- tai lukuvalaisimina, sillä ne antavat tehokkaan ja tarkan valon ilman suurta hukkalämmön tuottoa. Uusia ympärisäteileviä malleja voi käyttää jo yleisvalaistukseenkin, johon ne sopivat myös ympäristöystävällisyytensä puolesta. Led-lamput kuluttavat jopa 80 % vähemmän energiaa kuin hehkulamput. Led-lamppuja on saatavilla sekä lämpimän (2800 K) että kylmän sävyisinä (4000 K). Kalliin hankintahinnan sekä luotettavuuden ja eliniän vaihtelun vuoksi led-lamppuja kehitetään koko ajan kuluttajaystävällisemmiksi. (Airam n.d.; Helsingin Energia n.d.)

Loistelamput ovat pienipaineisia elohopeahöyrylamppuja. Niitä on saatavilla kaksikan-
taisina loisteputkina sekä erimuotoisina yksikan-
taisina loistelamppuina (Rakennustieto
2007). Loistelamppujen kuvut on päällystetty UV-säteilyn näkyväksi valoksi muuttavalla loisteaineella, jonka koostumus ratkaisee lampun tuottaman valon värin ja värin-
toindeksin. Loistelamput sopivat erinomaisesti tilojen yleisvalaistukseen, sillä ne tuotta-
vat paljon valoa, jopa 4–5 kertaa enemmän kuin hehkulamppu, mutta kuluttavat huo-
mattavasti vähemmän energiaa. Loistelamppujen väriämpötiloissa on valinnanvaraa
aina lämpimästä kylmän valkoiseen. Vaikka loistelamput ovat pitkäikäisiä, niiden tuot-
taman valon määrä pienenee vähitellen, minkä takia ne joudutaan vaihtamaan hieman
ennen kuin ne palavat loppuun. (Helsingin Energia n.d.)

Energiansäästölamput, eli kierrekantaiset pienloistelamput kuuluvat loistelamppuihin ja niillä on helppo korvata markkinoilta poistuvat hehkulamput (Helsingin Energia n.d.). Energiansäästölamppuilla saadaan aikaan erinomainen valotehokkuus (40–65 lm/W), kuitenkin hehkulamppuun nähden paljon pienemmällä energiankulutuksella ja vähäi-
semmällä hukkalämmön tuotolla. Niitä on saatavilla monissa eri valon väriämpötiloissa
2700 ja 6500 K välillä. Suurin haittapuoli energiansäästölamppujen käytössä on niiden
hidas syttyminen. Ne vaativat yleensä useita minuutteja saavuttaakseen täyden valais-
tusvoimakkuutensa. (Airam n.d.)

Elohopea- ja monimetallilamppuja käytetään pääasiassa ulkotiloissa. Elohopealamput ovat suuripaineisia elohopeahöyrylamppuja, kun taas monimetallilamput kuuluvat pur-

kauslamppujen ryhmään. Elohopealampuilla ei ole yhtä hyvä värintoistokyky kuin monimetallilampuilla. (Rakennustieto 2007.)

2.3.3 Valaisimet

Tilaan valaisimia valittaessa ajatellaan usein liian yksipuolisesti valaisinten ulkonäköä, jolloin syntyy virhevalintoja. Ulkonäön sijaan on ensisijainen huomio kiinnitettävä niiden valaistuksellisiin käyttötarkoituksiin. Valaisimen tarkoituksena on valon suuntaaminen haluttuun paikkaan sekä häikäisyn estäminen. Valaisin myös suojaa lamppua pölyltä, lialta ja iskuilta sekä estää henkilöä vahingossa koskettamasta kuumaa lamppua. (Rakennustieto 2007; Rihlma 1999: 25.)

Valaisintyytit voidaan jakaa sijoitustavan mukaan irtovalaisimiin ja kiinteisiin valaisimiin. Irtovalaisimia ovat muun muassa jalka- ja pöytälamput, joita voidaan siirtää paikasta toiseen käytön aikana. Kiinteitä valaisimia ei voi käytön aikana siirtää. Kiinteiksi valaisimiksi luetaan kattoon, seiniin tai kalusteisiin upotettavat valaisimet sekä katon tai seinän pintaan asetettavat pintavalaisimet. Myös riippuvalaisimet ja alustaan kiinnitetyt pylväsvalaisimet ovat kiinteitä valaisimia. (Rakennustieto 1982.)

Valaisintyytit voidaan myös ryhmitellä niiden valovoiman jakautumisen perusteella kaita-, syvä-, laaja-, tasa- ja vinosäteilijöihin. Kaitasäteilijöissä suurin valovoima on sen pääakselin suunnassa, eli valo suuntautuu yleensä suoraan ylös ja alas. Syvä- ja laajasäteilijöissä suurin valovoima on enintään 40 asteen kulmassa pääakseliin nähden. Laajasäteilijöissä valo säteilee suuremmissa kuin 40 asteen kulmassa pääakseliinsa nähden. Suurin valovoima voi näissä olla suunnattu joko ylös- tai alaspäin. Tasasäteilevät valaisimet säteilevät valoaan kaikkiin suuntiin yhtä paljon. Vinosäteilijöissä suurin osa valovoimasta on pääakselin yhdellä puolella. (Rakennustieto 1982.)

2.3.4 Valaistustavat

Valaisinten sijoittelulla voidaan vaikuttaa valon jakautumiseen ja siihen kuinka suuri osa valosta lankeaa suoraan valaistavalle pinnalle. Valaistustavat jaetaan viiteen ryhmään. Suorassa valaistustavassa yli 90 % valovoimasta osuu suoraan valaistavalle tasolle kun taas puolisuorassa vastaava määrä on 60–90 %. Tasajakoisessa valaistuksessa 40–60 % ja puoliepäsuorassa 10–40 % valosta suuntautuu suoraan halutulle

pinnalle. Epäsuorassa valaistustavassa valovoimasta alle 10 % lankeaa suoraan valaistavalle tasolle. (Rakennustieto 1982.)

Energiatehokkuuden näkökulmasta valaisin ja valonlähde kannattaa tuoda mahdollisimman lähelle valaistavaa kohdetta silloin, kun tarvitaan paljon valoa. Tällaisessa suorassa valaistustavassa on kuitenkin huolehdittava hyvästä häikäisy-suojasta ja sijoittelusta, jotta häiritseviä varjoja ei synny. Jos valo tulee vain yhdestä suunnasta, on esineiden muotoja helpompi hahmottaa. Kuitenkin varjojen rajat ovat tällöin liian voimakkaita, minkä takia täysin yhdensuuntainen valo ei ole hyvä ratkaisu. Valon sijoittamisessa kannattaa ottaa huomioon, että mikään ei varjosta työaluetta. Esimerkiksi oikeakätisille paras ratkaisu on sijoittaa valo kirjoittajan vasemmalle puolelle. (Lampputieto n.d.; Launis – Lehtelä 2011: 271, 275.)

Työpaikoilla yleistyneessä epäsuorassa valaistuksessa valonlähde piilotetaan hyllyn tai listan taakse, jolloin se ei häikäise. Valaisimen suojana voi olla esimerkiksi pieni kattoon nähden 90 asteen kulmassa oleva valolista, jonka takaa valo heijastuu tilaan seinän ja katon kautta. Mitä kaltevampaan asentoon valolista asennetaan, sitä enemmän valoa sen takaa pääsee huoneeseen. (Pekanheimo 2009: 33, 36.) Epäsuoraa valaistusta käytettäessä valaistus on yleensä tasaista, eli häikäisyä ei synny (Launis – Lehtelä: 276). Tätä valaistustekniikkaa voidaan myymälässä käyttää peilivalona, verhovalona, työpöytien valaisemisessa tai yleisvalaistuksen tehostamisessa (Pekanheimo 2009: 33, 36).

2.3.5 Liiketilän valaistus

Myyvälässä valolla pystytään luomaan mitä erilaisimpia tunnelmia erilaisia valaistusratkaisuja käyttämällä. Valaistussuunnittelun lähtökohtana on asiakkaan toive siitä, minkälainen tunnelma tilaan halutaan ja mitä valaistuksella halutaan viestittää. Valaistuksen suunnittelussa on otettava erikseen huomioon sekä yleisvalaistus että korostusvalaistus. (Nieminen 2003: 201, 202.)

Myyvälän sisällä valaistuksen tarve vaihtelee. Sisäänkäynnin kannattaa olla hyvin valaistettu, jotta se houkuttelisi asiakkaita sisään. Myymälän yleisvalaistuksen tulee olla riittävä, mutta sen täytyy jättää tilaa kohdevalaisimille, sillä liian kirkas yleisvalaistus vie kohdevalaisimilta tehon. Etenkin pystysuorat pinnat kannattaa kuitenkin valaista hyvin. Kohdevalaisimet suunnataan tuotteisiin ja rakenteisiin. (Hirvi – Nyholm 2009: 33.)

Yleisvalaistuksessa hyödynnetään usein luonnonvaloa (Nieminen 2003: 202). Suomessa luonnonvalon määrä ja tulokulma vaihtelevat vuodenaikojen mukaan paljon, minkä takia pelkän luonnonvalon varaan ei voi laskea koko yleisvalaistusta. Toimistotilassa auringon valosta aiheutuu melkein enemmän haittaa, sillä se tekee valaistuksesta usein toispuoleisen. Jo pelkällä yleisvalaistuksellakin voidaan saada aikaan hyvä valaistus, mutta tiettyjen kohteiden korostamiseen ja tarkkaan työskentelyyn tarvitaan myös kohdevaloa. Joskus valaisinliikkeet antavat valaisimia kokeiltavaksi kohteeseen, sillä niiden synnyttämiä varjokuviota sekä valon määrää ja suuntautumista on vaikea arvioida liikkeen muiden valaisimien keskellä. Tätä mahdollisuutta kannattaa hyödyntää virhevalintojen estämiseksi. (Launis – Lehtelä 2011: 277; Rihlma 1999: 25.)

Myymlävalaistus toteutetaan nykyään suurimmaksi osaksi halogeenilampuilla. (Hirvi – Nyholm 2009: 33). Niiden suuren energiankulutuksen vuoksi tilalle on kuitenkin tulossa muun muassa monimetallilamput ja ledit. Viihtyisyyden luomiseksi kannattaa valita lamppu, joka antaa puhdasta valkoista valoa (3000 K). Tarkkuutta vaativiin toimiin tai suurille valaistustasoille kannattaa valita viileämpää valkoista valoa (4000 K) tai joskus jopa kylmää päivänvaloa (5500–6500 K). Maanläheisten värien seuraksi sopii lämpimän sävyinen valo, kun taas mustaan, harmaaseen ja metallin sävyihin on parempi valita kylmempi valo. (Hirvi – Nyholm 2009: 33; Launis, Lehtelä 2011: 277.)

Tilaan, jossa valaistuksen voimakkuutta tarvitsee säätää, on paras ratkaisu kierrettävä himmennin. Se mahdollistaa valaistuksen säätämisen kirkkaasta hämärään yhdestä kytkimestä. Himmennin voidaan asentaa perinteisen kytkimen tilalle myös jälkikäteen ja siihen voidaan yhdistää painettava päällä/pois -kytkin. (Lampputieto n.d.)

WC-tilan paras valaistusratkaisu on kaksikantainen loistelamppu kiinnitettynä vaikkapa peilikaapin päälle tai peilin yläpuolelle tuomaan epäsuoraa valoa. Halogeenilamput peilin yhteydessä aiheuttavat kaksinkertaisen häikäisyn, eivätkä ne yleensä valaise tarpeeksi. WC-tilassa yksi valaisin ei usein tuo tarpeeksi valoa, joten myös erillistä kattovalaisinta saatetaan tarvita. (Pekanheimo 2009: 33.)

2.3.6 Näyteikkunan valaistus

Myös näyteikkuna viimeistellään sopivalla valaistuksella. Näyteikkunavalauksessa huomionarvoinen seikka on se, että valaistus tulee olla sopiva sekä päivisin että iltaisin.

Päiväaikaan auringon paistaessa valaistus on jopa kymmeniä tuhansia lukseja, jolloin myös näyteikkunan valaistuksen tulee olla tehokas herättääkseen asiakkaan huomion. Hämärään ilta-aikaan näyteikkunassa ei tarvita niin voimakasta valaistusta. Näyteikkunan valaistusta suunniteltaessa kannattaa pitää mielessä sen tärkein tehtävä, eli asiakkaan houkutteleva sisään liikkeeseen. (Nieminen 2003: 201–203.)

Näyteikkunaan voidaan myös luoda tunnelmavalaitusta valon suuntauksella ja valo-keilan muodolla. Läpikuultavuutta voidaan korostaa tuomalla valo tuotteeseen takaa päin, kun taas muotoa ja rakennetta voidaan korostaa tuomalla valo sivulta. Dramaattisuutta saadaan aikaan kapealla valokeilalla, joka kohdistetaan yhteen esineeseen. (Conran 2011: 73.)

2.3.7 Valaistussuositukset

Sisätyötilojen valaistusvaatimuksista on annettu suositukset Suomen standardoimisliiton standardissa. Suositukset on annettu kutakin työtehtävää ja -tilaa varten. Suositusten mukaan liiketilan valaistusvoimakkuuden tulisi olla myyntialueella keskimäärin 300 lx ja kassa-alueella 500 lx. Odotushuoneessa sekä asiakkaiden wc-tilassa valaistusvoimakkuuden olisi hyvä olla keskimäärin 200 lx. (Suomen standardoimisliitto SFS 2011.)

Tutkimushuoneen yleisvalaistuksen tulisi olla 500 lx ja tutkimus- ja hoitotoimenpiteissä 1000 lx. Kirjoittaminen, konekirjoitus, lukeminen ja tietojenkäsittely vaativat 500 lx valaistusvoimakkuuden. (Suomen standardoimisliitto SFS 2011.)

Kahvihuoneessa valaistusvoimakkuuden olisi suositeltavaa olla 200 lx. Varastotilat, joissa työskentely ei ole jatkuvaa, valaistuksen tarvitsee olla vain 100 lx. (Suomen standardoimisliitto SFS 2011.)

2.4 Näyteikkunamainonta

Näyteikkunamainonta on myymälämielikuvaan vaikuttava ulkoinen tekijä. Se on tavoitteellista myynnin edistämistä, mikä on yksi mainonnan lajeista (Nieminen 2003: 75, 150.)

Nieminen luonnehtii näyteikkunamainontaa seuraavilla lauseilla:

Näyteikkunamainonta on vähittäiskauppiaille oikein käytettynä megakilpailukeino (Nieminen 2003: 147).

Näyteikkunamainonta on visuaalisen markkinoinnin näkyvin kuningatar (Nieminen 2003: 213).

Näistä lauseista voimme päätellä, että näyteikkunamainonnan toteutukseen pitäisi antaa jakamaton huomionsa.

Näyteikkunatiloja on paljon erilaisia, muun muassa avoimia ikkunoita, takaosastaan suljettuja ikkunoita ja matalataustaisia ikkunoita. Optisella alalla näyteikkunat ovat usein matalalla taustalla varustettuja ja lattiatilasta nostettuja tiloja. Kooltaan pienet tuotteet tulisi sijoittaa silmän korkeudelle erilaisten telineiden ja tasojen avulla, jotta asiakas näkisi tuotteet kumartelematta. Matalataustaisessa ikkunassa voidaan hyödyntää osittain taustalevyä, johon kehysten esittelyssä käytettävät rekvisiitat ja somisteet saadaan kiinnitettyä. (Nieminen 2003: 218, 219.)

2.4.1 Näyteikkunamainonnan edut

Näyteikkunamainonnalla on monia etuja muihin kilpailukeinoihin verrattuna. Näyteikkunana on yritykselle ilmaista mainostilaa ympäri vuorokauden, jolloin kuluttaja voi tehdä ostopäätöksen myös myymälän ollessa suljettuna. Se tuo asiakkaan yritysympäristöön ja luo ensivaikutelman myymälän tuotteista. Näyteikkunassa kuluttajat näkevät tuotteet aitoina ja kolmiulotteisina pelkkien mainoskuvien sijaan. (Hirvi – Nyholm 2009: 10; Nieminen 2003: 216.)

Näyteikkunamainonta kattaa kaikki peruskilpailukeinot 4P-markkinointimixin mukaisesti. Tuote–kilpailukeino toteutuu tuotteiden ollessa näytillä näyteikkunassa kolmiulotteisesti ja aitoina tuotteina (Nieminen 2003:147). Näyteikkunasta asiakas saa myös tietoa yrityksen hinnoista. Hintojen esittäminen on myös lakisääteinen velvollisuus. Kuluttajasuojalain mukaan:

Tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on käytävä ilmi: kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet. (Kuluttajasuojalaki 2008.)

Selkeä hintaviestintä on tärkeää, koska osa asiakkaista valitsee ostopaikan tuotteineen hinnan perusteella (Hirvi – Nyholm: 43). Hintaviestinnästä tulee huolehtia esimerkiksi asettamalla pienet hintalaput tuotteiden viereen. Hintalappujen puuttuessa asiakas jättää tuotteet helposti huomioimatta. (Nieminen 2003: 215.)

Saatavuus-kilpailukeino näyteikkunassa toteutuu, kun näyteikkunassa olevat tuotteet löytyvät helposti myymälästä. Näyteikkunassa olevasta kehyksestä pitäisi olla kaksoiskappale myymälässä asiakkaan sovitettavissa. Näyteikkunoissa olevat tuotteet tulisi myymälän puolella sijoittaa parhaille paikoille niin sanotuille premium- tai ykköspaikoille. (Nieminen 2003: 147, 215.)

2.4.2 Näyteikkunamainonnan tavoite

Näyteikkunamainonnan tavoite ei ole pelkästään kaunistaa, somistaa ja koristaa, vaan erityisesti myydä. Onnistuessaan se herättää asiakkaan huomion ja mielenkiinnon, minkä ansiosta asiakas astuu liikkeeseen sisään etsiäkseen tuotteen ja palvelun sen hankkimiseen. Näyteikkunalla on vain noin 1–3 sekuntia aikaa kiinnittää ohikulkevan kuluttajan huomio. Näyteikkunamainonnan tavoitteena on myös luoda yrityksestä hyvä ensivaikutelma, joka tehdään erilaisuudella ja siisteydellä. Omaleimaisen tuotteiden esillepanon avulla yritys voi erottua edukseen kilpailijoistaan. Valospotit tuovat esille jokaisen pienenkin virheen, kuten vanhan teipin tai vääntyneen naulan, joten näyteikkunan siisteyteen pitää panostaa kiinnittämällä huomio jokaiseen yksityiskohtaan. Näyteikkunamainonta luo ostohaluja, auttaa myyntitavoitteiden toteutumisessa ja vaikuttaa täten yrityksen kannattavuuteen. (Hirvi – Nyholm 2009: 10; Nieminen 2003: 150, 217.)

2.4.3 Näyteikkunan somittelumallit

Henkilö, joka suunnittelee ja toteuttaa näyteikkunan, tarvitsee teoreettisia malleja työnsä somitteluun. Teoreettisia malleja soveltaen luodaan tuotteiden esillepanosuunnitelma. (Nieminen 2003: 179.)

Sommittelun kiinnekohta eli katseenvangitsija on piste, joka vangitsee katsojan huomion. Katseenvangitsija voidaan luoda valoilla, varjoilla, muodoilla, väreillä, kontrasteilla ja yllättävällä elementillä. Se ohjaa katsojan silmiä kiinnekohdasta alkavia visuaalisia polkuja pitkin. Sommittelun ja tuotteiden teemaan liittyvä kookas valokuvajuliste vali-

taan usein katseenvangitsijaksi. Spottivalo suunnataan siihen sitä parhaiten valaisevasta suunnasta. Spottivalon kirkkain valopiste asetetaan brandinimeen. Kun brandeja asetetaan esille, niiden tulisi toistaa ja vahvistaa tuotemerkin ideologiaa. Tämä voidaan toteuttaa brandin kansainvälisten omien rekvisiittojen ja julisteiden käytöllä tuotteen esillepanon yhteydessä. (Nieminen 2003: 186.)

Erilaisia sommittelumalleja Niemisen (2003: 180–185) mukaan ovat symmetrinen, epäsymmetrinen, horisontaalinen, vertikaalinen ja diagonaalinen sommittelumalli. Symmetrisen sommittelumallin avulla saadaan luotua tasapainoinen ja harmoninen näyteikkuna. Lopputulos on klassisen selkeä, rauhoittava ja jopa juhlava. Tässä sommittelumallissa näyteikkunan keskiakselin molemmille puolille luodaan peilikuva, ja näyteikkunan tasapaino luodaan symmetrian avulla. Arkisten käyttötavaroiden, kuten silmälasien esittelyyn symmetrinen sommittelu ei kuitenkaan sovi, sillä siihen tarvitaan runsaasti ideoita ja kekseliäisyyttä. Symmetrinen sommittelu on jäykkä ja tarpeeton arkisten tuotteiden asettelumallina, eikä siinä ole tarpeeksi liikettä mielenkiinnon luomiseen ja säilyttämiseen. (Nieminen 2003: 180; Hirvi – Nyholm 2009:22.)

Epäsymmetrisessä sommittelussa elementtien luova käyttö saa aikaan enemmän jännitettä ja on täten epämuodollisempi, jännittävämpi ja kiinnostusta herättävämpi kuin symmetrinen sommittelumalli. Tämä malli vaatii varmaa makua, jotta visuaalinen tasapaino saataisiin säilytettyä hallitusta epätasapainosta huolimatta. Epäsymmetrinen ryhmittely saadaan luotua esimerkiksi jättämällä näyteikkunan toiselle reunalle enemmän tyhjää tilaa kuin toiselle. (Hirvi – Nyholm 2009: 23; Nieminen 2003: 182.)

Horisontaalista sommittelumallia käytetään etenkin pitkänomaisissa näyteikkunoissa, sillä selkeimmät katsetta ohjaavat linjat löytyvät vaakasuunnasta. Vaakamuotoinen toteutus luo levollisen ja rauhallisen tunnelman. Vertikaalinen, eli pystysommittelumalli luo puolestaan juhlavan vaikutelman sekä korkeuden ja avaruuden tunteen. (Nieminen 2003: 183, 184.)

Diagonaalisessa sommittelumallissa diagonaali eli lävistäjä, esimerkiksi poikittain asetellut teippitekstit ikkunoissa, luovat vauhdikkaan ja mieleen jäävän vaikutelman. Diagonaalinen linja eli lävistäjän suuntainen vino viiva ohjaa katsetta. Kolmiosommittelu luodaan esimerkiksi asettelemalla korokkeet pyramidin muotoon. Kolmio sommittelumallissa luo myös mielenkiintoisen ja tiiviin kokonaisuuden. (Hirvi – Nyholm 2009: 24; Nieminen 2003: 184.)

Näyteikkunaan kannattaa valita tuotteita tai tuoteryhmiä pariton määrä, koska se keventää kokonaisvaikutelmaa. Kolme, viisi, tai seitsemän tuotetta tai ryhmää luo mielenkiintoisemman kokonaisuuden kuin parillinen määrä tuotteita. (Hirvi – Nyholm 2009: 29.)

2.4.4 Näyteikkunan suunnittelu ja toteutus

Suunnittelu ja erilaisten teorioiden hallitseminen on tärkeää näyteikkunamainonnan toteuttamisessa. Näyteikkunan toteuttajan tulisi tutustua yrityksen markkinoinnin yleisiin tavoitteisiin sekä yrityksen imagoon ja kampanjoihin. Suunnitelma tehdään yrityksen liikeidea, kohderyhmä ja kaupallisuus huomioiden. Näyteikkunaa suunniteltaessa tulee olla perillä väriopista, sommitteluvaihtoehdoista, tilan hahmottamisesta, perspektiivin tuntemuksesta sekä valaistuksen suunnittelusta. (Hirvi - Nyholm 2009: 12; Nieminen 2003: 217.)

Suunnittelun pohjana ovat näyteikkunan mittasuhteet. Mitataan ikkunan leveys, korkeus ja syvyys ja piirretään luonnos oikeassa mittakaavassa. Tämä suunnittelun vaihe on tärkeä, jotta harmoninen ja taidokas tilankäyttö onnistuisi, eikä lopputulos tuottaisi negatiivisia yllätyksiä. (Nieminen 2003: 196–198.)

Näyteikkunaan tulisi valita ajankohtaisia ja kiinnostavia tuotteita. Pienten tuotteiden näyteikkunassa tulisi käyttää malttia tuotteiden määrässä. Näyteikkunan mainosmateriaali valitaan tuotetta tukemaan. Mainosmateriaali tulisi valita huolella, koska se määrittelee näyteikkunan värien käytön, ohjaa tuotevalintaan ja herättää kohderyhmän huomion. Kun näyteikkunan tuotteet ja mainosmateriaali on valittu, voidaan aloittaa näyteikkunan ideoiminen tuotteiden ympärille. Näyteikkunan idean tulisi olla helposti hahmoteltava ja ymmärrettävä sekä nopeasti toteutettava ja taloudellinen. Ideoinnilla pyritään tuomaan tuotteet hyvin ja huomiota herättävästi esille. Suunnittelua tehtäessä huomioidaan AIDA-malli. AIDA-mallissa kehoitetaan herättämään huomio (Attention), mielenkiinto (Interest), ostohalu (Desire) ja toiminta (Action) eli houkutelmaan asiakas liikkeeseen. (Hirvi – Nyholm 2009:12, 13, 18, 39.)

Näyteikkunan tekemisjärjestys alkaa tuotteen ja teeman valinnalla, luonnoksen laatimisella ja mainosaineiston varaamisella tai tekemisellä. Seuraavaksi puretaan vanha esitely. Tämän jälkeen telineet ja tavarat sijoitellaan omille paikoilleen sekä mainokset ja

hintalaput lisätään. Lopussa työ viimeistellään. Näyteikkunasta saadaan ilmava asettelamalla tavarat syvyysuunnassa eri kohdille. Pienikokoiset tuotteet tulisi esitellä yhtenäisten taustojen tai alustojen avulla, jotta näyteikkunasta saataisiin selkeä ja yhtenäinen. Suurin ja painavin esine sijoitetaan optisen pysty akselin kohdalle ja näyteikkunan nurkat jätetään tyhjiksi. Tuotteet nousevat selkeämmin esille, kun reunoille jätetään riittävästi tyhjää tilaa. (Hirvi – Nyholm 2009: 32; Nieminen 2003: 220.)

3 Tilasuunnittelu

Myyvälätilan suunnittelu vaatii tilan hyvää kolmiulotteista hahmottamiskykyä, tarkkoja mittauksia sekä taitoa hahmotella tila ja sen suunnitelma piirroksiksi. Jokaisessa suunniteltavassa tilassa on tietyt mitat, materiaalit, värit, valaistus ja kalusteet, jotka tulee ottaa huomioon suunnitteluprosessissa. Suunnittelupiirroksena on hyvä käyttää skissiä eli luonnosta myymälätilasta ja sen tulevista sommitteluista. Näin suunnitelman ulkomuoto konkretisoituu, ja sekä suunnittelija että työntilaaaja saavat tiedon siitä, miltä lopputulos tulee näyttämään. Skissiä on myös helppo muuttaa, jos suunnitelmaan tulee muutoksia työn edetessä. Skissiin voi myös kirjoittaa esimerkiksi seinien värit ja kalusteiden materiaalit, jolloin kaikki tarvittava tieto on yhdellä paperilla. (Nieminen 2003: 197, 205.)

Kalusteet, tuotteiden esillepano ja myymälämainonta luovat keskenään yhteisvaikutelman, jonka asiakas myymälästä saa. Myymälän visuaalinen ulkonäkö luokin tärkeää yrityskuvaa. Valaistus luo vielä viimeisen silauksen myymälän visuaaliselle ilmeelle. (Nieminen 2003: 221.)

3.1 Myymäläjärjestys ja tuotteiden esillepano

Liiketilän julkisivu sekä sisäänkäynti ovat merkittävässä asemassa asiakkaan sisään houkuttelemisen kannalta. Kun ovi on auki, on asiakkaan helppoa tulla myymälään. Näin ei voi tietenkään toimia talvisin, kun ilma on kylmä. (Hirvi – Nyholm 2009: 54.)

Kun asiakas on saatu houkuteltua myymälään, kannattaa myymälän parhaalle paikalle, usein sisäänkäynnin läheisyyteen, sijoittaa uutuustuotteet ja kampanjainonta. Näin ne tulevat mahdollisimman hyvin esille. Myymälässä sisällä asiakkaat useimmiten suuntaavat kulkunsa ensimmäiseksi oikealle, mihin kannattaa siis sijoitella kaikista kiinnostavimmat tuotteet. Lähellä sisäänkäyntiä sijaitsevassa hyllyssä tulisi olla vaihtuvuutta noin yhden tai kahden viikon välein. Näin asiakas ei näe samoja tuotteita kuu-kaudesta toiseen ovesta tullessaan. (Hirvi – Nyholm 2009: 55–57.)

Suunnitelmallinen esillepano, esimerkiksi merkeittäin tai väriryhmittäin, on hyvä omak-sua. Se helpottaa myyntiä ja palvelua, tuo asiakkaalle visuaalisia virikkeitä sekä ylipää-tään selkeyttä kokonaisuutta. (Hirvi – Nyholm 2009: 58.)

Myymläkalusteiden on oltava ajattomia, kestäviä, yhteensopivia, ja niissä tulee olla säilytysmahdollisuuksia. Nämä ominaisuudet tuovat tilaan viihtyvyyttä ja lisäävät kalusteiden tehokkuutta. Kalusteissa pitää myös olla sopivasti tuotteita; ei liian paljon, ei liian vähän. Erikokoiset ja -muotoiset tuotteet vierekkäin tuovat elävyyttä sommitteluun. (Hirvi – Nyholm 2009: 62; Nieminen 2003: 221.)

Mainosmateriaalit myymälässä lisäävät myyntiä. Lisäksi ne luovat viihtyvyyttä ja lisäävät vaihtelua. Kun mainosmateriaaleja vaihtelee kampanjoittain ja esimerkiksi jotain tiettyä tuotemerkkiä korostamaan, tuo se myymälään visuaalisuutta pienellä vaivalla. (Hirvi – Nyholm 2009: 79.)

3.2 Henkilöstötilat

Työntekijöitä varten olevissa henkilöstötiloissa, kuten wc- ja ruokailutiloissa, työntekijät voivat muun muassa levätä, ruokailla, pukeutua ja peseytyä työpäivän aikana. Wc-tilojen olisi hyvä sijoittaa työtilojen lähellä. Ne olisi hyvä suunnitella etuhuoneellisiksi ja niihin voidaan varata tilaa henkilökohtaisille säilytyslokeroille. Kahvi- ja ruokailutilat ovat kohtaamispaikka, jossa on mahdollisuus ruokailla ja lämmitellä ruokaa. Päälyysvaatteita ja henkilökohtaisia varusteita varten tulisi olla lukittavat kaapit. (Rakennustieto 2000.)

3.3 Säilytysratkaisut

Ergonomia tarkoittaa ihmisen ja tämän toimintaympäristön vuorovaikutussuhteeseen vaikuttavia tekijöitä. Hyvät ergonomiaratkaisut vähentävät epämukavuutta ja ehkäisevät rasitusvammoja. Säilytysratkaisujen kannalta tämä tarkoittaa hyllyjen, työtasojen ja kaappien optimaalista korkeutta ja syvyyttä. (Conran 2011: 32.)

Säännöllisesti tarvittavat tavarat, kuten kirjat, paperit, luovutettavat kehykset ja pajalla olevat työt säilytetään silmän tai vyötärön korkeudella. Korkealla olevissa säilytystiloissa, säilytetään kevyitä, pieniä ja harvemmin tarvittavia tavaroita. Raskaat esineet säilytetään vyötärön korkeudella tai alempana, jotta selän rasitus niitä nostessa minimoitaisiin. Jos tilaa on vähän, kannattaa käyttää liukuovia aukeavien kaapinoven sijasta. (Conran 2011: 32.)

Säilytysratkaisuja on kolmea perustyyppiä: kiinteitä, irtokalusteita ja seinähyllyjä. Usein käytetään jotakin näiden ratkaisujen yhdistelmää. Helppo ja kätevä säilytysratkaisu on hylly, jolle voidaan sijoittaa monenlaisia esineitä. Hyllyjä on olemassa muun muassa koko seinäalan peittäviä ja matalia hyllyjä. Niitä valittaessa tulee miettiä, kuinka painavia tavaroita hyllyillä säilytetään. Siten voidaan valita sopiva hyllymateriaali ja hyllyleveys, sekä varmistaa, että seinä kestää sekä hyllykön että siinä pidettävien esineiden painon. Muun muassa havupuu ja kuitulevy eivät kestä kovin suurta painoa. Kiinteät hyllyköt kiinnitetään seinään ohjauspulteilla ja uppokantaruuveilla. Painaville tavaroille suurin suositeltu hyllyleveys on 70 cm. Alimpien hyllyjen välit voivat olla suurempia kuin ylempien. (Conran 2011: 37, 38, 41.)

Työtilojen säilytysratkaisuksi käytännöllisiä vaihtoehtoja ovat telineet, tangot ja koukut, joihin työkalut, kuten pihdit ja ruuvimeisselit voi ripustaa. Työtilassa, kuten pajassa on paljon helpompi työskennellä, kun työkalut ja muut tavarat on järjestelty loogisesti. Pieniä ja erikokoisia ruuveja ja muita pieniä tavaroita kannattaa säilyttää nimikoiduissa säilytysastioissa. (Conran 2011: 46, 107, 108.)

Kiinteät säilytystilat ovat pieniinkin tiloihin paras säilytysratkaisu, vaikka lattiatila pienentyisi. On olemassa valmiskalusteita ja mittatilauskalusteita. Kiinteistä säilytysratkaisuista saadaan kaikki hyöty irti muokkaamalla niiden sisäosia käyttäjän tarpeisiin sopiviksi. Kiintokaappien ja katon väliin ei ole tarvetta jättää hukkatilaa vaan kaapit voivat ylettyä katonrajaan asti, jolloin kaikki tila saadaan hyödynnettyä. (Conran 2011: 54, 57.)

Säilytyslaatikot, kuten pahvilaatikot ja korit, ovat edullinen ja käytännöllinen tapa saada tavarat järjestykseen. Niihin tavarat saa kätevästi ryhmiteltyä erilleen toisistaan ja suojaan pölyltä ja auringonvalolta. Säilytyslaatikoihin kannattaa laittaa samantyyppisiä tavaroita ja nimetä ne sisältönsä mukaan. Näin laatikoissa olevat tavarat löytyvät helposti ja vaivattomasti. Pienet esineet kannattaa laittaa pieniin laatikoihin ja suuret tai suurina määrinä säilytettävät tavarat isompiin laatikoihin. Kun säilytyslaatikot ovat samannäköisiä, myös visuaalisuus säilyy. Kannelliset ja tukevut muoviset säilytyslaatikot sopivat tavaroiden pitkäaikaiseen säilytykseen. (Conran 2011: 65-66)

Suhteellisen pieneen kylpyhuoneeseen sopivat kiinteät säilytysratkaisut. Pesupöytiä on monia eri kokoja ja malleja seinään kiinnitettävistä malleista pesuallaskaappeihin. Säilytystilaa sisältävä irtoseinä kätkee lavuaarin vesisäiliön ja sen kiinnityksen seinään. (Conran 2011: 107.)

Päivittäin tarvittavia tavaroita kannattaa säilyttää työpöydällä tai sen välittömässä läheisyydessä. Keskenkärsiä töitä kannattaa säilyttää hyllyissä, lipastoissa tai muussa paikassa, josta ne on helppo ottaa esille. Pidempiaikaisesti säilytettävät paperit siirretään pois tieltä arkistoon. Avoimiin säilytysratkaisuihin saadaan yhteneväisyyttä säilytysarjoilla, kuten samanlaisilla mapeilla. (Conran 2011: 108.)

3.4 Laatat ja laminaatit

Laatat ja laminaatit ovat pintamateriaaleja, joita käytetään lattioiden sekä seinien päällystämiseen. Sekä laattoja että laminaatteja on monia erilaisia malleja erilaisiin tiloihin ja eri käyttötarkoituksiin. Seuraavissa luvuissa käydään läpi työmme kannalta oleelliset materiaalit.

3.4.1 Keraamiset laatat

Keraamiset laatat ovat savesta polttamalla valmistettuja laattoja, joita ovat muun muassa klinkkeri-, kaakeli- ja keraamiset mosaiikkilaatat. Keraamisia laattoja voidaan valmistaa märkäpuristamalla, kuivapuristamalla ja valamalla. (Rakennustieto 2010.)

Lasittamalla keraamisten laattojen pinnasta tehdään kestävä, helppohoitoinen ja tiivis. Lasituksesta voidaan tehdä väritön, värillinen, yksivärinen, kirjava, kiiltävä, himmeä tai kuviollinen. Hygieenisuus on yksi lasitettujen keraamisten laattojen hyvistä ominaisuuksista. (Rakennustieto 2010.)

3.4.2 Kuivapuristetut laatat

Kuivapuristustekniikalla valmistetut laatat on tehty kosteasta jauhemaisesta massasta, joka puristetaan suurella paineella laatoiksi. Puristuksen jälkeen laatat kuivataan ja poltetaan. Kuivapuristetuilla laatoilla on hyvä mittatarkkuus eli kaikki laatat ovat samankokoisia valmistuserästä riippumatta. (Rakennustieto 2010.)

Kaakelilaattoja käytetään sisäseinien verhoamiseen. Niillä on kuivapuristettujen laattojen tapaan hyvä mittatarkkuus. Kaakelilaatat ovat aina lasitettuja, ja lasituksen kovuus vaikuttaa laatan kulutuskestävyyteen. (Rakennustieto 2012.)

Klinkkerilaatta on tiiviimpi ja samalla kestävämpi kuin kaakelilaatta, ja siksi sitä käytetään paikoissa, joissa vaaditaan hyvää kestävyyttä, kuten lattioissa. Keraaminen mosaiikkilaatta on pienikokoinen klinkkeri- tai kaakelilaatta, jota myydään verkkoon tai paperiin kiinnitettyinä arkkeina. (Rakennustieto 2010.)

3.4.3 Laminaatit

Laminaattilattia on valmistettu puristamalla puukuitulevyä tiiviiksi levyksi ja lisäämällä pintaan laminointi ja valokuvattu kuosi. Laminaattilattiat soveltuvat lähes kaikkiin kuiviin tiloihin. Laminaatti on iskunkestävä, helppohoitoinen, edullinen ja helposti asennettava lattiamateriaali. (Laminaatti-info n.d.)

Laminaattilattia, jonka käyttöluokka kulutuskestävyytensä mukaan on 32, soveltuu julkisiin tiloihin lattiamateriaaliksi. Käyttöluokassa 32 hankauksenkesto on AC4. Lattia sopii tiloihin, joissa lattian rasiustaso on normaali. (Suomen standardisoimisliitto SFS 2005.)

4 Opinnäytetyöprosessin kulku

Aloitimme opinnäytetyömme ideoinnin syksyllä 2011. Pyörittelimme ajatuksia monista eri aiheista ja lopulta kiinnostavimmaksi osoittautui idea optikkoliikkeen ulkoasun uudistussuunnitelmasta. Me kaikki olemme kiinnostuneita liikkeen ulkoasun ja sisustuksen vaikutuksesta asiakkaaseen ja ostamiskäyttäytymiseen. Yhteistyöliikkeeksi valikoitui Karhulan Silmäasema Kotkassa, sillä liike on Sini Kokkolan isän Mikko Kokkolan ja hänen yhtiökumppaninsa Minna Kaukosen omistama yksityinen optikkoliike. Valintaamme tuki tieto, että kyseinen optikkoliike oli uudistamisen tarpeessa, ja siitä oli omistajien kesken jo keskusteltu. Vireillä oli myös Silmäasemaketjun konseptin uudistaminen, joka vaikutti työn tarpeellisuuteen ja merkittävyyteen.

Esittelimme aiheemme alustavasti lehtori Juha Havukummulle, joka antoi aiheelle hyväksyntänsä. Seuraavaksi otimme yhteyttä Karhulan Silmäaseman omistajiin ja keskustelimme heidän kanssaan mahdollisuudesta käyttää heidän myymäläänsä opinnäytetyömme kohteena. Omistajat antoivat luvan, mutta eivät lupautuneet tekemään tulevan suunnitelman mukaisia muutoksia ainakaan välittömästi suunnitelman valmistuttua. Ideoidessamme aihetta pidemmälle tulimme maininneeksi työstämme lehtori Kajsa Stenille, joka antoi ideoita opinnäytetyön tutkimuksellisen osuuden toteuttamiseen. Kajsan ohjeiden mukaisesti päädyimme tekemään työstämme tapaustudkimuksen. Tapaustudkimukseemme kuuluu omistajille tehty alkuhaastattelu, jossa kartoitamme myymälän muutostarpeet. Lisäksi päätimme tehdä muutossuunnitelman onnistumista mittaavan loppuhaastattelun omistajille sekä kymmenelle summittaisesti valitulle asiakkaalle.

Ensimmäisessä opinnäytetyöseminaarissa olimme 26.10.2011, jolloin esittelimme aiheemme laajemmin ohjaaville opettajille ja muille seminaarissa olleille opiskelijoille. Olimme laatineet kattavan ideapaperin, jossa oli kuvattuna ideamme pääpiirteet sekä opinnäytetyömme toteutuksen aikataulu. Seminaarista saamiemme vinkkien perusteella päätimme suorittaa haastattelut omistajille yksitellen, jotta he eivät myötäilisi toistensa mielipiteitä. Kysyimme yhteistyömahdollisuudesta sisustussuunnittelijaopiskelijoiden kanssa, mutta aikataulullisista syistä yhteistyö ei onnistunut. Seminaarin päätteeksi opinnäytetyömme ohjaajiksi valikoituivat lehtorit Eero Kokko ja Juha Havukumpu.

Olimme ajatelleet kirjoittaa teorian visuaalisesta markkinoinnista, tilasuunnittelusta ja työergonomiasta. Ohjaavat opettajamme kuitenkin epäilivät työstämme tulevan liian

laajan, joten jätimme työmme tuotokseen vähiten liittyvän ergonomiaosan pois. Kun työmme teoriaosuus oli jäsentynyt lopulliseen malliinsa, aloitimme tiedon etsimisen ja teorian kirjoittamisen. Valitsimme pääasiassa suomenkielisiä lähteitä, koska niitä oli saatavilla runsaasti. Kaiken kaikkiaan käytimme teorioidemme pohjana kirjallisuutta, verkkolähteitä sekä Metropolia Ammattikorkeakoulun opiskelijoille tarkoitettuja tietokantoja. Luimme itsenäisesti lähteitä ja teimme niistä muistiinpanoja, joiden pohjalta kirjoitimme teoriaa yhdessä. Päädyimme tähän ratkaisuun, jotta tekstistä tulisi mahdollisimman yhtenäistä.

Marraskuun 2011 alussa kokosimme haastattelulomakkeen (liite 1) alkuhaastattelua varten. Kolmesta eri haastattelutyypistä, joita ovat strukturoitu haastattelu, avoin haastattelu ja teemahaastattelu, valitsimme jälkimmäisen. Teemahaastattelu on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. Sitä käytetään usein kvalitatiivisissa tutkimuksissa, koska aihepiirit ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkkaa muotoa ja järjestystä ei ole ennalta määrätty. (Tutki ja Kirjoita: 197.) Ryhmittelimme kysymykset Silmäaseman tilojen mukaan, koska näin haastattelu etenisi loogisessa järjestyksessä ja kaikki uudistuskohdeet tuli näin käytyä läpi.

Teimme haastattelut Karhulan Silmäaseman tiloissa 7.11.2011. Haastattelimme molemmat liikkeen omistajat yksitellen niin, että koko opinnäytetyöryhmämme oli paikalla. Lisäksi nauhoitimme molemmat haastattelut myöhempää tarkastelua varten. Kysyimme myös muutaman haastatteluun kuuluneen kysymyksen liikkeen osa-aikaiselta työntekijältä. Samalla vierailulla valokuvasimme yksityiskohtaisesti koko liiketilän eli myymälän, taukotilan, varaston, asiakas wc:n, odotustilan ja näöntarkastustilan. Seuraavaksi kuuntelimme haastattelut ja purimme ne muistiinpanoiksi tulevaa suunnittelua varten. Samalla päätimme mitkä kohteet liiketilassa tulimme muuttamaan ja mitkä säilyttäisimme ennallaan.

Vierailimme toisen kerran Karhulan Silmäasemalla 26.3.2012, jolloin otimme mitat kaikista liikkeen eri tiloista ja kalusteista. Käytimme apuna liikkeen tarkkaa pohjapiirrosta, jonka olimme saaneet jo aikaisemmin liikkeen omistajilta. Samalla teimme valaistusmittaukset liikkeen tärkeimmistä kohdista koulusta lainaamillamme valaistusvoimakkuus- ja luminanssimittareilla. Tämän jälkeen aloitimme myymälän uudistuksen suunnittelun, jonka tiimoilta kävimme useissa eri sisustus- ja huonekaluliikkeissä kartoittamassa vaihtoehtoja. Valitsimme muun muassa suunnitelmaan tulevat maalien värit, kalusteet ja lattiat. Suunnittelutyö valmistui 9.5.2012. Seuraavana päivänä esitimme tähän men-

nessä aikaan saamamme aineiston opinnäytetyön ohjaajillemme Eero Kokolle ja Juha Havukummulle.

Opinnäytetyömme tuotoksena on 3D-mallinnus uudistussuunnitelmasta. Koska yhteistyö Metropolia Ammattikorkeakoulun sisustussuunnittelijaopiskelijoiden kanssa ei onnistunut, otimme asian tiimoilta yhteyttä ulkopuoliseen tahoon. Pilvi Nevala tunsu entuudestaan Tiitta Salmenkiven, joka opiskelee sisustusarkkitehdiksi Taideteollisessa korkeakoulussa. 3D-suunnitteluohjelmat olivat hänelle tuttuja jo hänen aikaisemmasta opiskelupaikastaan. Hän lupautui korvausta vastaan toteuttamaan mallinnuksen haluamistamme tiloista. Tapasimme Salmenkiven 11.5.2012, jolloin annoimme hänelle aineiston mallinnuksen tekoon ja kerroimme suullisesti kaikista tilaan tehtävistä muutoksista. Mallinnuksen hän teki liikkeestä ottamiemme valokuvien, pohjapiirustusten, piirtämiemme skissien eli luonnosten sekä suunnitelmien pohjalta. Jotta kustannukset eivät olisi nousseet liian korkeiksi, valitsimme mallinnettaviksi tiloiksi vain odotushuoneen ja myymälätilan. Emme vaatineet myöskään kehysten ja muiden tarkkojen yksityiskohtien sijoittamista mallinnuksiin, vaan pidimme ne mahdollisimman pelkistetyinä. 3D-mallinnukset (liitteet 2–7) tiloista valmistuivat 20.6.2012, ja olimme erittäin tyytyväisiä kuvien toteutukseen.

Kuvien valmistumisen jälkeen kokosimme kysymykset loppuhaastatteluihin (liitteet 8,9). Sini Kokkola teki haastattelut elokuussa 2012 työskennellessään Karhulan Silmäasemalla. Lisäksi teimme liikkeen omistajille kattavamman haastattelun, jossa kartoitimme suunnittelutyön onnistumista. Syksyllä 2012 kokosimme ja viimeistelimme opinnäytetyömme. Opinnäytetyömme valmistui lokakuussa 2012.

5 Työn toteutus

Uudistussuunnitelman työstäminen lähti liikkeelle uudistettavien tilojen ja kohteiden kartoittamisesta. Päätimme uudestaan suunniteltavat kohteet liikkeen omistajille tehdyn alkukartoitushaastattelun pohjalta. Tila tilalta kävimme läpi uudistustarpeet eli kalusteet, pintamateriaalit, värit ja valaisimet. Pyrimme mahdollisuuksien mukaan käyttämään jo olemassa olevia kalusteita, jos ne olivat hyväkuntoisia tai mahdollista muokata uudistussuunnitelman tyylin mukaiseksi. Näin suunnitelman kustannukset pysyivät kohtuullisina.

Ensimmäiseksi piirsimme jokaisesta muutettavasta tilasta skissit, joihin tuli näkymä uudesta tilasta kolmiulotteisesti. Samalla mietimme, mitä uusia kalusteita ja pintamateriaaleja uudistussuunnitelmaan tarvittaisiin. Kalusteiden etsinnässä käytimme hyväksenne huonekaluliikkeiden Internet-sivustoja ja sähköisiä kuvastoja. Lisäksi vierailimme useissa eri huonekalu- ja sisustusliikkeissä, rautakaupoissa sekä laattamyymälöissä, joissa kyselimme neuvoja alan ammattilaisilta. Kyselimme myös optisella alalla työskenteleviltä vinkkejä myymälän sisustukseen, kuten siihen mistä myymäläkalusteita voisi hankkia. Selvitimme valitsemiemme tuotteiden tarkat hinnat kustannusarvion laatimista varten. Seuraavissa luvuissa esittelemme tila tilalta uudistussuunnitelman.

5.1 Myymälä

Tarkoituksenamme oli saada myymälän yleisilmettä lähemmäksi Silmäaseman uudistunutta konseptia. Tämä vaati täydellistä värimaailman muutosta sekä kalusteiden (liite 10) yhtenäistämistä selkeämmäksi kokonaisuudeksi. Liikkeen omistajien toiveissa oli hillitty värimaailma, valaistuksen parantaminen sekä mitoituspisteen uusiminen.



Kuvio 1. Nykyinen myymälä mitoituspisteeltä kassatiskille katsottuna.



Kuvio 2. Nykyinen myymälä ovelta mitoituspisteelle katsottuna.

Tällä hetkellä myymälän seinät ovat pääosin kirkkaan keltaiset, koska se on kuulunut Silmäaseman entiseen myymäläkonseptiin. Seinien väriksi myymälän omistajat ehdottivat vaalean ruskeaa, esimerkiksi maitokahvin tai hiekan sävyä. Valitsimme seinäväriksi Tikkurila Oyj:n värisävyyn shaali, jolla maalataan suurin osa seinäpinta-alasta. Väri on neutraali hiekan sävyinen. Tehosteväriksi pylväisiin valikoitui tumma violetti, sillä se kuuluu Silmäaseman uudistuneeseen myymäläkonseptiin.

Molemmat liikkeen omistajat halusivat säilyttää myymäläpuolen lattia, koska se on siisti ja helppohoitoinen. Lattia onkin kaunis puinen laivankansilattia, jonka lankkujen väliset tummat saumat estävät lian ja kuran pääsyn niiden väliin. Tumma lattiaväri soveltuu hyvin vaaleiden seinäpintojen kanssa.

Liikkeen omistajien toiveesta vanhat kehushyllyt säilytettiin. He kuvailivat hyllyjä toimiviksi ja kertoivat hyllytilaa olevan riittävästi. Päätimme kuitenkin, että kehushyllyt maalataan valkoisiksi, jotta koko myymälän kalustekokonaisuus säilyisi yhtenäisenä. Vaalean hiekan värinen tausta yhdessä valkoisten kehushyllyjen kanssa luo harmonisen kokonaisuuden. Valkoisista hyllyistä silmälasikehyksien värit tulevat myös paremmin esiin.

Nykyisin myymälän keskiosissa olevat kaksi pyöreää laivanmastomaista kehushyllyä poistetaan, sillä niiden merikarhukulttuuriin viittaava tyyli ei sovi suunnitelmamme yleisilmeeseen. Kyseisten kehushyllyjen poistaminen tekee myymälästä avaramman ja helpommin hahmotettavan. Pyöreät hyllyt ovat vähäisellä käytöllä, joten niiden poistaminen ei vaikuta merkittävästi kehyksille varattuun hyllytilaan.

Aurinkolasihylly siirretään autorefraktometrin edestä toisen aurinkolasihyllyn viereen, oikean puoleisen näyteikkunan eteen, niin että kaikki aurinkolasihyllyt ovat samalla seinustalla. Samalla autorefraktometri siirretään myymälän keskiosassa sijaitsevan pylvään vasemmalle puolelle, missä sitä on helpompi käyttää.

Uusimme kassatiskin, jotta kalusteet olisivat yhtenäisiä. Samalla teimme muutamia ergonomiia ja toimivuutta parantavia muutoksia. Uusi valkoinen kassatiski on kahdessa tasossa. Toinen osa on tarkoitettu seisomatyöskentelyyn ja toinen osa silmälasien luovutukseen istuen. Lisäsimme siihen omistajien toiveita noudattaen vedettäviä laatikoita ja muutamia avohyllyjä usein käytettäviä työskentelyvälineitä, kuten linssikirjoja varten. Kassatiski on suunnitelmassa teetetty mittatilaustyönä.

Tiskin taakse valitsimme Ikean Malm-lipaston, jonka laatikoissa on kätevä säilyttää luovutettavia silmälasia ja piilolinssisiä sekä oheismyyntituotteita. Lipaston päällä on läpikuultava harmaa Malm-lasilevy, joka suojaa lipaston pintaa naarmuilta ja kosteudelta. Joitain työkaluja ja nykyisin takatilassa sijaitseva kehyslämpyri tulee lipastolle. Täten lipaston päällä voi tehdä pieniä silmälasien korjaustöitä ja kehysten taivuttelua. Lipaston yläpuolelle seinälle laitoimme kaksi valkoista Ikean Billy-seinähyllä. Avohyllyllä piilolinssinesteet ja kostutustipat ovat siististi ja myyvästi esillä.

Molemmat omistajat toivoivat mitoituspisteen täydellistä uusimista toimivammaksi yksiköksi. Toiveena oli, että mitoituspöydällä olisi enemmän sekä pöytä- että säilytystilaa, ja etteivät tuolit olisi säädettäviä. Lisäksi he toivoivat, että pöydällä olisi pyörähtävä peili. Päätimme teettää myös mitoituspisteen mittatilaustyönä, koska tarpeidemme mukaan pöytää ei löytynyt valmiina. Pöytä on riittävän suuri ja sen toiseen päähän pöytälevyn alle tuli pieni laatikko toimistotarvikkeille sekä kaappi pupillometrille ja linssikirjoille. Mitoituspisteen viereen laitoimme viherkasvin korkeassa valkoisessa ruukussa tuomaan viihtyisyyttä. Peiliksi valitsimme Ikean liikuteltavan ja toiselta puolelta suurentavan Trensuum-peilin.

Myymälän tuoleja valittaessa kokeilimme monia erilaisia vaihtoehtoja. Parhaimmaksi osoittautui Ikean Vilmar-tuoli, joka tuntui tukevalta ja mukavalta istua. Lisäksi sen melamiinipinta on kestävä ja helppo pitää puhtaana. Vilmar-tuoleja myymälän puolelle tulee yhteensä kuusi kappaletta: kaksi mitoituspisteeseen, kaksi oven viereen oikealle, yksi autorefraktometrin eteen ja yksi silmälasien luovutuspisteeseen kassan yhteyteen. Ulko-oven vasemmalle puolelle sijoitettiin tukeva Nova Luxus -tuoli, jota omistajat toivoivat liikkumisvaikeuksista kärsiville asiakkaille. Tämä seniorituoli on tavallista korkeampi tuoli, joka huomioi erityisesti vanhusten ja liikuntarajoitteisten henkilöiden tarpeet. Tukevan tuolin voi tarvittaessa siirtää myös mitoituspisteeseen.

Myymälään tulee myös Ikean valkoinen Lack-apupöytä ja Lack-seinähyllä aikakauslehdille ja mainoksille. Näyteikkunaa ja myymälää erottamaan suunnittelimme pelkistetyt valkoiset vanerisermit, jotka estävät näkymän myymälästä näyteikkunan takaosaan. Ulko-oven eteen tulee Silmäaseman E-logolla varustettu violetti matto. Kassan viereen seinälle jätimme yhden sinisävyisen taulun tuomaan myymälätilaan persoonallista tunnelmaa.

Myymälätilassa on tällä hetkellä yleisvalaistuksena kahdeksan loistevalaisinta, joissa kaikissa on kaksi putken mallista loistelamppua. Lisäksi myymälässä on kaksi valaisinkiskoa, joissa kummassakin on kaksi halogeenilamppua. Valaistusvoimakkuusarvot vaihtelevat 530 lx:n ja 575 lx:n välillä. Suositusarvo myymälätiloille on 300 lx, joten mittaamamme arvot ovat selvästi yli suositusten. Koska valaistusvoimakkuussuositukset täyttyvät ja valaistuksen väriämpötila on oikea näillä valaisimilla, emme nähneet tarpeelliseksi muuttaa myymälätilan yleisvalaistusta.

Kaksi myymälän loistevalaisimista sijaitsee kassatiskin yläpuolella. Kassatiskillä valaistusvoimakkuudet ovat 513 lx ylätasolla ja 540 lx alatasolla. Suositus kassapisteelle on 500 lx, joten valaistusvoimakkuudet ovat suositusten mukaiset.

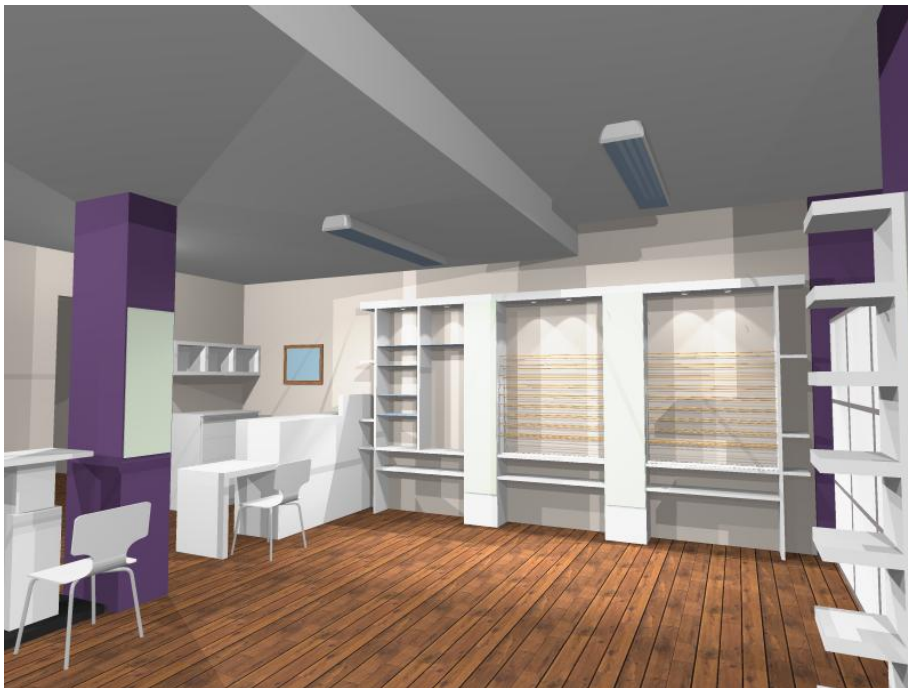
Kehyshyllyjen yläpalkeissa on kaksi halogeenilamppua kussakin hyllyvälissä tuomassa kohdevaloa kehyksille. Kehyshyllyille ei ole olemassa varsinaisia valaistussuosituksia, mutta valaistuksen tulisi niiden ympäristössä olla riittävä ja häikäisemätön. Valon väriämpötila tulee olla neutraali, jotta kehysten värit tulevat esille oikeanlaisina. Kehyshyllyjen luona mittaamamme valaistusvoimakkuudet vaihtelivat 520 lx:n ja 770 lx:n välillä, joten valaistus on riittävä. Kuitenkin halogeenilamppujen tuoma valo on melko lämpimän sävyistä, joten lamput vaihdetaan neutraalimman sävyisiin (4000 K) ja energiatehokkaampiin led-lamppuihin.



Kuvio 3. Uudistussuunnitelman mukainen näkymä myymälän ovelta kassatiskille päin.



Kuvio 4. Uudistussuunnitelman mukainen näkymä myymälän ovelta mitoituspisteelle päin.



Kuvio 5. Uudistussuunnitelman mukainen näkymä myymälän ovelta kassatiskille päin.

5.2 Odotustila

Haastattelussa omistajat toivat ilmi monia kehitysehdotuksia odotustilaan. Suurimmat toiveet kohdistuivat lattiaan ja seiniin. Loppujen lopuksi päädyimme uusimaan myös melkein kaikki odotustilan kalusteet (liite 11) muihin myymälätilan kalusteisiin sopiviksi.



Kuvio 6. Nykyinen odotustila myymälästä katsottuna.



Kuvio 7. Nykyinen odotustila näöntarkastustilasta katsottuna.

Odotustilan ja varastuhuoneen seinä koostuu tällä hetkellä vanhoista kehushyllyistä ja bambuverhoista. Sen tilalle toivottiin kiinteää seinää, joka eristäisi äänen näiden kah-

den huoneen väliltä. Suunnitelmassa teimme toiveiden mukaisen seinän, joka maalataan Tikkurila Oyj:n värisävyllä Shaali. Myös näöntarkastustilan puoleinen seinä maalataan samalla sävyllä. Jotta tilasta ei tule liian ahtaan tuntuinen, muut odotustilan seinät maalataan valkoisella Tikkurila Oyj:n maalilla Lumi. Tilan elävöittämiseksi maalataan odotustilan pylväs Teknoksen tumman violetilla tehostevärillä.

Nykyisin odotustilassa on kulunut muovimatto, jonka vaihtamista omistajat olivat suunnitelleet jo entuudestaan. K-Raudan asiantuntijalta saimme neuvoja siihen, minkälainen myymälän lattia tulisi ominaisuuksiltaan olla. Olimme suunnitelleet tilaan parkettilattiaa, mutta hänen suosituksiensa mukaan valitsimme Lamin Cello -laminaattilattian, jonka käyttöluokka on kulutuskestävyytensä mukaan 32. Se soveltuu hyvin julkisiin tiloihin, joiden rasiustaso on normaali. Valitsimme laminaattilattian väriksi kauniin tumman Mangonan, sillä se sopii hyvin yhteen myymälätilan lattian kanssa.

Odotustilaan valitsimme kalusteet, jotka soveltuvat hyvin yhteen myymälätilan kalusteiden kanssa. Muun muassa tuolit ovat samoja Ikean Vilmar-tuoleja ja niitä on kuusi kappaletta silmälääkärin tai optikon tarkastusta odottavia asiakkaita varten. Myös Lack-apupöytä ja Lack-seinähyllä ovat samat kuin myymälätilan puolella. Päätimme säilyttää vesiautomaatin, sillä Minna Kaukosen sanojen mukaan asiakkaat mielellään ”töräyttelevät” siitä vettä. Uusi naulakko on seinälle kiinnitettävä Ikean valkoinen Tjusig-naulakko, johon voi ripustaa vaatteita sekä koukkuihin että henkariin. Henkariripustus olikin molempien omistajien toive. Naulakon vieressä on Ikean Stave-peili, josta voi vilkaista itseään vastaanotolta lähtiessään. Keskelle odotustilaa tulee samanlainen matto kuin myymälätilaan.

Odotustilassa on nykyisin yksi samanlainen loistevalaisin kuin myymälätilassa. Suositus odotustilan valaistusvoimakkuudeksi on 200 lx. Odotustilan toisessa päässä suositus täytyy valaistusvoimakkuuksien vaihdellessa 216 lx:n ja 236 lx:n välillä. Kuitenkin tilan myymälän puoleisessa päädyssä valaistus on liian hämärä, sillä valaistusvoimakkuudet olivat mittaustemme mukaan vain noin 100 lx. Odotustilaan lisäsimmekin toisen loistevalaisimen tilan hämäämpään päätyyn. Valaistus ei ollut riittävä myöskään lukemiseen, joten lisäsimme tilaan kaksi jalkalamppua. Askon Orlando-lattiavalaisimissa on erilliset pienet led-lukuvalot ja valkoiset varjostimet ylempien lamppujen päällä. Parannus helpottaa varsinkin vanhempien ihmisten lukemista odotustilassa, sillä he tarvitsevat nuorempia enemmän valoa lukiessaan.



Kuvio 8. Uudistussuunnitelman mukainen odotustila myymälästä katsottuna.



Kuvio 9. Uudistussuunnitelman mukainen odotustila näöntarkastustilasta päin.

5.3 Näöntarkastustila

Näöntarkastustilaa suunniteltaessa käytimme hyväksemme lähinnä optikko Minna Kaukosen mielipiteitä, sillä vain hän käyttää kyseistä tilaa silmälääkäreiden lisäksi. Hän esitti muutosehdotuksiksi seuraavia: takaseinän uusintamaalaus, säilytystilojen järjestyttäminen ja piilolinssipisteen uusiminen. Näöntarkastustilan kalustevalinnat (liite 12) teimme tilan klinisyyden huomioon ottaen.



Kuvio 10. Nykyinen näöntarkastustila.

Näöntarkastustilan värimaailma pyydettiin pitämään mahdollisimman neutraalina ja klinisenä. Takaseinässä oleva tapetti poistetaan ja seinä tasoitetaan. Tämän jälkeen kyseinen seinä ja muutkin tilan seinät maalataan maalarinvalkoiseksi. Näin väristä tulee yhtenäinen huoneen joka seinällä.

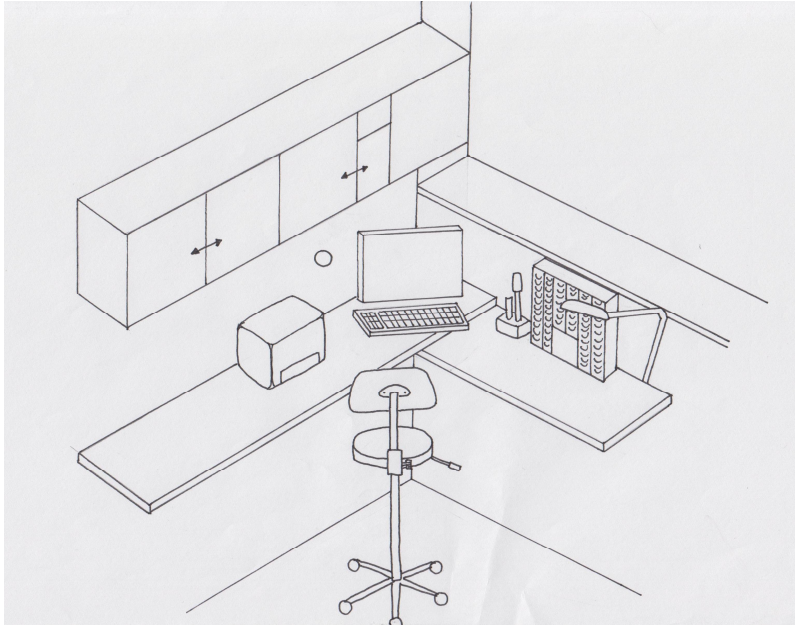
Näöntarkastustilan lattia uusitaan samalla laminaattimateriaalilla kuin odotustilan lattia. Omistajien erityinen toive oli, että kaikki uusittavat lattiat olisivat yhtenäiset keskenään. Tummanruskea lattia tuo hieman lämpöä muuten niin klinisen valkoiseen tilaan. Myös näöntarkastustilaan tulee samanlainen violetti matto kuin myymälään ja odotustilaan.

Omistajat toivoivat, että näöntarkastustilassa olisi enemmän kaappeja, jotta tavarat olisivat poissa avohyllyiltä pölyyntymästä. Tällä hetkellä tietokonepöydän yläpuolella on kolme pitkää avohyllyä, joiden tilalle valitsimme Ikean liukuovelliset Faktum-seinäkaapit. Valitsimme liukuovelliset kaapit, jotta kaappien alapuolella työskentelevä optikko ei löisi päätänsä vahingossa auki jääneeseen kaapinoveen. Kaapit sijoitetaan tarpeeksi alas, jotta kaikki näöntarkastustilaa käyttävät ylettyisivät helposti kaappien ylähyllyillekin.

Piilolinssipisteen yhteydessä oleva piilolinssien säilytykseen tarkoitettu korkea kaappi on omistajien mielestä tällä hetkellä liian syvä. Siksi päädyimmekin vaihtamaan sen tilalle Ikean korkean Faktum-kaapin, jonka syvyys on vain 37 cm. Näin piilolinssipisteseen jää enemmän tilaa liikkua ja toimia. Yhtenäisyyttä tilaan tuo se, että sekä piilolinssipisteen että tietokonepöydän yläpuoliset kaapit ovat samaa sarjaa.

Silmälääkäreiden potilaskorteille tarkoitettut kaapit ovat nykyisellään hyvät, mutta väri- maailman yhtenäistämiseksi kaapit maalataan valkoisiksi. Tällä hetkellä kaapit ovat keskenään erivärisiä. Näöntarkastustilan työskentelytasot säilytetään entisellään, mutta ylimääräiset tavarat siirretään yläpuolelle tuleviin kaappeihin.

Asiakkaiden vaatteita ja laukkuja varten seinään oven taakse kiinnitetään Ikean viisi- koukkuinen Tjusig-naulakko. Näin asiakkaat saavat henkilökohtaiset arvotavaransa mukaan näöntarkastustilaan eikä niitä tarvitse jättää vartioimattomiksi odotustilan nau- lakkoon.



Kuvio 11. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta näöntarkastustilasta.

Piilolinssipiste uusitaan täysin. Optikko Minna Kaukosen kanssa käydyssä haastattelussa ilmeni, että nykyinen piilolinssipiste ei ole toimiva. Tällä hetkellä optikko ei pysty seuraamaan piilolinssien sovitusta suoraan edestä vaan joutuu kurkkimaan asiakkaan selän takaa.



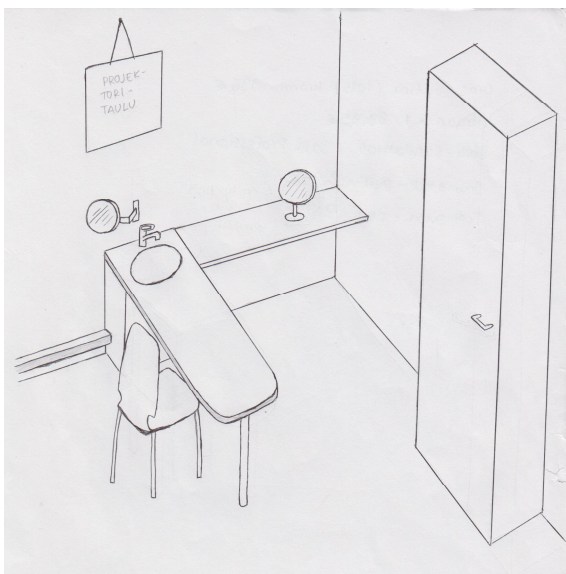
Kuvio 12. Nykyinen piilolinssipiste.

Huonosti toimivan piilolinssipisteen pöydän tilalle suunnittelimme seinään kohtisuoraan asennettavan 40 cm leveän ja 110 cm pitkän mittatilauspöydän. Uusi pöytä mahdollistaa optikon ja asiakkaan istumisen vastakkain. Pöytä kiinnitetään toisesta päästä seinään ja toiseen päähän tulee yksi jalka, jotta pöydän alle jää jalkatilaa kahdelle henkilölle.

Nykyisen lavuaarin tilalle asennetaan pöytään upotettava, vähemmän tilaa vievä Ido Trevi -pesuallas. Pesuallashanaksi valitsimme Oraksen kromin värisen Safira-hanan. Sen pitkä ja kääntyvä juoksuputki helpottaa käsien pesua pöydän molemmilta puolilta ja sen lenkkikahva on helppokäyttöinen. Seinän viereen, piilolinssipöydällä olevan lavuaarin alapuolelle, tulee kaappi, jonka sisään vesiputket jäävät piiloon. Kaappiin saa piilolinssien sovituksessa tarvittavia tarvikkeita säilöön. Kaapista ulos tulevat, seinää pitkin kulkevat vesiputket koteloidaan, jotta tilan yleisilme pysyy mahdollisimman siistinä. Piilolinssipisteen viereen apupöydäksi tulee mittatilaustyönä tehtävä pöytälevy, joka ei kuitenkaan vie paljon liikkumatilaa optikon puolelta.

Lavuaarin yläpuolelle asennetaan seinään kiinnitettävä ruostumattomasta teräksestä valmistettu Grundtal-peili, jota pystyy kääntämään pöydän molemmille puolille sekä akselinsa ympäri eri suuntiin. Apupöydälle tulee Trensum-peili, jota voi tarpeen mukaan siirtää, jos asiakkaan tarvitsee päästä hyvin lähelle peiliä. Molempien peilien toinen puoli on suurentava.

Asiakstuoli piilolinssipisteessä on sama Ikean Viltmar-tuoli, joita tulee myös muihin liikkeen tiloihin. Optikon tuolina säilytimme nykyisen rullattavan ja hyväksi todetun tuolin, jota voi liikutella piilolinssipisteen ja tietokonepöydän välillä.



Kuvio 13. Uudistussuunnitelman mukainen piilolinssipiste.

Näöntutkimuslaitteet säilytämme ennallaan, sillä haastatteluissa selvisi, että ne ovat hyvin toimivat ja pidetyt. "Vanhassa vara usein parempi", totesi Minna Kaukonen.

Tilassa on tällä hetkellä loistelamppuvalaistus, joka on muuten toimiva, mutta siinä ei ole säädön mahdollisuutta. Tietokoneen viereen seinälle asennetaan siis kierrettävä himmennin, johon yhdistetään päällä/pois -kytkin. Näöntarkastustilanteessa tarvittavat valaistuksen muutokset ovat näin ollen mahdollista toteuttaa ilman ylimääräistä liikumista tilassa.

Yleisvalaistuksen voimakkuus on tällä hetkellä 356 lx. Suositus tutkimustilaan on 500 lx, mutta koska kyseessä on näöntutkimustila, suositukset eivät päde. Näöntutkimus tehdään usein hämärässä valaistuksessa. Jos silmää halutaan tutkia tarkemmin, käytetään esimerkiksi mikroskooppia, jonka valaistuksen voi säätää tarpeelliselle tasolle. Piilolinssipisteessä valaistusvoimakkuus on muuta tilaa parempi, 715 lx liikuteltavan kohdevalaisimen ansiosta.

Näöntarkastustilan ikkuna tulee saada pimennettyä hyvin näöntarkastustilannetta varten. Karhulan Silmäasemalla toimivat silmälääkärit haluavat, että näöntarkastustilan ikkunan verhot saa nostettua, jotta asiakas voi katsella ulos uusilla juuri määritetyillä silmälasivoimakkuuksillaan. Tällä hetkellä tilassa on kaksi erillistä verhoa, jotta vain toisen verhoista voi nostaa ylös. Valitsimme näöntarkastustilan ikkunaan No Hole -kaihtimet niiden pimennysominaisuuksien, esteettisyyden ja käyttömukavuuden vuoksi.

No Hole -kaihtimet tarjoavat huomattavasti paremman pimennyksen kuin tavalliset sälekaihtimet, koska säleet ovat reiättömiä ja niissä on tiiviimpi askelpunos. Lisäksi kaihtimet ovat helppo avata ilman, että verhoja tarvitsee nostaa kokonaan ylös.

5.4 WC-tilat

Karhulan Silmäaseman wc-tilat ovat asiakkaiden ja henkilökunnan käytössä. Wc-tila koostuu kahdesta pienestä tilasta, joista toisessa on lavuaari ja toisessa wc-istuin. Lattian ja seinien kaakelit ovat huonossa kunnossa, joten wc-tilan perusteellinen uusiminen on tarpeen. Wc-tilan kalusteet (liite 13) uusittiinkin täysin.



Kuvio 14. Nykyinen wc-tilojen käsienvesupuoli.



Kuvio 15. Nykyinen wc-tilojen wc-puoli.

Omistajat toivoivat wc-tilan seinäpintojen uusimista. Väritoiveina olivat maanläheiset värit, kuten valkoinen ja harmaa. Laattapisteen laajasta valikoimasta valitsimme helmenvalkoisen ja vaalean harmaan sävyiset 20 x 30 cm kokoiset kaakelit. Seinät kaakeloidaan 210 cm korkeuteen. Molempien tilojen päätyseinä kaakeloidaan harmailla Eh Acanto Gris -kaakeleilla. Loput seinät kaakeloidaan helmenvalkoisilla Eh Acanto Perla -kaakeleilla. Molemmat kaakelit ovat mattapintaisia, ja lasitus tekee niistä kestäviä ja helppohoitaisia. Kaakeleiden yläpuolelta poistetaan nykyinen tapetti ja seinät maalaetaan valkoisiksi.

Lattiaan valitsimme Ilf Ki 10K -klinkkerilaatat, koska ne ovat tiiviimpiä ja samalla kestävämpiä kuin kaakelilaatat. Väriksi valikoitui tumma harmaa, joka sopii hyvin seinien kaakeleiden värimaailmaan. Tummassa sävyssä lika ei myöskään näy niin helposti. Lattialaatat ovat pienempiä kuin seinien kaakelit, mutta samalla lailla mattapintaisia.

Allaskalusteiksi toivottiin tumman puun väristä allaskaappia, jossa olisi myös hieman laskutilaa. Näiden ohjeiden mukaisesti valitsimme Laattapisteen mustan puun värisen Multo-kalustesetin, johon kuuluu valkoinen Mikado-allas. Allaskaappi on 80 cm leveä ja siinä on kaksi ovea. Hanaksi valitsimme saman Oraksen kromin värisen Safira-pesuallashanan, joka on myös piilolinssipisteessä. Altaan yläpuolelle tulee Ikean Kolja-

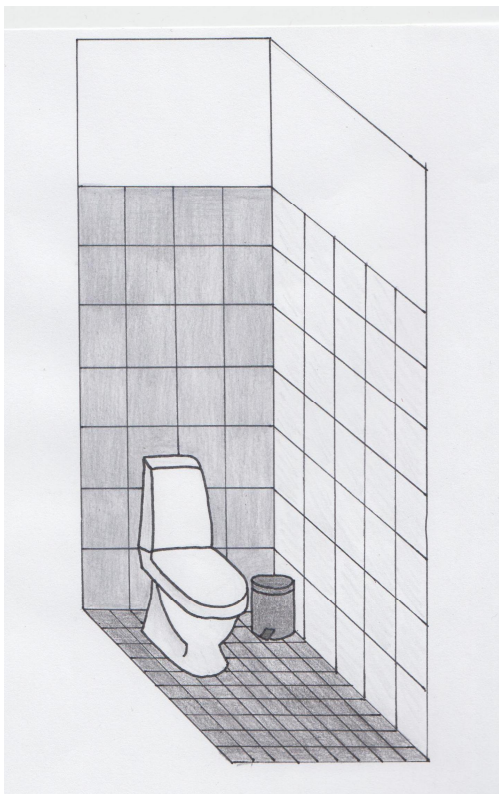
peili, joka sopii hyvin kosteisiin tiloihin. Lisäksi peilissä oleva suojakalvo vähentää loukkaantumiseriskiä, jos peili rikkoontuu.

Nykyinen wc-istuin ei sovi uusittuun tilaan, joten valitsimme kokonaisuuteen paremmin sopivan K-raudan WC Nautic 5510 -wc-istuimen. Lisäsimme Brabantia-poljinroskakorit molempiin tiloihin omistajien toiveiden mukaisesti.

Nykyisin wc-tilat ovat hämärät ja vaativat lisävalaistusta. Molemmissa tiloissa on vain yksi valaisin, jossa on kaksi hehkulamppua, mutta molemmissa valaisimissa vain yksi lamppu toimii. Valaistusvoimakkuusarvot ovat wc-tiloissa käsienvesupuolella 143 lx ja varsinaisen wc:n puolella vain 114 lx. Molemmat arvot ovat alle 200 lx suosituksen. Valitsimme peilin yläpuolelle loistelampun, joka tuo epäsuoraa valoa wc-tilaan. Loistelamppuvalaistus on paras valaistusmuoto wc-tilaan sen tehokkuuden ja häikäisemättömyyden ansiosta. (Pekanneimo 2009: 33.) Molemmille puolille wc-tilaan tulee lisäksi plafondi-kattovalaisimet, joiden kuvut ovat lasia ja reunat kromia. Uudet valaisimet ovat nykyisiä tehokkaampia ja näin ollen kohentavat wc-tilojen valaistusta.



Kuvio 16. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta wc-tilan käsienvesupuolesta.



Kuvio 17. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta wc-tilan wc-puolesta.

5.5 Sosiaalitilat

Karhulan Silmäasemalla on todella suuret sosiaalitilat. Olemme työssämme selkeyden vuoksi jakaneet tilan kolmeen eri osaan, joita käsittelemme yksitellen. Huoneen eri nurkissa sijaitsevat paja ja tiskauspiste, tilaus- ja ruokailupiste sekä toimistopiste. Jokaisessa pisteessä on useampia muutostarpeita, jotka tulivat esille haastatteluissa. Sosiaalitilan kalusteet (liite 14) valitsimme mahdollisimman yhtenäiseksi käyttäen samoja kalustesarjoja eri puolilla suurta tilaa.

5.5.1 Paja ja tiskauspiste

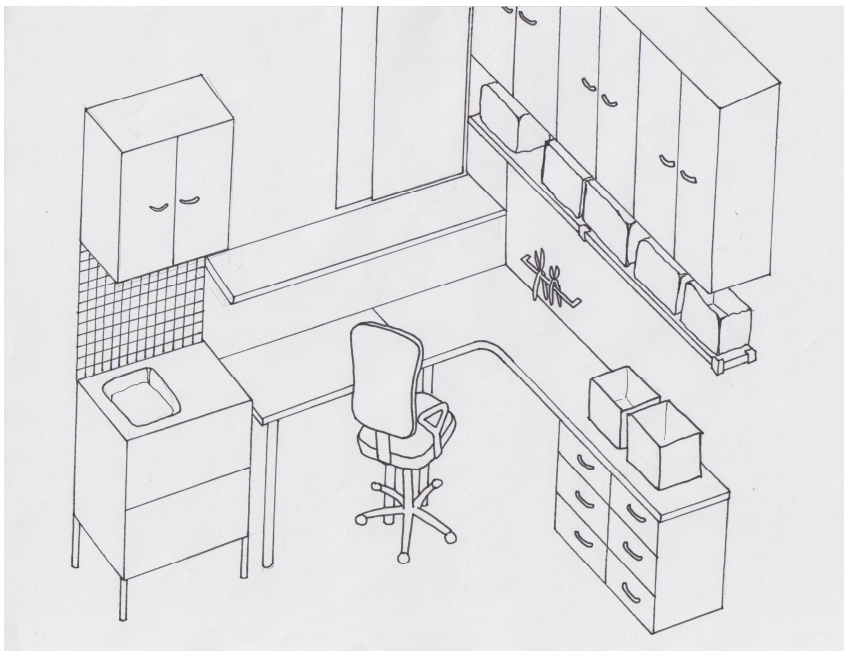
Nykyinen paja säilyy entisellä paikallaan omistajien toiveesta. Pajasta näkee suoraan myymälän kassatiskille, joten asiakkaat voi huomioida keskeyttämättä sen hetkistä työtehtäväänsä. Pajan vieressä on normaali käsienpesuallas, jonka tilalle suunnitelmaan tuli tiskauspiste.



Kuvio 18. Nykyinen paja.

Pajan työtasot säilytetään entisellään. Ainoastaan sivupöydän jalat lyhennetään, jotta kaikki tasot ovat samankorkuiset. Reunahiontalaite ei ole enää käytössä, joten se poistetaan. Käsitahko ja uusi tehokkaampi kehyslämpyri tulevat sivupöydälle. Seinällä olevien avohyllyjen tilalle valitsimme kaappeja, sillä omistajat toivoivat enemmän suljettua säilytystilaa. Kaapeiksi valikoituivat Ikean Faktum-seinäkaapit Applåd-ovilla. Niiden alle, silmien korkeudelle, tulee yksi pitkä Ikean Ekby Järpen -avohylly Ekby Bjärnum -kannattimilla. Keskeneräisille tilauksille varatut laatikot sijaitsevat pajapöydän oikeassa reunassa vyötärön korkeudella. Säännöllisesti tarvittavia tavaroita on hyvä säilyttää silmän tai vyötärön korkeudella, jotta niitä on helppoa käyttää mahdollisimman ergonomisesti. Pajan tuoli vaihdetaan Gerdmansin Boston-toimistotuoliin, jossa on korkea selkänoja, kiinteät käsinojat ja rullat alla.

Uusi tiskauspiste helpottaa ruokailuastioiden tiskaamista, kuivaamista ja säilyttämistä. Käsienpesualtaan tilalle tulee Ikean Faktum-allaskaappi, jossa on kaksi laatikkoa astioille ja tiskaustarvikkeille. Allaskaapin päälle tulee Ikean Numerär-työtaso, johon upotetaan yksi-altainen Fyndig-tiskipöytä. Altaan hana on Oraksen Safira-keittiöhana. Sen kääntyvä korkea juoksuputki helpottaa tiskaamista. Altaan yläpuolelle tulee Ikean Faktum-runkoinen ja Applåd-ovinen kuivauskaappi. Kuivaushyllyt ovat Rationell-sarjaa. Tiskauspisteen seinälle kuivauskaapin ja allaskaapin väliin valitsimme harmaata keeramista Anthol-mosaikkilaattaa, sen kevyen ja raikkaan ulkonäön vuoksi.



Kuvio 19. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta pajasta ja tiskauspisteestä.

5.5.2 Tilaus- ja ruokailupiste

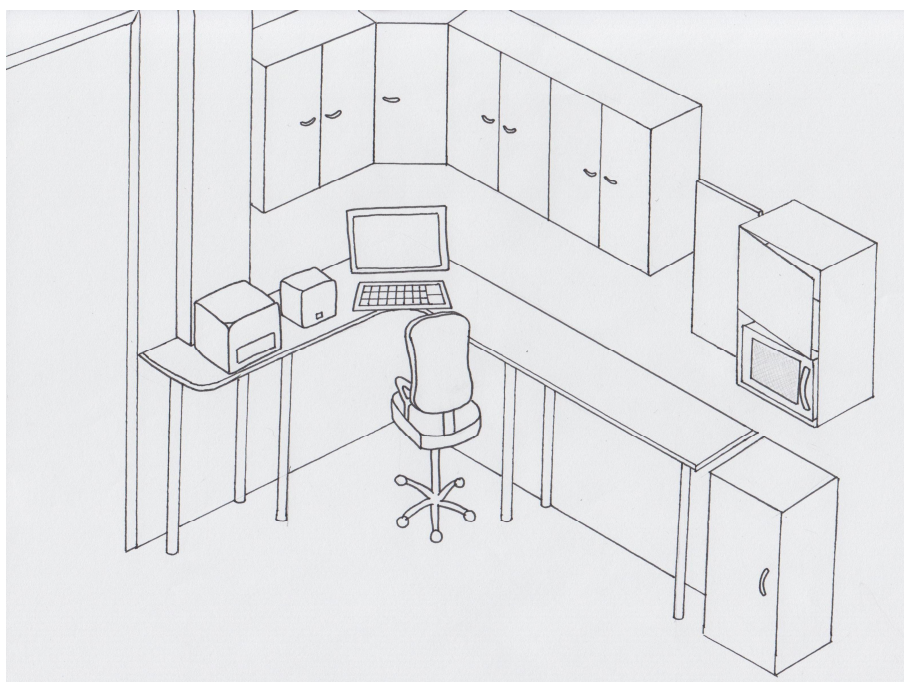
Myös tilauspiste säilyttää entisen paikkansa. Omistajien toiveesta lisäämme tilauspisteeseen säilytystilaa. Suunnittelimme myös ruokailemiselle lisää tilaa tilauspisteen yhteydessä olevalle pöydälle. Selkeytimme tilaus- ja ruokailupisteen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi, jossa kummallekin toiminnolle tarkoitetut tilat erottuvat selvästi toisistaan.



Kuvio 20. Nykyinen tilaus- ja ruokailupiste.

Tilaspisteen työtasot säilyvät ennallaan, mutta kaikki ylimääräinen tavara siirretään kaappeihin. Tilaspisteen yläpuolelle tulee neljä Faktum-seinäkaappia, joista yksi on kulmakaappi. Tilaspisteen tietokone ja muut tietotekniset laitteet säilyttävät paikkansa kulmassa, jossa tilaukset voi tehdä häiriöttä. Tuoliksi vaihdamme samanlaisen Gerdmansin Boston-toimistotuolin kuin pajaan. Tilaspisteen ja ruokailupisteen väliin seinälle tulee uusi, tilaan väriltään ja kooltaan paremmin sopiva Ikean Spontan-magneettitaulu.

Ruokailutilakin säilyy entisellä paikallaan, sillä omistajat halusivat, että ruokailupiste ei näy myymälään ja siinä voi syödä rauhassa selkä muuhun sosiaalitalaan päin. Jäkäapin yläpuolelle sijoitamme mikroaaltouunille tarkoitetun Faktum-seinäkaapin, jossa on lisäksi säilytystilaa ruokatarvikkeille. Näin jääkaapin päällinen vapautuu ja siihen voidaan sijoittaa esimerkiksi kahvinkeitin. Ruokailutilan tuolina toimii Vilmar-tuoli, joita on muuallakin liikkeessä.



Kuvio 21. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta tilaus- ja ruokailupisteestä.

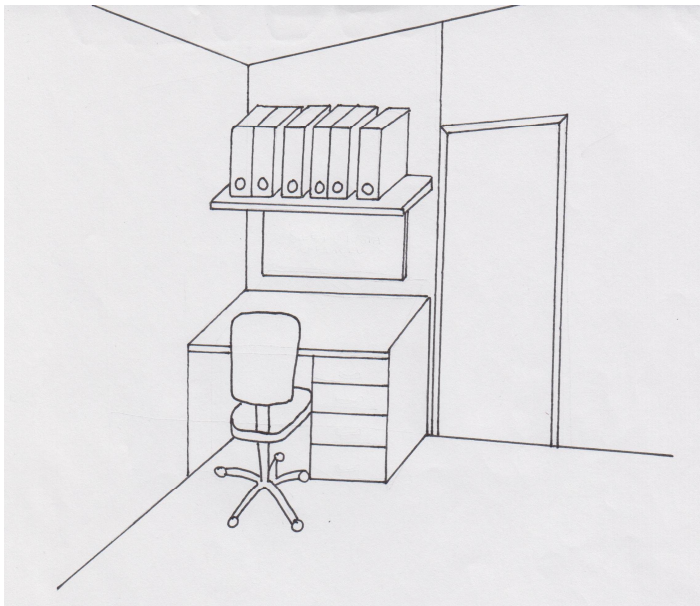
5.5.3 Toimistopiste

Toimistopiste ei kaipaa suuria muutoksia. Tilan yhtenäistämiseksi teimme kuitenkin muutamia pieniä muutoksia. Toimistopisteen vierestä poistimme kuviossa 22 vasemalla näkyvät matalat valkoiset kaapit.



Kuvio 22. Nykyinen toimistopiste.

Kalusteiden yhtenäistämiseksi nykyinen toimiva toimistopöytä pidetään, mutta se maalataan valkoiseksi kalustemaalilla. Nykyisten kahden avohyllyn tilalle vaihdamme Ekby Järpen -avohyllyn Ekby Bjärnum -kannattimilla. Ylimääräiset harvemmin käytettävät kansiot siirretään tilauspisteen kaappeihin ja säännöllisesti käytettävät kansiot jätetään toimistopisteeseen. Hyllyn ja pöydän väliin seinälle laitetaan samanlainen magneetti-taulu kuin tilauspisteeseen. Myös toimistopisteen tuoliksi tulee Boston-toimistotuoli.



Kuvio 23. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta toimistopisteestä.

5.5.4 Sosiaalitalan lattia ja valaistus

Sosiaalitalan lattian muovimatot ovat pahasti kuluneet ja värjäytyneet. Omistajien toiveissa olikin lattioiden uusiminen myös sosiaalitalassa. Uusi lattia tulee olemaan samaa laminaattia kuin odotustilassa ja näöntarkastustilassa.

Sosiaalitalassa on kaksi loistevalaisinta, joissa kummassakin on kaksi putkenmallista loistelamppua. Yleisvalaistus keskellä tilaa on 392 lx, joka on reippaasti yli 200 lx suosituksen.

Pajassa tehdään tarkkaa näkemistä vaativia silmälasien korjaus- ja huoltotöitä. Siellä valaistusvoimakkuus on kohdevalaisimen alla 1100 lx. Tämä on erittäin hyvä valaistus kyseiseen työpisteeseen. Muualla pajan välittömässä yhteydessä valaistusvoimakkuus on suositusten rajoissa 400 lx:n molemmin puolin.

Tilauspisteessä, jossa tehdään tietokonetyöskentelyä, valaistusvoimakkuus on tällä hetkellä 182 lx. Tietokonetyöskentelyyn tarvitaan suositusten mukaisesti 500 lx:n valaistusvoimakkuus, joka ei toteudu nykyisellä valaistuksella. Myös ruokailupisteen valaistus jää liian hämäräksi, valaistusvoimakkuuden ollessa vain 161 lx. Toimistopisteen valaistus on 344 lx, kun suositusten mukaan toimistotyöskentely vaatii 500 lx valaistusvoimakkuuden.

Tilauspisteen, toimistopisteen ja ruokailupisteen valaistus saadaan tarvittavalle tasolle lisäämällä kaksi loistevalaisinta sosiaalitalaan. Lisäksi tilaus- sekä toimistopisteeseen tuodaan kohdevalaisimet.

5.6 Varastotila

Sosiaalitalan perällä on varastonurkkaus, jossa säilytetään mainos- ja somistemateriaaleja sekä siivousvälineitä. Varastotilaa rajaa toiselta puolelta ikkunallinen seinä ja toiselta puolelta vanhoista kehyshyllyistä ja bambuverhoista rakennettu tilanjakaja. Tällä hetkellä varastotilassa ei ole kunnollista kaappitilaa, joten tavaroita on muutamalla hyllyllä ja lattialla. Omistajat toivoivat, että tilanjakaja korvattaisiin kiinteällä seinällä, kuten olemme jo maininneet odotustilaa esitellessämme. Myös selkeyttä ja järjestystä kaivattiin eli kaappitilan hankkiminen varastotilaan oli looginen ratkaisu (liite 15).

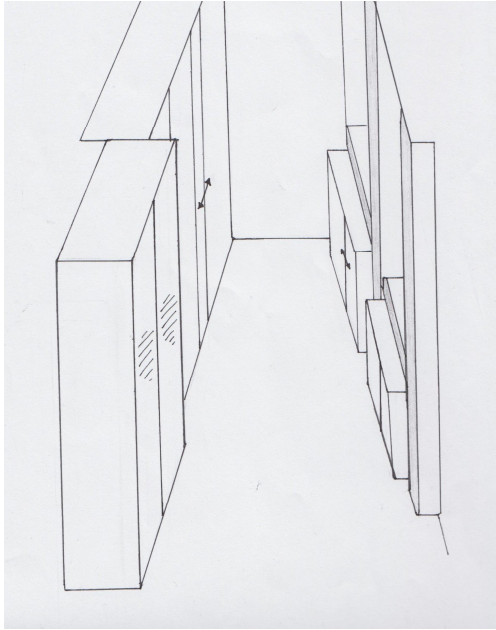


Kuvio 24. Nykyinen varastotila.

Halusimme hyödyntää koko varastotilan korkeuden sekä leveyden, joten valitsimme korkeat liukuovelliset kaapistot. Saaduista tarjouksista parhaimmaksi osoittautui K-raudan tarjous Elfa-kaapeista. Kaappien runko on valkoinen ja liukuovet maitolasia. Valkoinen väri avartaa kapeaa tilaa ja minimoi valontarpeen. Jotta kaappien ylimpienkin hyllyjen esineisiin päästäisiin käsiksi, varastotilaan sijoitetaan turvalliset a-tikkaat ja niille seinäteline kaapin sisään. Kiinteän kaapiston asennuksen mahdollistaa odotus- ja varastotilan väliin rakennettava uusi seinä.

Tällä hetkellä taukotilassa sijaitseva pystynaulakko korvataan tilavammalla ja käytännöllisemmällä liukuovikaapilla. Vaatekaapit tulevat suunnitelmassa taukotilan takaosaan ennen varaston kaappeja. Valitsimme peiliovellisen Elgå-vaatekaapin, jota henkilökunta voi käyttää vaatteiden ja muiden henkilökohtaisten tavaroiden säilytykseen. Peiliovet tuovat avaruutta ahtaaseen kulkuväylään.

Lattiaksi vaihdetaan sama Lamin Cello -laminaatti, joka tulee muihinkin tiloihin. Varastotilassa on vain yksi loistevalaisin, jonka takia valaistus onkin hiukan hämärä. Suositusten mukaan sen pitäisi olla vain 100 lx, joten valaistuksen lisäykselle ei ole tarvetta.



Kuvio 25. Skissi uudistussuunnitelman mukaisesta varastotilasta.

5.7 Yhteenveto

Kaiken kaikkiaan saimme suunniteltua tilasta yhtenäisen ja asiakasystävällisemmän. Päädyimme käyttämään suunnitelmassa monia Ikean kalusteita, koska niiden ulkonäkö ja hinta-laatu -suhde olivat kohdillaan. Ikeasta saimme myös valittua samoihin sarjoihin kuuluvia kalusteita, minkä ansiosta koko liiketila on yhtenäinen ja toistaa samaa visuaalista linjaa. Pyrimme myös kiinnittämään huomiota tuotteiden laatuun ja testaamaan niiden kestävyyttä paikan päällä huonekaluliikkeissä. Uusi sisustus on mielestämme nykypäiväinen, mutta kuitenkin aikaa kestävä.

5.8 Kustannusarvio

Laskimme kustannusarvion (liite 16) Karhulan Silmäaseman uudistussuunnitelmasta tiloittain. Lisäksi laskimme vielä kokonaiskustannukset koko uudistussuunnitelmasta. Jo suunnitteluvaiheessa otimme jokaisen valitsemamme tuotteen hinnan ylös. Kustannusarvioon emme ole laskeneet asennustöiden hintoja. Otimme huomioon vain materiaalikustannukset.

Teimme kustannusarvion lähinnä omistajia varten, jotta he saisivat kuvan uudistus-suunnitelman toteutuksen kustannuksista. Kustannusarviossa on eritelty jokainen tila ja tuote, joten vaikka vain yhden tilan tai kalusteen uusimiseen löytyy hinta-arvio helposti.

Taulukko 1. Kustannukset tiloittain ja kokonaiskustannukset.

Tila	Kustannukset yhteensä
Myymälä	770,55 €
Odotustila	910,55 €
Näöntarkastustila	1037,35 €
Wc-tilat	1830,20 €
Sosiaalitilat	2513,95 €
Varastotila	3059,75 €
Mittatilaustuotteet kaikkiin tiloihin	3000,00 €
Maalit kaikkiin tiloihin	1321,60 €
Kokonaiskustannukset	14 443,95 €

6 Työn tulokset

3D-kuvien valmistuttua kokosimme lyhyen suunnitelman onnistumista kartoittavan haastattelun, jonka esitimme kymmenelle summittaisesti valitulle Karhulan Silmäase-
man asiakkaalle. Haastattelu sisälsi seitsemän kysymystä, joista viisi oli strukturoitua ja
kaksi avointa kysymystä. Teimme haastattelut myymälässä esitellen aluksi asiakkaille
nykyisen myymälätilan ja sitten 3D-mallinnuskuvat. Pyysimme asiakkaita vertailemaan
nykyisen myymälän ja suunnitelman hyviä ja huonoja ominaisuuksia. Esitimme kysy-
mykset suullisesti ja kirjoitimme vastaukset itse haastattelulomakkeisiin.

Loppukyselyn tulokset yllättivät meidät positiivisesti. Kysyessämme asiakkailta, onko
nykyinen vai suunnitelman sisustus kutsuvampi, 100 % vastaajista valitsi suunnitelman
kutsuvammaksi. Myös värimaailma oli kaikkien vastaajien mielestä parempi suunnitel-
massamme. Liiketilän hahmottaminen oli 70 %:n mielestä helpompaa suunnitelmas-
samme sisustuksessa, kun taas 30 % vastaajista ei nähnyt eroa nykyisen tilan ja suun-
nitelman välillä.

Liikkeen ulkoasun myyvyyttä asiakkaat arvioivat asteikolla 1–5, jossa viisi tarkoitti erit-
täin myyvää ja yksi ei ollenkaan myyvää. Nykyinen sisustus sai vastauksista keskiar-
voksi 2,9 ja suunnitelma 4,5.

Molemmat avoimet kysymykset käsittelivät suunnitelman ulkoasua. Uuden suunnitel-
man kalusteita asiakkaat kuvailivat muun muassa seuraavasti: "Lasit heräävät henkiin
vaaleissa kehushyllyissä ja niiden värit tulevat paremmin esille" sekä "Lasit tulee pa-
remmin esille, vanhassa sisustuksessa lasit hukkuivat hyllyihin". Värimaailmaa kehuttiin
selkeäksi, valoisaksi ja yhtenäiseksi. Yksi haastateltavista luonnehti värejä raikkaiksi ja
moderneiksi. Yleisesti suunnittelemamme sisustuksen tunnelmaa kuvailtiin rauhallisek-
si ja järjestelmälliseksi, koska ylimääräiset irtokalusteet oli karsittu pois. Yhden vastaa-
jan mielestä uusi sisustus oli kuitenkin liian klininen.

Kysyessämme liikkeen omistajilta, oliko suunnitelmamme heidän toiveidensa mukai-
nen, vastasivat he näin: "Oli todellakin ja suunnitelman perusteella voisi hyvinkin tehdä
uudistuksen!" Omistajat pitivät suunnitelman värimaailmasta kovasti. Se oli heidän mie-
lestään rauhallinen ja selkeä. Kalustusta he kuvailivat tyylikkääksi ja yksinkertaisen
toimivaksi. Myymälä oli heidän mielestään hiukan klininen, mutta he uskoivat tilanteen

muuttuvan lisättäessä kehykset hyllyihin. Omistajat olivat erityisen tyytyväisiä lisääntyneeseen säilytystilaan.

Kaiken kaikkiaan sekä kyselyyn vastanneet asiakkaat että liikkeen omistajat pitivät suunnitelmaa väreiltään, kalusteiltaan ja yleiseltä tunnelmaltaan miellyttävämpänä ja toimivampana kuin nykyistä sisustusta. Haastattelujen perusteella uudistussuunnitelmamme on siis hyvin onnistunut.

7 Pohdinta

Opinnäytetyömme tavoitteena oli tehdä omistajien toiveiden mukainen ja asiakkaita miellyttävä uudistussuunnitelma Karhulan Silmäasemalle. Halusimme suunnitella visuaalisesti myyvän ja yhtenäistä linjaa toistavan liiketilan. Asiakkaille ja omistajille tehdyn haastattelun perusteella liikkeen ulkoasu muuttui selvästi houkuttelevammaksi nykyiseen liiketilaan nähden.

Tarkoituksenamme oli saada opinnäytetyömme valmiiksi jo keväällä 2012. Huolelliseen suunnittelutyöhön meni kuitenkin odotettua enemmän aikaa, joten opinnäytetyömme valmistui vasta syksyllä 2012. Mallinnuksen lopputuloksesta näkee, että käytimme tilan suunnitteluun paljon aikaa. Olemme erittäin tyytyväisiä uudistussuunnitelmaamme ja 3D-mallinnuskuvien laatuun.

Opinnäytetyössämme oli monia haasteita. Yksi suurimmista haasteista oli kustannusarvion laskeminen. Suunnittelutyötä tehdessämme meidän piti etsiä hinta kaikille tilaan tuleville pienimmillekin tuotteille. Osan kalusteista valitsimme tehtäviksi mittatilaustyönä, sillä oikeanlaisia tuotteita ei löytynyt valmiina. Lähetimme suunnittelemiemme kalusteiden luonnoksia eri mittatilaustöitä tekeville yrityksille ja saimmekin muutamista kustannusarvion. Joistakin kalusteista emme kuitenkaan saaneet hinta-arviota lainkaan. Emme tienneet, mihin kaikkiin muutostöihin tarvittaisiin rakennusalan ammattilaisia, joten mahdollisesti käytettävien rakennustyömiesten työtunteja ja korvauksia oli mahdotonta arvioida etukäteen. Myös kiinteän seinän tekemisen kustannuksia oli vaikea arvioida.

Yhteistyö sisustussuunnittelijaopiskelijoiden kanssa ei onnistunut, joten jouduimme poikkeamaan alkuperäisestä suunnitelmastamme käyttäen hyödyksi heidän taitojaan. Halusimme kuitenkin sisällyttää opinnäytetyöhömme 3D-mallinnuskuvat Karhulan Silmäaseman uudesta ilmeestä, koska niistä lukija saa selkeämmän kuvan työstämme kuin pelkistä luonnoksista ja tekstistä. Aluksi harkitsimme tekevämme mallinnuskuvat itse, mutta mallinnusohjelmien suuri hinta ja käytön opetteluun vaikeus muuttivat mielimme. Haasteenamme oli siis löytää kohtuuhintainen ja luotettava henkilö tuottamaan kuvat. Onneksi Pilvi Nevala muisti erään tuttunsa, Tiitta Salmenkiven, opiskelevan Taide- ja kuvataiteen korkeakoulussa ja hän suostui tuottamaan 3D-mallinnuskuvat meille kohtuulliseen hintaan.

Opinnäytetyöryhmäämme yhdistää kiinnostus sisustamiseen, mikä innoitti meitä opinnäytetyömme tekemisessä. Kenelläkään meistä ei kuitenkaan ole aikaisempaa kokemusta markkinoinnista tai tilasuunnittelusta, joten lähdekirjallisuuteen piti tutustua laajasti ja perusteellisesti. Aiheen opiskelu oli meistä mielenkiintoista, sillä oppimastamme tiedosta on varmasti hyötyä myös tulevaisuudessa. Tulevassa ammatissamme optometristeina on todennäköistä jossakin vaiheessa uraa toimia yksityisenä yrittäjänä, jolloin visuaalisen markkinoinnin ja tilasuunnittelun osaamisesta on paljon apua.

Opinnäytetyömme valmistuttua huomasimme muutamia asioita, jotka olisimme voineet tehdä toisin. Tapasimme 3D-mallinnuskuviamme tekijän vain kerran muutamien vaihdettujen sähköpostiviestien lisäksi. Nyt jälkikäteen ajateltuna meidän olisi kannattanut tavata mallintajamme ennen 3D-kuvien viimeistelyä, jolloin olisimme voineet korjata muutaman pienen virheen mallinnetuissa kalusteissa. Kuviin jääneet virheet eivät kuitenkaan olleet suuria eivätkä ne vaikuttaneet merkittävästi kuvien antamaan informaatioon.

Visuaalisen markkinoinnin teoriaa kirjoittaessamme tutustuimme myös näyteikkunan somistamiseen ja valaistukseen. Tarkoituksenamme oli suunnitella ja toteuttaa Karhulan Silmäasemalle täysin uusittu näyteikkuna, mutta aikataulun tiukkuudesta johtuen jouduimme jättämään tämän pois opinnäytetyöstämme. Toteutus olisi ollut hankala myös pitkän välimatkan takia. Emme päässeet opiskelukiireiltämme vierailemaan Kotkan Karhulassa kuin kolme kertaa.

Koska opinnäytetyömme on tapaustutkimus, työmme tuloksista ei ole konkreettista hyötyä muille optometristiopiskelijoille. Kuitenkin valaistuksen ja värien perussääntöjen opiskelu kuuluu oleellisena osana optometristin opintoihin, joten opinnäytetyömme teoriaosuudesta on hyötyä alamme opiskelijoille.

Eniten työstämme hyötyvät Karhulan Silmäaseman omistajat Mikko Kokkola ja Minna Kaukonen. He saavat opinnäytetyöstämme valmiin, varmasti asiakkaita miellyttävän suunnitelman mahdollista tulevaa remonttia varten. Suunnitelmastamme on hyötyä, vaikka he päätyisivät vain pienien muutoksien toteuttamiseen. Toivomme kuitenkin, että liike joskus uudistettaisiin kokonaisuudessaan suunnitelmamme mukaiseksi.

Koska visuaaliseen markkinointiin liittyviä opinnäytetöitä on alallamme tehty vähän, ehdottaisimme jatkotutkimusaiheeksi näyteikkunamainonnan vaikutusta optikkoliikkei-

den asiakasvirtaan. Tutkimuksessa näyteikkuna voitaisiin somistaa uudelleen visuaalisen markkinoinnin sääntöjen ja liikkeen imagon mukaiseksi. Mielipidekysely tehtäisiin ennen ja jälkeen näyteikkunan uudistuksen, ja tuloksia verrattaisiin toisiinsa. Opinnäytetyömme suunnitteluvaiheessa ajattelimme keskittyä enemmän liikkeen työergonomian parantamiseen. Opinnäytetyöstämme olisi kuitenkin tullut liian laaja, joten päätimme jättää työergonomiaosuuden pois. Jatkotutkimukseksi ehdotammekin jonkin optikkoliikkeen uudelleen suunnittelemista työergonomisia asioita silmällä pitäen.

Opinnäytetyömme ei olisi ollut mahdollinen ilman Karhulan Silmäaseman suostumista yhteistyöhön kanssamme. Haluammekin kiittää Mikko Kokkolaa ja Minna Kaukosta heidän uhraamastaan ajasta ja kiinnostuksesta työtämme kohtaan. Isot kiitokset kuuluvat myös Tiitta Salmenkivelle, joka toteutti 3D-mallinnukset erittäin onnistuneesti ja ammattitaitoisesti. Opinnäytetyöohjaajiltamme lehtori Eero Kokolta ja lehtori Juha Havukummulta olemme saaneet hyödyllisiä neuvoja ja ideoita opinnäytetyöhömmme. Heidän lisäksi kiitämme lehtori Kajsa Steniä hänen antamistaan käytännön neuvoista. Tukea ja kannustusta olemme saaneet myös korvaamattomilta opiskelutovereiltamme.

Lähteet

Airam. Tuotteet. Lamput. Verkkodokumentti. <<http://www.airam.fi/110.html>>. Luettu 16.2.2012.

Conran, Terence 2011. Sisustajan toimivat säilytystilat: opas sisustamisen perusteisiin, suunnitteluun ja kalustamiseen. Rissanen, Irma (suom.). Helsinki: Readme.fi.

Fay, Martha – Stanbenz, Carol Endler – Sterbenz, Genevieve A. 2006. Esillä & Piilossa. Lappalainen, Hilppa (suom.). Helsinki: WSOY.

Frémont, Cyrille 2011. Kaikki paikalleen: Kodin toimivat säilytysratkaisut. Luoto, Pirjo (suom.). Helsinki: WSOY.

Hirvi Annika, Nyholm Sanne: Visualistin työkalupakki, 2009. Porvoo: Zolan Oy.

Ilmatieteenlaitos. Valo ja spektri. Sähkömagneettinen säteily. Verkkodokumentti. <<http://www.geo.fmi.fi/oppimateriaali/envisat/valonsade/spektri.html>>. Luettu 29.9.2012.

Jyväskylän Yliopisto n.d. Koppa. Avoimet. Humanistinen tiedekunta. Menetelmäpolkuja humanisteille. Menetelmäpolku. Ongelmanasettelu. Tutkimustragediat. Tapaustutkimus. Verkkodokumentti. <<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategit>>. Luettu 26.9.2012.

Kodin lamppuopas. Helsingin energia. Verkkodokumentti. <www.helen.fi/pdf/kodin_lamppuopas.pdf>. Luettu 16.2.2012.

Kuluttajansuojalaki 2008. 8 § (29.8.2008/561). Tiedonantovelvollisuus tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä.

Laminaatti-info n.d. Väritukku Oy. Verkkodokumentti. <<http://www.varisilma.fi/neuvoissa/laminaatti-info/>>. Luettu 15.9.2012.

Lampputieto. Valaistussuunnittelu.

<<http://www.lampputieto.fi/valaistussuunnittelu/valaistusvoimakkuus/>>. Luettu 7.3.2012.

Launis, Martti – Lehtelä, Jouni 2011. Ergonomia. Tampere: Tammerprint Oy.

Lohikari. Myymäläsuunnittelu. Värit. Verkkodokumentti.

<<http://www.lohikari.fi/content.php?path=myymalasuunnittelu>>. Luettu 27.4.2012.

Nieminen, Tuula: Visuaalinen markkinointi, 2003. Helsinki: WSOY.

Pohjola, Juha: Ilme Visuaalisen identiteetin johtaminen, 2003. Helsinki: Juha Pohjola ja Inforviestintä Oy.

Rakennustieto 1982. RT 75-10155. Valaisimet.

Rakennustieto 2000. RT 95-10717. Toimistotilat, tilasuunnittelu ja -mitoitus.

Rakennustieto 2007. RT 75-10909. Lamput.

Rakennustieto 2010. RT 34-10997. Keraamiset laatat.

Suomen standardisoimisliitto SFS 2005. SFS-EN 133229. Laminate floor coverings. Specifications, requirements and test methods. Osa 4-5. Requirements. Marking, designation and packaging.

Suomen standardisoimisliitto SFS 2007. SFS-EN 14411. Keraamiset laatat. Määritelmät, luokittelu, ominaisuudet ja merkintä.

Suomen standardisoimisliitto SFS 2011. SFS-EN 12464-1. Valo ja valaistus. Osa 1. Sisätilojen työkohteiden valaistus.

Alkuhaastattelulomake

HAASTATTELU

Haluatteko muutoksia seuraaviin kohteisiin? Jos vastasitte kyllä, niin minkälaisia muutoksia?

1. Myymälä
 - a. Lattia
 - i. Vahaus?
 - b. Seinät
 - c. Kehyshyllyt
 - i. Kaapit
 - ii. Laatikostot (lasilaatikot kehyshyllyjen alla)
 - iii. Pistohylly
 - d. Kassatiski
 - i. Paikka
 - ii. Koko
 - iii. Materiaali
 - e. Mitoituspiste
 - i. Säädetävät ja pyörälliset tuolit?
 - f. Valaistus
 - i. Laaja yleisvalaistus vs. spottivalot
2. Odotustila
 - a. Lattia
 - i. Yhtenäinen myymälän kanssa
 - b. Seinät
 - i. Varastotilan ja odotushuoneen välinen seinä umpeen?
 - c. Tuolit
 - i. Montako?
 - ii. Minkälaiset?
 - d. Pöydät ja hyllyt
 - i. Lehtitelineet?
 - ii. Vesiautomaatti vai vesikannu?
 - e. Vaatteiden säilytys
 - i. Jalallinen vai seinälle?
3. Näöntarkastustila
 - a. Seinät
 - b. Lattia
 - c. Pimennysverho
 - i. Yksi yhtenäinen helposti käsiteltävä
 - ii. Tarvitseeko koskaan nostaa

- d. Kaapit ja hyllyt
 - i. umpinaiset
 - e. Piilolinssipiste
 - i. Pöytä, jonka molemmilla puolilla istutaan
 - f. Vaatteiden säilytys
 - i. Pienet naulakot seinälle
 - g. Laitteiden uusinta
4. Taukuhuone
- a. Hiomakone pois?
 - b. Sohva?
 - c. Pajan ja ruokailupisteen paikkojen vaihtaminen
 - i. Ruokapöytä molemmilla puolilla istuttava
5. Wc-tilat
- a. Seinät
 - i. Väliseinä pois?
 - ii. Laatoituksen uusiminen
 - b. Lattia
 - c. Hyllyt
 - d. Peilikaappi
 - e. Lavuaaritaso
 - i. Koko kompleksi uusiksi
 - ii. Harmaa, valkoinen, tumma puu
 - f. Roskis
6. Varasto
- a. molemmin puolin ovelliset kaapistot
7. Näyteikkuna
- a. Teippaukset
 - i. Silmäasema
 - ii. Aukioloajat
 - iii. Muuta?
 - b. Tietty teema
 - c. Voidaanko toteuttaa esim pääsiäiseksi?

3D-mallinnus myymälä 1



3D-mallinnus myymälä 2



3D-mallinnus myymälä 3



3D-mallinnus odotustila 1



3D-mallinnus odotustila 2



3D-mallinnus odotustila 3



Loppuhaastattelulomake asiakkaille

LOPPUHAASTATTELU

1. Kumpi sisustus on mielestäsi kutsuvampi?

Nykyinen___ Suunnitelma___

2. Kummassa sisustuksessa värimaailma on mielestäsi parempi?

Nykyinen___ Suunnitelma___

3. Kummalla sisustuksella liiketilan hahmottaminen on mielestäsi helpompaa?

Nykyinen___ Suunnitelma___

4. Kuinka myyvä nykyinen liikkeen sisustus mielestäsi on asteikolla 1-5?

(1=ei ollenkaan myyvä, 5=erittäin myyvä) ____

5. Kuinka myyvä suunnitelman sisustus mielestäsi on asteikolla 1-5?

(1=ei ollenkaan myyvä, 5=erittäin myyvä) ____

6. Mikä on liikkeen paras ulkonäöllinen tekijä uudessa suunnitelmassa?

7. Mitkä visuaaliset tekijät ovat uudessa suunnitelmassa parempia kuin nykyisessä sisustuksessa?

Loppuhaastattelulomake liikkeen omistajille

Loppuhaastattelu Mikolle ja Minnalle

- Mitä mieltä olette suunnitelman
 - o värimaailmasta
 - o kalustuksesta
 - o liiketilan järjestyksestä
 - o viihtyisyydestä?

- Mitkä asiat suunnitelmassa olivat mielestänne hyviä ja mitkä huonoja luonnosten (ja 3D-mallinusten) perusteella
 - o myymälä
 - o odotustila
 - o näöntarkastustila
 - o asiakas wc
 - o taukotila
 - o varasto

- Oliko suunnitelma toiveidenne mukainen

Kalustelista: Myymälä

MYYMÄLÄ



VILMAR

tuoli, valkoinen, kromattu

Leveys: 52 cm

Syvyys: 55 cm

Korkeus: 89 cm

Istuimen leveys: 46 cm

Istuimen syvyys: 43 cm

Istuinkorkeus: 46 cm

39,95 €

6 kpl

Oven viereen ja mitoituspisteeseen.

”Istuinosan melamiinipinta on kestävä ja helppo pitää puhtaana.” (Ikea)



LACK

seinähylly, valkoinen

Leveys: 30 cm

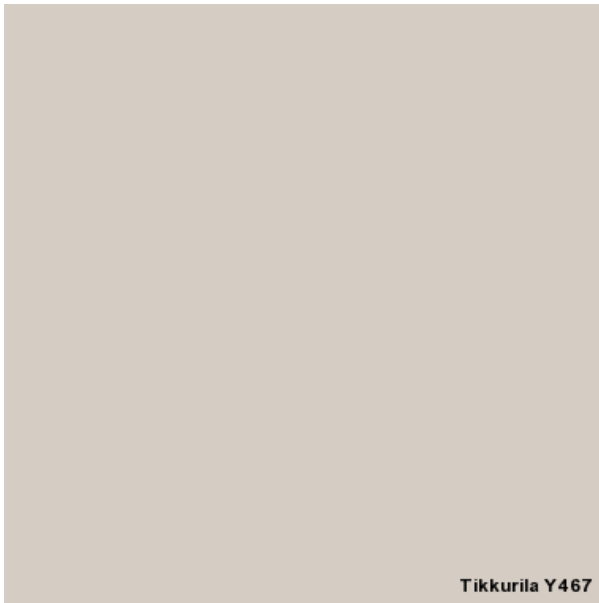
Syvyys: 28 cm

Korkeus: 190 cm

39,95 €

1 kpl

Ovelta katsottuna oikealle.



SHAALI

Tikkurila Oyj



LACK

apupöytä, valkoinen

4,95 €

Pituus: 55 cm

Leveys: 55 cm

Korkeus: 45 cm

1kpl

Ovelta katsottuna vasemmalle.



TRENSUM

Peili, ruostumaton teräs

9,95 €

Halkaisija: 17 cm

Korkeus: 33 cm

1 kpl

Mitoituspisteen pöydälle.



NOVA LUXUS

korkea tuoli ns. seniorituoli, tavallista korkeampi. Kankaan värit ruskea, puuosa mahonkia. Huomioi erityisesti vanhusten ja liikuntarajoitteisten henkilöiden tarpeet.

istuinkorkeus säädettävä 50-59 cm. Tuolin syvyys on noin 50 cm, leveys noin 60 cm ja korkeussäätö 50 - 59 cm.

Korkeuden säätö: 3,6 ja 9 cm.

299 €

Mitoituspisteen läheisyyteen, sermin eteen.

BILLY

Seinähylly, valkoinen

39 €



Leveys: 120 cm

Syvyys: 28 cm

Korkeus: 35 cm

Enimmäiskuormitus: 30 kg

Maksimipaino hyllylevyä kohti: 10 kg

2 kpl

Kassan taakse tason yläpuolelle. Tässä hyllyssä säilytetään piilolinssinesteitä.**MALM**

Lipasto, 4 laatikkoa, valkoinen

89 €

Leveys: 80 cm

Syvyys: 48 cm

Korkeus: 100 cm

1 kpl

Kassan taakse lattialle, valmiiden silmälasien säilytykseen.

MALM

Lasilevy, läpikuultava harmaa

10 €

Leveys: 80 cm

Syvyys: 48 cm

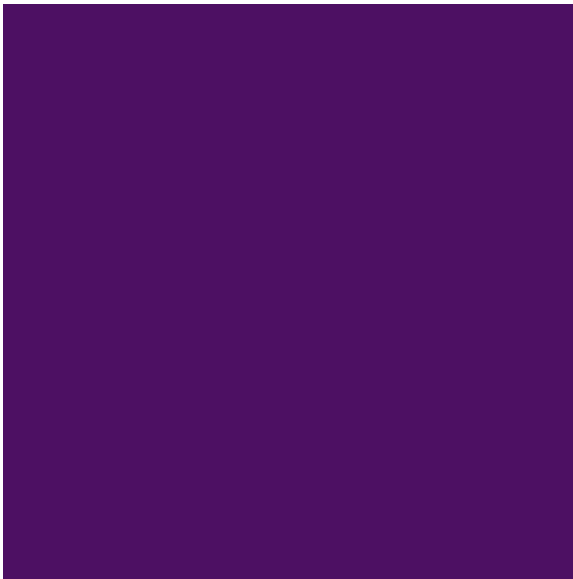
1 kpl

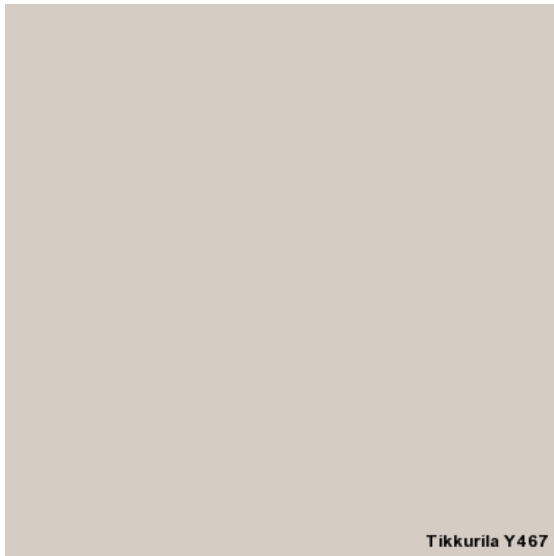
Kassan takana olevan Malm lipaston päälle suojaksi.



Teknos-maali T1143

Teknos





Shaali-maali Y467

Tikkurila Oyj



Helmi-kalustemaalī

Puolihihmeä valkoinen

Tikkurila Oyj

Kalustelista: Odotustila

ODOTUSTILA



LACK

seinähyllä, valkoinen

39,95 €

Leveys: 30 cm

Syvyys: 28 cm

Korkeus: 190 cm

2 kpl



LACK

apupöytä, valkoinen

4,95 €

Pituus: 55 cm

Leveys: 55 cm

Korkeus: 45 cm

1 kpl



STAVE

peili, valkoinen

39,95 €

Leveys: 40 cm

Korkeus: 160 cm

1 kpl



VILMAR

Leveys: 52 cm

Syvyys: 55 cm

Korkeus: 89 cm

Istuimen leveys: 46 cm

Istuimen syvyys: 43 cm

Istuinkorkeus: 46 cm

39,95 €

tuoli, valkoinen, kromattu

6 kpl

TJUSIG

Naulakko, valkoinen

29,95€

Leveys: 79 cm

Syvyys: 32 cm

Korkeus: 25 cm

1 kpl



ORLANDO

lattiavalaisin

erillinen led-lukuvalo, runko kromattu, varjostin valkoinen

korkeus 164 cm

163 €

2kpl

Asko



LAMIN CELLO 32 8mm 9396 MAN-
GONA 2,22 M2/pkt
16,90 €/m2



HUONEKASVI

anopinkieli

valkoinen neliönmallinen ruukku



TAULUT

3 kpl





AIRAM JOKAVALO

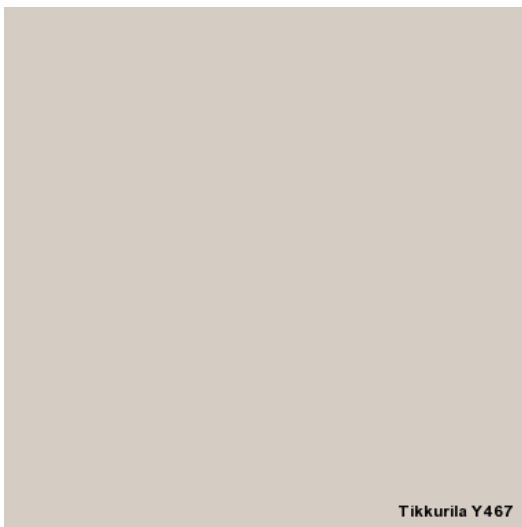
loistevalaisin

2x36WT8 4000K 4107279

33,00 € / kpl

1 kpl

Odotustilan kattoon.



Shaali-maali Y467

Tikkurila Oyj



Lumi-maali

Tikkurila Oyj

MATTO

Samanlainen kuin myymälän puolella (sininen pohja, jossa iso lila E)

Kalustelista: Näöntarkastustila

NÄÖNTARKASTUSTILA



GRUNDTAL

Peili, ruostumaton teräs

9,95 €

Pituus: 38.5 cm

Halkaisija: 20 cm

1 kpl

Piilolinssipisteen seinään lavuaarin yläpuolelle.



TRENSUM

Peili, ruostumaton teräs

9,95 €

Halkaisija: 17 cm

Korkeus: 33 cm

1 kpl

Piilolinssipisteen pöydälle.



TAG

vedin, matta, kromattu

96 mm

4,95 € / 2kpl

Kaappien oviin.



FAKTUM

Liukuovellinen seinäkaappi

181 €

Leveys: 119.6 cm

Syvyys: 37.0 cm

Korkeus: 70.0 cm

2 kpl

Työskentelypöydän yläpuolelle.



FAKTUM

Korkea kaappi hyllylevyillä

128 €

Leveys: 59.8 cm

Syvyys: 37.0 cm

Korkeus: 211.0 cm

Runko, korkeus: 195.0 cm

Piilolinssipisteen yhteyteen



Pesuallashana

Väri: Kromi

LVI: 6110047

EAN code: 6414150044816

Suositus hinta (alv 23%): 136 EUR

Piilolinssipisteen lavuaariin.



LAMIN CELLO 32 8mm 9396 MANGONA 2,22

M2/pkt

16,90 €/m2



Lavuaari

1118701101 Pesuallas **IDO Trevi**

LVI-numero: 5621610

Mitat (mm): 435 x 285 x 140

Väri: Valkoinen

Suositus hinta: 167,00 €

Upotetaan piilolinssipisteen pöytään



VILMAR

tuoli, valkoinen, kromattu

39,95 €

Leveys: 52 cm

Syvyys: 55 cm

Korkeus: 89 cm

Istuimen leveys: 46 cm

Istuimen syvyys: 43 cm

Istuinkorkeus: 46 cm

1 kpl

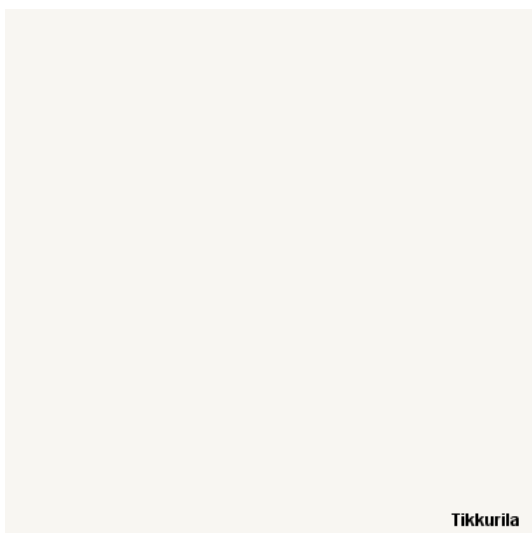
Piilolinssipisteeseen asiakkaan puolelle



TJUSIG

Naulakko/5 koukkua, valkoinen

7,99€



Lumi-maali

Tikkurila Oyj

Kalustelista: Wc-tila

WC-TILA



ACANTO

EH ACANTO GRIS 20X30

21,60 €/ m²

Kokoluokka: 20 x 30 cm

Tuotenumero: 12401811

Kaakeli

Harmaa

Matta

210 cm korkeuteen, lavuaarin ja vessanpöntön seinälle.



ACANTO

EH ACANTO PERLA 20X30

21,60 €/ m²

Kokoluokka: 20 x 30 cm

Tuotenumero: 12401809

Kaakeli

Harmaa

Matta

210 cm korkeuteen lopuille seinille.



KI

ILF KI 10K 10X10

37,30 €/ m²

Kokoluokka: 10 x 10 cm

Tuotenumero: 11402428

Klinkkeri

Harmaa

Matta

Lattialle.



Pesuallashana

Väri: Kromi

LVI: 6110047

EAN code: 6414150044816

Suositus hinta (alv 23%): 136 EUR

Wc-tilan lavuaariin.



WC-ISTUIN NAUTIC 5510 DUO P-LUKKO PIILOV

299 €

WC Nautic 5510, piilotettu P-lukko. 3/6 litran huuhtelu ja vakio istuinkansi

K-rauta



Brabantia

Poljinroskis 5 l

43,95 €

Poljinroskiksen kansi nousee kätevästi polkimen painalluksesta.

Roskakori on mattaterästä.

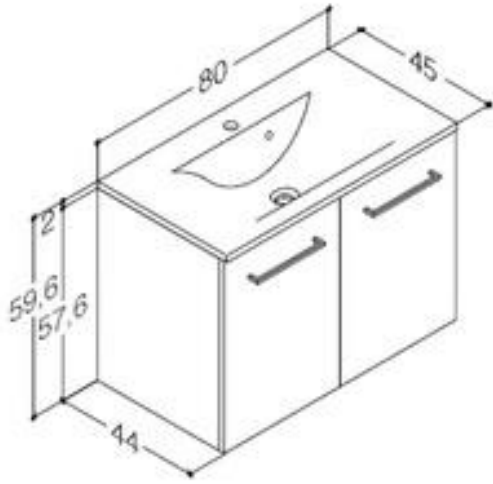
Irrotettava sisäsanko muovia.

Fingerprint proof pinta, johon ei jää helposti sormenjalkia.

2 kpl

Vessaan molemmille puolille.

MULTO



MULTO KALUSTESETTI 80 MUATA PUU SIS. MIKADO
+ ALLASKAAPPI 2 OVELLA
553,00 €
Laattapiste





CELLO SPA INDUS IP44

seinävalaisin

max 1 x 13W G5

89,90 €

Lavuaarin yläpuolelle.



KOLJA

Peili

19,95 €

Soveltuu kosteisiin tiloihin. Suojakalvo pienentää loukkaantumiseriskä, jos peili rikkoontuu.

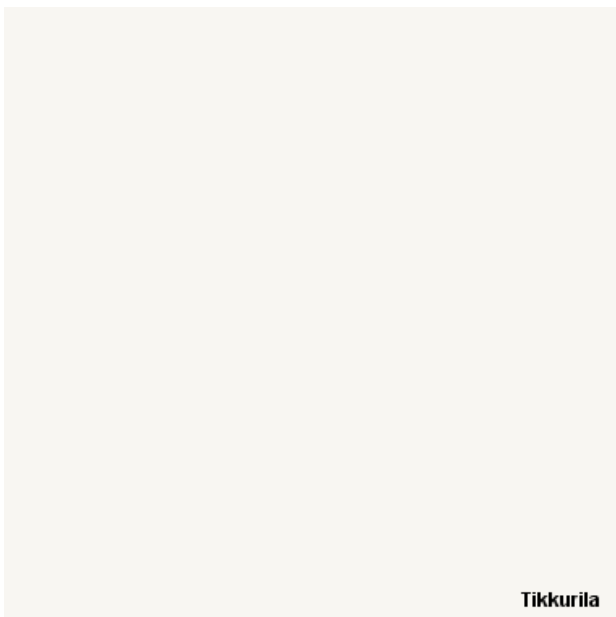
60x60 cm

Lavuaarin yläpuolelle.



PLAFONDI 70700/15/11 Q30KROMI/VALK.

Lasikuvulla ja kromi reunalla, E27-kanta,
max. 60 W, kotelointiluokka IP20,
asennus seinään/kattoon.



Lumi-maali
Tikkurila Oyj

Tikkurila

Kalustelista: Sosiaalitulat

SOSIAALITILAT



FAKTUM/APPLÅD

seinäkaappi, 2 ovea

82 €

Leveys: 80 cm

Syvyys: 37 cm

Korkeus: 70 cm

6 kpl

Tietokoneen ja pajan yläpuolelle



FAKTUM

seinäkulmakaappi

Vähimmäisleveys: 59.8 cm

Enimmäisleveys: 59.9 cm

Syvyys: 52 cm

50€

1 kpl

Tietokoneen yläpuolelle



ELGÅ

Vaatekaappi/2 liukuovea, valkoinen, Fenstad
peililasi

259 €

Korkeus: 203 cm

Leveys: 145 cm

Syvyys: 58 cm

1 kpl

Taukotilan takaosaan ennen varaston
kaappeja.



EKBY JÄRPEN/ EKBY BJÄRNUM

Seinähyllä

Leveys: 239 cm

Syvyys: 28 cm

Enimmäiskuormitus/hyllylevy: 20 kg

49,98 €



SPONTAN

Magneetitaulu, hopea

9,95€

Leveys: 37 cm

Syvyys: 2 cm

Korkeus: 78 cm

2 kpl

Toimistopisteeseen hyllyn alapuolelle

1 kpl vaaka

Taukotilaan jääkaapin viereen 1 kpl pysty



FAKTUM

Allaskaappi + laatikot/2 etusarjaa, Applåd
valkoinen

Leveys: 80 cm

179 €

Tiskauspisteeseen.



TAG

vedin, matta, kromattu

96 mm

4,95 € / 2kpl

7 kpl

Kaappien oviin.



FAKTUM

Seinäkaappi mikrouunille

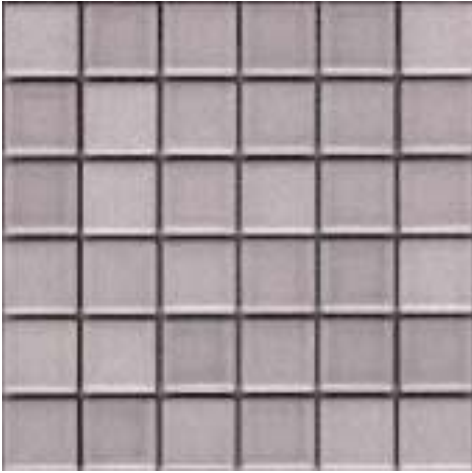
57 €

Leveys: 59.8 cm

Syvyys: 37.0 cm

Korkeus: 92.0 cm

Jääkaapin yläpuolelle.



ANTHOL

IA ANT.7009 CLEMATIDE 2,5X2,5

69,50 € / m²

Tuotenumero: 15703009

Keraaminen mosaiikki

Harmaa

Matta

Tiskauspisteen välitilaan.



Keittiöhana

Väri: Kromi

LVI: 6219050

EAN code: 6414150500466

Suositus hinta (alv 23%): 165 EUR

Oras

Tiskauspisteeseen.



BOSTON

Toimistotuoli, korkea selkä, kiinteät käsinojat

150,30 €/kpl

3 kpl

Germans

**Tietokonepisteeseen, pajaan ja toimisto-
pisteeseen.**



VILMAR

tuoli, valkoinen, kromattu

39,95 €

Leveys: 52 cm

Syvyys: 55 cm

Korkeus: 89 cm

Istuimen leveys: 46 cm

Istuimen syvyys: 43 cm

Istuinkorkeus: 46 cm

2 kpl

"Istuinosan melamiinipinta on kestävä ja helppo pitää puhtaana." (Ikea)

Yleiseen käyttöön.

MASSIVE MICK



pöytävalaisin
19,95 € / kpl

2 kpl

Kodin1

Toimistopisteeseen ja tilauspisteeseen.

AIRAM JOKAVALO



loistevalaisin

2x36WT8 4000K 4107279
33,00 € / kpl
2 kpl

Sosiaalitalan kattoon.

FAKTUM / APPLÅD / RATIONEL



Seinäkaapin runko, ovet ja kuivaushyllyt

80 x 70 cm

109,00 € yht.

Tiskauspisteeseen.



FYNDIG

Upotettava tiskipöytä 1 allas, ruostumaton teräs

49,00 €/ kpl

70 x 50 x 16 cm

1 kpl

Tiskauspisteeseen.



NUMERÄR

Työtaso, valkoinen metallikuvioitu reuna

59,00 €/ kpl

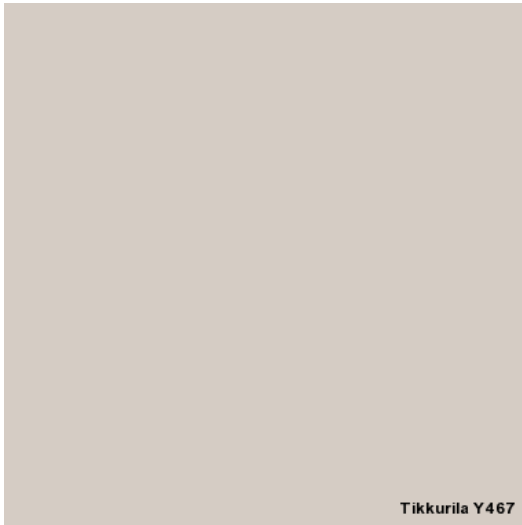
186 x 62 cm

1 kpl

Tiskauspisteeseen.

Shaali-maali Y467

Tikkurila Oyj



Lumi-maali

Tikkurila Oyj



Kalustelista: Wc-tila

VARASTOTILA

Varastotilan kaapistot:

4350*600*2500 valkea rungot/hyllylevyjä 8kpl/väli/4 kpl liukuovia teräskehyksellä väri valkea/levy väri valkea: 2130,-

2500*400*1100 valkeat rungot/hyllylevyjä/3kpl liukuovia teräskehyksellä väri valkea/levy väri valkea: 680,-



KEVYET A-TIKKAAT

52 €

Työtason korkeus 78 cm

Kok. korkeus 151 cm

1 kpl

Hexaplan



Lumi-maali

Tikkurila Oyj

Kustannusarvio**KUSTANNUSARVIO**

	hinta/ kpl	yhteensä
<u>Myymäälä</u>		
Vilmar-tuoli (6 kpl)	39,95 €	239,70 €
Lack-seinähyllly (1 kpl)	39,95 €	39,95 €
Lack-apupöytä (1 kpl)	4,95 €	4,95 €
Trensum-peili (1 kpl)	9,95 €	9,95 €
Nova Luxus-tuoli (1 kpl)	299,00 €	299,00 €
Billy-seinähyllly (2 kpl)	39,00 €	78,00 €
Malm-lipasto (1 kpl)	89,00 €	89,00 €
Malm-lasilevy (1 kpl)	10,00 €	10,00 €
		<u>770,55 €</u>
<u>Odotustila</u>		
Lack-seinähyllly (2 kpl)	39,95 €	79,90 €
Lack-apupöytä (1 kpl)	4,95 €	4,95 €
Stave-peili (1 kpl)	39,95 €	39,95 €
Vilmar-tuoli (6 kpl)	39,95 €	239,70 €
Tjusig-naulakko (1 kpl)	29,95 €	29,95 €
Orlando-lattiavalaisin (2 kpl)	163,00 €	326,00 €
Lamin Cello -laminaatti	16,90 €/m ²	190,10 €
		<u>910,55 €</u>
<u>Näöntarkastustila</u>		
Grundtal-peili (1 kpl)	9,95 €	9,95 €
Trensum-peili (1 kpl)	9,95 €	9,95 €
Tag-vedin (2 kpl)	4,95 €	9,90 €
Faktum-seinäkaappi (2 kpl)	181,00 €	262,00 €
Faktum-korkea kaappi (1 kpl)	128,00 €	128,00 €
Oras-pesuallashana (1 kpl)	136,00 €	136,00 €
Ido Trevi-lavuaari (1 kpl)	167,00 €	167,00 €
Vilmar-tuoli (1 kpl)	39,95 €	39,95 €
Lamin Cello -laminaatti	16,90 €/m ²	274,60 €
		<u>1037,35 €</u>

Wc-tilat

Eh Acanto Gris-kaakeli	21,60 €/m ²	99,80 €
Eh Acanto Perla-kaakeli	21,60 €/m ²	446,65 €
Ilf Ki 10K-klinkkeri	37,70 €/m ²	98,00 €
Oras-pesuallashana (1 kpl)	136,00 €	136,00 €
Nautic-wc istuin (1 kpl)	299,00 €	299,00 €
Brabantia-poljinroskis (2 kpl)	43,95 €	87,90 €
Multo-kalustesetti (1 kpl)	553,00 €	553,00 €
Cello Spa Indus-seinävalaisin (1 kpl)	89,90 €	89,90 €
Kolja-peili (1 kpl)	19,95 €	19,95 €
		<u>1830,20 €</u>

Sosiaalitilat

Faktum/Äpplåd-seinäkaappi (6 kpl)	82,00 €	492,00 €
Faktum-seinäkulmakaappi (1 kpl)	50,00 €	50,00 €
Elgå-vaatekaappi (1 kpl)	259,00 €	259,00 €
Ekby Järpen-hyllylevy (3 kpl)	11,95 €	35,85 €
Spontan-magneettitaulu (2 kpl)	9,95 €	19,90 €
Ekby Bjärnum-kannatin (2 kpl)	10,00 €/2 kpl	20,00 €
Ekby Bjärnum-liitoskannatin (1 kpl)	7,00 €	7,00 €
Faktum-allaskaappi (1 kpl)	179,00 €	179,00 €
Tag-vedin (7 kpl)	4,95 €	34,65 €
Faktum-seinäkaappi ikrouunille (1 kpl)	57,00 €	57,00 €
Anthol-keräminen mosaiikki	69,50 €/m ²	31,30 €
Oras-keittiöhana (1 kpl)	165,00 €	165,00 €
Boston-toimistotuoli (3 kpl)	150,30 €	450,90 €
Vilmar-tuoli (2 kpl)	39,95 €	79,90 €
Lamin Cello -laminaatti	16,90 €/m ²	395,45 €
Faktum-kuivauskaappi	109,00 €	109,00 €
Fyndig-tiskiallas	49,00 €	49,00 €
Numerär-työtaso	79,00 €	79,00 €
		<u>2513,95 €</u>

Varastotila

Elfa-kaapisto korkea	2130,00 €	2130,00 €
Elfa-kaapisto matala	680,00 €	680,00 €
A-tikkaat (Hexaplan)	52,00 €	52,00 €
Lamin Cello -laminaatti	16,90 €/m ²	197,75 €
		<u>3059,75 €</u>

Mittatilaustuotteet

(kassatiski, mitoituspiste, piilolinssipiste+rahti) 3000,00 €

Maalit

Violetti T1143	455,60 €
Shaali Y467	361,20 €
Lumi	447,00 €
Helmi kalustemaali	57,80 €
	<u>1321,60 €</u>

Kokonaiskustannukset

14 443,95 €