

---

## KUVASSA TUOTE




Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, syksy 2014

*Jatta-Henriikka Sahramies*

Jatta-Henriikka Sahramies



Hamk Visamäki  
Muotoilun koulutusohjelma  
Lasi ja keramiikka

---

<b>Tekijä</b>	Jatta-Henriikka Sahramies	<b>Vuosi</b> 2014
<b>Työn nimi</b>	Kuvassa tuote	

---

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön lähtökohtana oli suunnitella kolme tuotetta, joissa yhdistyy kuva ja käyttötarkoitus. Tuotteet analysoitiin funktioanalyysin perusteiden ja niistä tehtiin myös kysely, jonka kysymykset pohjautuivat funktioanalyysin eri osa-alueisiin. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää tuotteiden kohderyhmää sekä potentiaalia tuotemarkkinoilla ja sitä, kuinka paljon muotoilijan ajatukset tuotteistaan eroavat asiakaskunnan ajatuksista. Työn teoreettisena pohjana oli Victor Papanekin teoria kuudesta funktio-ominaisuudesta.

Kohderyhmä oli onnistunut Seinäpuun ja Paperikruunun kohdalla, mutta Aikamaiseman kohderyhmä olisi voinut olla tarkempi. Asiakaskyselyssä parhaimman vastaanoton sai Seinäpuu-hylly, mutta muidenkin tuotteiden tulokset olivat positiivisia. Muotoilijan analyysi tuotteista oli lähimpänä Seinäpuussa ja Paperikruunussa, mutta Aikamaiseman kohdalla ajatukset olivat vastaajista kauimpana. Asiakaskyselyn mukaan Seinäpuusta toivottiin siirreltävää versiota sekä useampia väri vaihtoehtoja. Paperikruunuun haluttiin koko- ja väri vaihtoehtoja ja Aikamaisemaan teknisten ratkaisujen parempaa hiomista ja kuvan vaihtomahdollisuutta.

Työ osoitti, että käyttäjien mukaan ottaminen tuotesuunnittelun alkuvaiheessa on kannattavaa, koska heiltä saa hyödyllistä tietoa siitä, mitä tuotteilta toivotaan ja olisiko niillä potentiaalia tuotemarkkinoilla. Kyselyn positiiviset tulokset myös vahvistivat tekijän uskoa kykyihinsä muotoilijana.

**Avainsanat** Käyttäjälähtöisyys, asiakaskysely, tuotesuunnittelu

**Sivut** 44 s. + liitteet 1 s.

HAMK Visamäki  
Degree Programme in Design  
Glass and ceramics

---

**Author** Jatta-Henriikka Sahramies **Year** 2014

**Subject of Bachelor's thesis** Product in the picture

---

## ABSTRACT

The purpose of this thesis was to design three products that combine a picture with a purpose of use. The products were analyzed by Victor Papanek's function analysis, which was used as a theoretical background of this thesis. There was also a customer survey, the meaning of which was to find out what the target group of the product is, to have the potential of the product tested on the market, and to see how far the designer's thoughts of the products are from the target group's thoughts.

The target group was successful for two products, Paperikruunu and Seinäpuu, but with Aikamaisema it was too wide. The most interesting product was Seinäpuu, but the other products got positive comments as well. The designer's analysis came closest on Seinäpuu and Paperikruunu, but the analysis of Aikamaisema was far from the results of the customer survey. Customers hoped for a movable version of Seinäpuu and more choice of colours, both for Seinäpuu and Paperikruunu. With Aikamaisema they wanted to improve the technical solutions and hoped that the picture could be replaceable.

This thesis proved that it is useful to involve the customers in the product design process. They brought helpful information for the product development and showed the designer that the products do have possibilities on the product market. The positive results of the customer survey also strengthened the artist's faith in her talent as being a designer.

**Keywords** user-driven, customer survey, product design

**Pages** 44 p. + appendices 1 p.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Työvaiheet.....	1
1.2	Viitekehys.....	3
1.3	Aiheenrajaus.....	4
2	FUNKTIOANALYYSI.....	4
2.1	Käyttö.....	5
2.2	Tarve.....	5
2.3	Menetelmä.....	6
2.4	Esteettisyys.....	7
2.4.1	Muoto.....	8
2.4.2	Väri.....	8
2.4.3	Sommittelu.....	8
2.5	Assosiaatiot.....	9
2.6	Telesis.....	10
3	TUOTESUUNNITTELU.....	11
3.1	Seinäpuu.....	11
3.2	Aikamaisema.....	17
3.3	Paperikruunu.....	22
4	KYSELY.....	26
4.1	Kyselyn toteutus.....	27
4.2	Vastaukset tuotteesta Seinäpuu.....	28
4.3	Vastaukset tuotteesta Aikamaisema.....	30
4.4	Vastaukset tuotteesta Paperikruunu.....	32
5	TULOKSET.....	34
5.1	Seinäpuu.....	34
5.2	Aikamaisema.....	38
5.3	Paperikruunu.....	40
6	POHDINTA & ARVIOINTI.....	42
	LÄHTEET.....	44

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on suunnitella kolme tuotetta, jossa yhdistyy graafinen kuva ja arkinen käyttötarkoitus. Suunnittelen seinäsisustuskuvat, joihin yhdistän joitakin arkikäyttöisiä elementtejä, esimerkiksi hyllytasoja ja ripustuskoukkuja. Tuloksena syntyy uudenlainen tuote.

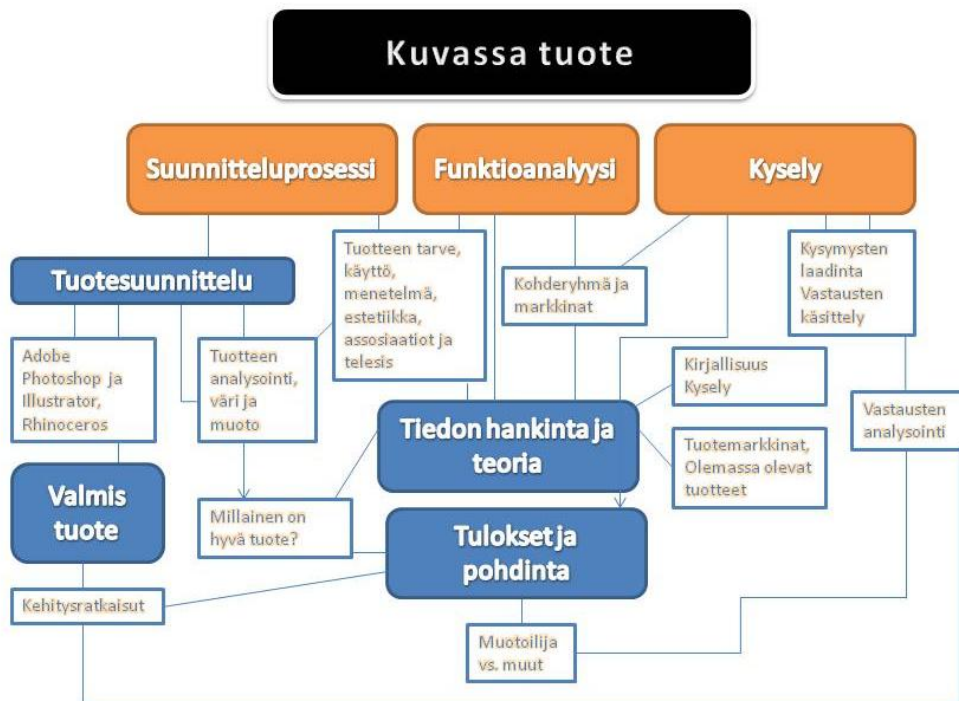
Aiheen valinta perustui siihen, että halusin yhdistää oppimaani muotoilua graafiseen osaamiseeni ja suunnitella jonkin uuden tuotteen. Sisustuskuvia on markkinoilla paljon, joten halusin tuoda siihen jotain lisää; kuvan ei tarvitse toimia pelkkänä kauniina yksityiskohtana vaan sillä voi olla myös suurempi tehtävä.

Työ käsittelee tuotekehityksen alkuvaiheita. Tuotesuunnittelun jälkeen analysoin tuotokset funktioanalyysin perusteella. Otan suunnitteluun mukaan kuluttajat ja lähestyn aihetta käyttäjakeskeisen tuotesuunnittelun kautta. Opinnäytetyöhön sisältyy kysely, jonka avulla saan tietoa kohderyhmästä sekä siitä, löytyisikö tuotteille ostajia ja miten tuotteita voisi kehittää eteenpäin. Kyselystä saatuja tuloksia vertaan myös omaan analyysiin ja saan tietoa siitä, kuinka paljon suunnittelijan ajatukset eroavat vastaajien mielipiteistä. Tuloksena minulla on kolme tuoteideaa esityskuvineen ja alustava selvitys siitä, olisiko tällaisille tuotteille tarvetta tuotemarkkinoilla (kuva 1).

Pyrin opinnäytetyössä vastaamaan seuraaviin kysymyksiin: Miten yhdistän käyttötarkoituksen ja kuvan uudeksi tuotteeksi? Onko suunnittelemläni tuotteilla potentiaalia tuotemarkkinoilla? Millainen on tuotteideni kohderyhmä? Kuinka paljon omat ajatukset tuotteesta muotoilijana eroavat kohderyhmän mielipiteistä? Kuinka tuotteita voisi kehittää eteenpäin?

### 1.1 Työvaiheet

Ensimmäinen vaihe opinnäytetyössä on tuotesuunnittelu. Sen työstö lähtee ideasta jatkuen luonnosteluun ja piirtämiseen. Piirros siirretään tietokoneelle ja työstän sitä Adobe Photoshopin sekä Illustratorin avulla kunnes se on valmis. Kuvaan liitettävät elementit suunnittelen 3D-mallinnusohjelman Rhinocerosin avulla. Kuva ja elementit yhdistetään toisiinsa ja tuloksena on valmis esityskuva. Esityskuvia teen 2 - 3 jokaisesta tuotteesta. Esityskuvien tarkoituksena on tuoda ilmi tuotteiden idea kyse-lyä varten.



Kuva 1. Opinnäytetyöprosessi

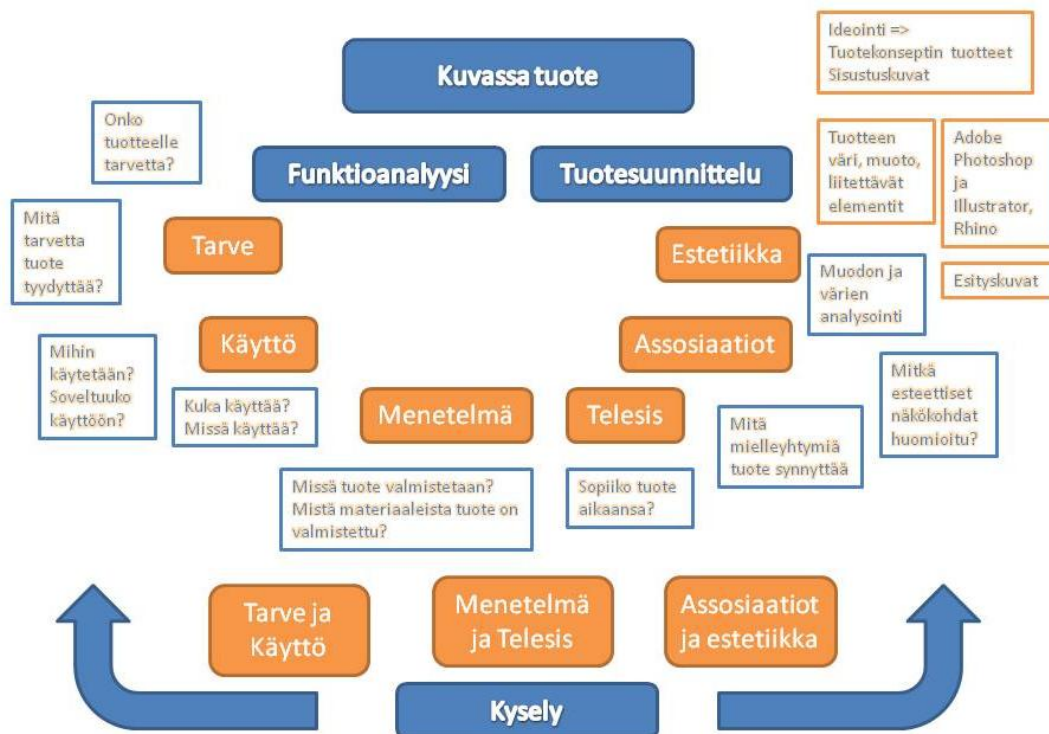
Suunnittelemani tuotteita analysoin funktioanalyysin perustein. Tämä vaihe kulkee samaa matkaa kuvan suunnittelun kanssa. Muotoilijana olen määritellyt tietyt kriteerit, jotka kuvan täytyy täyttää, ennen kuin olen siihen tyytyväinen. Esimerkiksi tuotteen pitää olla kaunis, ei ruma. Sillä pitää olla jokin tarve; se ei saa olla turha. Sen pitää kiinnittää katselijan huomio eikä olla huomaamaton. Tarkoitus on kuitenkin viedä analysointi pidemmälle ja määrittellä tarkasti, mitä funktioita tuotteillani on.

Koska analyysin avulla pystyn kertomaan, miten muotoilijana koen tuotteet, sisältää opinnäytetyö myös kyselyn. Kyselyn tavoitteena on selvittää, mitä mieltä mahdollinen asiakaskunta on tuotteista. Tavoitteena on saada laadittua aiheen kannalta oleellimmat kysymykset kyselyä varten ja saada kysymykset oikein muotoiltua, jotta vastaukset kattavat kyselyn tavoitteen. Kyselyn toteutus lähtee kysymysten laadinnasta ja kyselylomakkeen teosta jatkuen tulosten käsittelyyn ja niiden pohdintaan.

Teetän kustakin tuotteesta kyselyn, jonka kohderyhmän määritän etukäteen. Kohderyhmänä toimivat sellaiset ihmiset, joille olen ajatellut tuotteiden soveltuvan. Kysely sisältää tuotteiden esityskuvat ja kysymykset myötäilevät Papanekin funktioanalyysissä pohdittavia asioita. Lopuksi teen yhteenvedon kyselyn tuloksista ja vertaan niitä analyyseihin. Tämän avulla saan tietoa siitä, miten vastaajat näkevät tuotteet ja kuinka paljon heidän kuvansa tuotteesta eroavat ajatuksistani.

## 1.2 Viitekehys

Tuotesuunnittelun vaiheessa taustapohjana ovat näkemykseni hyvästä tuotteesta. Valmis esityskuva pohjautuu taitoihini muotoilijana ja tietokoneavusteisten ohjelmien käyttäjänä. Funktioanalyysin teoria on mukana osittain jo tässä vaiheessa, koska tuotteeseen liittyy jo suunnitteluvaiheessa joitakin funktioita, varsinkin estetiikan osa-alueelta, kuten tuotteen ulkomuoto ja väri. Myös käytön osa-alue tulee vahvasti esiin jo tässä vaiheessa. Kun päätän, mitä käyttötarpeen elementtejä kuvaan lisää, olkoon vaikka hyllytaso, niin se jo määrittelee sen, mihin tuotetta käytetään. Tuotesuunnittelun vaiheessa vastaan kysymyksen, miten yhdistän käyttötarkoituksen ja kuvan uudeksi tuotteeksi.



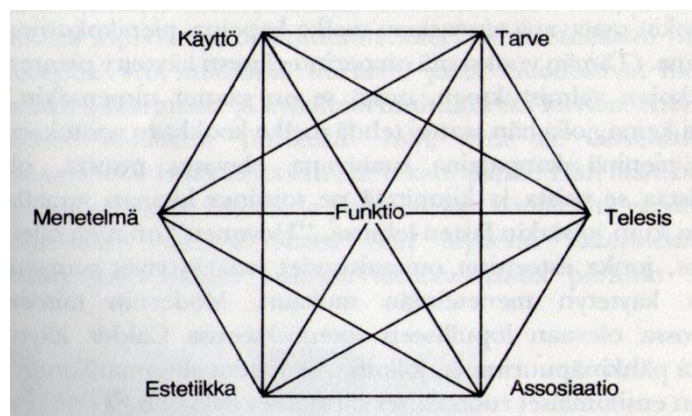
Kuva 2. Viitekehys

Analyysin teko pohjautuu Victor Papanekin funktioanalyysin teoriaan, joka koostuu kuudesta eri funktiosta: tarve, käyttö, estetiikka, assosiaatio, menetelmä ja telesis. Analyysiin sisältyvien kysymysten avulla saan määriteltyä tuotteille tarkat ominaisuudet. Taustatietona käytän funktioanalyysia ja tuotesuunnittelua koskevia teoksia. Analyysi perustuu omiin näkemyksiini tuotteista. Kysely taas muodostuu kysymyksistä, jotka myötäilevät funktioanalyysin eri osa-alueita. Apuna kyselyn teossa käytän kirjallisuutta, joka koskee käyttäjälähtöistä tuotesuunnittelua. Käsitellen tulokset ja vertaan niitä analyysiini. Sen avulla pystyn vastaamaan kysymyksen siitä, kuinka paljon suunnittelijan ajatukset omista tuotteista eroavat kohderyhmän ajatuksista. Kyselyyn saatujen vastauksien perusteella pystyn myös vastaamaan kysymyksiini, onko suunnittelemani tuotteilla potentiaalia tuotemarkkinoilla, millainen on tuotteideni kohderyhmä ja kuinka tuotteita voisi kehittää eteenpäin (kuva 2).

### 1.3 Aiheenrajaus

Opinnäytetyön aihe käsittää tuotteen alkukehitysvaiheen. Käyttäjiä lähestytään jo siinä vaiheessa, kun tuote on vasta idea-asteella. Tästä syystä jää menetelmän funktion käsittely työssä vähemmälle. Menetelmän funktio sisältää esimerkiksi tuotteen valmistusmateriaalit, valmistustavat, tekniset ratkaisut ja niin edespäin. Ajatuksena on testata, toimiiko tuotteen idea ja löytyisikö sitä kohtaan kiinnostusta markkinoilta, ennen kuin tuotekehitystä viedään sen pidemmälle. Siksi ei ole tarpeen pohtia valmistusratkaisuja kovinkaan tarkasti. Jos opinnäytetyön tulos on lupaava, niin sitten voi siirtyä pohtimaan toteutustapaa tai materiaaleja; ehkä jopa tarjota tuotekonseptia eteenpäin.

## 2 FUNKTIOANALYYSI

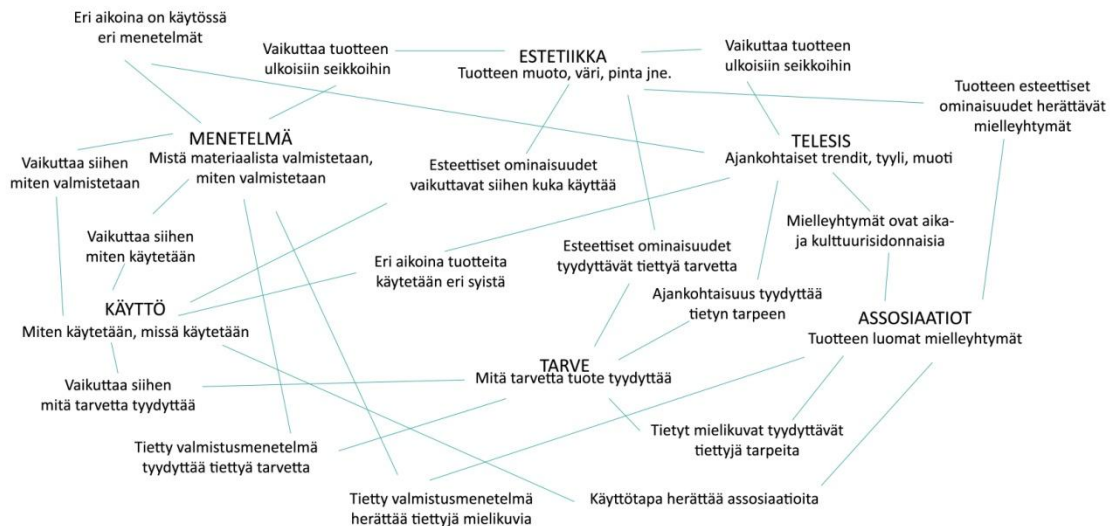


Kuva 3. Victor Papanekin 1970-luvulla kehittämä kuudesta funktiosta koostuva kuutio (Papanek 1973, 25).

Victor Papanek kehitti funktioanalyysin 1970-luvulla. Hän havainnollisti ajatuksensa kuudesta funktio-ominaisuudesta koostuvalla kuutiolla (kuva 3). (Papanek 1970.)

Niin kuin Papanekin kuutiosta näkee, kaikki nämä funktiot ovat yhteydessä toisiinsa. Tuotteen estetiikkaa pohtiessa pitää ottaa huomioon, kuinka tuotteen menetelmät vaikuttavat siihen. Menetelmään vaikuttaa taas se, millainen suunnittelija on halunnut tuotteen esteettisesti olevan, mikä vaikuttaa materiaaliratkaisuihin. Assosiaatiot liittyvät vahvasti telesikseen, koska ne ovat aika- ja kulttuurisidonnaisia. Tuotteen esteettiset ominaisuudet taas ovat niitä, jotka saavat assosiaatiot meissä ylipäättään heräämään. Kaikki kuusi funktiota ovat siis vahvasti yhteydessä toisiinsa ja mikään niistä ei sulje toista pois. Niitä ei voikaan käsitellä kunnolla erillisinä osioina, vaan ne kaikki sivuavat toisiaan (kuva 4).





Kuva 4. Funktiot ovat yhteydessä toisiinsa

## 2.1 Käyttö

Anttilan mukaan käytön analyysia voidaan tehdä muun muassa käyttäjän, käyttötarkoituksen ja käyttötilanteen näkökulmasta. Voidaan analysoida kuka tuotetta käyttää, toimiiko tuote siinä käytössä mihin se on tarkoitettu ja miten tuote sopii siihen tilanteeseen, johon se on tarkoitettu. (Anttila 1992, 156.)

Tuotesuunnittelun lähtökohtana on yleensä jonkin peruskäyttötarpeen tyydyttäminen. Suunnitellaan astioita, että on jotakin mistä syödä ja juoda, vapaa-aikaan liittyviä tuotteita harrastuksia varten tai sisustustuotteita kotia varten. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 46.) Esineillä on usein myös toissijaisia tehtäviä, kuten esimerkiksi tyynyn pääasiallinen tehtävä on toimia pehmikkeenä, mutta se voi olla myös tärkeä osa sisustusta. Toisenlainen tyyny taas saattaa olla kova ja epäkäytännöllinen tyynyjen yleistä käyttöä ajatellessa; silloin sen päätehtävä on pelkästään sisustuksellinen.

Suunnittelijan tulisi pohtia tuotteen käyttöominaisuuksia, eli sitä miten tuote joutuu tekemisiin ihmisten kanssa. Tuotteen tulisi olla hallittavissa niin, että se suoriutuu hyvin siitä tehtävästä, johon se on suunniteltu. Eri esineillä on eri tarkoitus, joten niiden käyttöominaisuudet eroavat toisistaan. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 115.)

## 2.2 Tarve

Anttila toteaa, että ihmiset yleensä hankkivat tuotteensa tarpeen mukaan. Se, mille on tarvetta, vaihtelee kuitenkin ihmisten välillä ja usein se jää epäselväksi. Joku saattaa hankkia tuotteen, koska se on uudenlainen ja muodikas. Toisaalta taas vaikuttimet saattavat olla piilossa tuotteen hankkijalta itseltäänkin. Usein myös käyttötarkoituksen ja tarpeen merkitykset sekoittuvat keskenään. (Anttila 1992, 149.)

Karkeasti jaoteltuna ihmisen tarpeet jakautuvat kulttuurista ja aikakaudesta riippumatta neljään inhimilliseen tarpeen alueeseen: tarve turvallisuuteen, tarve tunteen tasolla vastaamiseen, tarve sosiaaliseen hyväksyntään ja tarve uusiin kokemuksiin (Anttila 1992, 152–153). Tämän jaon perusteella puolalainen Andrzej Niezabitowski (1987) on laatinut seuraavanlaisen tarveluokituksen (Anttila 1992, 153):

- Turvallisuuden tarve pyrkii ihmisen niin sisäisesti kuin ulkoisestikin tuntemien uhkien torjumiseen. Tähän kuuluu muun muassa ympäristön saastuttamisen torjunta ja teknologian hallinta.
- Mukavuuden tarve tyydyttyä, kun ihmisen perustarpeet on tyydytetty, kuten puhtaus ja lämpö.
- Sosiaalisen pätemisen tarve pitää sisällään ihmisen tarpeen todistaa omaa asemaansa muille; ympäristön tulee olla muodikasta, laadukasta ja eleganttia.
- Sosiaaliseen tarpeeseen sisältyy ihmisen kontakti muiden kanssa; ihmisen halu liittyä muihin ihmisiin.
- Toiminnan tarve taas kattaa ihmisen halun liikkua ja menestyä, tehdä havaintoja ja saada kokemuksia.
- Rauhan tarpeessa oleva ihminen haluaa oman paikan, mihin vetäytyä ja olla rauhassa, ympäristön tulee olla pysyvä ja yksityinen.
- Kauneuden tarve sisältää esteettiset arvot; esimerkiksi tilassa olevien muotojen ja värien huomioimisen.

Anttilan (1992) mukaan käsityöläisen näkökulmasta ovat seuraavat tarpeet mielenkiintoisia: inhimilliset perustarpeet, psyykkiset tarpeet, sosio-kulttuuriset tarpeet, itseilmaisun ja luovuuden tarpeet, tavaratarpeet sekä aineettomat vuorovaikutustarpeet. Inhimillisiin tarpeisiin sisältyvät fyysiset tarpeet; toteutuuko tuotteessa käyttökelpoisuus, kestävyys, turvallisuus ja niin edespäin. Psyykkiset tarpeet täyttäessä tuote on miellyttävä ja esteettinen. Kohteen muodikkaus ja ajanmukaisuus sisältyvät sosio-kulttuuriseen tarpeeseen. Itseilmaisun ja luovuuden tarve on taas tuotteen tekijällä; toteutuuko työssä hänen tarpeensa saada tyydytystä tuotteen teossa. Tavaratarpeiden vaatimus liittyy siihen, missä määrin tuote vastaa nykyajan tavaravaatimuksia. Aineettomiin vuorovaikutustarpeisiin taas liittyy ihmisten keskinäinen kanssakäynti. (Anttila 1992, 155.)

### 2.3 Menetelmä

Papanekin (1970) mukaan menetelmä kertoo työvälineiden, työmenetelmien ja materiaalien välisestä vuorovaikutuksesta. Materiaalien käytön tulisi aina olla rehellistä: niitä ei yritetä saada näyttämään joltakin muulta kuin mitä ne ovat. Jos jonkin asian voi tehdä tehokkaammin ja halvemmin jollakin toisella materiaalilla, niin miksi tuhjata jotakin toista, käyttöön ei niin sopivaa, materiaalia siihen. (Papanek 1970, 25.)

Menetelmän funktio pitää sisällään tuotteen valmistuksen ja siihen käytetyt materiaalit sekä tuotteeseen liittyvät taloudelliset seikat. Menetelmään voi myös ajatella kuuluvan tuotteeseen liittyvät ekologiset ja eettiset kysymyk-

set. Menetelmän funktioon liittyvät kysymykset voivat olla seuraavanlaisia:

- Mistä materiaalista tuote valmistetaan?
- Millä tekniikalla tuote tehdään?
- Kuka tuotteen tekee?
- Missä tuote tehdään?
- Millaisia ympäristövaikutuksia tuotteen valmistuksella on?

Koska en oppinnyt opinnäytetyössäni konkreettisesti valmistaa mitään tuotetta, en näe tarpeelliseksi käydä menetelmän funktiota läpi tuotteideni analysoivissa kovinkaan laajasti. Kerron mistä materiaalista ajattelin, että tuotteet voitaisiin valmistaa, mutta en lähde sen tarkemmin erittelemään valmistustapoja ja materiaaliratkaisuja, koska ne eivät ole tässä tuotekehitysvaiheessa vielä ratkaisevassa asemassa.

## 2.4 Esteettisyys

Tuotteen esteettisiin ominaisuuksiin voidaan vaikuttaa muun muassa ulkomuodolla, väreillä, materiaaleilla ja niiden käsittelytavoilla. Nämä ovat asioita, jotka ensimmäisenä vaikuttavat siihen, millainen käsitys kuluttajalla tuotteesta syntyy ja kuinka miellyttävä se on. Tuotteen suunnittelijalla on vaikutusmahdollisuus näihin ominaisuuksiin suunnittelun alusta lähtien. Jokainen esine on esteettinen kokonaisuus, ja sen muotoa voidaan arvioida kauneuskäsityksen pohjalta. Tuotteen väri ja muoto vaikuttavat ihmiseen joko kielteisesti tai myönteisesti. Esteettisesti onnistunut tuote luo käyttäjälleen mielihyvän tunteen. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 126, 28.)

Estetiikan ydin on se, että ihminen haluaa itselleen miellyttävän ja tarkoituksenmukaisen ympäristön. Esineiden avulla pystymme ilmaisemaan omaa identiteettiämme joko tietoisesti tai tiedostamattomalla tavalla. Niillä voidaan esimerkiksi korostaa tai vastaavasti peittää persoonallisuuttamme sekä suhdettamme muihin ihmisiin ja ympäristöömme. (Ihminen seuraa muotoa. Tapio Periäisen kirjoituksia 1962–1986.)

Ihmisellä pitää olla tuotteesta omakohtaisia kokemuksia, että hän voi päättää, pitääkö hän siitä vai ei. Tarvitaan tunnistelua ja kokeilua. Esteettinen arviointi on aina henkilökohtainen mielipide, johon muiden mielipiteet pyrkivät vaikuttamaan. Kuitenkin ihminen itse on se, joka lopulta päättää, pitääkö hän esineestä vai ei. (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 61–62.)

Esteettisyyteen vaikuttaa myös kulttuuriperintö. Esimerkiksi tieto siitä, että tuote on suomalainen, saattaa tehdä positiivisen vaikutuksen. Se myös ohjaa katsojaa kiinnittämään huomiota tiettyihin suomalaisiin piirteisiin tuotteessa, esimerkiksi materiaaliin. Yleensä suomalaisiksi esteettisiksi piirteiksi mielletään yksinkertaisuus, selkeys ja luonnonläheisyys. (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 59, 63.)

### 2.4.1 Muoto

Tuotteen muoto kertoo kuluttajalle tuotteen tarkoituksesta. Se välittää informaatiota siitä, miten tuotetta käytetään ja kuinka laadukas tuote on. Muoto vaikuttaa kahdella tavalla; se nähdään ja se voidaan tuntea koskettamalla. Molemmat näistä ovat oleellisia, kun puhutaan tuotteen estetiikasta. Kuva muodostuu yksiköistä, kuten piste, viiva, massa ja väri. Yksiköt ohjaavat katsojan havaintoja ja niitä yhdistelemällä suunnittelija voi vaikuttaa siihen, millaisia mielikuvia tuotteesta herää. Muoto tuo tuotteelle merkityksen, jos sitä tarkastellaan ihmisen kannalta. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 129.)

### 2.4.2 Väri

Wilhide (2002, 30) sanoo kirjassaan *Kodin sisustajan kirja* Ihmisen olevan visuaalinen olento ja sen vuoksi väri on hänen mukaansa yksi tehokkaimista sisustuselementeistä. Värit herättävät vastaanottajassa tunteita; ne voivat herkistää, kiihdyttää tai rauhoittaa ja jopa synnyttää vastenmielisyyttä. Siksi käytettäviä värejä kannattaakin pohtia tarkkaan. Kuten Häti-Korkeila ja Kähönen (1985, 140) sanovat; suunnittelussa on tärkeää tietää miten eri värit vaikuttavat ja miten suunnittelija itse voi vaikuttaa niihin.

Häti-Korkeilan ja Kähösen (1985) mukaan väri on osa tuotetta ja sen laatua. Väreillä on vahva vaikutus siihen, miltä tuote mielestämme näyttää. Väriin myös vaikuttaa monta eri seikkaa. Se vaihtelee sen mukaan, näkekö esineen päivänvalossa vai keinovalossa. Keskinäinen värien vaikutus ilmenee taustavärien avulla: vaalea tausta saa tumman vaikuttamaan tummemmalta ja tumma tausta vaalean taas vaaleammalta. Väriä tarkemmin arvioidessa täytyisikin ottaa huomioon seuraavat seikat:

- ympäristön värit ja valaistusolot
- värillisen pinnan tai värivalon etäisyys käyttäjästä
- pinnan suuruus
- käytetyn värin syvyysaste
- väritetyn esineen koko, muoto ja sijainti
- esineen tai ympäristön käyttötarkoitus.

Värit ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa; ne muuttuvat aina muiden lähellä olevien värien ja olosuhteiden vaikutuksesta. Yhtä väriä ei tulisikaan nähdä muista väreistä riippumattomana elementtinä; värit ovat aina osa kokonaisuutta. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 140–145, 151, 140.)

### 2.4.3 Sommittelu

Sitä, miten elementit on järjestelty tietyllä alueella, kuvataan sommitteluksi. Kettusen (2001) mukaan sommittelu voi olla visuaalisesti silmää miellyttävää, mutta sillä on muitakin tehtäviä. Elementtien järjestys antaa katsojille tietoa siitä, millainen suhde eri osa-alueiden välillä on ja kuinka sitä pitäisi tulkita. Elementit voidaan sijoittaa esimerkiksi koskettamaan toisiinsa tai päällekkäin; tämä korostaa näiden kahden elementin suhdetta toisiinsa. Onnistunut sommitelma on sellainen, joka on katsojan mielestä

mielenkiintoinen, siinä on jokin tietty tasapaino ja rytmi. Tuotteen suunnittelija käyttää näitä sommittelu keinoja suunnitellessaan tuotteesta kuluttajaa houkuttelevan ja häntä miellyttävän tuotteen. Hyvä tuote on myyvä ja se kertoo kuluttajalle olevansa laadukas ja luotettava, sekä se täyttää sen tehtävän, johon se on tarkoitettu. (Kettunen 2001, 26, 15.)

### 2.5 Assosiaatiot

Assosiaation funktio kuvaa sitä, millaisia mielikuvia saamme tuotteesta. Anttilan mukaan esineistä saamamme assosiaatiot ovat usein peräisin lapsuudestamme. Yhdistämme esineitä menneisiin tapahtumiin tai asiayhteyksiin. Monet näistä mielleyhtymistä ovat tiedostamattomia ja syvälle itsemme juurtuneita arvoja. (Anttila 1992, 162.)

Assosiaatiot liittyvät läheisesti tuotteen estetiikkaan, sillä esineen esteettiset ominaisuudet ohjaavat sitä, millaisia mielikuvia tuotteista saamme. Näin ollen muotoilija on suuressa osassa päättämässä sitä, millaisia mielikuvia tuotteista saamme.

Kun suomalaisesta muotoilusta pitävä kuluttaja ostaa tuotteen, sen ei välttämättä tarvitse olla suomalainen, riittää että se on suomalaisen esineen oloinen, sillä silloin sen ajatellaan ilmentävän suomalaisuutta (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 68, 71). Esimerkiksi koivu materiaalina antaa helposti mielikuvan suomalaisesta tuotteesta, koska kyseistä puuta kasvaa maassamme, vaikka tuote olisi suunniteltu ja valmistettu muualla. ”Suomalaisuutta ilmentävä, suomalaisen suunnitteleman oloinen, Suomeen sopivan tuntuinen ja vielä poikkeuksellisen kaunis esine olisi ilmeisesti parasta mahdollista muotoilua Suomessa” (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 71).

Assosiaatiot liittyvät vahvasti myös brändeihin. Meillä on tietty mielikuva yrityksistä ja sen tuotteista. Jos tuotetta valmistava yritys käyttää vaikka lapsityövoimaa, se vaikuttaa kielteisesti siihen, mitä mieleemme tulee heidän tuotteistaan. Ne alkavat helposti tuntua vastenmielisiltä ja se vaikuttaa ostopäätökseemme kielteisesti.

Muotoilija voi vaikuttaa siihen, millainen mielikuva kuluttajalla on yrityksestä tai tuotemerkestä. Koska tarjontaa on niin paljon, pyritään tuotevalikoimia yleensä räätälöimään tarkemmin. Suunnittelussa pyritään saamaan tuotteille yhtenäinen ilme, jotta ne tunnistetaan tuoteperheeksi, ja tämä ei saa olla ristiriidassa tuotebrändin kanssa. (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 133.)

Mainoksilla ja kuvilla yritetään myös vaikuttaa kuluttajaan. Mainosten avulla tuotteesta pyritään välittämään mielikuva tunnelmasta ja onnesta, jonka kuluttaja saa siirrettyä omaan elämäänsä ostamalla tuotteen. Monesti ostetaankin tuotteiden sijaan mielihyvää. Esimerkiksi hauskan julkisuuden henkilön käyttäminen mainoksessa lisää tuotteeseen liitettyä positiivista mielikuvaa. Usein mainostajat käyttävät tunteisiin vaikuttavia elementtejä, kuten vauvoja vetoamaan äitien tunteisiin. (Vilkko-Riihelä 1999, 699–700.)

## 2.6 Telesis

Telesis tarkoittaa ”harkittua, tarkoituksellista luonnon ja yhteiskunnan prosessien käyttöä tiettyjen tarkoitusten saavuttamiseksi”. Victor Papanekin mukaan tuotteen tulee ilmentää sitä aikakautta ja oloja, joissa se on suunniteltu. Tuotteen tulee myös sopia siihen ympäristöön, jossa sitä käytetään. (Papanek 1970, 32.) Ihmisillä ja esineillä on läheinen suhde; esineet ovat osa ihmisen käsitystä omasta itsestään suhteessa ympäristöön. Ne lisäksi kertovat kulttuurista vieraille sekä valottavat meidän käsitystämme ajastamme tuleville sukupolville. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 30.) Victor Papanek sanookin tiukasti, että esineitä ei voi siirtää ajasta ja kulttuurista toiseen (Papanek 1970).

Yleensä esine ilmentääkin sitä aikakautta, jossa se on valmistettu. Jokaisen aikakauden ajanhenki näkyy senhetkisissä tuotteissa. Esimerkiksi käsitöin tehty muotoilu on pitkälti aika- ja kulttuurisidonnainen, koska käsityön prosessi on erilainen eri aikoina ja eri paikoissa. Menneinä aikoina kiinnitettiin tuotteissa myös huomiota eri asioihin kuin nykyään. (Anttila 1992, 169.)

Telesikseen voi liittää myös tyylin käsitteen. Tietyllä ajanjaksolla on ominaisia piirteitä, joiden mukaan sille kehkeytyy oma tyyliinsä. Tyyli ei synny päätöksen perusteella, vaan se on suuremman muutoksen tulos. Yhtenä hetkenä se voi olla kaikkialla ja sitten taas hävitä huomaamatta. (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 250.)

Oma kulttuuriperintö vaikuttaa vahvasti siihen, millaisista tuotteista ihminen pitää. Kulttuuriin kasvetaan ja arvot opitaan. Sama pätee myös siihen, millaisia esteettisiä ominaisuuksia pidetään arvossa. Suomalaisessa muotoilussa oli pitkään lähtökohtana se, että tuote on sekä pitkäikäinen että monikäyttöinen. Ulkomuoto oli usein selkeä ja esine sopi moniin ympäristöihin, eikä se ollut tiettyyn tyyliin sidonnainen. Käyttäjät arvostivat sitä, että tuote saattoi kestää jopa eliniän. Muotoilijoiden pyrkimyksenä on ollut tuottaa esineitä, joissa yhdistyy muodon kauneus, käytön varmuus sekä helppous. Materiaalina on käytetty paljon luonnon materiaaleja, joten tuotteet ovat siksi olleet ympäristönsä kanssa harmoniassa. (Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja 2009, 61, 24.)

Edelleen monen suomalaisen tyyli myötäilee samoja ratoja kuin ennen. Luonnonmateriaalit ovat arvossaan ja niistä valmistetut tuotteet sopivat hyvin suomalaisiin koteihin. Vaikka tuotteilta ei enää välttämättä vaadita eliniän kestoa, niiden halutaan kuitenkin olevan aikaa kestäviä. Siksi koen juuri ajattoman muotoilun olevan tähän aikaan sopivan; tuotteen ei tarvitse edustaa mitään tiettyä tyyli-suuntausta tai ismiä. Pelkistetty ja ajaton muotoilu mahdollistaa myös sen, että tuote sopii useampaan kotiin. Kokonaan Suomessa suunniteltu ja valmistettu tuote ilmentää parhaiten sitä, millainen ajan henki nyt on. Kotimaisuutta sekä hyvää käsityötä ja laadukasta tuotetta arvostetaan ja siitä ollaan valmiita maksamaan.

### 3 TUOTESUUNNITTELU

Häti-Korkeilan ja Kähösen (1985, 24, 98) mukaan hyvä tuote on sellainen, joka ylittää jokaisen sille asetetun vaatimuksen alarajan. Tuotetta suunniteltaessa on hyvä vertailla eri ideoita, mutta suunnittelijan ei tarvitse etsiä sitä parasta ratkaisua. Riittää, että tuote on senhetkisiin oloihin nähden riittävän hyvä. Riittävän hyvän tuotteesta tekee se, että tuote on kuluttajan kannalta parempi kuin vastaavat tuotteet. (Häti-Korkeila & Kähönen 1985, 24, 98.)

Uuden tuotteen tulee olla kiinnostava ja tarpeellinen, että se houkuttelee ostajaa. Tuotetta suunniteltaessa onkin tärkeää tuntea kohderyhmä; millaisia arvoja, tarpeita ja toimintamalleja pitää suunnittelussa ottaa huomioon, että tuotteesta tulisi entistä kiinnostavampi. (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko & Koskinen 2003,16.) Kettusen (2001, 15) mukaan muotoilijan oma maku on yleensä täysin eri kuin kohderyhmän muotoilijan tavoittellessa harmonista ja kaunista esinekokonaisuutta ympärilleen.

Kilpailu tuotemarkkinoilla on kovaa ja kuluttajat ovat oppineet vaatimaan tuotteilta yhä enemmän laatua. Laaduksi koetaan yleensä se, että tuote on helppo ja ymmärrettävä ja se vastaa tilanteessa olevaan tarpeeseen. Suunnittelijan on osattava tehdä tuotteestaan käyttäjiä jo kaukaa houkutteleva; pelkkien uusien lisäominaisuuksien lisääminen tuotteeseen ei riitä. Ostokäyttäytymiseen vaikuttavatkin nykyään monet vaikeasti määriteltävät tekijät, kuten ostajien arvomaailma, ennakkoluulot ja asenteet sekä kauneuskäsitykset. Nämä tarpeet on hyvä ottaa huomioon jo tuotteen suunnitteluvaiheessa. (Huotari ym. 2003, 15.)

#### 3.1 Seinäpuu

Idea seinässä olevasta puusta oli koko opinnäyteyön aiheen lähtökohta. Tuotteen idea lähti siitä, että halusin suunnitella näyttävän tuotteen, jonka paikka olisi olohuoneen aitiopaikalla. Välittömästi mieleen tuli puu ja aloin rakentaa tuotetta sen pohjalta. Ajattelin kokonaisuutta enemmän sisustuksellisenä elementtinä, joten tuotteen käyttötarkoituksesta tuli toissijainen tehtävä. Käyttötarkoituksen halusin olevan jokin olohuoneeseen sopiva, joten päädyin hyllytasoihin. Kantavana ideana tuotteen takana oli se, että kun sitä katsoo kohtisuoraan, ei ensimmäisenä kiinnitä huomiota tuotteen hyllyominaisuuteen vaan itse kuvaan. Niin kuin Wilhide toteaa; ”Olohuoneessa on oltava jokin sisustuksen lähtökohtana toimiva kiintopiste” (Wilhide 2002, 77). Sisustuskuvia käytetään nykyään paljon ja tällainen tuote kuuluu osittain samaan kategoriaan ja on siksi ajankohtainen. Monet haluavat kotiinsa näyttäviä ja tyylikkäitä yksityiskohtia. Tämä tuote tuo vaihtoehdon perinteisten sisustuskuvien rinnalle. En ole nähnyt vastaavia tuotteita markkinoilla, joten tämä tekee tuotteesta uuden ja kuluttajan kannalta mielenkiintoisen ja erilaisen vaihtoehdon perinteisille ratkaisuille.



Kuva 5. Käytin puunrungon pohjana kuvaa oikeasta pensaasta



Kuva 6. Seinäpuun kukat piirsin ja maalasin käsin

Luonnostelin tuotteen ideaa ensin käsin, mutta nopeasti päädyin siihen, että teen puunrungon oikean puun avulla. Otin kuvia pihalla olevista puista (kuva 5) ja kuvankäsittelyohjelman avulla sain tehtyä silmääni miellyttävän kokonaisuuden. Kukat päätin tehdä käsin, joten piirsin ja maalasin ne ja työstin loppuun tietokoneen avulla (kuva 6). Kuvankäsittelyohjelman



avulla yhdistin kukat puun runkoon. Sommittelulla tavoittelin rytmiä, asetelin kukat osin lomittain ja rykelmiksi, kuitenkin niin, että kokonaisuus olisi tasapainoinen ja luonnollisen näköinen. Varoin myös lisäämstä liikaa kukkia, ettei kuvasta tulisi liian tukkoisen ja täyteen ahdetun näköinen. 3D-mallinnusohjelmalla tein kuvaan hyllytasot. Hyllytasot tein mahdollisimman ohuiksi, jotta ne eivät tuotetta kohtisuoraan katsoessa erotu niin helposti. Lopullinen tuote koostuu isosta kuvasta, joka kiinnitetään seinään ja siihen asennetaan mustat hyllytasot. Kuva on tapetti, joka kiinnitetään seinään ja hyllytasot on valmistettu puusta.

Pohdin alusta alkaen kohderyhmää ja mielestäni tuote on selkeästi suunnattu nuorelle naiselle. Ikähaarukaksi ajattelin 19–24-vuotiaat naiset. Kohderyhmän kautta puun ja sen oksistojen väriksi valikoitui nopeasti musta. Kuvittelen nuorten käyttävän paljon mustaa sisustuksessaan ja siksi se on sopiva väri tuotteelleni. Kukkien väriksi valitsin hempeämmän vaaleanpunertavan, koska en halunnut, että kuvasta tulisi liian särmikäs ja tumma. Vaalea punainen antaa pehmeän kontrastin mustalle ja se myös tuo kukat hyvin esiin mustista oksista. Hyllyjen väriksi valitsin myös mustan, jotta ne sulautuisivat hyvin kuvaan. Mielestäni värit sopivat hyvin yhteen ja oksistojen graafisuus yhdistettynä maalauksellisiin kukkiin on mielenkiintoinen yhdistelmä kahta eri tyyliä. Tuotteen muoto tuo mieleen kukkivan puun tai pensaan. Vaaleanpunaiset kukat tuovat mieleen Japanin kirsikkapuut.



Kuva 7. Ensimmäinen esityskuva, jossa tuotetta katsotaan kohtisuoraan

Tuotetta käytetään sisustuksellisenä yksityiskohtana; puu ja kukat muodostavat kauniin kokonaisuuden paljaalla seinäpinnalla. Kuvaan kiinnitetyt tasaiset hyllytasot pitävät esineet hyvin paikallaan. Tuote on suunniteltu kotikäyttöön, eikä se ole liikuteltavissa. Tuotetta käyttää nainen, joka pitää herkistä väreistä, mutta kaipaa sisustukseen myös särmää, jota puun oksat värillään tuovat. Nainen haluaa kotiinsa muusta sisustuksesta erottuvan kiintopisteen, jolla on myös jokin konkreettinen käyttötarkoitus. Hän ei halua raskasta kirjahyllyä, vaan keveän kokonaisuuden, jota ei välttämättä kirjahyllyksi tunnista.



Kuva 8. Toinen esityskuva, joka on lähikuva tuotteesta

Valmistusmateriaaliksi halusin suomalaiset raaka-aineet, koska kotimaisuutta arvostetaan. Tuotteen valmistus olisi täten myös ympäristöystävällisempää, kun materiaaleja ei tarvitsisi kuljettaa pitkiä matkoja.

Tuote tyydyttää seuraavia tarpeita:

- sosiaalisen pätemisen tarve: tuo ympäristöön eleganssia; viestittää, että on muodikas ihminen, joka arvostaa laadukasta ympäristöä
- rauhan tarve: tuote on tarkoitettu kotikäyttöön, joten siellä osana muuta ympäristöä luo kodikkaan ja luonnonläheisen vaikutelman
- kauneuden tarve: yhteensopivat värit luovat esteettisen ympäristön. Tuotteessa oleva rytmi puun oksien ja hyllyjen välillä miellyttää silmää ja näyttää harmoniselta.
- turvallisuuden tarve: tuote on kotimainen ja Suomessa valmistettu, joten se tukee ihmisen tarvetta toimia ekologisesti

Kyselyä varten tein kolme esityskuvaa. Ensimmäisessä kuvassa tuote näkyy kohtisuoraan (kuva 7), toisessa on lähikuva (kuva 8) ja kolmannessa koko hylly sivuttaissuunnasta (kuva 9). Tein esityskuviin 3D-ohjelman ja valokuvien avulla myös oheisrekvisiittaa. Hyllyille asettelin esimerkiksi kirjoja tuomaan tuotteen käyttötarkoituksen paremmin esille. Sivuttaiseen kuvaan lisäsin vierelle nojatuolin, että tuotteen koosta saisi paremman käsityksen.



Kuva 9. Kolmas esityskuva. Kuvassa olevan rekvisiitan tarkoituksena on antaa katsojalle viitteitä tuotteen koosta.

## KÄYTTÖ

- kuva toimii sisustuksellisenä elementtinä
- hyllytasot ovat tavaroita varten
- käytetään kotona paljaalla seinäpinnalla
- ei liikuteltavissa
- 19–24-vuotiaalle nuorelle
- muuttanut pois kotoaan ensimmäiseen omaan kotiin
- haluaa muusta sisustuksesta erottuvan kiintopisteen, jolla on käyttötarkoitus

## ESTETIIKKA

- musta runko
- vaaleanpunertavat kukat
- hyllyt eivät erotu taustasta kohtisuoraan katsottaessa
- mustat hyllytasot
- puun oksat menevät lomittain
- kukat sommiteltu rykelmiksi
- näyttävä ja tyylikäs yksityiskohta
- hyvä rytmi ja tasapaino
- vaaleat kukat tulevat hyvin esiin musta oksia vasten
- kukissa maalauksellinen vivahde
- kukat luovat kontrastin graafiselle mustalle

## ASSOSIAATIOT

- puu, pensas
- Japanin kirsikkapuu
- lukunurkkaus, oksien suoja

## TARVE

- sosiaalisen pätemisen tarve: muodikas ihminen, arvostaa laadukasta ympäristöä
- rauhan tarve: luo kodikasta ympäristöä ja antaa luonnonläheisen vaikutelman
- kauneuden tarve: esteettisesti kaunis, hyvä rytmi ja harmoninen kokonaisuus
- turvallisuuden tarve: kotimaisuus, ekologisuus

## MENETELMÄ

- tapetti
- hyllytasot puuta
- kotimaiset materiaalit
- valmistettu Suomessa

## TELESIS

- sisustuskuvia käytetään paljon
- musta väri on yleinen sisustuksessa
- tehostevärit
- valmistettu Suomessa; ekologisuus
- käytetty kotimaisia materiaaleja

Kuva 10. Yhteenveto Seinäpuun analyysistä

### 3.2 Aikamaisema

Tuotteen idean pohjana oli ajatus ahtaista eteisistä. Monessa asunnossa on kapeita käytäviä ja pieniä eteisiä; halusin suunnitella tuotteen joka olisi käytännöllinen mutta ei silti veisi paljoa tilaa. Keräsin kuvia erilaisista naulakoista ja seinään kiinnitettävistä esineistä ja niistä lähti liikkeelle idea tuotteesta (kuva 11). Päätin yhdistää naulakon, kellon ja valaisimen yhdeksi tuotteeksi. Tavoitteena oli tehdä tuotteesta suomalaisen näköinen.



Kuva 11. Kuvakollaasi, jota käytin apuna tuotteen ideoinnissa.

Tila toi vaatimuksia tuotteelle. Tuote ei saa olla liian syvä, ettei se vie liikaa tilaa. Sen pitää olla korkea, että siihen saa ripustettua vaatteita roikkumaan. Kellon pitää olla vielä korkeammalla, että se näkyy kauas. Aluksi suunnittelin liittäväni tuotteeseen myös laskutason, mutta se olisi hankaloittanut vaatteiden ripustamista, joten jätin sen pois.

Nopeasti tuotteelle hahmottuivat sen päälinjat. Valaisimesta suunnittelin vanhaa hehkulamppua muistuttavan, koska se miellyttää ainakin omaa silmää. Inspiraationa oli kuvakollaasissa oleva lamppu. Kellosta suunnittelin perinteisen näköisen. Halusin tuotteesta selkeän ja yksinkertaisen, koska siinä on yhdistettynä niin monta elementtiä. Rytmiiä tuotteeseen tuo ripustimien tasainen järjestys.

Kuvan suunnittelu tuotteeseen oli haastavaa. Tuotteen linjat muistuttavat kehyksiä, päädyin lopulta kaupunkimaisemaan. Näin tuote olisi ikään kuin ikkuna. Tästä syystä kutsunkin tuotetta työssäni ”Aikamaisemaksi”. Kokeilin aluksi piirrettyä maisemaa, mutta jotenkin se teki tuotteesta sekavan näköisen. Lopulta päädyin käyttämään kuvaa Orivedestä, jonka otin kerrostalon kolmannen kerroksen ikkunasta (kuva 12). Kuvasta tein musta-

valkoisen ja yksinkertaistetun. Tein tuotteen valmiiksi 3D-mallinnusohjelmalla.



Kuva 12. Kuvan pohjana on ottamani valokuva Oriveden keskustasta.

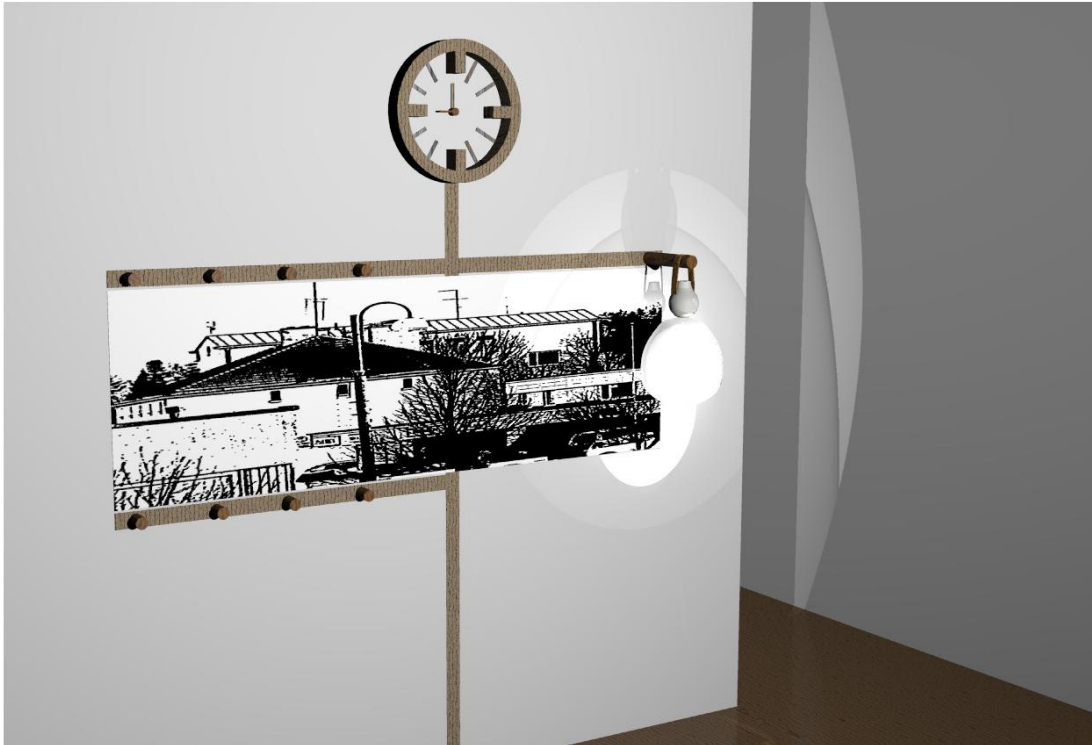
Lopullinen tuote koostuu puuosista ja kuvasta, jotka kiinnitetään seinään eikä tuote ole asennuksen jälkeen liikuteltavissa. Halusin korostaa tuotteen suomalaista vaikutelmaa, joten valitsin materiaaliksi puun. Väriksi valikoitui ruskea, koska en halunnut tuotteen puuosien olevan liian käsitellyn näköisiä. Halusin noudattaa Victor Papanekin neuvoa siitä, että materiaalin pitäisi näyttää siltä mitä se on. Lisäksi puuosat tuovat tuotteelle vanhanaikaisen vivahteen. Esteettisesti tuote on linjakas ja tasapainossa. Puu antaa tuotteelle lämpöisen ja kosketeltavan pinnan.

Tuotteen kohderyhmä ei ollut niin selkeä kuin kahden muun tuotteen. Kallistuin silti siihen, että tuote olisi enemmän miehille suunniteltu. Ehkä se on tuotteen linjat, selkeys ja väri, jotka sopivat mielestäni paremmin miesten makuun. Ikähaarukan ajattelen olevan laaja, 20–50-vuotiaat miehet. Mielestäni tuote sopii niin kaupunkiasuntoihin kuin maalaistaloihinkin, joten en sen tarkemmin rajannut kohderyhmää. Tuotteen ostajalla on tyhjä seinätila, johon hän tarvitsee naulakkoa, mutta etsii persoonallista ja erilaista vaihtoehtoa.

Tuote tyydyttää seuraavia tarpeita:

- mukavuuden tarve: tuotteeseen saa ripustettua vaatteet tieltä pois, näin ympäristöstä tulee siistimpi. Tuotteesta näkee kellonajan, ei tarvitse tarkastaa sitä muualta,

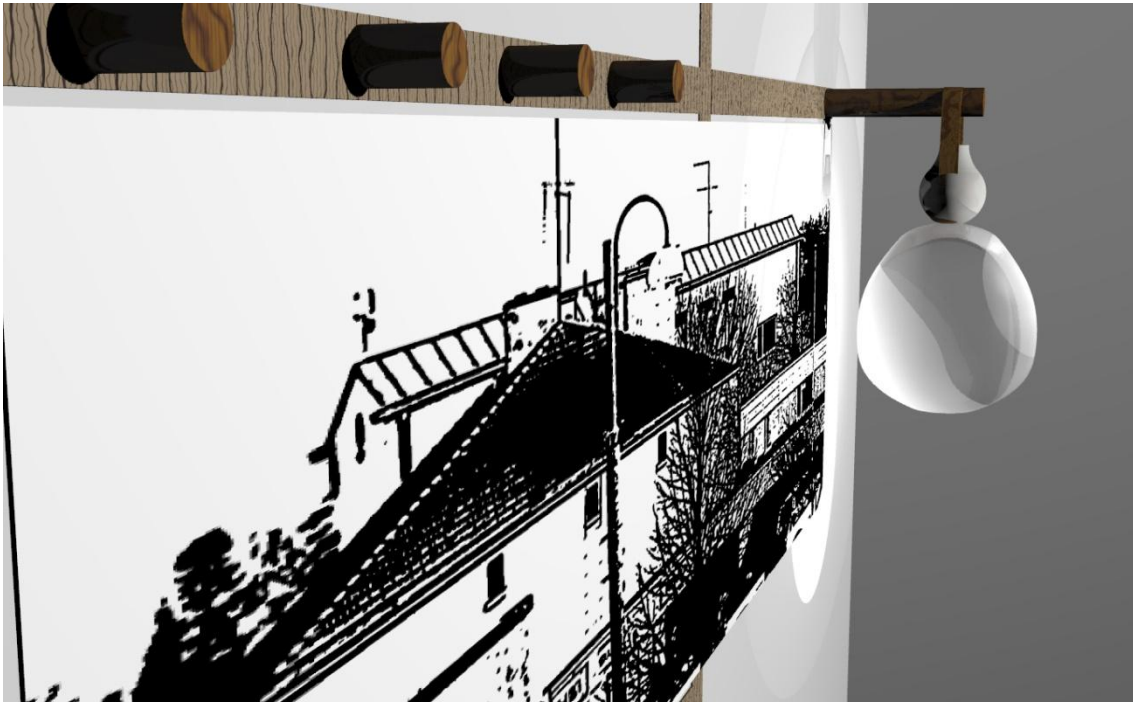
- rauhan tarve: Tuote on tarkoitettu kotikäyttöön, joten siellä osana muuta ympäristöä luo kodikasta tunnelmaa,
- kauneuden tarve: Tuo ympäristöönsä silmää miellyttävää kuvaa ja puu antaa kaunista ja kosketeltavaa pintaa,
- turvallisuuden tarve: Ihminen tuntee olevansa kiinnostunut ympäristöstään valitsemalla kotimaisia tuotteita.



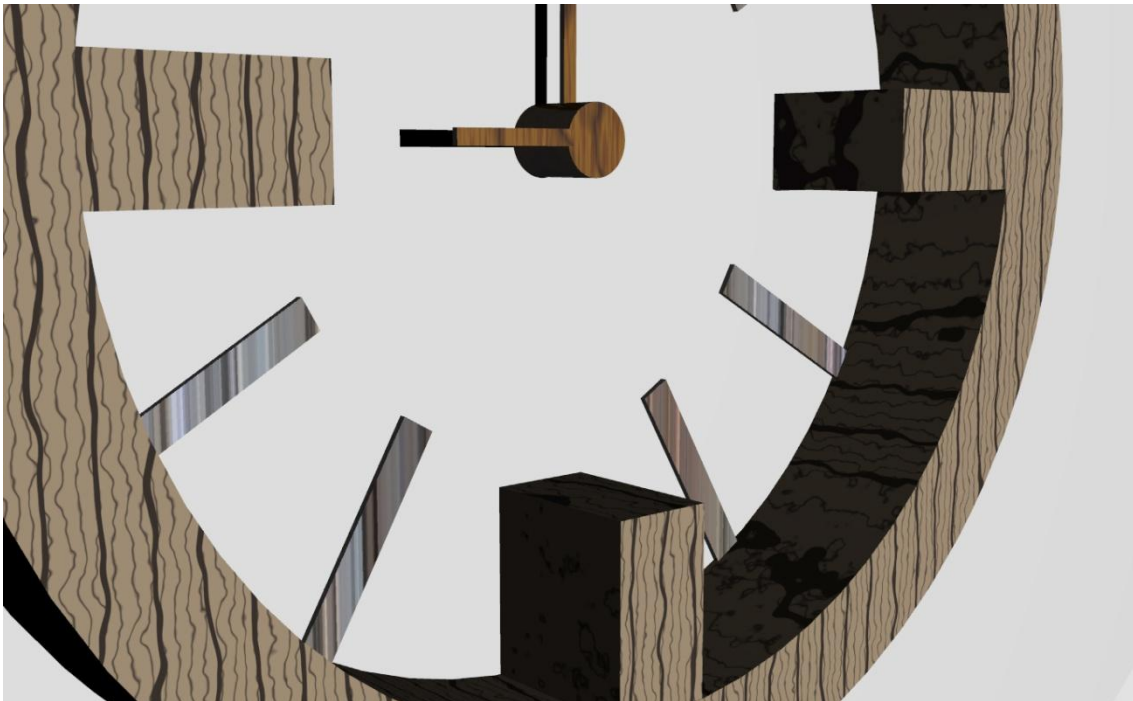
Kuva 13. Ensimmäinen esityskuva, jossa tuote näkyy kokonaisuudessaan.

Mielestäni tuote on ajankohtainen. Maisemakuvia käytetään sisustuksessa paljon, ja tuotteessa käytetään tätä elementtiä uudella tavalla. Materiaaliratkaisuilla on otettu huomioon nykyajan trendit; kotimaisuus on valttia. Naulakot ovat usein samanlaisia, joten tuote poikkeaa joukosta ja on jotakin täysin uutta. Näin se on myös mielenkiintoinen ja kuluttajan kannalta ajankohtainen; tuotteen avulla saa eteistilaan uudenlaista ilmettä. Puu materiaalina tekee tuotteesta suomalaiselle helposti lähestyttävän ja laadukkaan.

Kyselyä varten tein kolme esityskuvaa. Ensimmäisessä on kuva sivuttaisuunnassa koko tuotteesta (kuva 13). Toisessa kuvassa on nähtävissä ripustimet sekä valaisin lähempää (kuva 14). Kolmannessa kuvassa on lähiotos kellosta (kuva 15).



Kuva 14. Toinen esityskuva, jossa näkyy ripustimet, kuva ja valaisin lähempää.



Kuva 15. Kolmas esityskuva, joka on lähikuva kellosta.



## ESTETIIKKA

- Ruskeaa puuta
- Puun syyt hyvin esillä
- Mustavalkoinen kuva
- Linjakas
- Tasapainoinen
- Selkeä
- Luonnonläheinen

## TARVE

- Rauhan tarve: luo tunnelmaa
- Turvallisuuden tarve: tuotteen valmistuksen ympäristöystävällisyys
- Mukavuuden tarve: tavarat pois tieltä
- Kauneuden tarve: esteettinen ympäristö

## TELESIS

- Seinäkuvien suosio
- Uusi tuote
- Kotimaiset raaka-aineet
- Valmistettu Suomessa; ekologisuus

## ASSOSIAATIOT

- Luonto, puut
- Ikkuna, josta näkymä kaupunkiin
- Vanhanaikainen hehkulamppu

## MENETELMÄ

- Puu
- Tapetti
- Lamppu
- Raaka-aineet kotimaisia
- Valmistusmaa Suomi

## KÄYTTÖ

- Seinäpinnoilla
- Käytävämäinen tila
- Ahdas tila
- Vaatteiden ripustus
- Ajan näyttäminen
- Sisustuskuva
- Valaisu
- Sisustuskuvat

Kuva 16. Yhteenveto Aikamaiseman analyysistä

### 3.3 Paperikruunu

Halusin kaikkien tuotteiden olevan erilaisia, joten kolmatta tuotetta suunniteltaessa kellot, hyllyt, koukut ja muut jätin pois jo suunnitteluvaiheessa. Tästä ajatukseni ohjautuivat keittiötilaan, koska kumpikaan aiempi tuote ei ollut kyseiseen huoneeseen suunniteltu. Mietin varsinkin pienien kaupunkiasuntojen keittiöitä; mitä niistä puuttuu, mitä uutta voisin niihin suunnitella. Mieleeni tuli valaisin, joka olisi varta vasten suunniteltu pieneen tilaan. Valaisimia on markkinoilla paljon, joten tuotteeni pitäisi olla jotenkin erilainen, joten suunnittelin kristallikruunun pohjalta paperivalaisimen, jota kutsun opinnäytetyössäni paperikruunuksi. Keräsin lehdistä kuvia erilaisista valaisimista ja kasveista, joiden muotoja käytin hyväkseni ideoinnissa.



Kuva 17. Pienoismalli on tehty paperista leikatuista ruuduista.

Päätin, että en lähde tekemään valaisinta suoraan 3D-mallinnusohjelmalla, vaan parempi lähestymistapa on tehdä pienoismalli. Leikkasin paperista kolmenlaisia, erikokoisia ruutuja (kuva 17). Kiinnitin ruudut toisiinsa langojen avulla. Valmistin paperista kaaret, joihin kiinnitin ruudut riippumaan. Kaaria on kolme, joista jokaiseen riippuu erimittaisia ruuturyhmiä. Näin saan tuotteeseen samanlaisen kerroksellisuuden kuin kristallikruunuissa.

Materiaaliksi paperi oli mielestäni luonnollinen vaihtoehto. Se on kevyttä, edullista ja mahdollistaa tuotteen valmistuksen Suomessa. Halusin tuotteen olevan kotimainen niin valmistuksen kuin materiaalienkin puolesta. Kotimaisuus on ajankohtaista ja kuluttajat arvostavat sitä. Valonlähteeksi ajattelin Led-valoja, koska ne ovat pieniä ja tehokkaita, ja saan ne hyvin piiloon paperikruunun kaarien taustapuolelle. Tuotteen kiinnitysratkaisuja mietin sen verran, että valaisin kiinnitetään seinään.



Kuva 18. Kuvaamista varten kiinnitin pienoismallin seinään.

Tuotteen muoto määrittyi pienoismallia tehdessä. Jäljittelin perinteisten kristallikruunujen tyyliä ja muotoa, mutta tein siitä puoliympyrän muotoisen, jotta se voidaan asentaa seinään pöydän yläpuolelle. Monessa kaupunkiasunnossa ei ole tilaa keskelle huonetta sijoitettavalle ruokapöydälle ja sen ylle ripustettavalle kattokruunulle, joten tuotteen avulla keittiöön saa juhlanan ja elegantin tunnelman tilaa tuhlaamatta. Tämä tekee tuotteesta myös uuden, koska markkinoilla ei ole vastaavia valaisimia. Suunnittelussa tavoittelin klassista ja tyylikästä, ajatonta muotoilua sekä harmoniaa tuotteen ja sen ympäristön välille. Esteettisesti tuote on kaunis ja juhlava.

Kuvaamista varten kiinnitin kaaret seinään (kuva 18). Valoefektin tein kolmen pöytävalaisimen avulla. Koska tuotekonseptiini kuuluu myös kuva, suunnittelin paperikruunuun sopivan tapetin. Tätä varten leikkasin paperista ruutuja, jotka kiinnitin teipillä samaan seinään, jossa valaisin oli kiinni. Tapetissa olevien ruutujen tarkoitus on heijastaa valaisimesta lähtevää valoa ja näin tehdä tilasta entistä valoisampi. 3D-ohjelmalla tein esityskuvaan rekvisiitaksi pöydän ja kolme tuolia, jotta valaisimen ja tapetin idea ja koko tulisi selvemmin esille. Kuvankäsittelyohjelmalla yhdistin valaisimen ja tapetin kuvan keittiömallinnukseen.

Esityskuvia tein kyselyä varten kaksi. Toisessa näkyy valaisin, tapetti sekä pöytäryhmä (kuva 19) ja toisessa on lähikuva valaisimesta (kuva 21). Esityskuvien valmistuttua jäin pohtimaan, onko tapetti vähän liikaa liitettynä tuotteeseen. Valaisin toimisi ehkä paremmin ilman sitä. Jätin sen kuitenkin osaksi tuotetta tuotekonseptin vuoksi, koska mielestäni ilman sitä tuote ei olisi enää osa konseptia.

Tuote on ajankohtainen, koska se on jotakin uutta. Valaisin tuo perinteiselle kristallikruunulle modernin vaihtoehdon. Lisäksi paperisia valaisimia myydään paljon. Mieleeni tuli myös Ikean lamput, jotka on valmistettu jostakin valkoisesta muovista. Oma tuotteeni on kuitenkin arvokkaamman oloinen, koska materiaaliksi on valittu luonnollisempi vaihtoehto. Tuote

soveltuu ihmiselle, joka haluaa erottua joukosta ja tuoda kotiinsa muodikkaan ja juhlanan säväyksen. Kohderyhmäksi määrittelin 29–55-vuotiaat naiset. Tuotteen ostajalla olisi tarvetta seinään kiinnitettävälle valaisimelle. Hänen keittiönsä olisi valkoinen ja pelkistetty ja hän kaipaa sinne persoonallista ratkaisua valaisuun.

Tuote tyydyttää rauhan, sosiaalisen pätemisen, turvallisuuden sekä kauneuden tarvetta. Kruunun keveys rauhoittaa, mutta se antaa myös eleganttisin vaikutelman. Se viestittää, että käyttäjällä on esteettistä silmää ja hän on tietoinen sisustuksen trendeistä sekä ekologisista valinnoista. Valaisin tekee keittiön pöydän ympärille yksityisen ja rajatun alueen, jolle on hyvä kokoontua ystävien ja perheen kanssa.



Kuva 19. Rekvisiitaksi kuvaan tein pöytäryhmän

## ESTETIIKKA

- Kerroksellisuus
- Kristallikruunun muoto
- Kevyt
- Juhlallinen
- Elegantti
- Ajaton
- Harmoninen
- Paperin läpikuultavuus

## ASSOSIAATIOT

- Kristallikruunut
- Ikean valaisimet

## MENETELMÄ

- Paperi ja tapetti
- Kotimaiset materiaalit
- Valmistus Suomessa
- Led-valot

## TARVE

- Rauhan tarve: luo tunnelmaa, rajaa tilaa
- Turvallisuuden tarve: tuotteen valmistuksen ympäristöystävällisyys
- Kauneuden tarve: esteettinen ympäristö
- Sosiaalisen pätemisen tarve: tietoinen sisustuksen trendeistä

## TELESIS

- Kotimaisuus
- Uusi tuote
- Kotimaiset raaka-aineet
- Valmistettu Suomessa; ekologisuus

## KÄYTTÖ

- Pienet keittiötilat
- Valaisu
- Seinää vasten olevan ruokapöydän yläpuolelle
- Kiinnitetään seinään
- Valkoinen ja pelkistetty keittiö
- Persoonallinen ratkaisu
- 29–55-vuotiaat naiset
- Tapetti heijastaa valoa

Kuva 20. Yhteenvedo valaisimen analyysista



Kuva 21. Valaisin lähempää.

## 4 KYSELY

Kettusen (2001, 15) mukaan muotoilijaan vaikuttaa hänen tavoitteensa saada aikaan harmoninen ja kaunis esineympäristö. Muotoilijan ammatti ja koulutus vaikuttavat siihen, että usein hänen omat mieltymyksensä ovat osin erilaisia kuin ajatellun kohderyhmän ajatukset tuotteesta. Huotakari ym. (2003, 16) lisää tähän, että muotoilijan tulisi katsoa tuotettaan kuluttajan silmin, että hän kykenee valmistamaan tuotteen, joka on loppukäyttäjän mielestä haluttava.

Tuotteen menestys riippuu siitä, onko se tarpeellinen ja kiinnostava kuluttajan mielestä. Jotta tällainen tuote voidaan valmistaa, tulee suunnittelijan tuntea kohderyhmänsä arvot, tarpeet ja toimintamallit. Suunnittelijan omien asenteiden ja uskomusten vaikutusta tuotteeseen voidaan vähentää, jos kohderyhmästä hankitaan enemmän tietoa. Käyttäjillä on oma kokemustausta, jonka perusteella he käyttävät tuotteita. (Huotakari ym. 2003, 16.)

Käyttäjätutkimus on hyvä aloittaa jo tuotteen suunnittelun alkuvaiheessa. Silloin tuotteen suunnitteluratkaisuja voidaan arvioida ja parantaa käyttäjien palautteen perusteella. Alkuvaiheessa tuotekehitykseen ei ole käytetty vielä paljoa rahaa, joten muutosten tekeminen on halpaa ja helppoa. Jos

tuote on jo markkinoilla, on muutosten tekeminen paljon hankalampaa ja kallista. (Huotakari ym. 2003, 19–21.)

Huotakarin ym. (2003, 21–23) mukaan käyttäjätutkimus on suuressa roolissa varsinkin silloin, kun kyseessä on tuotekonsepti tai etsitään ideoita konseptin lähtökohdiksi. Käyttäjätutkimus vaikuttaa tällöin kaikista eniten tuotteen kehitykseen. Käyttäjätutkimusta tehdessä suunnittelijan tulee kertoa selvästi, miksi tutkimus tehdään, mitä sillä halutaan saada selville, kenelle se tehdään ja kuinka luottamuksellisia vastaajan antamat tiedot ovat.

### 4.1 Kyselyn toteutus

Kyselyn avulla haluan saada tietoa siitä, kuinka käyttäjät suhtautuvat tuotteisiini. Tämän avulla pystyn viemään tuotteitani eteenpäin kuluttajien haluamaan suuntaan. Kyselyn avulla näen, kuinka paljon omat ajatukseni ovat ohjanneet tuotteen suunnittelua ja pystyn näkemään suunnittelemani tuotteet kuluttajien silmin.

Kyselyn toteutin sähköpostikyselynä. Lähetin jokaisesta tuotteesta kyselyn henkilöille, jotka kuuluivat kohderyhmään. Vastajat poimin facebookin välityksellä. Kyselyn alkukappaleessa esittelen itseni ja opinnäytetyöni aiheen sekä syyn tutkimukselleni. Pyydän vastauksia myös muutamaa taustakartoituskysymykseen, joita ovat ikä, sukupuoli, opiskeluhistoria ja ammatti. Opiskeluhistoria ja ammatti ovat mukana siksi, että tiedän, onko vastaajalla tieto- ja taustapohjaa arvioida tuotetta ammattilaisen näkökulmasta. Kyselyssä kerron myös, että vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja taustatietoja ei julkaista missään, vaan ne jäävät vain tutkimuksen tekijän tiedoksi.

Kyselyssä pyydän vastaajaa tutustumaan sähköpostiin liitteenä tulleisiin kuviin tuotteesta ja lukemaan tuotteen kuvauksen. Sen jälkeen vastaajalle esitetään kahdeksan kysymystä tuotteeseen liittyen. Kyselyssä korostetaan, että tuote on vasta idea-asteella ja sitä ei valmisteta tai myydä missään.

## Käyttö

Voisitko kuvitella omistavasi tällaisen tuotteen?  
Millaiselle ihmiselle tuote sinusta sopisi?  
Toimiiko tuotteen idea?

## Assosiaatiot

Mitä sinulle tulee tuotteesta mieleen?

## Telesis

Onko tuote sinusta ajankohtainen/aikaansa sopiva? Miksi?

## Estetiikka

Millainen tuote sinusta on?

## Menetelmä

Mitä mieltä olet tuotteen valmistusmateriaaleista?

## Tarve

Jos hankkisit tällaisen tuotteen, niin miksi tekisit sen?

Kuva 22. Kyselyssä käyttämäni kysymykset on muodostettu funktioanalyysin pohjalta.

Kysymykset muodostin Papanekin funktioanalyysissä esiintyvien kysymysten pohjalta. Halusin saada jokaisesta funktiosta jonkin kysymyksen, jotta pystyn vertaamaan omaa analyysiani vastaajien vastauksiin paremmin (kuva 22). Kohderyhmään liittyen kyselyssä on kaksi kysymystä; toisessa tiedustellaan, voisiko vastaaja kuvitella itse hankkivansa kyseisen tuotteen ja toisessa pyydetään vastaajaa pohtimaan, kenelle tuote olisi suunniteltu. Näin saan tietoa siitä, onko ajatukseni kohderyhmästä yhtään oikeilla jäljillä. Kyselyssä pyydetään vastaajaa myös ottamaan kantaa tuotteen ulkonäköön, ajankohtaisuuteen, valmistusmateriaaleihin, tuotteen ostoon vaikuttaviin syihin sekä itse tuoteideaan (liite 1).

#### 4.2 Vastaukset tuotteesta Seinäpuu

Lähetin kyselyn kymmenelle henkilölle, joista seitsemän vastasi. Kukaan vastaajista ei ole opiskellut tai työskennellyt alalla, mikä antaisi ammatillisia valmiuksia tuotteiden arvioimiseen. Vastaajista neljä oli 20-vuotiaita ja kolme 21-vuotiaita. Lähetin kyselyn sähköpostitse 2.3.–3.3.2014 ja vastausaikaa oli 9.3.2014 asti.

Kyselyssä oli liitteenä kolme esityskuvaa sekä viestissä lyhyt tuotekuvaus: ”Kyseessä on seinälle laitettavan kuvan ja kirjahyllyn yhdistelmä. Kuva kiinnitetään seinään tapetin lailla ja se ei ole liikuteltavissa. Hyllyt ovat puuta ja ne kiinnitetään ennalta määrätyille paikoille. Käytetyt materiaalit ovat kotimaisia ja tuotetta valmistettaisiin Suomessa.”

Vastauksien perusteella mielenkiintoisena tuotetta piti kaksi henkeä. Kaksi nosti esiin sen, että tuote on enemmän sisustuselementti kuin säilytystila. Esteettisesti kauniiksi tuotteen mainitsi kolme henkeä. Olohuoneen huo-



mionpisteeksi tuotetta kuvasi eräs vastaaja. Yksi kuvasi tuotetta erilaiseksi ja kaksi mainitsi, etteivät ole koskaan aiemmin nähnyt vastaavanlaista tuotetta. Yhden vastaajan mukaan tuote on kaunis yhdistelmä graafista ja romanttisempaa tyyliä. Tuotetta kuvattiin myös miellyttävän näköiseksi ja hauskaksi.

Kuusi vastasi, että he voisivat kuvitella omistavansa kyseisen tuotteen. Kaksi ehdotti, että tuotteella olisi valikoima erilaisia värejä tai taustavaihtoehtoja, jotta se olisi helpompi istuttaa omaan sisustukseen. Yksi vastaaja koki tuotteen olevan juuri hänen tyyliinsä sopivan. Yksi vastaaja ei haluaisi omistaa tuotetta, koska tuote ei ole siirrettävissä.

Yksi vastasi tuotteen sopivan naiselle, toinen nuorelle naiselle ja kolmas jokaiselle. Yksi kuvaili tuotteen sopivan henkilölle, joka pitää modernista sekä hempeästä tyylistä. Yhden vastaajan mielestä tuotteen ostaisi henkilö, joka haluaisi erilaisuutta ja persoonallisuutta kotiinsa. Yksi vastaaja kuvaili tuotteen soveltuvan ihmiselle, joka haluaa yhdistää taidetta ja käytännöllisyyttä, sekä ekologisuutta arvostaville ihmisille. Pelkistettyyn kotiin tehokeinoksi ja katseenvangitsijaksi tuote sopisi yhden vastaajan mielestä. Erään vastaajan mukaan tuote sopisi paremmin yrityksiin esim. hotelleihin, koska tuote ei ole siirrettävissä. Toimistoon tai nuoren parin ensikotiin tuote sopisi yhden vastaajan mielestä.

Tuotteen ideaa toimivana pitivät kaikki vastaajat. Sen sijaan tuotteen siirtämättömyys herätti monessa epäilyksiä. Kaksi vastaajaa toivoi tuotteesta siirrettävää mallia. Yksi pohti siirtämättömyyden rajoittavan asiakaskuntaan. Kahdelle tuli mieleen tuotteesta sisustustarrat. Kahden mielestä tuote toimii erittäin hyvin, jos sen pääasiallinen tehtävä on toimia koristeena. Yksi vastaajista toivoi tuotteeseen enemmän hyllytilaa ja toinen erilaisia taustavaihtoehtoja.

Yksi vastaajista hankkisi tuotteen lahjaksi. Kaksi mainitsi tuotteen olevan piristävä lisä sisustukseen. Yksi hankkisi tuotteen, koska se on näyttävä ja sillä saisi erilaisen ratkaisun muutamaa sisustusesinettä varten. Yhden mukaan tuotteeseen saisi tavarat mukavasti piiloon, koska katsojan huomio kiinnittyy enemmän kuvaan kuin hyllyihin ja niiden esineisiin. Yksi hankkisi tuotteen Internetistä, jos sieltä saisi valita tuotteeseen haluamansa kuosit. Yksi ei hankkisi tuotetta nykyisessä muodossa, koska se on liian pysyvä. Hän ehdotti, että kuva olisi siirrettävää mallia, esimerkiksi tarra, niin sitten hän voisi kuvitella hankkivansa tuotteen. Ostopäätökseen kerrottiin vaikuttavan myös se, että tuote on kaunis, erilainen ja hyvä sisustuselementti.

Kolmelle vastaajista tuli tuotteesta mieleen Japanin kirsikkapuut. Yhdelle tuli mieleen taideteos ja toiselle vastaajalle värikäs. Hän pohti, sopiiko vaaleanpunainen väri jokaiseen kotiin. Yksi vastaajista mainitsi feminiinisyiden sekä modernin ja perinteisen yhdistelyn. Yhdelle tuli tuotteesta mieleen se, ettei hän ole aiemmin nähnyt vastaavaa. Yhdelle vastaajista tuli mieleen, että tuote olisi hyvä nuoren parin modernissa kodissa tai toimistossa, ja se toimisi mielenkiintoisena katseenvangitsijana.

Kuuden mielestä tuote on ajankohtainen. Yksi mainitsi tuotteen luonnonläheisyyden ajankohtaisena aiheena ja toisen mielestä puut ja kukat eivät aiheena vanhene koskaan. Se, että kyseessä on sisustustuote, tekee siitä ajankohtaisen neljän mielestä, koska sisustukseen panostetaan nyt paljon. Kahden mielestä tuote sopii hyvin pelkistettyyn, valkoiseen tyyliin, joka on tällä hetkellä suosittua. Kahden mielestä tuote on erilaisuutensa johdosta ajanmukainen. Yhden mielestä tuote ei ole ajankohtainen, koska ihmiset vaihtavat sisustustaan nykyään usein ja tuotetta ei pystyisi vaihtamaan, koska se ei ole liikuteltavissa. Kaksi vastaajaa mainitsi, että tuotteesta voisi tulla suosittu.

Kuuden mielestä materiaalivalinnat ovat hyvät. Kaksi mainitsi erikseen puun olevan hyvä valinta hyllyjen materiaaliksi. Kotimaisuutta plussana pitivät neljä vastaajaa, joista yksi mainitsi sen eritoten vaikuttavan positiivisesti omiin ostopäätöksiinsä. Yhden mielestä tapetti vaikuttaa siltä, että se on vaikea asentaa, ja toivoi jotakin helpompaa ratkaisua. Toinen toivoi, että tuotteesta saisi siirrettävän mallin. Yksi vastaajista piti suomalaisia materiaaleja hyvänä, mutta kertoi hinnan vaikuttavan enemmän ostospäätökseen kuin kotimaisuuden. Yksi vastaajista olisi kaivannut yksityiskohtaisempia tietoja tuotteen materiaaleista.

SUOSITUIMMAT VASTAUKSET		
Mielenkiintoinen		(2)
Sisustuselementti enemmän kuin hylly		(2)
Esteettisesti kaunis		(3)
Erilainen/uusi tuote		(3)
Toimiva tuoteidea		(7)
Ajankohtainen		(6)
Voisi omistaa tuotteen		(6)
Piristävä lisä sisustukseen		(2)
Naiselle		(2)
Tulee mieleen sisustustarrat		(2)
Tulee mieleen Japanin kirsikkapuut		(3)
Siirrettävä malli		(3)
Väri vaihtoehtoja		(3)
Hyvä materiaali		(6)
Kotimaisuus plussaa		(4)

Kuva 23. Yhteenveto suosituimmista vastauksista. Vastaajien lukumäärä sulkeissa.

#### 4.3 Vastaukset tuotteesta Aikamaisema

Lähetin kyselyn sähköpostitse kahdeksalle henkilölle 5.3.–6.3.2014. Vastausaikaa oli 12.3.2014 asti. Koska vastauksia tuli niin vähän, lähetin kyselyn 13.3.2014 vielä kolmelle henkilölle. Tällä ryhmällä oli vastausaikaa 16.3.2014 asti. Yhteensä vastauksia sain kuusi kappaletta. Osallistujat olivat iältään 22–49-vuotiaita miehiä. Kukaan vastaajista ei ole opiskellut tai työskennellyt alalla, joka antaisi ammatillisia valmiuksia tuotteiden arviointiin.

Kyselyssä oli liitteenä kolme esityskuvaa, sekä lyhyt kuvaus tuotteesta:  
*”Aikamaisema on monen käyttötarkoituksen yhdistelmä. Se koostuu maisemakuvasta, ripustintapeista, kellosta sekä valonlähteestä. Tuote ei vie paljoakaan tilaa syvyysuunnassa, joten se sopii hyvin käytäviin ja tyhjille seinäpinoille. Parhaiten tuote toimii eteis- ja aulatiloissa sen ominaisuuksien puolesta. Tuotteen puuosat kiinnitetään seinään ruuveilla ja kuva tapetin tapaan. Materiaalina käytettäisiin suomalaista puuta. Tuote myös valmistettaisiin kotimaassa.”*

Tuotetta kuvattiin moderniksi, kalliiksi design-tuotteeksi, hämmentäväksi, ideaaliksi ja monikäyttöiseksi. Yksi vastaaja pohti millaiset ovat tuotteen tekniset ratkaisut, kuten kellon patterijärjestelmä sekä tuotteen ruuvi kiinnitys. Hän myös pohti kuvan ja lampun paikkaa ja totesi kokonaisuuden kaipaavan vielä hiomista, koska kuva peittyi, jos ylemmissä ripustimissa riippuu jotakin. Kahden vastaajan mukaan valaisin voisi olla ylempänä. Yhden vastaajan mukaan idea on hyvä, mutta hieman sekava. Hänen mukaansa kello voisi olla alempana ja valaisin ylempänä.

Kaksi vastaajaa eivät voineet kuvitella omistavansa tuotetta. Yhden mukaan tuote sopisi paremmin julkisiin tiloihin sen vaatiman tilan avaruuden vuoksi, ja hän ei siksi hankkisi tuotetta omaan kotiin. Yksi sanoi, että hankintapäätös riippuisi siitä, millaiseen tilaan sitä suunniteltaisiin. Yksi vastaaja kertoi, että voisi kuvitella omistavansa tuotteen sen jälkeen, kun tuotekehitys olisi saatettu loppuun.

Yhden vastaajan mukaan tuote soveltuisi helppoja sisustusratkaisuja etsivälle. Toisen mukaan tuotteen hankkisi sisustuksesta kiinnostunut ihminen, joka pitää modernista taiteesta. Toinen vastaaja oli samoilla linjoilla: hänen mukaansa tuote sopisi taiteelliselle, rajoja rikkovalle ja valokuvauksellisuudesta pitävälle sisustajalle. Yksi kuvasi tuotteen ostajan olevan sellainen, jolla olisi suuri ja avara tila tuotetta varten. Yhden vastaajan mukaan tuote sopii nykyaikaiselle, kultturellille ihmiselle. Yhden vastaajan mukaan tuote sopisi nuorekkaalle ihmiselle, joka haluaa kodissaan olevan tuotetta ilmettä. Hän veikkasi kohderyhmän olevan noin 20–40-vuotiaita.

Viiden vastaajan mielestä tuotteen idea toimii. Kaksi heistä mainitsi tuotteen tarvitsevan ympärilleen paljon valoa ja tilaa. Yksi vastaaja ehdotti, että olisiko tuotteessa mahdollista vaihtaa kuva haluamaansa. Yhden mukaan tuotteessa on kiva valo, ja naulakko ja kello toimivat myös. Eritoten hän mainitsi pitävänsä lampun kahvasta. Eräs vastaaja ei osannut sanoa, toimiiko tuotteen idea.

Kaksi vastaajaa hankkisi tuotteen lahjaksi. Yksi voisi kuvitella yhden hankintaperusteen olevan tuotteen taiteellisuus. Yksi hankkisi tuotteen saadakseen uutta ilmettä kotiin ja samalla myös hänen vieraansa ja ystävänsä näkisivät hänen olevan rohkea tuotevalinnoissaan. Yhden vastaajan hankintapäätökseen vaikuttaisi se, että hänen seurustelukumppaninsa haluaisi tuotteen. Toisen mukaan tuotteen hankintaan vaikuttaisi paikka; hänellä olisi iso eteisaula, mihin hän tarvitsisi jonkin sisustuselementin ja naulakon.

Vastaajille tuli tuotteesta mieleen sisustus, nykyaikaisuus, meri, galleria ja taidemuseo. Yhdelle vastaajalle tulee mieleen naulakon korvaaja ja toiselle asianajotoimiston eteisaula. Yksi vastaaja ei osannut kertoa, mitä hänelle tulee mieleen.

Viiden vastaajan mukaan tuote on ajankohtainen. Yhden vastaajan mukaan tuote näyttää modernilta. Toisen mukaan tuote on ominaisuuksiensa puolesta sopiva tähän päivään, mutta se on myös ajaton. Yhden mukaan tuote on jotakin uutta. Hän pitää lampun kiinnitystavasta, josta hänelle tulee vanhahtavan esineen tyyli mieleen. Yhden vastaajan mukaan tuote on omalla tavallaan abstrakti ja nykytaiteen näköinen; yhdistettynä puuta, taulu, hento valaistus sekä pyöreys ja kulmikkuus. Yhden vastaajan mukaan tuote on ajankohtainen, koska nykyään sisustukseen kiinnitetään paljon huomiota. Yksi vastaaja ei osannut sanoa, onko tuote ajankohtainen vai ei.

Kolmen vastaajan mukaan puu materiaalina toimii hyvin. Viisi korosti tuotteen suomalaisten materiaalivalintojen olevan positiivinen asia. Yhden mukaan suomalaisen tuotteen suunnittelussa on aina hyvä käyttää lähtökohtaisesti mahdollisimman paljon kotimaisia valmistusmateriaaleja ja sen valmistaminen on myös hyvä toteuttaa Suomessa. Yksi mainitsi tuotteen kotimaisuuden olevan hyvä, mutta se tekee siitä myös kalliimman.

### SUOSITUIMMAT VASTAUKSET

■	Elementtien sijoitusta tulisi harkita	(4)
■	Eivät omistaisi tuotetta	(2)
■	Taiteesta pitävälle	(2)
■	Toimiva tuoteidea	(5)
■	Tarvitsee tilaa ja valoa	(2)
■	Lahjaksi	(2)
■	Ajankohtainen	(5)
■	Toimiva materiaaliratkaisu	(3)
■	Suomalaisuus plussaa	(5)

Kuva 24. Yhteenveto suosituimmista vastauksista. Vastaajien lukumäärä sulkeissa.

## 4.4 Vastaukset tuotteesta Paperikruunu

Lähetin kyselyn sähköpostitse kahdelletoista kohderyhmään kuuluneelle henkilölle 2.3.–13.3.2014. Vastausaikaa oli 16.3.2014 asti ja vastauksia sain viisi kappaletta. Kenelläkään vastaajista ei ole koulutusta tai kokemusta arvioida tuotetta ammattilaisen näkökulmasta. Kyselyyn vastanneet olivat iältään 28–52-vuotiaita naisia.

Kyselyssä oli liitteenä kaksi esityskuvaa tuotteesta, sekä tuotekuvaus:

*”Paperikruunu on paperista valmistettu lamppu. Valonlähteenä toimivat led-valot, jotka ovat piilossa kruunun yläreunuksien takana. Itse kruunu koostuu kolmesta paksusta paperikaaresta, joissa kaikissa riippuu pa-*

*periruutuja. Takimmaisessa kaaressa roikkuu pidempiä ruuturyhmiä ja etummaisessa lyhimpiä. Näin paperiruudut erottuvat lomittain ja antavat lampulle sen kristallikruunumaisen vaikutelman. Materiaalina paperi lisää valon määrää sen läpikuultavuuden ansiosta ja tekee tuotteesta myös kevyen.*

*Paperikruunu jäljittelee perinteisten kristallikruunujen muotoa, mutta se on suunniteltu puoliympyrän muotoiseksi, jotta se voidaan asentaa seinään pöydän yläpuolelle. Tämä sopii erityisesti pieniin keittiöihin, missä ei ole tilaa perinteiselle isolle, keskelle huonetta sijoitettavalle pöydälle. Seinään, johon lamppu kiinnitetään, asennetaan myös vaalea tapetti. Tapetissa on ruudun muotoisia kuvioita, jotka loistavat lampusta lähtevässä valossa ja lisäävät valon vaikutusta. Paperikruunun ja tapetin materiaalit olisivat kotimaisia ja tuotetta myös valmistettaisiin Suomessa.”*

Kaksi vastaajaa kuvasi tuotetta hauskaksi tai kivaksi. Tuotetta kuvailtiin myös sanoilla erilainen, nätti, nuorekas, kevyt ja elävän näköinen. Kaksi mainitsi tuotteen olevan valoisa. Tuotetta myös kuvattiin ekologiseksi sisustuselementiksi.

Neljän vastaajan mukaan tuote ei sovi heidän sisustukseensa, mutta kaksi mainitsi, että he voisivat kuvitella omistavansa sellaisen, jos sisustus olisi erilainen. Yksi vastasi, että tuote on suunnattu nuoremmille ja siksi hän ei voisi kuvitella omistavansa kyseistä tuotetta.

Kahden mielestä tuote sopisi nuorelle ihmiselle. Yksi mainitsi tuotteen soveltuvan modernille ihmiselle, ja toisen mukaan se sopisi trendikkäälle sisustajalle. Yhden vastaajan mukaan tuote sopisi ihmiselle, joka pitää keveydestä ja selkeydestä, mutta tahtoo kuitenkin pientä ”kimallusta” elämänsä. Yksi mainitsi, että tuotteen ostaja olisi asennustaitoinen ja toisen mukaan hän ottaisi huomioon ekologisuuden tuotevalinnoissaan. Yhden mukaan tuote soveltuisi parhaiten uudisrakentajalle.

Viiden vastaajan mielestä tuotteen idea toimii. Kahta vastaajaa epäilyttää tapetti; toinen pohti, voisiko lampun hankkia ilman tapettia ja toisen mukaan ongelmia saattaisi tuottaa tapetin asennus. Yksi vastaaja pohti, miten tuotteessa on ajateltu saada sähköt lamppuun ilman, että ruma johto olisi näkyvissä ja onko paperinen valaisin tarpeeksi kestävä. Yhden vastaajan mukaan olisi hienoa, jos valaisinta olisi saatavilla eri kokoja ja useita väri- vaihtoehtoja. Yksi vastaaja mainitsi pitävänsä tuotteen muodosta, jos se ei ole liian iso.

Yksi vastaaja hankkisi tuotteen keventämään huoneen ilmettä ja tuomaan valoa. Toisen mukaan hankintapäätökseen vaikuttaisi tuotteen hyvä muoto tilaan, johon se on suunniteltu ja koska Led-valot ovat energiatehokkaita. Yksi vastaaja hankkisi tuotteen, koska se on kivan näköinen, ja toinen siksi, että se sopisi hyvin hänen sisustukseensa. Yhden mukaan kotimaisuus olisi painava tekijä tuotteen hankinnassa.

Vastaajille tuli valaisimesta mieleen askartelu, lumisade, kotimaisuus, kädentaidot ja keveä poutapilvi. Yksi vastaajista mainitsi mieleensä tulevan

valoisan, avaran ja melko pelkistetyn tilan, jossa tuote toimisi katseenvangitsijana. Yhdelle vastaajista tuli mieleen Ikean lamput. Hän odottaisi tuotteen olevan halpa, koska valmistusmateriaalina on paperi. Hän myös pohti, onko tuote liian kallis tehdä Suomessa.

Kaikkien viiden vastaajan mukaan tuote on ajankohtainen. Kaksi mainitsi ekologisuuden kuuluvan tähän aikaan. Yhden mielestä valaisin on ajaton ja sopii aikaan kuin aikaan, mutta muun kalustuksen pitäisi olla tietynlainen, jotta lamppu sopisi tilaan. Hänen mukaansa valaisin sopisi hyvin esimerkiksi lasiseen tai valkoiseen ruokailuryhmään, mutta ei välttämättä massiivimäntypuiseen pirttiryhmän kanssa. Yhden mukaan kotimaisuus myös lisää tuotteen ajankohtaisuutta. Yksi vastaaja mainitsi vanhan kristallikruunu-idean olevan aina pinnalla, ja tuote on siksi ajankohtainen.

Neljää vastaajaa arvelutti tuotteen puhtaanapito. Yksi mainitsi, että ei laittaisi valaisinta keittiöön siellä syntyvien rasvakäryjen vuoksi. Yhden vastaajan mielestä paperi on valmistusmateriaalina erinomainen, koska se läpäisee valoa pehmeästi ja luo tunnelmaa.

#### SUOSITUIMMAT VASTAUKSET

■	Hauska/kiva	(2)
	Valoisa	(2)
■	Ei sovi tämänhetkiseen sisustukseen	(4)
	Voisivat omistaa	(2)
■	Nuorelle	(2)
	Toimiva tuoteidea	(5)
■	Tapetti epäilyttää	(2)
	Ajankohtainen	(5)
■	Ekologisuus ajankohtaista	(2)
	Tuotteen puhtaanapito?	(4)

Kuva 25. Yhteenveto suosituimmista vastauksista. Vastaajien lukumäärä suluissa.

## 5 TULOKSET

Kyselyn tulokset olivat positiivisia ja tuotteiden ideaa pidettiin toimivana. Hyllyn ja paperikruunun kohdalla vastaukset olivat lähellä omia ajatuksiani. Naulakko taas jäi kauas omasta analyysistani. Luulen tämän johtuvan siitä, että vastaajat olivat miehiä. Tulokset olivat kuitenkin kaiken kaikkiaan positiivisia. Koska kyselyn otanta oli pieni, eivät vastaukset ole sataprosenttisen luotettavia, mutta ne antavat kuitenkin hyvää osviittaa siitä, mihin suuntaan tuotteita kannattaa kehittää.

### 5.1 Seinäpuu

Tutkimuksen tulokset olivat positiivisia ja tukivat omia ajatuksiani. Kohderyhmän määrittämisessä onnistuin, koska seitsemästä vastaajasta kuusi voisi kuvitella ostavansa tuotteen. Tuotetta kuvattiin sisustuselementiksi ja olohuoneen katseenvangitsijaksi, jossa käyttötarkoitus on toissijaista, joten

tuotteen tarkoitus oli vastaajaryhmässä ymmärretty niin kuin tavoittelinkin. Suunnittelin tuotteen kotikäyttöön ja suurimman osan mielestä se sinne sopiikin. Itse mainitsin tuotteen soveltuvan sisustukseen, jossa on mustia huonekaluja. Vastaajien ajatukset olivat päinvastaisia; heidän mukaansa tuote soveltuu paremmin valkoiseen ja pelkistettyyn sisustukseen. Tuotteen kiinteä asennus herätti epäilyksiä, ja moni toivoi siirrettävää mallia.



Kuva 26. Tuotteesta toivottiin siirrettävää mallia. Tuote voisi koostua ohuesta levystä, jonka päällä kuva on. Tämä kiinnitettäisiin seinään, mutta se olisi myös irrottavissa ja sen paikkaa pystyisi vaihtamaan.

Tuotteen tarpeellisuudesta sen esteettinen arvo nousi suurimmaksi hankinnan vaikuttimeksi. Tuotetta kuvattiin esteettisesti kauniiksi ja erilaiseksi, uudeksi tuotteeksi, mikä kertoo minun onnistuneen halussani suunnitella täysin uudenlainen tuote. Tuotteen pääasiallinen tehtävä on toimia sisus-

tuksellisena kohokohtana, ja tämä oli monen vastaajankin mielestä sen tarkoitus.

Vastaajille tuli mieleen sisustustarrat, joista koko ideani oli lähtenyt liikkeelle. Vastaajat olivat kanssani samaa mieltä siitä, että ne ovat tällä hetkellä suosittuja, ja siksi tuotteeni on ajankohtainen. Ajankohtaiseksi tuotteen tekee myös se, että se on täysin uudenlainen, mistä vastaajatkin olivat samaa mieltä. Kolmelle vastaajalle tuotteesta tuli mieleen Japanin kirsikkapuu, mikä oli yksi omista miellelyhtymistäni.

Materiaaliksi valitsin kotimaista, koska se on ekologisempaa ja herättää ostajissa positiivisia ajatuksia. Vastaajat olivat tässä samaa mieltä ja pitivät kotimaisuutta plussana.

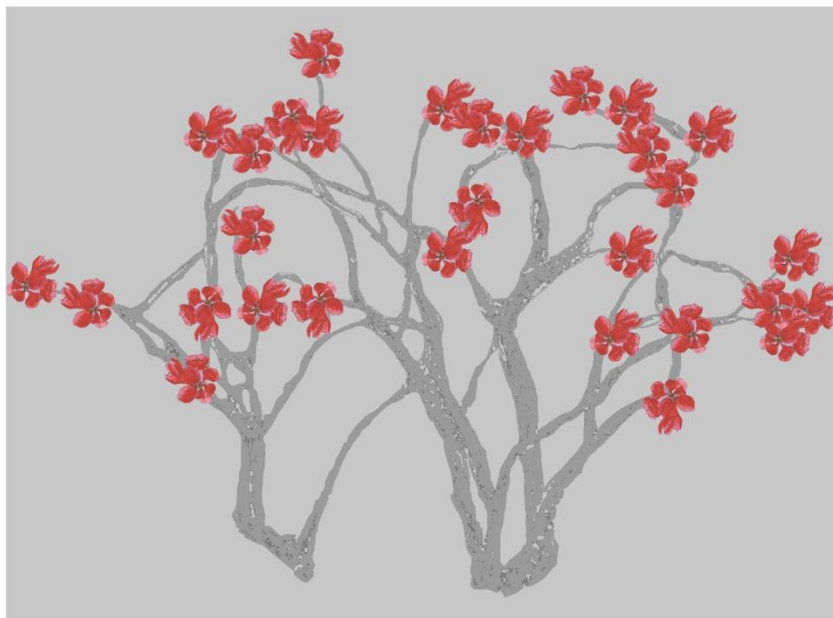
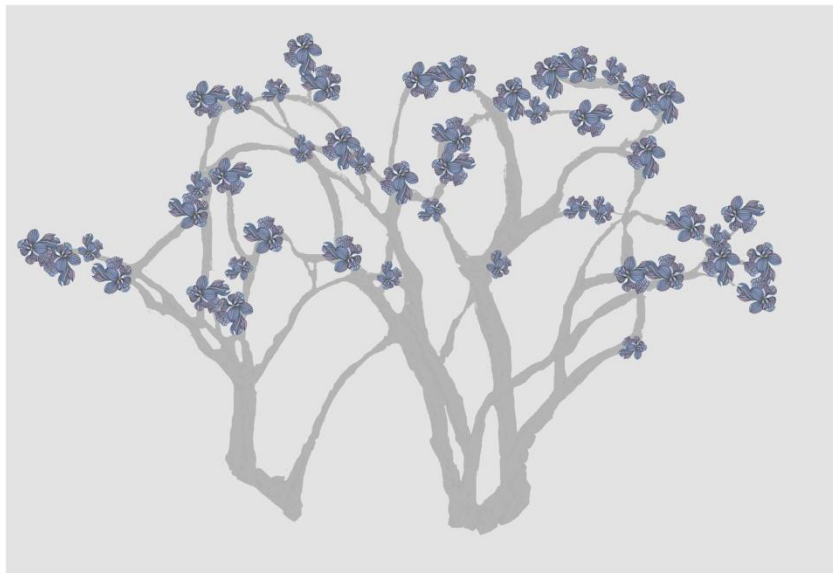
Ehdotuksia jatkokehittelyyn tuli paljon. Tuotteen käyttötapaa aion kehittää eteenpäin ja tarkoitus on suunnitella tuotteesta sellainen, että sen paikkaa voi vaihtaa (kuva 26). Myös tuotteen käyttö julkisissa tiloissa on pohtimisen arvoisen. Väri vaihtoehtoja tuotteelle on hyvä tehdä monia, että se sopii useampaan kotiin (kuva 27 ja kuva 28).

Olen erittäin tyytyväinen kyselyn tulokseen, koska se antaa vahvaa uskoa sille, että tällaiselle tuotteelle olisi kysyntää. Seinäpuun kohdalla myös omat ajatukseni tuotteesta olivat kaikista lähinnä vastaajaryhmää.



Kuva 27. Tuotteesta voisi tehdä useita väri variaatioita, niin se sopisi useampaan kotiin.

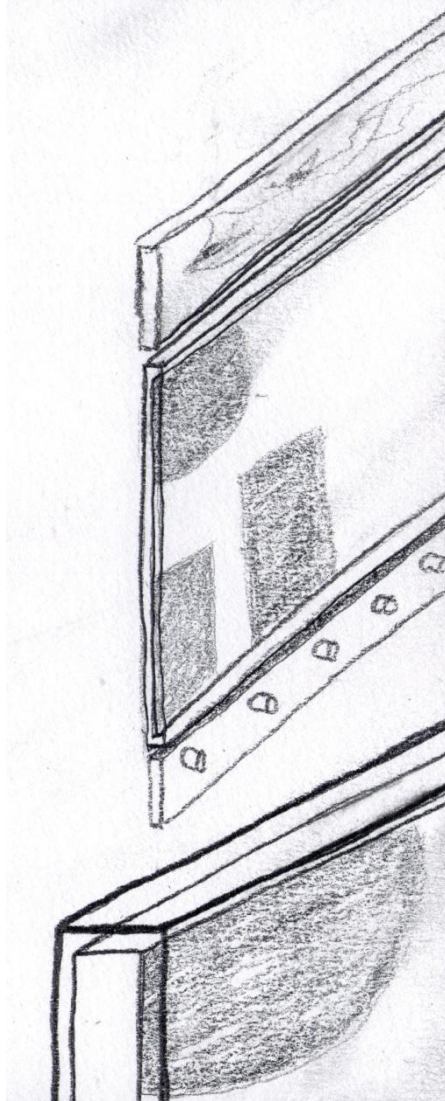




Kuva 28. Myös puun runko voisi olla eri väreissä

## 5.2 Aikamaisema

Käyttöominaisuuksien sijoitteluun ehdotettiin muutosta. Lamppua toivottiin ylemmäksi ja kelloa taas alemmaksi. Tuotteen käyttöpaikasta vastajilla oli eri näkemykset kuin minulla. Moni nosti esiin tuotteen tarvitsevan avaruutta ja valoa ympärilleen, kun itse ajattelin sen soveltuvan myös ahtaisiin käytäviin. Tuotteen ehdotettiin soveltuvan enemmän julkisiin tiloihin, mikä itselleni ei tullut mieleen. Kuvasta en kyselyn perusteella saanut palautetta, mutta yksi ehdotti, että kuva voisi olla vaihdettavissa (kuva 29).



Kuva 29. Tuotteessa voisi olla kaksi lasia, jonka väliin kuva tulisi. Tällöin kuvaa voisi vaihtaa. Kenties kuvan voisi myös teetättää omasta kuvasta.

Kukaan vastaajista ei sellaisenaan hankkisi tuotetta kotiinsa. Vastausten perusteella jäi sellainen kuva, että kyselyyn vastanneiden mielestä tuotteen hankkija olisi ennemminkin nainen kuin mies. Tätä mielestäni tukevat vastaajien valitsemat sanat ostajasta; sisustaja, taiteellinen, valokuvauksellinen, kultturelli. Erään vastaajan veikkaus ikähaarukasta, 20–40-vuotiaat, ei ollut niin kaukana omastani.

Tuoteideaa pidettiin yleisesti ottaen hyvänä ja käyttöominaisuuksia tarpeellisina. Se, että tuote ei ole liikuteltavissa, ei herättänyt vastaajissa mielipiteitä ja tämän perusteella voisi päätellä, että tämän tuotteen kohdalla se ei ole ongelma. Naulakot on totutusti asennettu koteihin kiinteästi, joten luulen sen vaikuttavan asiaan.

Yhden vastaajan hankintaperuste liittyisi määrittelemääni mukavuuden tarpeeseen. Hänellä olisi paikka ja tarve naulakolle, kellosta näkisi hyvin ajan ja lamppu toisi valoa. Yhden vastaajan mukaan ostospäätös voisi liittyä siihen, että tarvitsisi sisustuselementin, mikä tyydyttää taas kauneuden tarvetta. Erään vastaajan mielestä suomalainen puu on kaunista, joten tämä tukee myös kauneuden tarvetta. Koska tuotetta ehdotettiin soveltuvaksi paremmin julkisiin tiloihin, ei rauhan tarve liity tuotteeseen, jos se sijoitetaan muualle kuin kotiin. Yksi vastaaja mainitsi, että tuotteella voisi näyttää ystävilleen olevan rohkea tuotevalinnoissaan; tämä tyydyttäisi sosiaalisen päätemisen tarvetta, mitä en itse ollut nostanut yhdeksi tuotteen tarvetta.

Vastaajien assosiaatiot tuotteesta eivät olleet samoja, joita minulle suunnittelijana tuotteesta heräsi. Moni kuitenkin mainitsi tuotteesta tulevan mieleen taiteellisuus, taidemuseo tai galleria. Luulen tämän johtuvan siitä, että kuva itsessään muistuttaa taulua. Taulu taas muotonsa perusteella ei ole kaukana omasta ajatuksestani ikkunasta.

Kaksi vastaajaa mainitsi, että tuote on moderni tai jotakin uutta, joten se tukee omaa ajatustani tuotteen ajankohtaisuudesta. Eräs vastaaja mainitsi, että tuotteen avulla saisi eteistilaan uutta ilmettä, millä kuvailin myös tuotetta ajankohtaisuutta käsiteltäessä.

Valmistusmateriaaleista vastaajat olivat samaa mieltä kuin minä. Kotimaisuutta pidettiin isona plussana ja tuotteen valmistus Suomessa herätti positiivisia tuntemuksia.

Tuotteen kohderyhmä vaatii pohtimista. Seuraava vaihe voisi olla suorittaa sama kysely, mutta niin, että vastaajat ovat naisia. Näin saisi lisää tietoa siitä, oliko kohderyhmän sukupuoli määritetty oikein. Tuotteeseen voisi tehdä myös lisää kuvavaihtoehtoja.

Pohdin itsekin ripustimien paikkaa esityskuvaa tehdessäni. Koska en ajattellut kuvan olevan niin isossa roolissa, enemmänkin taustana, niin en ajattellut sen haittaavan. Kyselyn perusteella vastaajat kuitenkin kokivat kuvan olevan tärkein elementti. Jos kuva olisi pienempi tai kapeampi, eikä se kiinnittäisi huomiota niin paljoa, silloin tuotteen käyttöominaisuudet nousisivat isompaan rooliin. Tuotteesta poistuisi sen tarve tilalle ja avaruudelle, ja se sopisi paremmin myös ahtaisiin eteistiloihin, niinkuin alunperin suunnittelin.

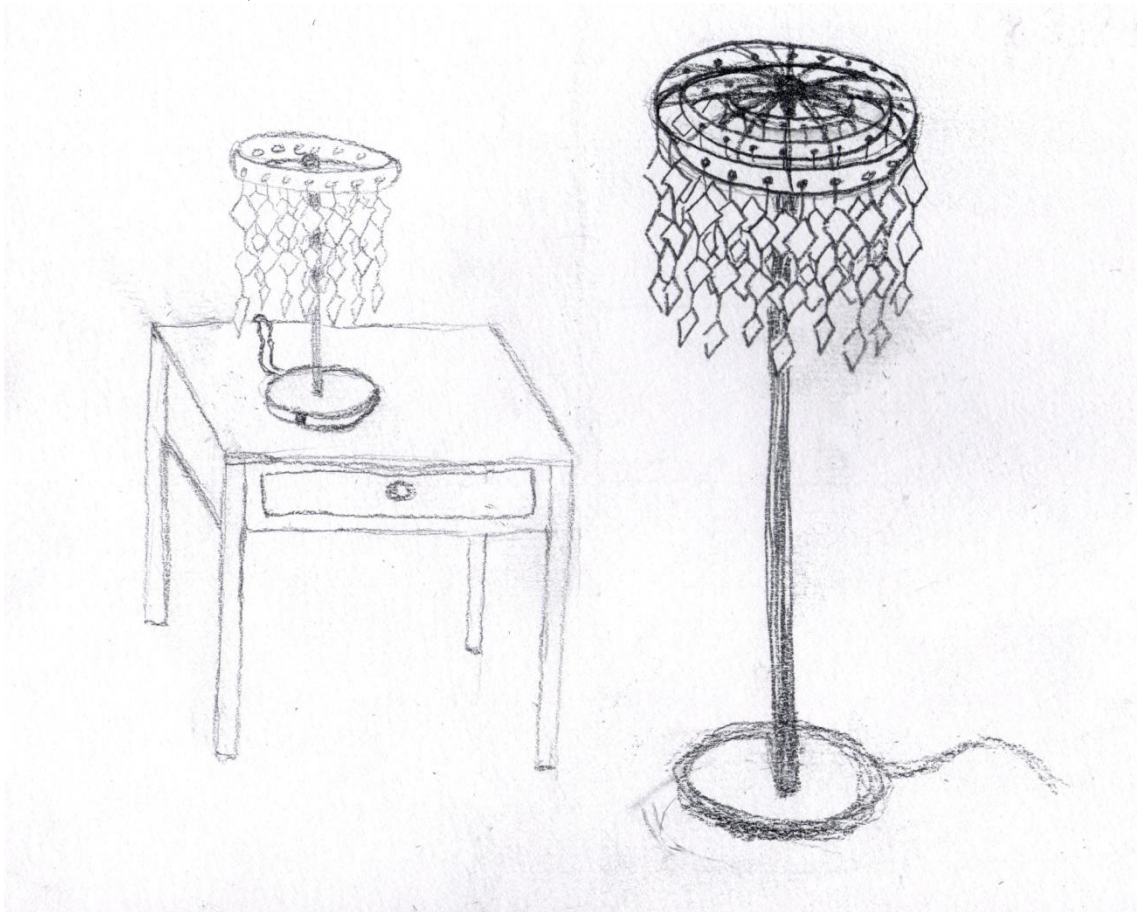
Lampun sijoittelu voisi olla ylempänä, jolloin siihen ei ylety lapset eikä se ole tiellä. Toisaalta kelloa en haluaisi siirtää alemmaksi, koska muuten se ei näy niin pitkälle.

Oma analyysini tuotteesta poikkesi melko lailla vastaajien mielipiteistä. Kuvittelisin tämän johtuvan siitä, että vastaajien sukupuoli on eri kuin itselläni. Tuotteita suunnitellessani kiinnitän eniten huomiota tuotteen esitteisiin seikkoihin ja vastaajaryhmän miehet katsoivat tuotetta enemmän tekniseltä kannalta.

### 5.3 Paperikruunu

Sana ”kevyt” nousi esiin tuotteen kuvailussa, ja se oli yksi minunkin käyttämäni sanavalinnoista. Myös tuotteen valoisuus huomioitiin, mikä olikin yksi tuotteen perusominaisuus.

Moni vastaaja mainitsi, että tuote ei sovi heidän sisustukseensa. Tämä sai minut pohtimaan, miten tuotteesta saisi sellaisen, että se sopisi useampaan kotiin. Valaisimella voisi olla eri koko- ja väri vaihtoehtoja (kuva 30 ja kuva 31).



Kuva 30. Tuotetta voisi olla saatavilla erikokoisina.

Kysely vahvisti kohderyhmän ikähaarukan ja sukupuolen olevan oikea. Moni mainitsi tuotteen soveltuvan pelkistettyyn ja vaaleaan ympäristöön. Tämän perusteella kohderyhmää voisi vielä supistaa tietynlaisen sisustustyylin omaaviin ihmisiin. Yhden vastaajan mukaan tuote sopisi parhaiten vaalean tai lasisen ruokailuryhmän kaveriksi, niin kuin minäkin suunnittelin tehdessäni oheisrekvisiittaa esityskuviiin.



Kuva 31. Myös Paperikruunua voisi olla saatavilla eri väreissä.

Tuotteen ideaa pidettiin toimivana. Voisi harkita kokonaan luopumista tapetista, niinkuin yksi vastaaja pohti. Tapetti on ehkä ylimääräinen kokonaisuutta ajatellen. Kiinnostuneita ostajia saattaisi myös olla enemmän, jos kyseessä on pelkkä valaisin.

Esteettisyyden tarve nousi kyselyn perusteella hallitsevaksi ostopäätöksen syyksi. Tuotetta kuvattiin miellyttävän muotoiseksi ja näköiseksi. Mukaavuuden tarpeeseen tuotteen voisi hankkia yksi vastaaja, koska lampusta saa valoa. Toinenkin vastaaja mainitsi led-valot energiatehokkaiksi.

Moni vastaaja kuvaili valaisinta kevyeksi, joka on yksi omista assosiaatioistani. Tuotteesta saatuja assosiaatioita olivat myös muun muassa lumisade ja keveä poutapilvi, ovat lähellä kevyttä. Oma miellelyhtymäni klassisuudesta ja ajattomuudesta tuli myös esiin vastaajien pohtiessa tuotteen ajankohtaisuutta. Kristallikruunua ei kukaan vastaajista maininnut miellelyhtymäksi, mutta oletan sen johtuvan siitä, että se on assosiaationa liian selkeä ja mainittiin tuotteen kuvauksessa puhuttaessa tuotteen muodosta. Ikean lamput mainitsee yksi vastaaja ja se tuli myös minulle mieleen tuotteen ideointivaiheessa.

Tuotteen ekologisuus ja kotimaisuus teki myös vastaajien mielestä tuotteesta ajankohtaisen. Yksi vastaajista oli kanssani samaa mieltä siitä, että paperi valmistusmateriaalina on hyvä sen valonläpäisevyyden johdosta.

Kyselystä sain uusia asioita, joita pohtia tuotteen eteenpäin kehityksessä, esimerkiksi miten paperi materiaalina toimii keittiötilassa ja kuinka sen puhtaanapito onnistuu. Paperi voisi olla kiiltäväpintaista ja pyyhittävissä. Kokonaisuudessaan tulos oli positiivinen ja sen perusteella uskoisin, että tuotteella voisi olla jatkokehityksen jälkeen mahdollisuuksia tuotemerkki-

noilla. Vastauksien perusteella omat ajatukseni tuotteesta eivät olleet kaukana vastaajien mielipiteistä.

## 6 POHDINTA & ARVIOINTI

Tuotesuunnittelu oli helppoa varsinkin ensimmäisen tuotteen kohdalla, koska sen idea oli lähtökohtana koko opinnäytetyölle. Seinäpuu on mielestäni opinnäytetyön onnistunein tuote. Se on kokonaisuutena eniten valmis. Esityskuvista sain myös onnistuneet. Niistä kävi hyvin ilmi tuotteen koko, käyttötarkoitus ja muoto.

Paperikruunusta pudottaisin tapetin pois kokonaan, ja keskittyisin pelkkään valaisimeen. Itse tuote on mielestäni hyvä ja toimiva kokonaisuus, jossa on potentiaalia. Tuotteen tekeminen pienoismallina oli oikea ratkaisu, koska sen mallintaminen tietokoneella olisi vienyt turhan paljon aikaa. Esityskuvat tuotteesta onnistuivat hyvin ja ne toivat tuotteen muodon, käyttötarkoituksen ja esteettisen puolen hyvin esille kyselyssä.

Aikamaisema on kaikista keskeneräisin tuote ja se vaatii paljon jatkokehittelyä, ennen kuin se on valmis. Ongelmia on niin kuvan kuin käyttöelementtien sijoittelun kanssa. Tässä vaiheessa suunnittelisin tuotteen kokonaan alusta asti ja ehkä luopuisin joistakin elementeistä. Aikamaisemasta oleva esityskuva, jota käytin kyselyssä, olisi voinut olla informatiivisempi. Kaikille kyselyyn vastanneille tuotteen koko ei tullut selville. Yksi vastaaja ehdotti lamppua korkeammalle, etteivät esimerkiksi lapset ylettyisi siihen. Esityskuvasta olisi pitänyt käydä paremmin ilmi tuotteen koko ja se, että lamppu on sijoitettu korkealle. Seinäpuun esityskuvaan tekemäni rekvisiitat auttoivat vastaajia hahmottamaan tuotteen koon, joten aikamaisemaankin olisi pitänyt tehdä muuta rekvisiittaa antamaan viitteitä tuotteen koosta tai siitä olisi pitänyt mainita tuotteen esittelyssä. Myös kaksi lähikuvaa tuotteesta antoivat ehkä väärää viitettä tuotteen koosta. Kuvakulma olisi pitänyt valita siten, että tuotetta katsotaan käyttäjän korkeudelta kaikissa kuvissa.

Kyselyn perusteella Aikamaisema on tuotteena sellainen, että se tulisi ottaa huomioon jo asunnon hankinnan tai talon rakentamisen vaiheessa, koska se tarvitsee tilaa ympärilleen. Siksi tuotteen kanssa kannattaisi lähestyä enemmän sisustuspalveluja tai rakennuspalveluja tekeviä yrityksiä. Seinäpuun ja paperikruunun kanssa tätä ongelmaa ei ole, sillä niidenlaisille esineille ja huonekaluille on yleensä joka asunnossa tilaa.

Kyselyn tekeminen oli yllättävän helppoa funktioanalyysin avulla. Sen käyttäminen oli tarpeellista, koska sen avulla pystyin tarkemmin määrittelemään, mitä käyttäjiltä pitää kysyä, jotta kyselyn tulos olisi mahdollisimman hyödyllinen. Se myös helpotti omien ajatusten vertailemista vastaajien mielipiteisiin, kun pohjana toimivat tarkat ajatukset tuotteiden eri ominaisuuksista.

Vastauksia Seinäpuuhun sain mielestäni riittävästi, mutta Paperikruunuun ja Aikamaisemaan niitä olisin toivonut enemmän. Enimmäkseen vastaajat olivat ymmärtäneet kysymykset. Assosiaatioihin liittyvä kysymys näytti

olevan kaikista vaikein vastata. Halusin pitää vastaajaryhmän pienenä, koska kysymykset olivat avoimia ja niiden käsittely olisi helpompaa, kun vastauksia oli vähän. Tämä onnistui hyvin ja vastaukset oli helppo käydä läpi ja koota yhteen. Kokonaisuudessaan kysely onnistui hyvin ja sain siitä tärkeää tutkimustietoa koskien tuotteitani. Sen avulla sain tietooni ongelmakohtia, joita en itse olisi tullut edes ajateltua sekä hyviä ideoita tuotteiden lisäkehitykseen.

Mielestäni opinnäytetyön tavoitteet täyttyivät hyvin. Työ valotti sitä, kuinka hyödyllistä on ottaa mukaan käyttäjät jo tuotekehityksen alussa. Heidän näkökulmansa on hyvä ottaa huomioon, jotta tuotteesta saataisiin mahdollisimman kiinnostava; heillehän tuote kuitenkin suunnitellaan. Työn kohdalla voisi myös tehdä päätelmän siitä, mitä kauempana kohderyhmä on minusta itsestäni, sitä vaikeampi kohderyhmälle suunnittelu on. Tämä on osa-alue, jonka suhteen minulla on kehitettävää tuotesuunnittelussa.

Aikataulullisesti jäin jälkeen alkuperäisestä suunnitelmastani, jota työkuviot sekoittivat. Aloitin työn jo syksyllä 2013, silloin tiesin työn aiheen ja ensimmäinen tuote oli valmis. Vauhtiin pääsin vasta tammikuun puolella, kun lähdin suunnittelemaan muita tuotteita sekä kävin läpi kirjallisuutta, jota työssäni käytin. Tuotteiden suunnittelu kävi nopeasti, koska suunnitteluni perustuu yleensä valmiille tuotteelle, jonka näen mielessäni. Vaikea vaihe on saada tuote paperille ja valmiiksi esityskuvaksi. Kyselyn sain tehtyä nopeasti ja vastauksien käsittelyssäkään ei mennyt kauaa. Muutenkin opinnäytetyön kirjoittaminen sujui sutjakasti, koska minulla on kokemusta kirjoittamisesta paljon, enkä koskaan ole kokenut sitä haastavaksi. Työkuviot kuitenkin sotkivat aikataulua, joten työ oli valmis vasta syksyllä 2014.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyö onnistui mielestäni hyvin. Tuotteita työssä olisi voinut olla ehkä enemmän, mutta luovuin tästä ajatuksesta aikataulun takia. Työ koostuu kuitenkin monesta osa-alueesta, ja ajattelin, että tulisi kiire, jos tuotteita olisi enemmän. Työ antoi hyviä vinkkejä siihen, miten voin kehittää itseäni muotoilijana pidemmälle. Kyselyn positiiviset tulokset myös vahvistavat omaa luottamustani taitoihini muotoilijana.

## LÄHTEET

Anttila, P. 1996. Käsitön ja muotoilun teoreettiset perusteet. Porvoo: WSOY

Huittinen, T., P. 2008. Muodon taju. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J., Koskinen, I., P. 2003. Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy

Häti-Korkeila, M., Kähönen, H., P. 1985. Tuotesuunnittelun perusteita. Porvoo: WSOY

Ihminen seuraa muotoa. Tapio Periäisen kirjoituksia 1962–1986 (toim.). P. 1986. Helsinki: Taideteollisen Korkeakoulu julkaisusarja B

Papanek, V., P. 1973. Turhaa vai tarpeellista? Helsinki: Yhteiskirjapaino Oy

Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja (toim.). P. 2009. Porvoo: WSOY

Vilko-Riihelä, A., P. 1999. Psykyke. Psykologian käsikirja. Porvoo: WSOY

Wilhide, E., P. 2002. Kodin sisustajan kirja. Hämeenlinna: Karisto Oy.



## KYSELY

Opiskelen Hämeen ammattikorkeakoulussa muotoilua ja teen tällä hetkellä opinnäytetyötäni. Aiheenani on kuvan ja käyttötarkoituksen yhdistäminen tuotteeksi. Lähestyn aihetta käyttäjäkeskeisen tuotesuunnittelun kautta; haluan selvittää, kuinka tuotteen suunnittelijan ajatukset tuotteesta eroavat käyttäjäkunnan ajatuksista ja kuinka tuotetta voisi kehittää eteenpäin. Opinnäytetyöhöni liittyen pyytäisinkin sinua vastaamaan muutamaan kysymykseen. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja henkilötietoja ei luovuteta eteenpäin. Vastauksia käsitellään opinnäytetyössäni nimettömästi.

Pyytäisin sinua lähettämään vastauksesi sähköpostilla 9.3.2014 mennessä osoitteeseen [jatta.sahramies@gmail.com](mailto:jatta.sahramies@gmail.com)

## KYSELY

*Kyselyssä käsiteltävä tuote on idea-asteella ja sitä ei valmisteta tai myydä missään.*

Lyhyt kuvaus tuotteesta:

.....

Katso sähköpostin liitteenä tulleet kuvat läpi hyvin ja vastaa sen jälkeen mielellään kaikkiin alla oleviin kysymyksiin. Koita perustella vastauksesi mahdollisimman hyvin.

**Millainen tuote sinusta on?**

**Voisitko kuvitella omistavasi tällaisen tuotteen?**

**Millaiselle ihmiselle tuote mielestäsi sopisi?**

**Toimiiko tuotteen idea?**

**Jos hankkisit tällaisen tuotteen, niin miksi tekisit sen?**

**Mitä sinulle tulee tuotteesta mieleen?**

**Onko tuote sinusta ajankohtainen/aikaansa sopiva? Miksi?**

**Mitä mieltä olet tuotteen valmistusmateriaaleista?**

**Pyytäisin sinua vielä vastaamaan muutamaan taustakartoituskysymykseen**

**Sukupuoli**

**Ikä**

**Opiskeluhistoria (mitä alaa olet opiskellut/opiskelet)**

**Nykyinen ammattisi**