

Janina Jaakkola

Imago näkyväksi

Sisustussuunnitelma Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloihin

Opinnäytetyö

Kevät 2012

Kulttuurin yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma

Lifestylemuotoilu



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurin yksikkö

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Lifestylemuotoilu

Tekijä: Janina Jaakkola

Työn nimi: Imago näkyväksi – Sisustussuunnitelma Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloihin

Ohjaajat: Anne Kuusela, Sirkku Ylinen, Merja Juppo

Vuosi: 2012 Sivumäärä: 94 Liitteiden lukumäärä: 9

Opinnäytetyön aiheena oli julkisen tilan sisustussuunnitelma Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestölle. Tavoitteena oli saada nykyaikaisemmat, viihtyisät tilat, jotka tukevat järjestön imagoa.

Teoriaosuudessa syvennyttiin julkisten tilojen sisustamiseen sekä sisustuksen vaikutuksesta imagoon. Käyttäjätietoa hankittiin suunnittelun tueksi haastatteleamalla järjestön henkilökuntaa ja asiakkaita. Produktiivisessa osiossa tehtiin valmis sisustussuunnitelma järjestön toimitiloihin.

Työn lopputuloksena oli sisustussuunnitelma, joka huomioi tilojen käyttäjien tarpeita, edesauttaa viihtyisyyttä ja tukee järjestön imagoa.

Avainsanat: sisustussuunnittelu, visuaalinen markkinointi, yrityskuva, imago, julkiset tilat

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Design

Specialisation: Lifestyle Design

Author/s: Janina Jaakkola

Title of thesis: Visible image - Interior design of the premises of Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät

Supervisors: Anne Kuusela, Sirkku Ylinen, Merja Juppo

Year: 2012 Number of pages: 94 Number of appendices: 9

The objective of this thesis was the interior design project of the space in Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -organization. The goal was to get more modern and comfortable facilities that support the image of the organization.

Public spaces as well as effects of interior decoration to the image were discussed in the theoretical part of thesis. The user information was obtained by interviewing the staff and customers of the organization. An interior design plan was made to the premises of the organization in the productive part of the work.

The outcome of this study was a design plan that takes into account the needs of users of the premises, furthers the comfort and supports the image of the organization.

Keywords: interior design, visual merchandising, corporate image, brand image, public spaces

SISÄLTÖ

| | |
|--|----|
| Opinnäytetyön tiivistelmä..... | 2 |
| Thesis abstract..... | 3 |
| SISÄLTÖ..... | 4 |
| KUVALUETTELO..... | 7 |
| KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO | 8 |
| 1 JOHDANTO | 9 |
| 2 TOIMEKSIANTO JA TAVOITTEET | 10 |
| 2.1 Lähtökohta | 10 |
| 2.2 Toimeksianto..... | 10 |
| 2.3 Tavoitteet | 11 |
| 3 TOIMEKSIANTAJA | 13 |
| 3.1 Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät | 13 |
| 3.2 Tila-analyysi | 14 |
| 3.3 Yhteenveto ja pohdintaa tiloista | 24 |
| 3.4 Suomen Yrittäjien graafinen ohjeisto..... | 25 |
| 3.5 Yhteenveto ja pohdintaa graafisesta ohjeistuksesta | 27 |
| 4 JULKISTEN TILOJEN SISUSTUSSUUNNITTELU..... | 28 |
| 4.1 Paloturvallisuus..... | 28 |
| 4.2 Sisäänkäynnit ja aulat | 28 |
| 4.3 Kokoustilat | 29 |
| 4.4 Värit..... | 29 |
| 4.5 Valaistus | 30 |
| 4.6 Akustiikka..... | 31 |
| 4.7 Julkisen tilan kalusteet | 32 |
| 4.8 Materiaalit | 33 |
| 4.9 Yhteenveto julkisten tilojen sisustussuunnittelusta..... | 34 |
| 5 TOIMITILOJEN SISUSTUKSEN VAIKUTUS YRITYSKUVAAN | 35 |
| 5.1 Sisääntulo ja aula..... | 37 |
| 5.2 Ikkunat | 38 |
| 5.3 Opasteet | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 5.4 Valaistus | 39 |
| 5.5 Värit..... | 40 |
| 5.6 Kalusteet | 41 |
| 5.7 Tuotteiden esillepano..... | 42 |
| 5.8 Yhteenveto ja pohdintaa toimitilojen sisustuksen vaikutuksesta yrittäskuvaan | 43 |
| 6 KÄYTTÄJIEN NÄKEMYKSIÄ ETELÄ-POHJANMAAN YRITTÄJIEN TOIMITILASTA | 44 |
| 6.1 Käyttäjien haastattelu..... | 44 |
| 6.2 Haastattelu Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien henkilökunnalle ja asiakkaille.... | 46 |
| 6.3 Haastattelun toteutus ja tulosten analysointi | 47 |
| 6.4 Yhteenveto ja pohdintaa käyttäjien näkemyksistä Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilasta | 51 |
| 7 MUOTOILUPROSESSI..... | 52 |
| 7.1 Muotoilun tavoitteet | 52 |
| 7.2 Ideointi | 53 |
| 7.3 Teemat..... | 59 |
| 7.4 Konseptien luonnostelu | 60 |
| 7.4.1 Modernia ja graafista -konseptin luonnostelu..... | 61 |
| 7.4.2 Perinteistä ja pehmeää -konseptin luonnostelu..... | 63 |
| 7.4.3 Luovaa ja värikästä -konseptin luonnostelu | 65 |
| 7.5 Palautteet konsepteista | 70 |
| 7.6 Valitun konseptin kehittäminen | 71 |
| 8 VALMIS SISUSTUSSUUNNITELMA..... | 73 |
| 8.1 Aula..... | 75 |
| 8.2 Käytävät | 79 |
| 8.3 Neuvotteluhuone | 81 |
| 8.4 Toimeksiantajan palaute | 83 |
| 9 JOHTOPÄÄTÖKSET | 84 |
| LÄHTEET | 85 |
| KUVA-, KUVA- JA TAULUKKOLÄHTEET | 90 |
| KUVAKOLLAASILÄHTEET | 92 |

| | |
|---------------|----|
| LIITTEET..... | 94 |
|---------------|----|

KUVALUETTELO

| | |
|---|----|
| Kuva 1. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien julkisivu | 16 |
| Kuva 2. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien sisääntuloaula..... | 17 |
| Kuva 3. Odotustila..... | 18 |
| Kuva 4. Vasemman puoleinen käytävä | 19 |
| Kuva 5. Naulakko..... | 20 |
| Kuva 6. Kahviautomaatti | 21 |
| Kuva 7. Näkymä kokoushuoneen takaseinälle | 22 |
| Kuva 8. Näkymä kokoushuoneen etuosaan..... | 23 |

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

| | |
|--|----|
| Kuvio 1. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien pohjapiirustus..... | 15 |
| Kuvio 2. Funktioanalyysi | 25 |
| Kuvio 3. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -logo | 26 |
| Kuvio 4. Miellekartta..... | 55 |
| Kuvio 5. Ideointia lootuskukkamenetelmällä | 56 |
| Kuvio 6. Ideointia pakotetun nopeuden menetelmällä..... | 57 |
| Kuvio 7. Moderni aulatila..... | 61 |
| Kuvio 8. Moderni kokoushuone..... | 62 |
| Kuvio 9. Perinteinen odotustila..... | 64 |
| Kuvio 10. Perinteinen kokoushuone..... | 65 |
| Kuvio 11. Luova ja värikäs -konseptin odotustila | 67 |
| Kuvio 12. Luova ja värikäs -konseptinkokoushuone | 68 |
| Kuvio 13. Syvennyksen hyödyntäminen internet-pisteeksi | 69 |
| Kuvio 14. Vitriini yrittäjälahjoille ja ratkaisu postilaatikkoon..... | 70 |
| Kuvio 15. Postilaatikon luonnostelua | 72 |
| Kuvio 16. Uusi odotustila | 76 |
| Kuvio 17. Naulakko | 78 |
| Kuvio 18. Postilaatikko ja vitriini yrittäjälahjoille..... | 79 |
| Kuvio 19. Syvennys keskimmäisen käytävän varrella..... | 80 |
| Kuvio 20. Uusi neuvottelutila..... | 81 |
| | |
| Taulukko 1. Värit ja niiden erilaiset psykologiset tulkinnat ja vaikutukset..... | 41 |
| Taulukko 2. Yhteenveto muotoilun tavoitteiden tueksi | 53 |

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössäni syvennyn julkisen tilan sisustussuunnitteluun. Toimeksiantona on suunnitella Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloihin järjestön imagoa tukeva sisustussuunnitelma. Työssäni pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiini, miten yrityksen imago välittyy toimitilojen sisustuksen avulla, ja mitä julkitilojen sisustuksessa tulee huomioida.

Seuraavassa luvussa kerron projektin lähtökohdista ja opinnäytetyön tavoitteista. Avaan myös saamaani toimeksiantoa. Luvussa kolme esittelen toimeksiantajan, ja kerron muutaman sanan Suomen Yrittäjien keskusjärjestöstä. Esittelen sisustussuunnitelman kohteena olevat tilat tila-analyysin, funktioanalyysin ja kuvien avulla. Tutkin myös järjestön graafista ohjeistusta ja sen eri elementtien välittämää mielikuvaa.

Luvussa neljä vastaan tutkimuskysymykseen, mitä tulee huomioida julkisten tilojen sisustussuunnitelmassa. Avaan erilaisia sisustussuunnitteluprojektissa huomioitavia osa-alueita; niiden merkityksiä ja säädöksiä, jotka koskevat julkisten tilojen sisustusta. Luku viisi vastaa tutkimuskysymykseen, miten yrityksen toimitilojen sisustus tukee yrityksen brändiä. Käyn läpi, miten eri sisustuselementeillä voidaan vaikuttaa tiloista saatuihin mielikuviin, ja sitä, miten toimitilojen suunnittelulla voidaan viestittää yrityksen imagosta ja tavoitteista.

Luvussa kuusi hankin käyttäjätietoa muotoiluprosessin tueksi, haastattelemalla Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien henkilökuntaa ja heidän asiakkaitaan. Haastattelumenetelmänä käytän teemahaastattelua. Saadut vastaukset analysoin sisällönanalyysimenetelmää käyttäen. Vertailen tuloksia keskenään ja selvitän, eroavatko henkilökunnan ja asiakkaiden ajatukset ja mielikuvat toisistaan. Selvitan myös sen, välittyykö järjestön imago toimitilojen tämän hetkisen sisustuksen kautta asiakkaille.

Itse muotoiluprosessi tapahtuu luvussa seitsemän. Käyn projektin läpi ideoinnista vaihtoehtoisiin konsepteihin, jonka jälkeen laadin lopullisen sisustussuunnitelman. Valmis suunnitelma esitellään luvussa kahdeksan. Viimeinen kappale käsittelee yhteenvetoa projektista.

2 TOIMEKSIANTO JA TAVOITTEET

2.1 Lähtökohta

Opinnäytetyöaiheeni valikoitui siksi, koska olen keskittynyt opinnoissani sisustamiseen. Aion myös tehdä sen parissa töitä valmistumisen jälkeen. Vaikka olemmekin tehneet opiskelujen aikana useita sisustussuunnitelmia julkisiin tiloihin, koen, että yleisten tilojen sisustussuunnittelu on haastavaa, ja siinä on jatkuvasti kehitettävää ja uutta opittavaa. Tästä johtuen uskon, että opinnäytetyö antaa minulle hyödyllistä tietoutta ja kokemusta julkitilojen suunnittelusta myös tulevaisuudessa hyödynnettäväksi.

Toimeksiantajana opinnäytetyössäni oli Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestö, joka ilmoitti olevansa kiinnostunut pääsemään projektini kohteeksi. Järjestön henkilökunta oli jo aiemmin miettinyt, että erityisesti toimitilojen aulaan tulisi saada muutos. Tällä hetkellä sisääntulijaa kohtaa tyhjillään oleva toimisto. Sen lisäksi tiloista löytyy monta epäkohtaa, joihin toimeksiantaja haluaisi muutosta.

Ensimmäisellä käynnillä Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloissa minulle esiteltiin tilat. Koska aula oli melko pieni, tuli minun ottaa suunnitteluun lisäksi muitakin tiloja. Toimistot olivat nykyisellään toimivia, joten niiden suunnittelu ei ollut päällimmäisenä toiveena. Sen sijaan aulasta johtavilta käytäviltä löytyi puutteita, joten oli luontevaa sisällyttää ne sisustussuunnitteluun. Aulan ja käytävien lisäksi suunnittelukohteeksi otettiin järjestön neuvotteluhuone. Sain tässä vaiheessa melko vapaat kädet, sillä toimeksiantaja ei halunnut liikaa rajoittaa ideointiani. Toimeksiantajan toiveena oli kuitenkin, että tiloista tulisi nykyaikaisemmat ja niiden ilme olisi moderni ja pelkistetty.

2.2 Toimeksianto

Opinnäytetyön toimeksiannoksi rakentui sisustussuunnitelma, joka kattaa Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilojen sisääntuloaulan, aulasta eteenpäin johtavat kolme käytävää sekä kokoustilan. Sisustussuunnitelman tavoitteena on luoda

toimitiloista nykyaikaiset ja esteettiset. Samalla tulee huomioida, miten toimitilojen sisustus tukee järjestön brändiä. Lopputuotoksena tuli olla kolme erilaista sisustussuunnittelukonseptia, joista yksi valittaisiin jatkokehittelyyn ja valmiiksi sisustussuunnitelmaksi.

Aluksi tarkoituksena oli, että toinen tyhjästä toimistotiloista purettaisiin kokonaan. Tällöin aulaan tulisi runsaasti lisää tilaa, ja sisäänkäynti selkeytyisi. Tyhjän toimiston tilan voisi hyödyntää toisenlaisella käyttötarkoituksella. Ilmeni, että Etelä-Pohjanmaan Yrittäjiin on mahdollisesti tulossa muutoksia, jonka vuoksi oli epävarmaa, tulisiko ylimääräiselle toimistolle käyttöä tulevaisuudessa. Järjestön toimitusjohtaja Minna Sillanpää (2012a) kuitenkin mainitsi, että voisin tästä huolimatta poistaa ylimääräisen toimistotilan sisustussuunnitelmissa.

Yleisilmeeltä toivottiin selkeää ja pelkistettyä tunnelmaa. Tilaa ei tarvinnut täyttää esimerkiksi liiallisilla matoilla tai muilla sisustustuotteilla. Värimaailmaa sain suunnitella vapaasti, mutta voisin halutessani hyödyntää Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien värimaailmaa graafisen ohjeistuksen pohjalta. Uutta kalustusta sai miettiä vapaasti. Etenkin kokoustilan tuolit olivat kulahtaneet käytössä, joten niiden uusiminen tulisi joka tapauksessa ajankohtaiseksi lähiaikoina. Kokoustila on kooltaan pieni, mutta oli tärkeää, että istuinpaikkoja säilytettäisiin 15 kappaletta. (Sillanpää 2012a.)

Sillanpään pitkäaikaisena toiveena on ollut, että tiloissa näkyisi jollakin tavalla Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien historia. Hänen oma ajatuksensa oli, että tuo historia voisi esiintyä aiempien puheenjohtajien ja muiden järjestölle tärkeiden henkilöiden kuvina. Yrityslahjojen esillepanoa voisi mahdollisesti pohtia. Etenkin toimiston purkaminen voisi antaa mahdollisuuden näyttävällekin vitriinille, jolloin yrityslahjat tulisivat hyvin esille ja paikkaan, jossa ihmisiä liikkuu päivittäin useita. (Sillanpää 2012a.)

2.3 Tavoitteet

Opinnäytetyöni tavoitteena on tehdä Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloihin valmis sisustussuunnitelma, joka tukee järjestön imagoa. Tiloista tulee saada

nykyaikaiset ja toimivat, jotka kuvastavat järjestön toimintaa ja arvoja ja ovat visuaalisesti kauniit. Tavoitteenani on ajatella tiloja monipuolisesti eri näkökulmista, ja löytää erilaisia ratkaisuja tilojen sisustamiseen, eri kalustevalmistajien tarjontaa ja materiaaleja hyödyntäen. Työssäni minun tulee vastata tutkimuskysymyksiin, miten toimitilojen sisustuksella tuetaan järjestön imagoa, ja mitä tulee huomioida julkisten tilojen sisustussuunnittelussa. Työssäni haluan myös huomioida käyttäjien tarpeet. Henkilökohtaisiin tavoitteisiini kuuluu lisäksi oman suunnittelukokemuksen ja julkitilojen suunnittelutiedon syventäminen, kehittyminen tilojen mallintamisessa, sekä oman ammattitaidon osoittaminen.

3 TOIMEKSIANTAJA

3.1 Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät

Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät on yksi 21 aluejärjestöstä, jotka toimivat osana Suomen Yrittäjiä. Aluejärjestön tehtävänä on toimia oman alueen yrittäjien ja yritysten edunvalvojana. Järjestön tavoitteisiin kuuluu paikallisten yrittäjien aseman kohentaminen, yrittäjyyden edellytyksien parantaminen ja Etelä-Pohjanmaasta ja Pohjanmaasta rakentuvien yrittäjyysmaakuntien edesauttaminen, tukeminen ja kehittäminen. (Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät [viitattu 31.1.2012].)

Järjestön tärkeimpinä tehtävinä on toimia jäseniensä edunvalvojana ja toimia alueensa tehokkaana vaikuttajana ja palveluorganisaationa. Järjestö tarjoaa jäsenyrittäjilleen mahdollisuuksia menestyä, yrittäjyyden kannata tärkeitä palveluita ja yhteisiä yrittäjyystapahtumia. Järjestön jäsenet saavat tuen ja koulutuspalvelujen lisäksi käytettäväkseen jäsenetuja. Kokonaisuudessa Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien järjestöön kuuluu yli 6500 alueella toimivaa yritystä, jotka tulevat 30 paikallisen yhdistyksen kautta. (Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät [viitattu 31.1.2012].)

Etelä-Pohjanmaan Yrittäjillä on myös yrityslahjatoimintaa, joka on kehitetty yrittäjille, yrityksille ja yrittäjäjärjestöille. Yrityslahjoja tarjoava palvelu on täysin verkkokauppana toimivaa. Myynnissä olevat tuotteet ovat kuitenkin nähtävillä Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloissa, joista lahjoja joskus noudetaan. Yrittäjälahjat koostuvat pinsseistä, sormuksista, solmioketjuista, sauna- ja kylpytuotteista, Jukka Rintalan suunnittelemissa kattausliinoista sekä muista pienistä käyttötuotteista. Kaikki tuotteet on varustettu Yrittäjien logolla. Näille yrittäjälahjoille toivotaankin näyttävää esittelyvitriiniä. (Kuusisto 2012.)

Suomen Yrittäjät. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät ja muut aluejärjestöt kuuluvat Suomen Yrittäjiin, joka on yli 115 000 jäsenyrityksen keskusjärjestö. Sen jäseniin kuuluu yrityksiä kaupan, teollisuuden, liikenteen, palvelujen ja urakoinnin toimialoilta. Suomen Yrittäjien jäsenyritykset jakaantuvat puoliksi yksinyrittäjien ja työnantajayritysten kesken. (Yrittajat.fi A. [viitattu 31.1.2012].)

Suomen Yrittäjien missiona on edesauttaa rakentamaan Suomesta yrittäjyyden yhteiskuntaa, parantamalla yrittäjien asemaa ja yrittämisen edellytyksiä. Järjestön tavoitteena on nostaa yrittäjyys keskeiseksi tekijäksi erilaisten organisaatioiden toiminnassa, ja kasvattaa yrittäjien ja yritysten määrää Suomessa, parantamalla niiden taloudellista ja sosiaalista asemaa. Järjestön toiminnan lähtökohtana on yrittäjien perusarvot, joihin kuuluvat vapaus työn tekemiseen ja yrittämiseen, vastuu maan kehittymisestä ja jäsenistä sekä yrittäjyyden toimintaedellytyksien edistämisestä. Järjestön arvoihin kuuluu lisäksi luovuus, aktiivinen kehittäminen ja uusien ratkaisujen etsiminen, jotta yrittäjyys Suomessa kehittyisi. (Yrittajat.fi B. [viitattu 31.1.2012].)

3.2 Tila-analyysi

Kartoitin järjestön toimitilat kokonaisuudessaan tila-analyysin avulla. Tila-analyysin avulla voidaan tarkastella tilaa ja sen toimintoja. Menetelmällä saadaan selville epäkohtia ja puutteita, joihin on syytä suunnittelussa paneutua.

Fyysinen ympäristö on läsnä kokoajan. Se tarjoaa meille jatkuvasti informaatiota, jonka avulla syntyvät ajatukset ja toiminta. Ympäristö tarjoaa ärsykeitä, joiden tulkintaan vaikuttavat ihmisen aiemmat kokemukset. Kun ulkomaailman piirteet ja siitä saadut mallit ovat onnistuneessa vuorovaikutuksessa keskenään, asetetut tavoitteet voivat toteutua. Tilan analysointiin voidaan käyttää hajautettua tiedonmuodostusta, jossa tutkitaan eri tasoja ja elementtejä, joista kokonaisvaltainen toiminta syntyy. Eri tasot käydään yksitellen läpi, samalla analysoiden, mitä tietoa fyysiset, sosiaaliset ja ihmisen mielen sisäiset elementit kertovat. (Hyysalo 2009, 160–162.) Tilojen tarkastelun tarkoituksena on havaita tilojen ongelmat ja epäkohdat. Tilojen nykytilanne arvioidaan yksityiskohtaisesti huomioiden tilojen rakenne, materiaalit, arkkitehtuuri ja kaikki yksittäiset elementit. (Linnanmäki 2007, 87–91.) Analysointiin kuuluu näiden elementtien kokoaminen toiminnalliseksi kokonaisuudeksi (Hyysalo 2009, 160–162).

Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilat sijaitsevat Seinäjoen keskustassa. Toimitilat koostuvat seitsemästä toimistohuoneesta, kokoustilasta ja sisääntuloaulasta. Lisäksi toimitiloista löytyy henkilökunnan ruokailutila, kaksi wc:tä, myös varastona

vasemmalla puolella korkealla seinässä on suuri Suomen Yrittäjien tunnus. Toimistojen ikkunat on peitetty sinivalkoisilla paneeliverhoilla, ja ikkunoissa on suuret ja näkyvät Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien logot. Myös ulko-oveen on teipattu järjestön nimi ja aukioloajat. Toimistojen ikkunat on hyvä olla peitettyinä, sillä muuten näköyhteys olisi suoraan toimistopöydille. Aulatilaa ikkunoita voisi kuitenkin hyödyntää järjestön markkinointiin, samalla aulaan saataisiin lisää valoa. Rakennuksen edusta on tyhjä ja tylsä. Edustan viihtyisyyteen voitaisiin kiinnittää huomioita enemmän. Omia parkkipaikkoja Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien asiakkaille ei ole, mutta heti rakennuksen vieressä on runsaasti maksullisia tienvarsipaikkoja. Näiden lisäksi lähistöltä löytyy suurempiakin parkkipaikkoja, joten rakennuksessa asioiminen ei ole hankalaa. Ulko-ovi toimii ovikello-mekanismilla. Rakennukseen kulku ei sen vuoksi ole vapaata, vaan ovi tulee avata henkilökunnan toimesta.



Kuva 1. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien julkisivu (Lähde: Jaakkola Janina 2012a).

Heti rakennukseen sisään astuessa asiakasta vastassa on kaksi toimistotilaa, jotka eivät ole käytössä tällä hetkellä käytössä (Kuva 2). Toinen toimistoista on kalustettu, joten se on aina tarvittaessa käyttövalmiina. Myös toisessa toimistossa on kalustus, mutta se on tällä hetkellä kokonaan poissa toimistokäytöstä. Tilaan on

kerätty pahvilaatikoita ja ylimääräistä tavaraa, mikä antaa tulijalle heti epäsiistin ja keskeneräisen ensivaikutelman. Molemmat toimistot on rakennettu täysin purettavissa olevista elementeistä. Keskikäytävä jatkuu suoraan eteenpäin, ja johtaa henkilökunnan ruokailutilaan ja käytävän päässä sijaitsevaan kokoushuoneeseen. Käytävän varrelta löytyy myös asiakkaille tarkoitettu wc. Aulassa on suuressa osassa Yrittäjien mainoskangas.



Kuva 2. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien sisääntuloaula (Lähde: Jaakkola Janina 2012b).

Heti sisääntulon vasemmalle puolelle jää odotustila (Kuva 3). Tilassa on ainoastaan yksi penkki ja pöytä. Odotustilaa on hieman rajattu tuomalla sinne pyöreä harmaa matto. Esitteitä on saatavilla useammassa paikassa erilaisten esitetelineiden ja hyllyjen muodossa, odotustilassa näistä yksi. Tekokasveja on käytetty paljon piristämään tiloja ja luomaan viihtyisyyttä. Kuusiston (2012) mukaan odotustilan ongelma on postiluukku, joka sijaitsee penkin takana, 30 senttimetrin korkeudella lattiasta. Kaksi kertaa päivässä penkki täytyy vetää irti ikkunasta, kerätäkseen postit lattialta (Kuusisto 2012). Aulassa ei ole minkäänlaisia opasteita, mutta käytäntönä on tällä hetkellä, että joku henkilökunnasta käy vastaanottamassa ovikelloa soittavan vierailijan.



Kuva 3. Odotustila
(Lähde: Jaakkola Janina 2012c).

Odotustilasta jatkuu käytävä eteenpäin vasemmalle (Kuva 4). Käytävän varrella on kolme toimistoa, joista yksi on aiemmin mainittu satunnaisesti käytettävä toimisto ja kaksi muuta päivittäisessä käytössä. Käytävän päässä on kaksi erilaista kaappia, joihin on laitettu esille lippuja, pokaaleja ja muita tuotteita. Ratkaisu antaa vaikutelman, että tilanpuutteen vuoksi ne ovat päätyneet nurkkaan. Käytössä olevien toimistojen ulkopuoli on keskenään samanlainen, yksi korkea ikkuna kaihtimilla varustettuna ja puinen ovi, jonka materiaalina on koivu. Kaksi muuta toimistoa on rakennettu erillisistä seinäelementeistä, joissa alaosa on puuta ja yläosa ikkunaa. Seinät eivät ulotu kattoon asti, mistä syystä äänet kuuluvat toimistoon ja päinvastoin.



Kuva 4. Vasemman puoleinen käytävä
(Lähde: Jaakkola Janina 2012d).

Sisääntulon oikealle puolelle syvennykseen jää pieni tila, johon on sijoitettu naulakko (Kuva 5). Naulakko on hieman syrjässä, joten sen näkeminen ei ole ensimmäinen havainnointi tilaan astuessa. Lattiat ovat kauttaaltaan vihertävää julkisen tilan muovimattoa ja hyvässä kunnossa. Isot kattoon asti ulottuvat ikkunat tuovat aulaan luonnonvaloa, mikä on säädettävissä sälekaihtimin. Tuulikaappi on suurimmaksi osaksi lasia, joten luonnonvaloa pääsee aulatilaa paljon. Tämän lisäksi aulassa ja käytävillä on kattoon upotettuja loisteputkivaloja, jotka tuovat tiloihin tarvittavan määrän yleisvaloa. Aulatilaa katto ei ole kovin korkea, eivätkä tilat tällaisenaan vaadi toimenpiteitä akustiikan suhteen.



Kuva 5. Naulakko
(Lähde: Jaakkola Janina 2012e).

Keskimmäisen käytävän varrella, henkilökunnan ruokailutilan ulkopuolella, on kahviautomaatti (Kuva 6). Jos automaatin paikkaa haluaa siirtää, putket on vedettävä uudelleen (Kuusisto 2012). Samassa kohtaa sijaitsee käytävässä pieni syvennys, mikä ei tällä hetkellä ole hyötykäytössä. Syvennykseen on sijoitettu palosammutin, yksi esiteteline sekä tekokasvi. Vastakkaisella puolella on korkea pöytä, jossa on lisää esitteitä. Lisäksi lattialla on korkea kangasmainos. Asiakaswc sijaitsee mainoksen vieressä. Katonrajassa on neljä pientä ikkunaa, joista pääsee käytävään hieman luonnonvaloa. Kaikki seinäpinnat on maalattu harmaaksi sävytetyllä maalilla. Keskimmäisellä käytävällä maali on osittain lähtenyt pois ja vaatii korjausta.



Kuva 6. Kahviautomaatti
(Lähde: Jaakkola Janina 2012f).

Kokoustila (Kuva 7) on melko pieni ja tyypillinen neuvotteluhuone. Keskelle on koottu pitkä pöytä, jonka ympärillä on vihreäpäällysteiset tuolit. Tuolien kangas on kulahtanut ajan saatossa. Seinille on koottu erilaisia tauluja, karttoja ja julisteita sen enempää sommittelematta. Yhdellä seinällä on neljä metriä pitkä puinen vitriini, jossa on esillä runsaasti lippuja ja patsaita. Takaseinällä on umpinainen 10 senttimetrin syvyinen seinäkaappi. Takaseinän katon rajassa olevat pienet ikkunat päästävät hieman luonnonvaloa sisään. Kokoustilaan on mahduttava vähintään 15 henkilöä.



Kuva 7. Näkymä kokoushuoneen takaseinälle
(Lähde: Jaakkola Janina 2012g).

Kokoustan etuosassa (Kuva 8) on valkokangas ja matala kaapisto. Tykki on muutaman vuoden takainen hankinta (Kuusisto 2012). Katossa on samanlaisia loisteputkivalaisimia, kuin aulatiloissa ja käytävillä. Niiden lisäksi kattoon on laitettu muutama lisävalo. Kuusiston mukaan Yrittäjien logon muotoinen puhujanpöytä on tehty 2011 loppupuolella olleisiin valtakunnallisiin Yrittäjäpäiviin, jotka pidettiin Seinäjoen Arenalla. Puhujanpöytää kuljetetaan mukana tilaisuuksissa, joten sen täytyy olla helposti saatavissa. Koska pöytä on hankala liikuteltava, on se löytänyt paikan kokoushuoneesta. Tässä kokoustilassa käytävissä tilaisuuksissa sille ei kuitenkaan ole käyttötarvetta. Etuosan ovi johtaa käytävälle, josta on pääsy alakerran varastoon. (Kuusisto 2012.) Kokoustila on hieman korkeampi, kuin muut tilat.



Kuva 8. Näkymä kokoushuoneen etuosaan (Lähde: Jaakkola Janina 2012h).

Käytössä olevat toimistohuoneet on kalustettu Martelan toimistokalusteilla samantyyllisiksi. Kaikki viis käytössä olevaa toimistoa on sijoitettu siten, että niissä on ikkunat. Työntekijöiden henkilökohtaiset tavarat tuovat ripauksen persoonallisuutta toimistoihin, muuten ne ovat tyyppillisen toimistotilan näköisiä. Käytössä olevissa toimistoissa on lisäksi korkeat ikkunat käytävän puolelle, ja sälekaihtimet antavat näkösuojaa. Toimistot ovat toimivat, eikä niille ainakaan lähiaikoina ole tarvetta muutoksille.

Keskimmäisen ja oikeanpuoleisen käytävän väliin jää kopiointitila, joka toimii osittain myös varastona yrityslahjoille, esitteille ja muille ylimääräisille tavaroille. Tilaan on kulku molemmilta käytäviltä, mikä helpottaa asioiden hoitamista ja siirtymistä eri tiloihin tehokkaasti.

Tilojen päivittäiset käyttäjät ovat Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön henkilökunta. Tämän lisäksi asiakkaina käyvät muiden järjestöjen henkilökunnat, sekä järjestöön kuuluvat yrittäjät Etelä-Pohjanmaan alueelta.

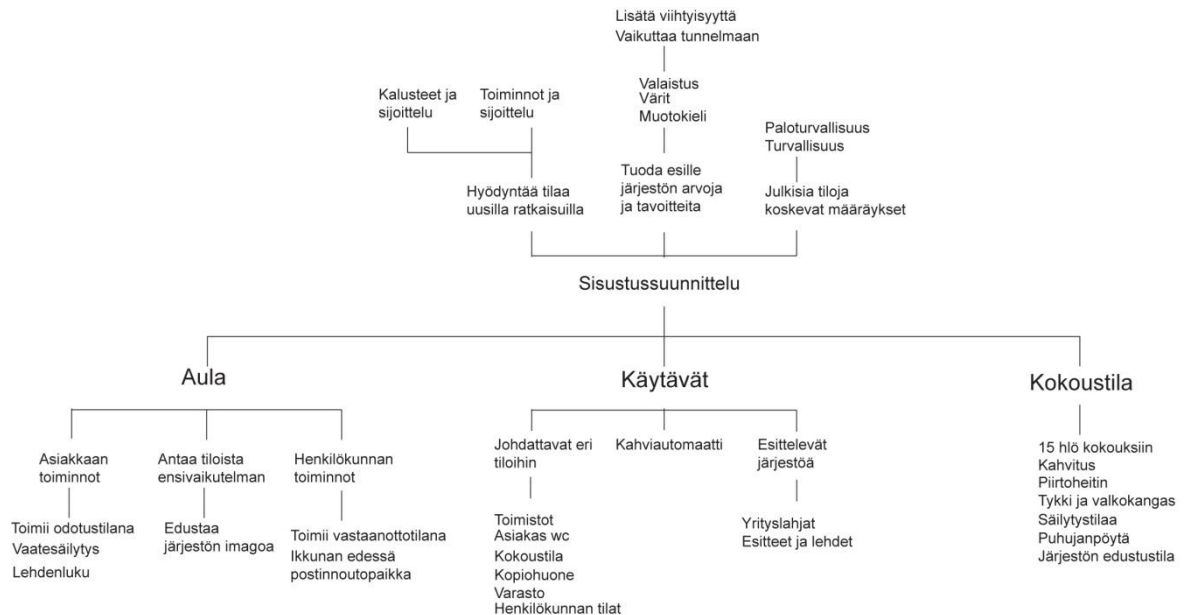
3.3 Yhteenveto ja pohdintaa tiloista

Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilat ovat yleisilmeeltään melko siistit, mutta persoonattomat ja virastomaiset. Ne eivät nykyisellään erotu muista julkisista toimitiloista, eikä tiloista käy ilmi järjestön arvot tai liikeidea. Tilojen julkisivu on erikoinen, näyttävä ja melko modernikin. Mielestäni sama näyttävä ilme ei jatku yrityksen sisätiloihin lainkaan. Aula, ja siellä sijaitseva odotustila kaipaavat uudenlaista ratkaisua. Sisääntulon näkymään on kiinnitettävä huomiota. Nykyinen varastona toimiva tyhjä toimisto ei anna tulijalle hyvää ensivaikutelmaa. Ylimääräisen toimistotilan poistaminen antaisi tilalle lisää uusia mahdollisuuksia, mutta myös lisätilaa ja avaruutta aulaan.

Aulassa ja käytävillä olevien esitteiden, kaappien ja mahdollisten muiden tuotteiden sijoittamiseen on kiinnitettävä enemmän huomiota. Nyt niitä on ripoteltu sinne tänne täyttämään tyhjiä kohtia. Mielestäni parempi ratkaisu olisi keskittää esitteet ja lehdet mahdollisesti vain yhteen paikkaan, jolloin niiden löydettävyys olisi helpompaa. Yhtenäisyyttä näihin kaappeihin ja hyllyihin voisi tuoda valitsemalla samanlaiset, tai saman sarjan tuotteita. Nykyisen odotustilan sohvan takana sijaitsevaan postiluukkuun on löydettävä uusi ja käytännöllisempi ratkaisu, helpottamaan päivittäistä postin keräämistä. Sekä kokoushuoneessa, että aulassa ja käytävillä, on sijoitettu seinille sattumanvaraisesti erilaisia julisteita ja tauluja. Näiden valintaan, sommitteluun ja rytmittämiseen on kiinnitettävä huomiota, jolloin yleisvaikutelmasta tulee siistimpi ja harkitumpi. Kalusteista etenkin istuinten tekstiilit ovat kuluneet ja haalistuneet. Käytävän seinältä irronnut maali ei näytä mukavalta tulijan silmään.

Kuviossa 2 on esitelty yhteenvetona Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilojen funktioanalyysi. Funktioanalyysin avulla voidaan syventyä tilan toimintoihin ja siihen, miten ihminen sitä käyttää. Se on käyttäjälähtöinen tekniikka, jonka avulla toiminnot määritellään sillä perusteella, miten ne vaikuttavat käyttäjään. Analyysin avulla voidaan kehittää ja parantaa olemassa olevia tuotteita, tai suunnitella kokonaan uusia. Funktioanalyysissä selvitetään ensin pääfunktio. Sen jälkeen määritellään perusfunktiot, joiden avulla pystytään toteuttamaan aiemmin määritellyt pääfunktiot. (Kettunen 2000, 78, 79.) Funktioanalyysin avulla voidaan siis tehdä hierarkkinen selvitys tuotteen jakaantumisesta eri toimintoihin, jotka

muodostavat tuotteen fyysisen toteutuksen. Analyysi on erittäin tehokas tuotteen rakenteen tunnistamiseen, joka perustuu valmistettavuuteen, käyttökelpoisuuteen ja kierrätykseen. (Ishii 2001, 108 [viitattu 8.3.2012].)



Kuvio 2. Funktioanalyysi
(Lähde: Jaakkola Janina 2012i).

3.4 Suomen Yrittäjien graafinen ohjeisto

Graafisen ohjeiston tehtävä on toimia yrityksen apuvälineenä, jotta kaikki yrityksestä lähtevä viestintä on yhtenäistä ja linjassa yrityksen tavoiteimagon kanssa. Tämä visuaalinen linja muodostuu yrityksen tunnusväreistä, typografiasta, tunnuksista ja symboliikasta, joka näkyy niin yrityksen esitteissä, opasteissa kuin muissakin virallisissa papereissa. (Nieminen 2004, 42; Klippi 2004, 112.) Tärkein kriteeri graafiselle ohjeistukselle on, että se sisältää tarkan kuvauksen kaikenlaisesta yrityksestä lähtevään viestintään, aina suullisesta ja kirjallisesta viestinnästä visuaaliseen (Koskinen 2000, 31). Kaikki yrityksen visuaaliseen linjaan kuuluvat elementit valitaan huolella, ja jokaisen valinnan takana on mielikuva, jota niillä haetaan. Myös Etelä-Pohjanmaan Yrittäjille on luotu graafinen ohjeisto, joka toimii kaikessa yrityksestä lähtevässä viestinnässä. Yhteinen ilme antaa virallisen ja asiallisen vaikutelman.

Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön logo (Kuvio 3) rakentuu järjestön nimestä ja liikemerkistä. Järjestön nimi kertoo selkeästi, että kyse on erityisesti Etelä-Pohjanmaan alueen yrittäjistä ja yrityksistä. Samaa liikemerkkiä, kirjasinta ja värimaailmaa on käytetty Suomen Yrittäjien, kaikkien aluejärjestöjen sekä paikallisyhdistysten logoissa, jolloin se sitoo kaikki järjestön tasot yhteen, ja ne on helppo yhdistää toisiinsa. Nimen kirjasintyyppinä on Times Bold Italic. Tätä fonttia kuvaillaan hienostuneeksi, tyylikkääksi ja selkeäksi (Nieminen 2004, 95). Paksut kirjaimet luovat mielikuvan vahvasta ja virallisesta yrityksestä. Nimi on helppolukuinen, ja se toimii luettavana eri mittasuhteissa.



Kuvio 3. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -logo
(Lähde: Hult Lea 2011).

Usein yritysnimen kanssa käytetään liikemerkkiä, joka toimii yrityksen kuvallisena symbolina. Sen tarkoitus on yksinkertaisuudessaan viestittää esimerkiksi yrityksen nimestä, arvoista tai toimialasta. Joskus pelkkä liikemerkki riittää markkinoimaan yritystä. (Nieminen 2004, 100.) Yrittäjien liikemerkissä on selkeästi havaittavissa oleva Y-kirjain, joka on helppo tulkita tarkoittamaan järjestön nimessä mainittua yrittäjät-sanaa. Merkki on tasapainoinen, yksinkertainen, jämäkkä ja pelkistetty, mikä lisää mielikuvaa järjestön vaikutusvallasta, vahvuudesta ja virallisuudesta. Kolme sinistä raitaa liikemerkissä voidaan yhdistää järjestön visioon, missioon ja arvoihin. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien graafinen ohjeisto suosittelee käyttämään nimeä ja liikemerkkiä pääsääntöisesti yhdessä (Graafinen ohjeisto 2011 [viitattu 14.2.2012]).

Jokaiseen graafiseen ohjeistoon sisältyy yrityksen käytettävät tunnusvärit. Värien avulla voidaan kertoa yrityksen ideologiasta, arvoista ja toimintatavoista (Nieminen 2004, 103). Yrittäjien tunnusvärit (Liite 1) ovat musta, sininen ja punainen. Lisäksi ohjeistoon kuuluu neljä lisäväriä, joista jokaista käytetään vuorovuosina esimerkiksi julkaisuissa, esitteissä ja muissa painetuissa materiaaleissa. (Kuusisto 2012).

Suomen Yrittäjien graafinen ohjeisto sisältää tarkan kuvauksen logon käytöstä erilaisissa materiaaleissa, kuten käyntikorteissa, esitteissä, lomakkeissa ja muissa painetuissa tuotteissa. Ohjeistossa on selkeästi mainittu, miten värejä kuuluu käyttää. Graafisessa ohjeistossa ei ole kuitenkaan ohjeistusta järjestöjen tilojen sisustamiseen. (Graafinen ohjeisto 2011 [viitattu 14.2.2012].) Tästä johtuen jokainen toimipaikka on erilainen, ja niille oman ilmeen luo toimipaikan sijainti, rakennuksen arkkitehtuuri ja suunnittelijan näkemys.

3.5 Yhteenveto ja pohdintaa graafisesta ohjeistuksesta

Tärkein havaintoni Suomen Yrittäjien graafisesta ohjeistuksesta oli, ettei toimipaikkojen sisustamiselle ole määrätty minkäänlaisia vaatimuksia. Koska graafinen ohjeisto ei anna ohjeistusta toimitilojen sisustamiselle, antaa se minulle suunnittelijana vapaat kädet Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilojen suunnitteluun. Halutessani voin ottaa suunnitteluun mukaan graafisessa ohjeistuksessa määritellyjä värejä, jatkaakseni ohjeistuksen mukaista linjaa värien suhteen. Ohjeistuksen tunnusvärit musta, sininen ja punainen ovat värikylläisyydeltään todella voimakkaita, joten ne eivät välttämättä sovellu sisustukseen ainakaan suurina pintoina, mutta niiden käyttäminen suunnitelmassa voisi vahvistaa tilojen ja imagon yhdenmukaisuutta. Graafisen ohjeiston sisältämät lisävärit olivat mielestäni hyviä tehosteväreiksi käytettäväksi, joten niidenkin hyödyntäminen konsepteissa oli mahdollista.

4 JULKISTEN TILOJEN SISUSTUSSUUNNITTELU

4.1 Paloturvallisuus

Julkisia tiloja suunniteltaessa on ehdottoman tärkeää kiinnittää huomiota sisusteiden paloturvallisuuteen. Sisustusmateriaalien syttyvyysluokitus voidaan jakaa kolmeen eri luokkaan syttymisen ja palonalun etenemisen perusteella. Kaksi syttyvyysluokkaa täyttää palo-ominaisuuksien vaatimukset. Näitä luokituksia ovat vaikeasti syttyvät (SL1) ja tavanomaisesti syttyvät (SL 2). Kun sisustusta suunnitellaan, tulee sisusteiden syttymisluokan valinnassa huomioida tilan käyttötapa, tilan valvonnan alaisuuden määrä, tilan käyttäjien kunto ja käyttöolosuhteet. Helposti syttyvien luokkaan kuuluvia sisusteita ei saa käyttää julkisten tilojen sisustamisessa. (RT SM-21081.)

4.2 Sisäänkäynnit ja aulat

Aulatilojen suunnittelussa on tärkeää huomioida usean samanaikaisen ihmisen sujuva liikkuminen tilassa. Sen vuoksi tilan toiminnot sijoitetaan niin, että ne tekevät tilassa liikkumisen mahdollisimman helpoksi. Julkisten rakennusten sisääntulotilojen ilmeen tulee ilmentää rakennuksen tarjoamaa palvelua ja toimintaa. Aulatioissa suositetaan usein avaraa tilaa. Tällaista vaikutelmaa voidaan edesauttaa rakentamalla aula useamman kerroksen korkuiseksi, tai käyttämällä suuria ikkunapinta-aloja. Suuret ikkunapinnat on hyvä varustaa esimerkiksi kaihtimilla, jolloin valon määrää ja häikäisyä voidaan tarvittaessa säätää. (RT 91-10788.)

Peruseriaatteena aulatilojen suunnittelussa on huomioida samanaikaisesti tilassa liikkuva henkilömäärä, jotta välttyttäisiin tilaan syntyviltä ruuhkilta. Tärkeää on huomioida kaikki mahdolliset rakennuksen käyttäjät, mukaan lukien liikuntaesteiset, näkö- ja kuulovammaiset, vanhukset ja lapset. Julkisia tiloja suunniteltaessa, on huomioitava tiloissa liikkumisen ja sisääntulon esteettömyys. Lattioiden korkeuseroja voidaan havainnoida värien, ääni- ja valomerkkien, vaihtelevien lattiapäällysteiden ja riittävän valaistuksen avulla. (RT 91-10788.)

Mikäli aulassa on vastaanottotila, on odotustilan hyvä sijaita mahdollisimman lähellä tätä, helpon kommunikoinnin ja valvonnan avuksi. Oleskelutila sijoitetaan yleensä rauhalliselle alueelle, ja sitä voidaan rajata hyödyntämällä erilaisia värejä tai lattiamateriaaleja, jolloin ihminen ohjautuu helpommin oikealle kulkuväylälle. Odotustilan viihtyisyyttä voidaan edesauttaa lisäämällä tilaan viherkasveja, näyttelyitä, lueskelumahdollisuuksia tai television katselua. Näkymä siistiin pihaan tai puutarhaan, luo lisää viihtyisyyttä. Aulan toimintoihin tulee liittyä myös naulakkotilat. Naulakot valitaan tarpeen ja kävijämäärän mukaan, ja ne sijoitetaan siten, että niiden luokse pääseminen on mahdollisimman helppoa. (RT 91-10788.)

4.3 Kokoustilat

Tukiaisen (2010, 60) mukaan suomalaisissa neuvottelutiloissa saisi olla enemmän mukana luovuus, sillä nykyään yritysten kokoustilat ovat toimitilojen tylsimpiä ja luonteettomimpia tiloja. Niissä on vain tarvittavat laitteet, mutta ei mitään muuta. Keto (2004, 181) korostaa, että nimenomaan yrityksen neuvottelutiloissa asiakas saa mielikuvan siitä, miten yritys häneen suhtautuu. Se miten asiakas kokee neuvottelutilan ja sitä kautta yrityksen suhtautumisen, saattaa vaikuttaa siihen, millaiseen lopputulokseen neuvottelu päättyy. Jotta asiakas kokee tilan luottamuksellisena, on sisustuksessa huomioitava tarvittava rauha, viihtyisyys ja kunnollinen äänieristys.

Kokoustilojen kalusteet valitaan käyttötarkoituksen mukaan. Esimerkiksi neuvotteluhuoneet, jotka ovat päätöksentekoa varten, kalustetaan mahdollisimman edustavasti. Ongelmanratkaisuun tarkoitettuihin tiloihin puolestaan tuodaan rentoa ilmettä. Neuvottelutilojen suunnittelussa huomioidaan tarvittava varustus, johon voi kuulua heijastus- ja kiinnityspinnat, säilytys- ja kaappitila, ilmanvaihto, akustiikka ja äänieristys. (RT 95-10717.)

4.4 Värit

Sisätilojen värivalinnoissa tulisi aina huomioida värien vaikutuksen tarkoituksenmukaisuus (Huttunen 2005, 122). Väreillä on iso vaikutus siihen,

minkälaisen tunnelman tila luo. Erilaisten värien avulla voidaan vaikuttaa siihen, minkä kokoisina tilat koetaan. Lämpimät ja tummat värit tekevät tilasta pienemmän tuntuisen, ja tuovat seiniä lähemmäksi, kun taas vaaleat värit suurentavat tilaa. Samankaltaisten värien käytöllä eri huoneissa voidaan yhtenäistää tiloja. (Dodsworth 2009, 136.) Myös värisävyillä on merkitystä siihen, miten tilat koetaan. Sinertävillä väreillä saadaan tila tuntumaan avarammalta, kun taas punertavat värit saavat aikaan vastakkaisen mielikuvan. Värikylläisyyttä vaihtamalla saadaan aikaan haluttua tunnelmaa. Värikylläisyydeltään voimakkaat värit kiihottavat, ja haaleat rauhoittavat. (Arnkil 2008, 236; Tukiainen 2010, 88.) Yleensä sisustuksessa käytetään neutraalimpaa yleisväriä ja kirkkaampaa ja värikkäämpää tehosteväriä pienissä yksityiskohdissa. (Jokela 2005, 20.)

Sisustuksen värejä valitessa on kiinnitettävä huomiota valon vaihteluihin, siksi värejä kannattaa tutkia eri vuorokauden aikoina ja erilaisia valoja käyttämällä. (Jokela 2005, 19.)

4.5 Valaistus

Valaistusta suunniteltaessa tulee huomioida tilan käyttötarkoitus, jonka pohjalta valaistus suunnitellaan. Valaistus voidaan jakaa yleis-, työ- ja kohdevaloon. Tiloissa, joissa tulee erityisesti huomioida turvallisuus, on yleisvalaistuksen oltava hyvin suunniteltu. (Jokela 2005, 36.) Etenkin julkisissa tiloissa valaistuksella on suuri merkitys tilojen turvallisuuteen (RT 91-10788).

Valaistussuunnittelussa on huomioitava aina määräykset koskien sähköturvallisuutta. Näihin määräyksiin lukeutuu käyttöolojen vaarallisuus, asennustilojen laji ja käyttötarkoitus, sekä kotelointiluokat ja suojaetäisyyksien huomioiminen. Myös poistumisteiden valaistukseen on olemassa omat määräykset. Kaikki ulos johtavat käytävät ja kulkutiet on varustettava riittävällä valolla ja turva- ja merkkivaloilla, turvallisen ja nopean uloskäynnin takaamiseksi. Valaistuksessa tulee huomioida ihmisen iän merkitys tarvittavan valaistuksen määrään. Valon tulee olla riittävän voimakas, ja sen värinvalon ominaisuuksiin, häikäisyn estoon ja voimakkaisiin valaistuserojen tasoittamiseen tulee kiinnittää

huomioita, jotta tila on turvallinen käyttää myös vanhuksille ja heikkonäköisille. (RT 75-10569.) Mahdollista häikäisyn muodostusta tulee välttää. (RT 91-10788.)

Liian vähäisessä valossa ihmisen näkökyky ei pysty toimimaan tehokkaasti. Syvyysterävyys voi jäädä huonossa valaistuksessa niin pieneksi, että tällaisessa valaistuksessa katsominen kuormittaa näköaistia ja voi olla vaaraksi turvallisuudelle. (Huttunen 2005, 119.) Lisävalaistusta on lisättävä erityisesti kohdissa, joissa onnettomuusriski on korkea. Näitä voivat olla käytävien risteyskohdat, lattian tasoerojen kohdissa, portaikoissa ja paikoissa, joissa kulkusuunta muuttuu. (RT 91-10788; Fagerhult [viitattu 23.3.2012].) Tällaisissa paikoissa, turvallisuusriskien minimoimiseksi, valon määrän tulee vastata kutakuinkin päivänvalon määrää. (RT 91-10788.)

Riittävän valaistuksen aikaansaamiseksi voidaan vaikuttaa valitsemalla seinien ja kattojen pintaväreiksi mahdollisimman vaaleita sävyjä, jolloin tarpeeksi hyvä valaistus voidaan saavuttaa melko vähäisellä valaistuksella. Valaistuksen olisi hyvä toteutua myös siten, että tilasta toiseen kuljettaessa valon voimakkuuden eroavaisuudet eivät olisi liian jyrkkiä, jolloin vältytään häikäisyltä, ja toisaalta epämukavuuden tunteelta liian hämärään tilaan mentäessä. (Huttunen 2005, 120.)

4.6 Akustiikka

Akustiikan huomioiminen julkisissa tiloissa, ja etenkin työtiloissa, on tärkeää, sillä akustiikalla on suora yhteys viihtyisyyteen, työhyvinvointiin ja tilan kokemisen miellyttävyyteen. Akustiikkaan liittyy jälkikaiunta-aika. Tällä tarkoitetaan aikaa, joka kuuluu itse äänilähteen loputtua. Pääsääntönä on, että kun puhujan sanoma sana loppuu ennen, kuin kuulija kuulee seuraavan, akustiikka on kunnossa. (Soften.fi [viitattu 20.2.2012].)

Jälkikaiunta-aikaa voidaan muuttaa akustisen materiaalin sijoittamisella tilan kokoon ja muotoon nähden. Sisustuksen materiaaleilla on välitön vaikutus tilan akustiikkaan, sillä kovat materiaalit eivät toimi vaimentaen, vaan heijastaen. Tällaisen materiaalin vastaparina tulisi käyttää pehmeämpää materiaalia, jolloin tilan akustiikka olisi tasapainossa. (Soften.fi [viitattu 20.2.2012].)

Kontrolloimalla tilan akustiikkaa, voidaan ehkäistä epätoivottujen äänien syntymistä tilassa, ehkäistä ääniä tulemasta muista tiloista tai lähiympäristöstä, ja muuttaa äänen kuulemisen laatua, samalla muokaten henkilön tilasta saamaa kokemusta positiiviseksi. (Dodsworth 2009, 124.)

Kaikuminen ja jälkikaiut syntyvät, kun ääniaallot toistuvasti heijastuvat yhdensuuntaisilta pinnoilta. Tähän voidaan vaikuttaa suunnittelemalla pinnat siten, että vastakkaiset pinnat eivät ole yhdensuuntaisia, jolloin ääniaallot eivät pysty jatkuvasti heijastumaan. Tällöin kaiun lähde poistuu, tai heikkenee. Akustiikkaan voidaan vaikuttaa myös muuttamalla pintojen litteää muotoa, jolloin ääniaaltojen heijastuminen hankaloituu. Tehokas keino tilan akustisten ominaisuuksien vaikuttamiseen on korvata kovat pintamateriaalit materiaaleiksi, joilla on jo valmiiksi akustisia ominaisuuksia. (Dodsworth 2009, 124, 125.)

Kokoustiloissa hyvä akustiikka on välttämätön, sillä puheen kuuluminen on olennainen osa tilan toimintoja. Tällaisissa tiloissa hyödynnetään heijastavaa materiaalia katon keskiosassa, jolloin puhujan ääni heijastuu kuulijalle. Suurissa ja korkeissa auloissa joudutaan usein käyttämään vaimentavia materiaaleja. Tilan akustiikkaan voidaan vaikuttaa lattian, seinien ja katon materiaalivalinnoilla ja muodoilla, mutta myös kalusteilla, sisustustekstiileillä ja käyttämällä seinäkkeitä pilkkomaan avaraa tilaa. (SIT 05-610038.)

4.7 Julkisen tilan kalusteet

Kalusteiden valinnassa tulee kiinnittää huomioita, mihin tilaan ja käyttötarkoitukseen huonekalut tulevat (Nieminen 2004, 246). Huonekaluilla voidaan vaikuttaa tilan tuntuun ja esimerkiksi huoneen korkeudesta saatavaan vaikutelmaan. Tila saadaan näyttämään korkeammalta käyttämällä matalia kalusteita ja päinvastoin, jolloin on tärkeää, että kalusteet ovat oikean kokoiset suhteessa tilaan. (Jokela 2005, 60.) Kalusteiden valinnalla ja sijoittamisella voidaan luoda haluttua tunnelmaa, mutta niitä voidaan myös hyödyntää tilan jakamisessa tai erilaisten toiminta-alueiden osoittamiseen. Julkisissa tiloissa käytettävien kalusteiden valinnassa on hyvä kiinnittää huomioita siihen, että ne ovat toiminnaltaan oikeanlaisia käyttötarkoitukseen ja tilaan nähden. Kalusteiden

tulee olla kestäviä, esteettisiä ja mieluiten helposti muunneltavia. Tärkeää on huomioida, että kalusteiden pintamateriaalit ovat kestäviä, helposti puhdistettavia ja pölyä keräämättömiä. Kalusteiden pintamateriaalien värivalinnoissa kannattaa suosia värejä, joissa liian näkyminen on huomioitu. Irrotettavat ja pestävät tekstiilit ja pehmusteet ovat suositeltavia. (RT 91-10788.)

4.8 Materiaalit

Materiaalivalinnoilla on oma merkitys tilan tunnelmaan. Se, miltä materiaali näyttää ja tuntuu, vaikuttaa tilan tunnelmaan ja emotionaalisuuteen erityisellä tavalla. (Dodsworth 2009, 107.) Tähän voidaan vaikuttaa materiaalin värivalinnoilla, kuvioinnilla, pinnan viimeistelytekniikalla, painosta ja materiaalin reaktiosta yhdessä valon kanssa. Näiden ominaisuuksien valinnoilla voidaan vaikuttaa tunnelman lisäksi materiaalien kulutuksen kestävyys, mutta myös siihen miten ne kestävät aikaa trendien ja muodikkouden näkökulmasta. (Tukiainen 2010, 87.)

Julkisten tilojen lattiamateriaalien valintaan on syytä kiinnittää huomioita, liian kiiltävää ja liukasta materiaalia kannattaa välttää. Ihmisten mukana tiloihin kantautuu lunta, likaa ja roskia, joten lattian materiaalin tulee kosteanakin olla turvallinen, jotta vältetään mahdollisilta tapaturmilta. Julkisten tilojen lattiat ovat kovassa käytössä, joten ne vaativatkin materiaaleilta kestävyttä ja helppoa puhtaanapitoa. Pehmeät lattiamateriaalit saadaan kestävämmiksi päällystämällä tai suojaamalla ne oikeilla materiaaleilla. (RT 91-10788.)

Julkisissa tiloissa on usein suuria ikkunapintoja, jolloin vuodenajan lämmönvaihtelut vaikuttavat myös sisätiloihin. Vetoa ja kylmyyttä voidaan estää käyttämällä sähkölämmitteisiä, tai lämmöneristeeltään tehokkaita lasseja. Siisteydellä on suuri merkitys tilojen synnyttämään tunnelmaan, mistä johtuen on tärkeää, että tilojen siistiminen on helppoa ja materiaalit valittu sen mukaan. (RT 91-10788.)

4.9 Yhteenveto julkisten tilojen sisustussuunnittelusta

Julkisten tilojen suunnittelua koskien on laadittu paljon säädöksiä, joiden noudattaminen on tärkeää tilojen käyttäjien turvallisuuden takaamiseksi. Ensisijaisen tärkeää suunnittelussa on minimoida mahdollisten tulipalojen syttymiset, huolehtia tilojen paloturvallisuudesta, sekä huomioida turvalliset poistumistiet. Julkisten tilojen suunnittelussa on huomioitava kaikki tilan käyttäjät, ja heidän asettamansa tavoitteet ja vaatimukset tilojen käytölle. Suunnitteluvaiheessa on otettava näkökulmia kaikkien eri käyttäjäryhmien tarpeet esimerkiksi näkemisen, havaitsemisen ja turvallisen ja helpon liikkumisen kannalta. Tilojen käytön turvallisuuteen ja helppokulkuisuuteen voidaan vaikuttaa sisustussuunnittelun eri osa-alueiden avulla. Värien käyttö, valaistus, opasteet, akustiikka, huonekalujen sijoittelu ja materiaalien turvallisuus tilan käyttöön nähden, vaikuttavat kaikki tilojen toimivuuteen, käytön helppouteen ja turvallisuuteen. Kaikkien elementtien tulee omalta osaltaan edesauttaa turvallista tilaa, mutta toimia myös keskenään.

5 TOIMITILOJEN SISUSTUKSEN VAIKUTUS YRITYSKUVAAN

Yrityksen markkinointi alkaa jo yrityksen perustamisesta, ja halutun yrityskuvan ja brändin luomisesta, josta brändin rakentaminen jatkuu muiden osa-alueiden hyödyntämiseen. Brändin luominen ei ole nykyään enää vaihtoehto yritykselle, vaan se on avain menestykseen tämän päivän kilpailussa. (Grow 2004, 39 [viitattu 8.3.2012].) Nykyään monet yritykset panostavat markkinointiin käyttämällä paljon aikaa halutun imagon suunnitteluun ja toteuttamiseen. Usein visuaalinen markkinointi näkyy yhteisenä linjana yrityksen verkkosivuilla, mainoksissa ja muissa graafisissa materiaaleissa. Yrityksen arvojen tulisi näkyä yhtäläillä toimitilojen sisustuksessa, kuin kaikessa muussakin yrityksen viestinnässä (Isohookana 2007, 215). Etenkin suurissa yrityksissä on alettu panostamaan toimitilojen visuaaliseen ilmeeseen. Toimitilat toimivat yrityksen käyntikorttina, ja luovat asiakkaassa tietynlaista mielikuvaa yrityksestä ja sen palveluista. Harkitulla ja yrityksen imagoilmaisella suunnittelulla voidaan siis vahvistaa yrityksen antamaa kuvaa asiakkaan mielissä.

Tulevaisuudessa toimitilojen suunnittelun merkitys kasvaa. Sisustussuunnittelussa huomioidaan yhä enemmän yrityksen tulevaisuuden visiot siitä, mihin suuntaan organisaatio aikoo kehittyä, yrityksen tavat toimia ja johtaa, sekä toivotut tulostavoitteet. Yrityskuvaa ja imagoa tuodaan siis vahvasti esille hyödyntämällä toimitilojen suunnittelua, mutta myös henkilökunnan työssä viihtymiseen, motivointiin ja työterveyden edesauttamiseen kiinnitetään huomiota. (Lappalainen 1999, 52.) Sen sijaan Hämäläisen (2004, 143) mukaan yritysten toimitilojen visuaalisen ilmeen suunnittelu on lisääntymässä siksi, että työntekijät kuluttavat enemmän aikaa työpaikalla kuin ennen. Tästä johtuen yritykset haluavat kiinnittää huomiota työtilan viihtyisyyteen, ja toisaalta tilojen toimivuuteen. Suomalaisen toimitilojen suunnitteluun erikoistuneen Modeon 2009 vuonna teettämässä Toimisto 2009 -kyselytutkimuksessa tulokset osoittivat yritysten arvostavan kaikkia edellä mainittuja. Tutkimus osoitti, että yritykset uskovat viihtyisän työpaikan edesauttavan työhyvinvointia, mutta sisustuksella voidaan myös lisätä tuottavuutta, ja vaikuttaa positiiviseen yrityskuvan syntymiseen. (Modeo [viitattu 23.3.2012].)

Visuaalisen markkinoinnin avulla voidaan vaikuttaa siihen, millaisen vaikutelman ja mielikuvan yritys antaa asiakkaalle. Sillä voidaan vahvistaa ja rakentaa yrityksen imagoa ja identiteettiä, ja luoda yrityksestä positiivista mielikuvaa tehokkaasti. Mielikuva yrityksestä syntyy aina ihmisen omista kokemuksista, jotka perustuvat pitkälti aisteihin. (Nieminen 2004, 9, 27.)

Visuaalinen markkinointi on kuin oppimisprosessi, jossa yritys herättää asiakkaassa mielikuvan sen perusteella, mitä asiakas näkee, kokee ja kuulee. (Nieminen 2004, 27). Sisustussuunnittelu mahdollistaa monitasoisen brändin rakentamisen kaikkia aisteja hyväksi käyttäen (Pohjola 2003, 173). Näiden aistimusten myötä yrityksellä on mahdollisuus jäädä asiakkaan muistiin. Muistamiseen voidaan vaikuttaa myös erottautumalla muista yrityksistä värien ja erilaisen visuaalisen ilmeen avulla. Jotta yritys pystyy antamaan asiakkaalle itsestään haluamansa mielikuvan, on tärkeää suunnitella annettava viesti. (Nieminen 2004, 9, 27.) Visuaalinen viestintä on kommunikointia tilan ja asiakkaan välillä. Tähän tilan ja asiakkaan väliseen sujuvaan vuorovaikutukseen kuuluu aina lähettäjä, viesti ja vastaanottaja. Jos jokin näistä kolmesta peruselementeistä ei toteudu, kommunikaatiota ei tapahdu. (Bell & Ternus 2006, 20.)

Visuaalisen markkinoinnin ja yrityskuvan kehittämisen tavoitteena on tuoda esille yrityksen tärkeimpiä arvoja ja tavoitteita. Kaiken yrityksen toiminnan täytyy kuvastaa sen toimintaperiaatteita, myös toimitilojen. Se miten toimitilojen sisustus on toteutettu, vahvistaa kävijässä mielikuvaa yrityksen toimintaperiaatteista ja luotettavuudesta. (Nieminen 2004, 13, 41.) Toimitilojen sisustussuunnittelulla yritys voi vaikuttaa siihen, mitä asioita se haluaa sisustuksen avulla tuoda esiin. Tämä yrityksen toivoma tavoitemielikuva toimii sisustussuunnittelun päämääränä. (Hämäläinen 2004, 145.)

Positiivisen ja yhtenäisen linjan luomiseen ja yrityksen kilpailukyvyn kehittämiseen tehokas keino on design management -menetelmän käyttäminen. Sen tavoitteena on tähdätä asiakkaan kokonaisvaltaiseen tyytyväisyyteen. On huomioitava, että toimiva, viihtyisä ja aisteihin vetoava ympäristö on yksi positiivisen mielikuvan aikaansaava tekijä. Design management -prosessin tuloksena on yritys, jonka tuotteet tai palvelut, viestinnän eri alueet ja palveluympäristön visuaalinen ilme ovat linjassa. (Nieminen 2004, 51, 55, 57.)

Pohjola kritisoi sitä, että julkisten tilojen sisustussuunnittelussa ei hyödynnetä viestinnän ja markkinoinnin tuottamia määräyksiä brändeistä. Usein toimitilojen suunnittelu jää pelkkään yrityksen tunnuksen ja tunnusvärien käyttönä sisätiloissa, ilman, että mietittäisiin brändin ilmentymistä laajemmin. (Pohjola 2003, 172.) Sisustussuunnittelu käsittää paljon muitakin elementtejä kuin värimaailman. Rakennuksen arkkitehtuuri, kalusteiden muotokieli, sisustuksessa käytetyt materiaalit ja valaistus ovat kaikki elementtejä, jotka yksistään luovat omanlaista tunnelmaa tilaan. Näitä elementtejä yhdistelemällä voidaan luoda muista erottuva, elämyksellinen tila, joka herättää tunteita ja jää asiakkaan mieleen.

Toimitilojen sisustussuunnittelulla voidaan vaikuttaa asiakkaiden yrityksestä saamiin mielikuviin, mutta myös henkilökunnan viihtyvyyteen (Isohookana 2007, 215). Työntekijät vaativat psykologisen ja toiminnallisen mukavuuden lisäksi fyysistä mukavuutta, jotta työhyvinvointi parantuu ja motivointi työn tekoon sen mukana (Vischer 2008, 30). Ihanteellinen työympäristö inspiroi ja tekee työnteosta helppoa ja tehokasta (Isohookana 2007, 215).

5.1 Sisääntulo ja aula

Yrityksen pääsisääntulo ja aula ovat ensimmäiset tilat, joihin asiakas astuu yritykseen mennessään. Mielikuvat lähtevät liikkeelle jo pääoven löytymisestä, ovien avautumisesta ja siitä millä tavoin asiakas vastaanotetaan. Ensimmäiset tilat ja toiminnot, jotka asiakkaat kokevat antavat ensivaikutelman yrityksestä ja sen toimitiloista ja henkilökunnasta. (Hynynen 2004, 153.) Siitä syystä yrityksen tulisi painottaa erityisesti sisääntuloon, ja siitä avautuvientilojen sisustukseen ja tunnelmaan. Toimitilojen suunnittelussa tulisi miettiä, mitä asiakas näkee, ja minkälaisia mielikuvia näkymä synnyttää asiakkaan mielessä. Vastaavatko mielikuvat sitä, mitä yritys haluaa tilojen viestittävän itsestään ja toimintaperiaatteistaan.

Bonsdorff (1999, 18) kritisoi julkisten rakennusten odotustiloja, jotka ovat usein epämiellyttävän luonteettomia ja kolkkoja. Liian usein ajatellaan, että ihmisten on kuitenkin käytettävä julkisia tiloja, joten sillä ei ole merkitystä, miten epämiellyttävänä tilat koetaan. Akustiikkaan, siisteyteen ja tilojen valaistukseen ei

kiinnitetä tarpeeksi huomiota. Nämä kaikki vaikuttavat ihmisen yrityksestä saamaan mielikuvaan negatiivisesti ja poistyöntävästi. Yritykset voisivat rohkeasti hyödyntää toimitilojensa sisäänkäyntiä vastaamaan yrityksen arvoja ja luomaan mielihyvää asiakkaan mielessä (Nieminen 2004, 136). Tilan hyödyntäminen ja muuttaminen positiiviseksi kokemukseksi voi olla yksinkertaisista muutoksista kiinni. Huonekalujen huolellisella valinnalla, oikealla sijoittelulla, tilaan sopivalla valaistuksella ja materiaaleilla saadaan tilaan luonnetta. Yrityksen luonne tulisi näkyä erityisesti odotustiloissa, joissa ensimmäiset mielikuvat saavat alkunsa. Persoonallinen ja yksilöllinen tila luo mielihyvää, vaikkei se vastaisikaan omia sisustusmieltymyksiämme. Tämä edesauttaa vuorovaikutusta tilan ja ihmisen välillä. (Bonsdorff 1999, 17–18.)

5.2 Ikkunat

Näyteikkunoiden tarkoituksena on luoda asiakkaalle mieleenpainuva näkymä, joka kuvailee yrityksen arvoja (Mesher 2010, 149). Etenkin vähittäiskaupoissa näyteikkunan merkitys on suuri. Se on tärkeä kilpailukeino, joka yritysten tulisi hyödyntää. Ikkunamainonta on tehokas yrityksen imagon ja tuotteiden markkinoija. Siinä yhdistyvät kaikki markkinointimixin alueet: tuote, hinta, saatavuus ja viestintä. Parhaimmillaan näyteikkuna myy tuotteen. Joskus toimitiloissa ei ole näyteikkunoita, tai ikkunat on peitetty yrityksen teippauksilla. Tällöin yritys voi tasoittaa tilannetta kilpailijoihin nähden, keskittymällä tuotteiden tehokkaaseen esillepanoon ja tilojen hyvään sisustussuunnitteluun. (Nieminen 2004, 147–150.)

5.3 Opasteet

Riittäväällä opasteiden määrällä huomioidaan asiakasta, ja luodaan mutkatonta asioimista yrityksen tiloissa, joka omalta osaltaan luo positiivista kokemusta. Opasteiden tarkoituksena on auttaa asiakasta (Pohjola 2003, 179), siksi niiden käyttö alkaa yleensä jo yrityksen pihapiiristä. Opasteet sijoitetaan näkyville paikoille ja niiden tulee olla riittävä isoja ja selkeitä. Opasteet koskevat hyvinkin

tavanomaisia toimintoja, kuten osoitus eri kulkuvälineiden parkkipaikoista. (Nieminen 2004, 132–133.)

Jotta yhtenäinen visuaalinen markkinointi toteutuisi, opasteiden ilmeen tulisi olla linjassa yrityksen graafisen ohjeistuksen määräämien logojen, värimaailmojen ja muun visuaalisen ilmeen kanssa (Nieminen 2004, 133; Pohjola 2003, 178–179). Opasteita suunniteltaessa tulee kuitenkin huomioida, että värimaailma erottuu ympäristöstä, jotta opasteen alkuperäinen tarkoitus toimia asiakkaan apuna säilyy (Pohjola 2003, 179). Opasteiden suunnittelussa on pidettävä mielessä johdonmukaisuus. Niiden käytössä tulee välttää visuaalista sotkua, jotta yrityksen lähettämä viesti ei muutu negatiiviseksi. (Grow 2004, 41 [viitattu 8.3.2012].)

Mitä enemmän tilassa on henkilöitä, sitä tärkeämmäksi opasteiden merkitys nousee. Mikäli sisääntulossa erilaisten toimintojen sijainnin havainnoiminen on hankalaa, on syytä miettiä opasteiden käyttämistä tilassa. Asiakkaan ohjaajana voivat olla selkeä kartta rakennuksen pohjasta, erilaiset kyltit tai valot. (RT 91-10788.)

5.4 Valaistus

Valaistuksella on suuri merkitys yrityksen viestimään imagoon (Hämäläinen 2004, 147; Nieminen 2004, 202). Tukiainen mukaan joidenkin hotellien ja myymälöiden menestys on tutkitusti ollut valaistuksen ansiota. Teoreetikot ovat puoltaneet valaistuksen olevan tärkein elementti tilan tunnelman luomisessa. (Tukiainen 2010, 90.) Valoilla voidaan muokata tilaa ja sen tunnelmaa, värilämpötilaa, tekniikkaa ja valon voimakkuutta hyödyntämällä (Nieminen 2004, 202; Pohjola 2003, 190). Myös valaisimen muotokieli luo oman vaikutelman tilan tyylistä. Valon tulosuunnalla voidaan tuoda esille esimerkiksi huonekalujen tai rakennuksen muotoja (Pohjola 2003, 190). Nykyään valaistusta käytetään paljon julkisissa rakennuksissa ja tiloissa luomaan elämyksellisyyden tunnetta. (Nieminen 2004, 202.)

5.5 Värät

Värien käyttö on yksi sisustussuunnittelun tärkeimmistä osa-alueista, joilla voidaan muokata tilaa. Värät ovat tehokas visuaalinen elementti, jota voidaan käyttää tunnelman luomiseen, haluttujen piirteiden korostamiseen tai nostamaan tuotteita paremmin esille (Bell & Ternus 2006, 40). Grow (2004, 40 [Viitattu 8.3.2012]) kritisoi, että liian usein värejä pidetään itsestäänselvyytenä, ja unohdetaan, että värien avulla on mahdollista välittää tiettyjä viestejä. Sisustussuunnittelussa käytettävä väripaletti koostuu tekstiileistä ja pintamateriaaleista aina maaleihin saakka. Värät luovat tunnelmaa, joka auttaa kommunikoimaan yrityksen imagon kanssa. Myös Tukiainen korostaa värien merkitystä yrityksen brändiin, sillä niiden avulla voidaan vaikuttaa tilojen luomaan viihtyisyyteen, mutta myös vaikuttaa tilan identiteettiin, ja vahvistaa yrityksen imagoa (Tukiainen 2010, 88). Viestinnässä määritellyt tunnusvärät ovat usein liian voimakkaita käytettäväksi suuriin seinäpintoihin, sillä niiden sävy voi muuttua paljonkin suurissa määrin käytettynä. Sisustussuunnittelussa todennäköisesti joudutaan määrittelemään tunnusvärien lisäksi oma värimaailma yleisvärikäyttöön. (Pohjola 2003, 175.) Hämäläinen (2004, 147) sen sijaan perustelee yrityksen tunnusvärien käyttöä myös toimitilojen sisustuksessa sillä, että tunnusvärät nimenomaan saavat aikaan asiakkaan mielessä mielleyhtymiä itse yritykseen.

Niemisen (2004, 189) mukaan värien avulla voidaan luoda tilaan haluttu tunnelma ja vaikutelma. Värien suunnittelussa tarvitaan niiden psykologisten vaikutusten (Taulukko 1) ymmärtämistä halutun mielikuvan saavuttamiseksi. Esimerkiksi paljon yrityksen tunnuksissa käytetty sininen on tulkittu rauhoittavaksi väriksi, joka luo mielikuvia luotettavuudesta ja virallisuudesta.

Arnkil (2008, 239) kritisoi värien psykologisten merkitysten vaikutuksia ihmisiin. Värien todellisesta vaikutuksesta ei ole varmuutta, sillä asiasta on laajasti kirjallisuutta, jotka kuitenkin sisältävät runsaasti ristiriitaisuuksia. Ihmisillä on loppujen lopuksi erilaiset mielipiteet väreistä ja niiden synnyttämistä tunteista.

Taulukko 1. Värit ja niiden erilaiset psykologiset tulkinnat ja vaikutukset (Lähde: Nieminen Tuula 2004).

| VÄRIT JA NIIDEN ERILAISET PSYKOLOGISET TULKINNAT JA VAIKUTUKSET | | | |
|---|---|--|---|
| VÄRI | MERKITYS | VAIKUTUS | MIELIKUVAT |
| PUNAINEN | huomio, vaara, vallankumous, pysähtyminen | kuuma, hehku, kiihko, dynaamisuus | sota, veri, intohimo, rakkaus, tuli |
| ORANSSI | huomion herätys | innostus, aurinkoisuus, aktiivisuus | lämpö, energia, appelsiini, liikkeellä oleva |
| KELTAINEN | varoitus | voima, valoisuus, energisyys | aurinko, lämpö, esiin työntyvä, voima, ilo, edullisuus |
| VIHREÄ | rentous | kasvu, lepo, kehittyminen, uudistuvuus | ruoho, luonto, viidakko, viihtyisyys, lepotila, mehevyys, terveellisyys, elämä |
| SININEN | keveys, ilmavuus | hiljaisuus, rauhoittuminen, viileys | taivas, vesi, kuulaus, autereisuus, lempeys, luotettavuus, virallisuus, reippaus, raikkaus |
| VIOLETTI | katumus | viileys, tyyntäyttävä | juhlallisuus, arvokkuus, sakramentaalisuus, surullisuus |
| VALKOINEN | pyhyys, neitseellisyys, vapaa, avoin | valo, kirkkaus, apu | viattomuus, häät, kaste, rippi, armo, pilvet, enkelit, siisteys, valoisuus |
| MUSTA | murhe, suru, yö | pimeys, pelko, tyylikkyys | hämäryys, sokeus, salaperäisyys, mystisyys, graafisuus, kontrasti, kuolema |
| RUSKEA | arkisuus | tasaisuus, tavallisuus | maa, arki, maanläheisyys, viljavuus, kasvun antaja, savi, terrakotta, suklaa, kaakao, kahvi |
| HARMAA | ilottomuus, rauhallisuus | neutraalisuus, rauha | sade, sumu, murehtiminen, arkisuus, passiivisuus, tavallisuus, graafisuus, varmuus |

5.6 Kalusteet

Tukiaisen (2010, 87) mukaan julkisissa tiloissa on havaittavissa viihtyvyyteen ja rentoutumistilojen panostamiseen kasvava kiinnostus. Päinvastoin, kuin ennen,

nykyisin viihtyvyydellä koetaan olevan välitön vaikutus yrityksen tuottavuuden parantamiseen. Tästä johtuen tulevaisuuden toimitiloissa tullaan kiinnittämään enemmän huomioita kalusteiden ergonomisiin ja joustavasti muunneltaviin muotoihin.

Kalustevalinnoilla voidaan ilmentää yrityksen brändiä, valitsemalla tilan kalusteet huolellisesti (Pohjola 2003, 178). Kalusteiden oikean visuaalisen ilmeen kannalta valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat yrityksen toimiala, sen liikeidea, liiketyyppi, yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut, sekä mielikuvatavoitteet. Oikeanlaisilla kalustevalinnoilla saadaan omalta osaltaan luotua haluttua tunnelmaa toimitilaan. Kalusteiden valinnassa kiinnitetään huomiota siihen, mihin tilaan ja käyttötarkoitukseen huonekalut tulevat, ja mikä on liiketoiminnan peruslähtökohta. (Nieminen 2004, 139, 246.)

Kalusteiden muodon ja värin lisäksi tilan tunnelmaan vaikuttaa kalusteiden oikea sijoittaminen. Esimerkiksi ilmava ja väljä huonekalujen ja muiden sisustuselementtien sijoittelu antaa arvokkaan ja laadukkaan mielikuvan. Kalusteiden rytmittämällä ja sijoittelulla voidaan opastaa asiakasta havaitsemaan tilassa sijaitsevat eri toiminnot. Erityisesti myymäläympäristöissä hyödynnetään tilan pohjaratkaisua ja kalusteiden sijoittamista, jolloin asiakasta voidaan ohjata kulkemaan tilassa halutulla tavalla. (Pohjola 2003, 178.)

5.7 Tuotteiden esillepano

Tuotteiden esillepanolla voidaan omalta osaltaan vaikuttaa visuaalisessa markkinoinnissa. Tapa, miten tuotteet laitetaan esille, muodostuu yrityksen imagon ja liikeidean kautta. Toimitiloja voidaan hyödyntää tuotteiden esillepanoon monin tavoin. Käytettävissä on lattiat, seinät ja hyllyt. Vitriinit toimivat näyteikkunan tavoin, ja etenkin näyttelyissä ja toimitiloissa, se on helppo keino tuoda esille tuotteita. (Nieminen 2003, 199, 221.)

Omaa viestintää suorittavat myös kaikki yrityksen tiloissa olevat sisustustavarat. Tauluilla voidaan viestittää henkilökunnan ja asiakkaiden välittämisestä, joka edesauttaa luottamuksen syntymistä. Kuvat yrityksen henkilökunnasta tai

historiasta motivoivat työntekijöitä ja parantavat työyhteisön henkeä, mutta viestittävät ulkopuolisille vahvasti yrityksen arvoista. (Nieminen 2004, 127–128.) Julkisissa tiloissa näkee usein viherkasveja. Kasveja voidaan joissain tapauksissa hyödyntää jakamaan tilaa, mutta niillä saadaan tuotua tilaan helposti myös viihtyisyyttä (Hämäläinen 2004, 147).

5.8 Yhteenveto ja pohdintaa toimitilojen sisustuksen vaikutuksesta yrityskuvaan

Toimipaikan sisustussuunnittelulla voidaan vaikuttaa paljonkin tilojen synnyttämään mielikuvaan järjestöstä. Haluttujen mielikuvien saavuttamiseksi tulee suunnittelussa huomioida sisustussuunnittelun eri osa-alueiden merkitys ja mitä haluan niillä suunnitelmissani viestittää. Haluan erityisesti kiinnittää sisustuskonseptiini huomiota Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön sisääntuloon ja siitä avautuvan aulan suunnitteluun, sillä se luo kävijälle ensivaikutelman tiloista. Aulasta ja odotustilasta täytyy tulla positiivinen kokemus ja viihtyisä odotustila, mihin on helppo tulla uudelleen. On hyvin tärkeää valita konsepteihin yksityiskohtia, jotka viestittävät samansuuntaisia ajatuksia, jotta tilat ja suunnittelussa käytetyt elementit eivät riitelisi keskenään.

6 KÄYTTÄJIEN NÄKEMYKSIÄ ETELÄ-POHJANMAAN YRITTÄJIEN TOIMITILASTA

Käyttäjälähtöisellä suunnittelulla pyritään tunteisiin vetoavaan muotoiluun. Tällaisessa muotoilussa käyttäjä on nimensä mukaisesti suuressa roolissa jo suunnitteluprosessissa. Käyttäjien aktiivinen osallistuminen suunnitteluun hyvin aikaisessa vaiheessa, antaa muotoilijalle tarvittavaa tietoa ja tärkeitä eväitä muotoilutyöhön. Tällöin saadaan käytettävyyden kannalta välttämätöntä tietoa suoraan käyttäjiltä muotoilijan oman tiedonhankinnan tueksi. (Kettunen 2000, 36.)

6.1 Käyttäjien haastattelu

Menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan on useita, mutta tunnetuimpia niistä ovat haastattelu, havainnointi ja itsedokumentointi (Keinonen & Jääskö 2004, 92). Käyttäjätiedon keräämisen tavoitteena on hankkia tietoa käyttäjän toiminnasta, toimintaympäristöstä, ja saada tietoa käyttäjän mielipiteistä, toiveista ja arvomaailmasta (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko & Koskinen 2003, 25). Tässä opinnäytetyössä käytin käyttäjätiedon hankintaan haastattelumenetelmää, koska uskoin sen tuottavan parhaimman tuloksen suunniteltavien tilojen käyttäjien kokemuksista. Haastattelu kuuluu kvalitatiivisiin, eli laadullisiin tutkimusmenetelmiin, ja se on yksi käytetyimmistä käyttäjätiedon keruumenetelmistä. Ainutlaatuisen menetelmästä tekee se, että haastattelija ja haastateltava ovat suorassa suullisessa vuorovaikutuksessa, jolloin menetelmä on hyvin joustava tapa kerätä tietoa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 204). Haastattelu voidaan toteuttaa yksilöhaastatteluna, mutta tarvittaessa myös useammalle henkilölle samanaikaisesti.

Haastattelumenetelmän vahvuutena voidaan pitää sitä, että se on helposti ja nopeasti toteutettavissa, ja sitä voidaan muokata erilaisiin tilanteisiin soveltuvaksi. Haastattelun avulla voidaan kerätä tietoa kaikista käyttäjää koskevista asioista. (Hyysalo 2009, 127.) Haastattelun avulla käyttäjä voi vapaasti kertoa omia ajatuksiaan, jolloin on mahdollista saada enemmän tietoa irti käyttäjästä. Menetelmä on hyvä valinta silloin, kun kysymyksessä on aihealue, josta ei ole

paljoa ennakkotietoa tai jos halutaan selventää tai syventää jo saatuja tietoja. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35.)

Haastattelumenetelmässä on myös omat ongelmapuolensa. Joskus haastattelusta saadaan enemmän irti jonkun muun tutkimusmenetelmän yhteydessä. Haastattelun avulla on hankala saada tietoa jonkun asian tekemiseen liittyvistä yksityiskohdista, sillä tämä vaatii haastateltavalta erittäin tarkkaa kerrontaa. Menetelmän vaarana on liian johdattelevat kysymykset ja väärinymmärrykset, jolloin tulokset eivät ole totuudenmukaisia. (Hyysalo 2009, 127.) Ongelmat välttääkseni pyrin miettimään haastattelukysymykseni ja haastattelussa käsiteltävät teemat huolellisesti etukäteen.

Tässä työssä käytän haastattelumenetelmänä teemahaastattelua sen joustavuuden vuoksi. Koin myös, että teemahaastattelu soveltuu erinomaisesti tarvitsemiä käyttäjätiedonhankintaan. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, jossa aihepiiriksi valitaan tietyt teemat, jotka haastattelussa käydään läpi (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47). Teemat valitaan sen pohjalta, mihin asiaan liittyen halutaan saada tietoa. Tärkeintä teemahaastattelussa on, että kaikki ennalta valitut teemat käsitellään. (Pekkala 2005, 157.) Teemahaastatteluun valitaan henkilöitä, jotka ovat kokeneet tilanteen, jota haastattelu käsittelee. Menetelmällä voidaan tarkastella yksilön ajatuksia, kokemuksia ja uskomuksia. Teemahaastattelun vahvuuksia on, että haastattelukertojen määrällä ei ole merkitystä. Se ei myöskään ennalta määrää, miten syvällisesti haastattelukysymykset käsitellään. Teemahaastattelu etenee ennalta määriteltyjen teemojen varassa, jolloin haastattelun luonne on usein vapautuneempaa, ja haastateltavien omat ajatukset saavat tulla esiin. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.) Haastattelijalla on ennalta laadittujen kysymysten lista, mutta niiden järjestelmällinen läpikäynti ei ole välttämätöntä, sillä menetelmä mahdollistaa kysymysten joustavan järjestelyn haastateltavan vastauksia mukaillen. Menetelmä sallii myös tarkentavien lisäkysymysten käytön tarvittaessa. (Hyysalo 2009, 132.)

6.2 Haastattelu Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien henkilökunnalle ja asiakkaille

Valitsin käyttäjätiedon hankinnan kohteeksi Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien henkilökunnan sekä asiakkaat, jotka ovat käyneet toimitiloissa. Henkilökuntaa haastatteleamalla sain suoraan tietoa ihmisiltä, jotka käyttävät tiloja päivittäin, ja joutuvat kohtaamaan tilan ongelmia työntekijän näkökulmasta. Henkilökunnalla on vahva käsitys järjestön toimintaperiaatteista ja tavoitteista, jolloin he olivat omiaan kertomaan mielipiteensä järjestön imagosta. Asiakkaiden avulla sain ulkopuolisten käyttäjien näkökulmaa järjestöstä, sen antamista mielikuvista ja tilojen yleisilmeestä. Näitä tuloksia vertaamalla saan käsityksen siitä, miltä tilojen tulisi visuaalisesti viestittää, ja mitä ne viestittävät tällä hetkellä. Lopputuloksena oli suoria vihteitä suunnitteluprosessiin mietittäväksi.

Valitsin tutkimusmenetelmäksi haastattelun, koska tässä tapauksessa se soveltui parhaimmaksi vaihtoehdoksi käyttäjätiedon hankintaan. Koska henkilökunta on kiireinen, ja heidän keskinäisiä aikatauluja on vaikea sovittaa yhteen. Päädyin toteuttamaan haastattelun yksilohaastatteluna. Koin, että tämä tapa antaa myös minulle enemmän tietoa, sillä näin muiden haastattelijoiden antamat vastaukset eivät pääse vaikuttamaan vastauksiin, joten vastaukset ovat henkilökohtaisempia ja rehellisiä. Ryhmähaastattelussa tilanne olisi saattanut kääntyä toisten vastausten myönnyttelyyn, jolloin moni tärkeä mielipide olisi jäänyt sanomatta. Haastattelun avulla henkilökunta ja asiakkaat saivat vapaasti kertoa mielipiteistään koskien järjestön imagoa ja toimitiloja, joten uskoin haastattelun olevan antoisa käyttäjätiedontuottaja.

Haastattelukysymyksien avulla (Liite 2) halusin selvittää, minkälaisia mielikuvia Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät järjestönä ja toimitiloina synnyttävät henkilökunnassa ja asiakkaissa, millä tavoin järjestön imago esiintyy sen toimitiloissa, ja miten sen tulisi niissä näkyä. Lisäksi halusin selvittää käyttäjien kokemuksia siitä, mitkä ovat toimitilojen positiiviset ja negatiiviset puolet, joita tulisi joko korostaa, tai etsiä uusia parempia ratkaisuja, jotta tiloista tulisi toimivat. Lopuksi halusin vielä selvittää käyttäjien toiveita siitä, millaiset toimitilat voisivat olla tulevaisuudessa, mikä tekisi tiloista paremmat, viihtyisämmät ja toimivammat.

6.3 Haastattelun toteutus ja tulosten analysointi

Haastatteluun otin mukaan koko Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön henkilökunnan. Henkilökuntaan kuuluu neljä naista ja yksi mies. Henkilökunnan lisäksi haastattelin viittä yrittäjää, jotka ovat järjestön jäseniä, ja näin ollen asioivat järjestön tiloissa. Heistä kolme oli naisia ja kaksi miestä. Yhteensä haastateltavia oli kymmenen. Haastattelu toteutettiin (Liite 3) osaksi paikanpäällä haastattelun ja osaksi puhelimitse. Kaikki haastattelut toteutettiin 24.–27.2. välillä. Henkilökunnan haastattelu toteutettiin Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloissa. Valitsimme kyseisen ajankohdan haastattelulle, koska koko henkilökunta oli tuolloin paikanpäällä. Asiakkaista neljä haastattelin puhelimitse, koska tämä oli haastateltavien toiveena. Yhden henkilön haastattelin hänen toivomuksensa mukaisesti haastateltavan yrityksessä. Yhden haastattelun toteuttamiseen meni keskimäärin 10–20 minuuttia, mikä oli mielestäni sopiva pituus. Haastateltavat olivat 29–61 ikävuoden väliltä.

Haastattelun tulosten analysointiin käytin sisällönanalyysi-menetelmää, sillä menetelmän avulla pystyin poimimaan ja tiivistämään haastattelusta saamani informaatiosta tärkeimmät asiat työni kannalta. Sisällönanalyysi on yksi laadullisen aineiston analysoinnin perusmenetelmistä. Sen avulla on tarkoitus järjestää kerätty aineisto tiivistettyyn ja ymmärrettävään muotoon. Analysointi voidaan toteuttaa valitsemalla ja etsimällä se, mikä aineistossa on hyödyllistä tietoa tutkimuksen kannalta. Tieto merkitään ylös erilleen muusta aineistosta, jonka jälkeen se voidaan järjestää esimerkiksi teemoittain johtopäätöksien tekemistä varten. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–92, 103.) Menetelmän avulla saadaan tietoa, joka toistuu tutkittavassa aineistossa. Sen avulla pystytään tuottamaan uutta tietoa ja asioita, jotka saattaisivat jäädä muuten huomaamatta. (Anttila 2000, 254.) Keräsin haastattelun tulokset eri kasoihin kysymyskohtaisesti, jolloin pystyin käsittelemään yhden haastattelukysymyksen kaikki vastaukset samalla kertaa. Tämä helpotti tulosten hahmottamista eri kysymysten tiimoilta. Käsitelin henkilökunnan ja asiakkaiden haastattelun tulokset erikseen, sillä halusin verrata vastausten mahdollisia eroavaisuuksia näiden kahden käyttäjäryhmän välillä.

Halusin ensimmäisenä selvittää, minkälaisena Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön imago koetaan, jotta saisin imagoa koskevaa tietoa huomioitavaksi

suunnitteluun. Sekä henkilökunta, että asiakkaat kuvailivat järjestön imagoa palvelevaksi, luotettavaksi, yhteistyökykyiseksi, ajassa eläväksi ja monipuoliseksi. Lisäksi henkilökunta kuvaili järjestön imagoa vaikuttavaksi, toimeliaaksi ja muuttuvaksi. Yksittäiset henkilökunnan jäsenet mainitsivat vielä sanat itsenäinen, perinteinen ja etäinen. Yksittäiset asiakkaat sen sijaan kuvailivat imagoa sanoin iloinen, raikas, tiedottava, pelkistetty, uskottava ja järjestelmällinen. Uskon, että iloisuudella viitattiin järjestön henkilökuntaan, ja sieltä saatuun palveluun, jolla on myös suuri merkitys siihen, millaisen kokemuksen järjestö asiakkaalle tuottaa. Se, että järjestö on onnistunut luomaan uskottavuutta, on varmasti myös yksi tärkeimmistä tavoitteista. Annetut vastaukset henkilökunnan ja asiakkaiden välillä olivat hyvin samankaltaisia. Tämä viittaa siihen, että järjestö on saanut luotua asiakkaille oikeanlaisia käsityksiä ja mielikuvia järjestöstä ja sen tavoitellusta imagosta. Kaiken kaikkiaan imago koettiin luotettavaksi ja asiantuntevaksi, mikä on perusedellytyksiä toimivan asiakassuhteen kannalta.

Imagon näkyminen tiloissa tuotti samansuuntaisia tuloksia. Kolme asiakasta kallistui siihen suuntaan, että imago näkyy tiloissa, mutta lähinnä siksi, koska tilat sijaitsevat maantieteellisesti hyvässä ja näkyvässä paikassa, katutasolla ja kadunkulmassa. Imagon näkyvyyttä perusteltiin myös sillä, että tiloissa on paljon esillä järjestön esitteitä, julisteita ja muuta yrittäjäaiheista materiaalia. Kaksi asiakasta puolestaan oli sitä mieltä, että imago ei näy tiloissa tällä hetkellä täysin. Toinen vastaajista kuvaili tiloja ”pliisuiksi” imagoon nähden, joka hänen mielestään on räväkämpi, mitä tilat nykyisellään viestittävät. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että ”paikan imagon luo loistava henkilökunta. Henkilökuntaa ja tiloja verrattaessa on olemassa ristiriita”. Myös henkilökunta oli sitä mieltä, että imago näkyy esitteiden ja banderollien muodossa, mutta ei juurikaan toimitilojen sisustuksessa. Koska yksikään vastaaja ei ollut sitä mieltä, että itse tilojen sisustus ilmentäisi järjestön imagoa, on sisustuksen muuttaminen imagoa vastaavaksi visuaalisen markkinoinnin kannalta hyvin tärkeää. Vaikka asiakkailla on vahvasti samansuuntainen käsitys järjestön imagosta, voidaan sitä vahvistaa entisestään tuomalla myös tilojen sisustukseen elementtejä, jotka viestittävät samanlaisia viestejä.

Henkilökunnan näkökulmasta tilojen negatiivisia piirteitä olivat liiallinen virastomaisuus ja steriiliys, äänieristyksen puute ja huono lämmitysjärjestelmä. Lähes jokainen mainitsi postilaatikon epäkäytännöllisyyden sohvan takana sekä yleisesti sisääntulon ja aulatilán ongelmat. Tuulikaappi koettiin huonoksi, ja sen ovien paukuttelu epämiellyttäväksi ja häiritseväksi. Myös osa asiakkaista oli sitä mieltä, että aulatala ei ole tällä hetkellä toimiva, eikä kutsuva. Aulaan toivottiin mukavaa sohvaryhmää, jossa on mukava istua ja odotella. Odotustilan yhteyteen toivottiin kahviautomaattia. Yksi toivojista ei tiennyt, että järjestössä on jo kahviautomaatti. Siitä voin päätellä, että nykyisessä paikassa se jää ehkä liian syrjään. Myös yksi asiakas mainitsi tuulikaapin ja ovikellomekanismin negatiiviseksi asiaksi. Nykyinen naulakko koettiin epämiellyttäväksi käyttää ahtaan tilan vuoksi. Samoin odotustilan pieni sohva koettiin epämiellyttäväksi istua, muuten, kuin yksin. Neuvotteluhuone koettiin liian pieneksi ja kuumaksi. Yksi vastaaja ei ollut huomannut mitään negatiivista nykyisissä tiloissa. Haastattelukysymys antoi paljon tietoa tilojen puutteista ja ongelmakohdista, joihin minun tulee suunnittelussa kiinnittää huomioita. Sain hyvin monipuolisesti epäkohtia, sekä asiakkaiden, että henkilökunnan näkökulmasta, liittyen näiden kahden käyttäjäryhmän erilaisiin tarpeisiin tiloissa. Erityisesti asiakkaiden tuntemukset ahdistavista kokemuksista vaativat toimenpiteitä, jotta tilat pystyisivät antamaan mahdollisimman miellyttävän kokemuksen käynnistä. Henkilökunnan kokemien epämiellyttävien ja vaivalloisten nykyhetken toimintojen muuttamisella saadaan aikaan tehokkaampaa työskentelyä, mutta vahvistetaan myös työpaikan viihtyisyyttä, ja parannetaan henkilökunnan motivoituneisuutta.

Yleisesti tilojen sisustussuunnittelulta toivottiin käytännön asioiden helpottamisen huomioimista, kuten postilaatikon toisenlaisia ratkaisua ja aulatilán muutosta. Toisen avokonttorin poistamista toivottiin, ja yksi mielenkiintoinen ajatus oli, että toimisto olisi koottavissa ja kasattavissa tarpeen mukaan, jos järjestön henkilökunnan määrään tulee yllättäviä muutoksia, tai lisätoimistolle tulee äkillisiä tarpeita. Tällöin tiloja voisi helposti muunnella sitä mukaan, kun erilaiset tarpeet muuttuvat. Esitteille ja yrittäjälahjoille toivottiin jonkinlaista keskitettyä funktiota, ja tiloihin toivottiin lisää väriä ja pehmeyttä, virastomaisuuden poistamiseksi. Tällä hetkellä tiloissa ei lähes lainkaan ole tekstiileitä tai materiaaleja, jotka toisivat tilaan pehmeyttä tai väriä. Aulatilassa on yksi sohva, jonka päällinen on jo hieman

nuhjaantunut. Väriä tilaan tuovat lähinnä yrittäjäaiheiset esitteet ja mainokset. Yksi haastateltava oli kohdannut tiloissa opastuksen puutetta ja toivoi asiaan muutosta. Vastaaja toivoi myös esimerkiksi alueen taitelijoiden töiden hyödyntämistä sisustamisessa. Toinen haastateltava asiakas sen sijaan mainitsi alueen huonekaluteollisuuden huomioimisen sisustuksessa.

6.4 Yhteenveto ja pohdintaa käyttäjien näkemyksistä Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitilasta

Haastattelu antoi minulle paljon eväitä tilojen sisustussuunnitteluun. Henkilökunnan ja asiakkaiden näkemykset olivat yllättävän samankaltaisia keskenään. Suurimmaksi ongelmakohtaksi koettiin selvästi rakennuksen sisääntulo, sen aiheuttamat ongelmat, sekä kunnan aulan ja odotustilan puute. Tilat koettiin myös liian neutraaleiksi ja virastomaisiksi, jolloin viihtyisyys ei ole paras mahdollinen. Suuri osa vastaajista toivoi jonkinlaista pientä päivitystä, jotta yleisilme saataisiin nykyaikaisemmaksi. Asiakkaiden haastattelu toi paljon uusia näkökulmia suunnitteluun huomioitavaksi, näistä esimerkiksi opasteiden tarve ja nykyisten naulakkotilojen kokeminen ahdistavaksi. Asiakkaille oli myös erityisen tärkeää, että yrittäjäaiheiset esitteet ja lehdet ovat helposti luettavissa ja löydettävissä, joten tämän tulee toteutua myös tulevassa sisustuksessa. Tällä hetkellä esitteet on ripoteltu aulan ja käytävien eri osiin, joten jonkinlaista keskeistä paikkaa on syytä miettiä. Myös henkilökunnan näkemykset toivat minulle näkökulmaa siihen, mitä suunnittelussa olisi hyvä ottaa huomioon. Henkilökunta arvosti käytännöllisyyttä ja toimivuutta ennen kaikkea. Haastattelu vahvisti myös omaa käsitystäni järjestön imagosta, ja sen näkymisestä toimitilojen sisustuksessa. Imago koettiin näkyväksi, mutta ainoastaan tarjolla olevien esitteiden ja muun paperisen materiaalin myötä. Itse sisustuksessa imago ei näkynyt.

7 MUOTOILUPROSESSI

Muotoiluprosessi jaetaan kolmeen eri vaiheeseen: tuotehakuun, konseptimuotoiluun ja tuotemuotoiluun. Tuotehaun tarkoituksena on synnyttää uusia mahdollisia tavoitteita ja tulevaisuuden kuvia muotoiltavalle tuotteelle tai palvelulle. Tuotehaku päättyy briefiin, joka toimii muotoiluprosessin lähtökohtana. Konseptimuotoilun ensimmäiseen vaiheeseen kuuluu käyttäjätiedon hankinta. Vaiheessa kerätään tietoa käyttäjien tarpeista erilaisista lähteistä, kuten kirjallisuudesta ja suoraan käyttäjiltä. Keskeinen osa konseptimuotoilun vaihetta on ideointi, jonka tavoitteena on löytää ratkaisu muotoilun ongelmaan. (Kettunen 2001, 56.)

7.1 Muotoilun tavoitteet

Muotoilun tavoitteiksi muodostui suunnitella kolme erilaista sisustuskonseptia Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön toimitiloihin, siten että tilat päivittyvät nykyaikaisemmiksi ja järjestön imagoa vastaavaksi. Lopputuotoksena on yksi valmis sisustussuunnitelma. Tavoitteenani oli vastata tilojen käyttäjien, eli henkilökunnan ja asiakkaiden tarpeisiin, hyödyntäen haastattelusta ja tiedonhankinnasta saamiani tietoja. Suunnittelussa huomioin myös tilojen käytettävyyden, ja mahdollisten toimintojen uudelleen asettelun, tehokkaamman ja viihtyisämmän tilan luomiseksi. Valmis suunnitelma sisältää tilojen mahdolliset materiaali-, kaluste-, väri- ja valaistussuunnitelmat. Tiloista pyritään poistamaan liiallinen virastomaisuus tuomalla tiloihin väriä nykyisen neutraalisuuden tilalle. Tilojen tulee olla nykyaikaiset ja aikaa kestävä. Oman sävöksen suunnitelmiin tuo oma näkemykseni suunnittelijana, mutta pääosassa ovat käyttäjäryhmien tarpeet ja toiveet, sekä järjestön imago. Tilojen tulee viestittää luotettavuutta, monipuolisuutta, vaikuttavuutta ja uskottavuutta. Tilojen tulee olla käyttäjien tarpeita vastaavat, ja luoda positiivinen mielikuva. Tämä tarkoittaa tiedonhankinnasta saatujen negatiivisten kokemusten poistamista tiloista. Naulakon ja odotustilan ahdistavuus asiakkaan näkökulmasta tulee poistaa. Henkilökunnan päivittäisen työskentelyn helpottamiseksi postilaatikon vaikeakäyttöisyyteen on löydettävä ratkaisu. Suurin ongelmakohta on aulatila ja

kunnollisen ja viihtyisän odotustilan puute, näihin tulee löytää toiminnallinen ratkaisu. Taulukko 2 kerää tiedonhankinnan tulokset yhteen muotoilun tavoitteiden tueksi.

Taulukko 2. Yhteenvedo muotoilun tavoitteiden tueksi (Lähde: Jaakkola Janina 2012j).

| | BRIEF | HENKILÖKUNTA | ASIAKKAAT | TIEDONHANKINTA |
|-------------------------------------|---|--|---|--|
| E-P YRITTÄJÄT JÄRJESTÖ/ IMAGO | Vahva järjestö, historia | Palveleva, luotettava, yhteistyökykyinen, ajassa elävä, monipuolinen, vaikuttava, toimielias, muuttuva, perinteinen | Palveleva, luotettava, yhteistyökykyinen, ajassa elävä, monipuolinen, iloinen, raikas, tiedottava, pelkistetty, uskottava, järjestelmällinen | Graafisen ohjeiston värit: musta, sininen ja punainen. Lisävärit. Visio, missio ja arvot: yrittäjyyden edesauttaminen, parantaa asemaa ja edellytyksiä, yrittäjien perusarvot luovuus, aktiivinen kehittäminen ja uusien ratkaisujen etsiminen |
| IMAGO TILOISSA | Järjestön historian tuominen tiloihin. Modernia ja pelkistettyä, yrittäjälahjat esille | Yrittäjätuotteiden, esitteiden esillepano. Graafisen ohjeiston värien käyttö, tulisi viestittää arvokkaalla ja asiallisella tavalla, luottamusta herättävät, historia näkyviin, modernius | Räväkämmät, kunnan aulatila, virastomaisuus pois, yrittäjäaiheinen materiaali esille | Tiedonhankinta kappale 4: Ikkunamainonta, aulan tärkeys, kaikkien tilojen tulee viestittää keskenään samaa, historian näkyminen edesauttaa posit. mielikuvia, opasteet, värien psykologinen merkitys |
| TILAN ONGELMAT | Postilaatikon epäkäytännöllisyys, tyhjät toimistotilat, seinästä irronnut maali | Liiallinen virastomaisuus, steriiliys, huono äänieristys, huono lämmitysjärjestelmä, postilaatikon epäkäytännöllisyys, sisääntulon ja aulan ongelmat, tuulikaapin ongelmat, avokonttorit, esitteille keskitetty paikka, värin puute | Aulan ongelmat, ei kunnan odotustilaa, tuulikaappi ja ovikellomekansimi huonot, epämukava ja ahdas naulakko, pieni ja kuuma neuvotteluhuone, värittömyys, opasteiden puute | Tila-analyysi: Tyhjä toimistotila sisään astuessa, irronnut maali seinässä, postilaatikon käytön ongelmat, moderni ja erikoinen julkisivu vs sisätilan virastomaisuus ja vanhanaikaisuus |
| HUOMIOITAVAA SUUNNITTELUSSA | Yhden tai molemman tyhjän avokonttorin purku mahdollista | Mahdollisesti graafisen ohjeiston värit, avokonttorien mahdollinen purkaminen, keskitetty funktio yrittäjäesitteille | Pohjalaisten taiteilijoiden taide esille, pohjalaisten huonekalujen hyödyntäminen sisustuksessa, graafisen ohjeiston värien käyttö mahdollisesti, pehmeiden ja värin tuominen | Tiedonhankinta kappale 6: Paloturvallisuus, värin ja valon vaikutus tilan kokoon ja tunnelmaan, helppokulkuisuus, tilojen turvallisuus, odotustilan sijoittaminen, kestävät materiaalit, akustiikka |

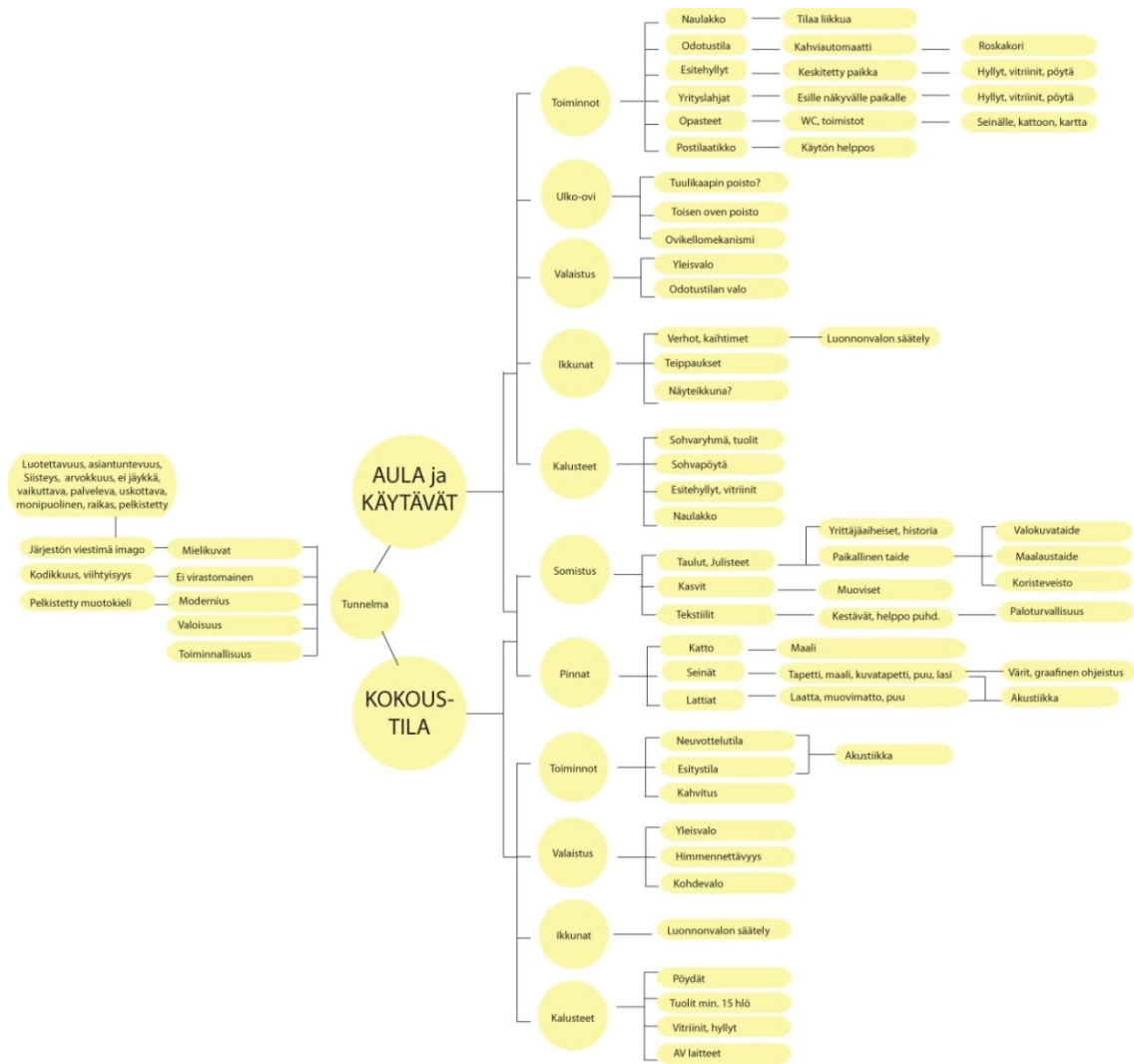
7.2 Ideointi

Ideointi on muotoiluprosessin ensimmäinen, keskeisin ja luovim vaihe. Ideoinnin lähtökohtana on keksiä kymmeniä tai jopa satoja erilaisia ratkaisuja olemassa olevaan ongelmaan. Ideointi lähtee liikkeelle ongelman määrittämisestä, jotta se pystytään sisäistämään, ja ideoinnin kautta tulevat ratkaisut olisivat mahdollisimman laadukkaita. Ongelma jaetaan usein pienempiin osa-alueisiin ideoinnin helpottamiseksi. Tässä vaiheessa on hyvä kokeilla erilaisia ideointimenetelmiä, jotta saadaan aikaan mahdollisimman paljon erilaisia vaihtoehtoja. Saatuja ideoita voidaan ryhmitellä ja yhdistää, jolloin mahdollistetaan

lisäideoiden syntyminen, mutta myös mahdolliset konseptit alkavat hahmottua. (Kettunen 2001, 70–72.)

Ensimmäinen osa ideointia alkoi jo aiemmin luvussa 3.3 laatimani toimitilojen funktioanalyysin muodossa. Teorian jälkeisen ideoinnin aloitin laatimalla miellekartan (Kuvio 4). Miellekarttoja laaditaan sijoittamalla ongelma, tai ideoitava asia, kartan keskiosaan. Tämän jälkeen ideoidaan ongelman ympärille siihen liittyviä asioita, joista taas rakentuu seuraavia ideareittejä. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 129; Sherwin 2010, 6–7 [viitattu 26.3.2012].) Miellekarttojen laatiminen auttaa järjestämään kerättyä tietoa ymmärrettävään muotoon. Menetelmän avulla pystytään nopeasti keskittämään ajatukset ja edesauttamaan luovuutta. Miellekartan rakenne auttaa tuottamaan uusia ideoita, yhdistelemään tietoa ja edistämään ideoiden välisten mielle yhtymien ja suhteiden syntymistä, jotka puolestaan tuottavat lisää ideoita. Menetelmällä pystytään tehokkaasti ideoimaan asioiden välisiä yhteyksiä, jotka muuten voisivat jäädä huomaamatta. (Malone 1997, 53 [Viitattu 8.3.2012].)

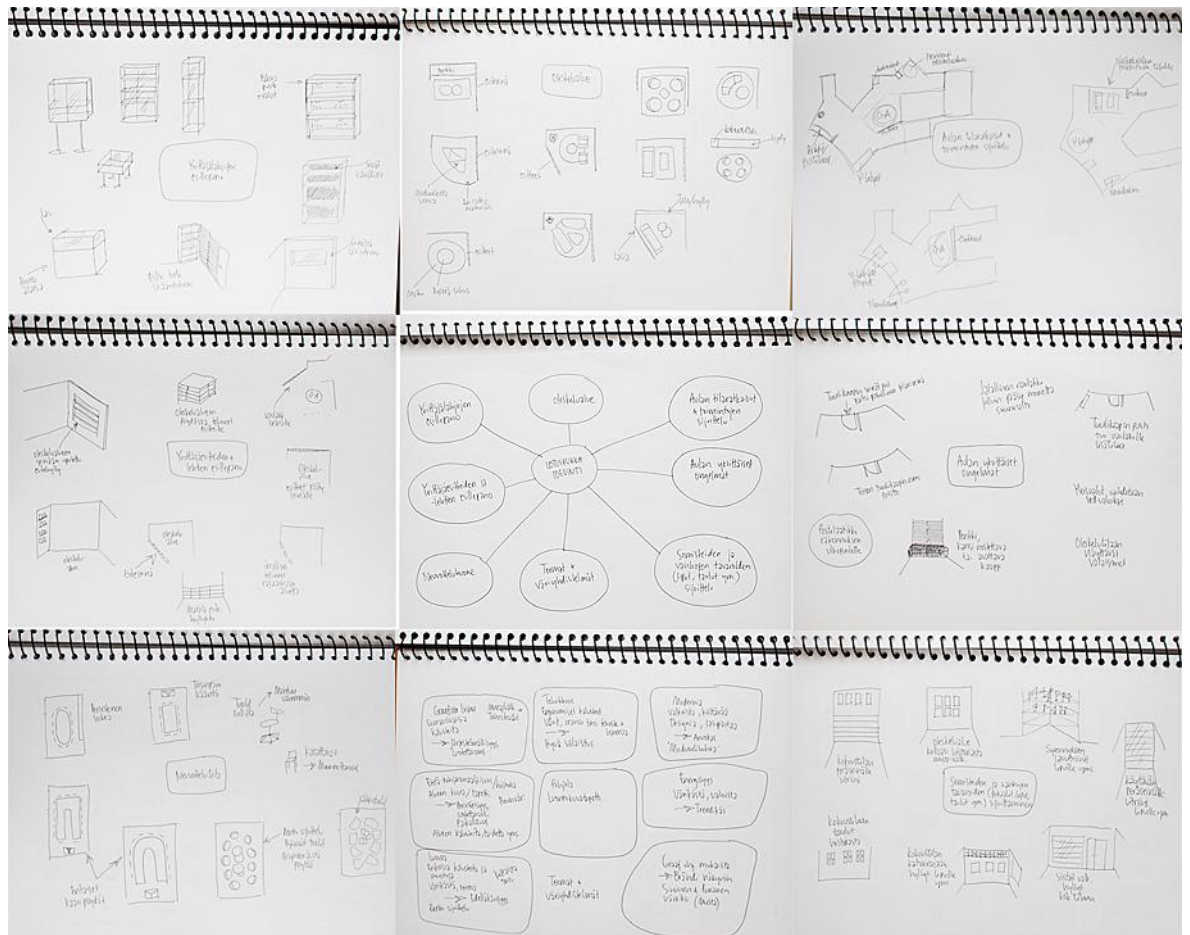
Valitsin ensimmäiseksi ideointimenetelmäksi miellekartan laatimisen, sillä olen kokenut sen olevan itselleni tuottava tekniikka, jonka avulla pääsen käsiksi paremmin ideoitavaan ongelmaan. Kokosin miellekarttaan vapaasti kaikki mieleeni tulleet asiat tämän projektin tiimoilta ja siitä mitä minun tulee suunnittelussa huomioida. Erittelin miellekarttaani vielä erikseen suunniteltavat tilat aulaan ja käytäviin, sekä kokoustilaan, joista lähdin rakentamaan omia polkuja suunnittelua varten. Näiden lisäksi yksi polku lähti kohti tilojen yhteistä tunnelmaa. Miellekartta toimii apuna ideoinnissa, ja sen avulla voin tarkastella, että olen konseptteissani huomioinut eri sisustussuunnittelun osa-alueet.



Kuvio 4. Miellekartta
(Lähde: Jaakkola Janina 2012k).

Miellekartan jälkeen jatkoin ideointia lootuskukkamenetelmää käyttäen. Lootuskukka-menetelmällä saadaan aikaan useita kymmeniä erilaisia ideoita. Menetelmän tavoitteena on rakentaa ideakimppuja siten, että yksi idea johtaa uusiin ideoihin. Menetelmässä ongelmaan ideoidaan kahdeksan ratkaisuvaihtoehtoa, joiden ympärille työstetään taas kahdeksan pienempää ideaa. Lootuskukka-menetelmällä ideointia voidaan jatkaa niin kauan, kunnes ideoita on saatu tarpeeksi. (Lampikoski ym. 2004, 129; Sloane 2010, 19 [viitattu 26.3.2012].) Miellekartan pohjalta valitsin lootuskukkamenetelmään kahdeksan pienempää osa-alueita, joita lähdin ideoimaan eteenpäin. Koska suunnitteluprojekti, ja huomioon otettavat sisustussuunnittelun osa-alueet, olivat niin laajoja, oli kohteiden paloittelu pienemmiksi ongelmiksi ideoinnin kannalta huomattavasti

helpompaa. Valitsin lootuskukan ideoitaviksi osa-alueiksi yrittäjälahjojen esillepanon, yrittäjäesitteiden ja lehtien esillepanon, neuvotteluhuoneen, aulan tilaratkaisut ja toimintojen järjestämisen, oleskelualueen, väriyhdistelmät ja teemat, olemassa olevien tavaroiden esillepanon ja aulan yksittäiset ongelmat. Ideoin jokaisesta osa-alueesta vähintään kahdeksan ideaa, jolloin lopputuloksena oli useita kymmeniä erilaisia ideoita (Kuvio 5). Tämän menetelmän avulla pääsin hyvin pureutumaan tilan eri ongelmakohtiin, sillä jakamalla ideoinnin pienempiin ongelmakohtiin, jouduin pakosta huomioimaan kaikkia suunnittelun osa-alueita.

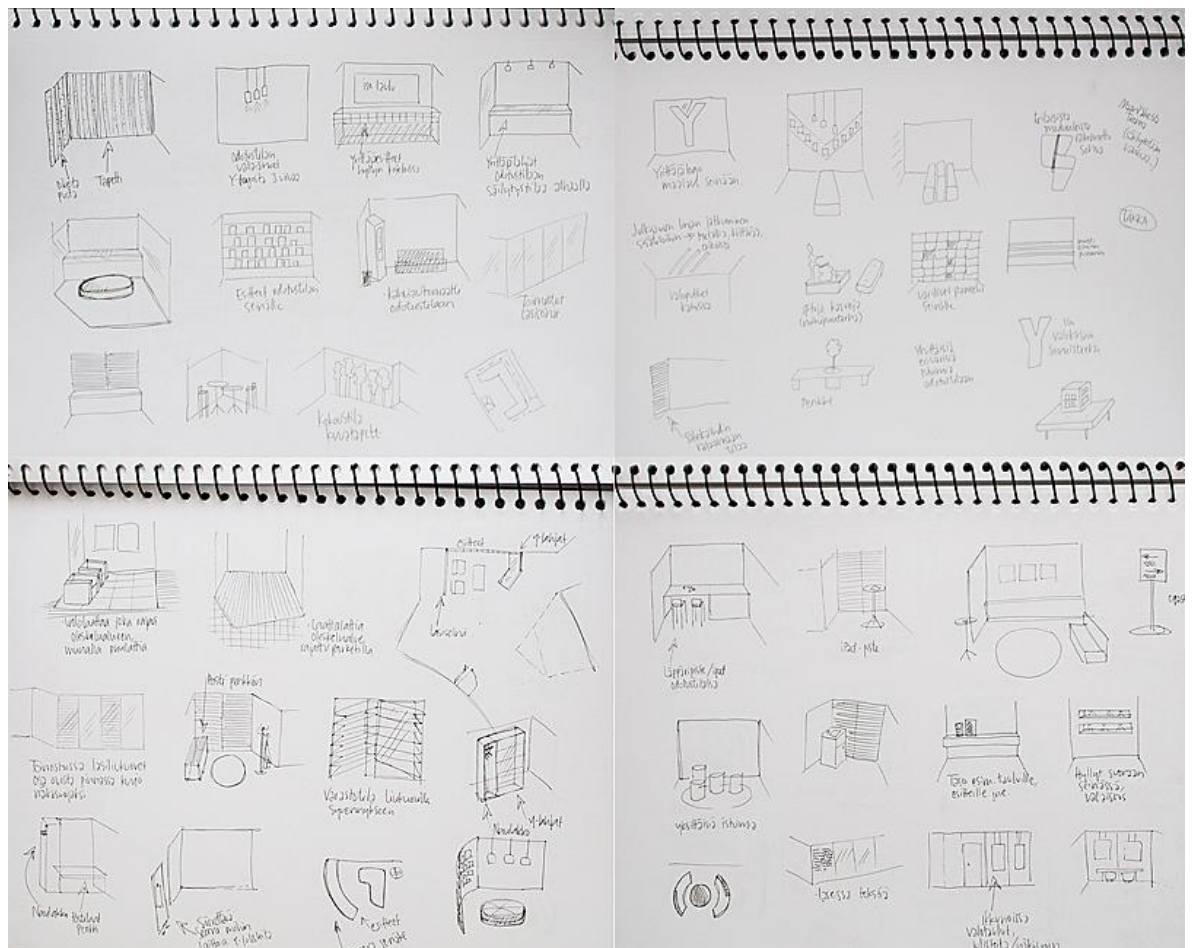


Kuvio 5. Ideointia lootuskukkamenetelmällä (Lähde: Jaakkola Janina 2012).

Lootuskukkamenetelmän jälkeen jatkoin ideointia välittömästi pakotetun nopeuden menetelmää käyttäen, sillä halusin hyödyntää lootuskukkamenetelmän ideoinnin keskittymisen ja sen tuoman syventymisen ongelmien ratkaisujen ideointiin. Pakotetussa nopeudessa määrätään aika ja sen puitteissa haluttu ideoinnin

määrä. Koska ideoinnissa pitää olla nopea, ei ideojalla ole aikaa pohtia ideoiden rationaalisuutta, vaan mielikuvitus saa juosta vapaasti. (Lampikoski ym. 2004, 117.)

Määräsin itselleni aikaa 45 minuuttia ideoida mahdollisimman paljon erilaisia ideoita, mutta kuitenkin vähintään 50 erilaista. Ideointivaiheessani halusin olla mahdollisimman luova ja tuottava, joten piirsin kaikki mieleeni tulleet ideat ylös, ilman kritisointia, ovatko ideat mahdollisia tai järkeviä. Osa pakotetun nopeuden ideoista kumpusi lootuskukkamenetelmästä saatujen ideoiden pohjalta, ja osa ideoista oli täysin uusia. Pakotetun nopeuden menetelmällä sain 50 uutta ideaa (Kuvio 6).



Kuvio 6. Ideointia pakotetun nopeuden menetelmällä (Lähde: Jaakkola Janina 2012m).

Aiempien ideointimenetelmien kautta sain paljon yksittäisiä ideoita eri toimintojen sijoitteluun, kalusteiden muotoon ja yksityiskohtiin. Tästä johtuen halusin yhdistää saamiani ideoita keskenään, ja sovittaa niitä pohjapiirustukseen. Samalla halusin saada tilojen pohjasta vielä enemmän irti ja kokeilla erilaisia vaihtoehtoja toimintojen sijoittelulle, mutta myös mahdollisesti ideoida vielä täysin uusia ratkaisuja. Jatkoin ideointia muuntelulista-menetelmää soveltaen.

Muuntelulista on hyvä menetelmä jo saatujen ideoiden kehittämiseen. Menetelmän tarkoituksena on muuttaa ideoita järjestelmällisesti. Ideoiden muuttamiseen voi hyödyntää esimerkiksi sanoja pienennä, yhdistä, lisää tai poista jotain, jaa osiin laajenna tai keksimällä muita ideointiin sopivia sanoja. Menetelmällä saadaan ideoitua erilaisia versioita alkuperäiseen ideaan. (Kettunen 2001, 73; Virkkala 1994, 83.)

Aiemmassa ideoinnissa olin pitäytynyt odotustilan sijoittamisessa pitkälti samankaltaisella linjalla, jossa odotustila sijaitsee toisen tyhjän toimiston tilalla. Muuntelumenetelmä avarsi minulle enemmän tilan tarjoamia mahdollisuuksia. Ideoin odotustilaa ja sen myötä muita toimintoja uudelleen, jolloin sain paljon ajatuksia pohdittavaksi konsepteihin. Menetelmä oli kokonaisuudessaan tuottava. Ideoinnissa kokeilin odotustilan sijoittamista myös tällä hetkellä käytössä olevien toimistojen tilalle, koska myös se mahdollisuus on mielestäni huomioitava suunnittelussa. Tällä hetkellä kaikki käytössä olevat toimistot sijaitsevat toimipaikan sivuseinien varrella. Odotustilaan saisi täysin erilaista ilmettä sijoittamalla alue yhden käytössä olevan toimiston tilalle, jolloin odotustilasta aukeaisi suuret kattoon asti ulottuvat ikkunat ulos.

Edellä kuvailtujen menetelmien avulla sain riittävän paljon ideoita sisustussuunnitteluun. Osana ideointivaihetta toimi eri kalustevalmistajien, ja olemassa olevien materiaalien ja tuotteiden tarjonnan tarkastelu, ja inspiraation etsiminen valmistajien esitteistä, sisustusaiheisilta internet-sivuilta ja aihetta käsittelevistä lehdistä. Olemassa olevien tuotteiden kartoittaminen tuotti lisää mielikuvia siitä, minkälaisia mahdollisuuksia tilojen sisustamiseen olisi ja sitä kautta toimivat myös inspiraationa ideoinnille. Tarjolla oleviin julkisen tilojen kalusteisiin tutustuin Martelan, Iskun, Kinnarpsin, Modeon ja Tilaan.com sivuilla.

7.3 Teemat

Ideoinnin pohjalta valitsin konseptien pohjaksi ja inspiraation lähteeksi kolme erilaista teemaa: modernia ja graafista, perinteistä ja pehmeää sekä luovaa ja värikästä.

Modernia ja graafista. Ensimmäisessä teemassa, modernia ja graafista (Liite 4), halusin jatkaa Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien erikoisen ja modernin julkisivun välittämää mielikuvaa myös sisätiloihin. Julkisivu on mielenkiintoinen ja poikkeava, eivätkä nykyiset toimitilat viesti samaa. Modernia ilmettä sisustukseen tuodaan valitsemalla kalusteiksi selkeälinjaisia, laadukkaita tuotteita ja tyylikästä, ajatonta värimaailmaa, käyttäen mustaa, valkoista ja metallia. Yllätyksellisyyttä tiloihin tuo läpinäkyvyys, joka toistuu osassa kalusteita sekä toimistojen seinämateriaaleissa. Lämpöä ja pehmeyttä tiloihin tuodaan viherkasveilla ja odotustilan matolla. Väriä tiloihin tuo Yrittäjien omat esitteet ja julisteet, jotka muuten neutraali ympäristö tuo hyvin esille. Kontrastia tiloihin tuo myös järjestön historiaan liittyvien kuvien käyttö osana muuten modernia sisustusta.

Perinteistä ja pehmeää. Toisessa teemassa, perinteistä ja pehmeää (Liite 5), ajatuksena on hyödyntää toimitilojen tämän hetkistä sisustusta, tuoden esille vahvemmin järjestön imagoa, ja muuttamalla tiloja nykyaikaisempaan suuntaan, olematta kuitenkaan liian moderni. Sisustuksessa hyödynnetään nykyisten toimistojen koivumateriaalia, ja kehitetään sisustusta sen pohjalta. Tiloihin tuodaan elementtejä Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien graafisesta ohjeistuksesta käyttämällä graafisen ohjeistuksen värejä ja tuomalla Yrittäjät -logoa ilmi esimerkiksi valaisimien muodolla.

Luovaa ja värikästä. Viimeisessä teemassa, luovaa ja värikästä (Liite 6), sisustusta muutetaan moderniin ja nuorekkaampaan suuntaan. Tavoitteena on energinen ja tehokas työympäristö. Konseptilla pyritään synnyttämään mielenkiintoinen ja positiivinen kokemus asiakkaille. Tiloihin tuodaan pehmeyttä, väriä ja raikasta tunnelmaa kalusteiden mielenkiintoisilla muodoilla ja väreillä. Myös tässä teemassa hyödynnetään graafista ohjeistusta ja sen lisävärejä, kuten kirkasta vihreää tai oranssia, joita käytetään harkituissa yksityiskohdissa. Nykyiset harmaat seinät rauhoittavat tilaa ja toimivat hyvänä pohjana muulle sisustukselle.

7.4 Konseptien luonnostelu

Luonnostelu on ideoinnin jälkeen tapahtuva vaihe, johon valitaan parhaimmat ideoinnista saadut tuotokset. Luonnostelun tavoitteena on kuvastaa mahdollisuuksia, joita ideoista voi syntyä. Luonnostelun tuloksena on vaihtoehtoisia konsepteja, joista tehdään esityskuvat asiakkaalle esiteltäväksi. Esityskuvien avulla ajatukset saadaan koottua muotoon, jossa niitä on helpompi tutkia ja arvioida. (Kettunen 2001, 61, 92.)

Valittujen teemojen pohjalta lähdin luonnostelevaan erilaisia ratkaisuja järjestön tilojen sisustamiseen. Tässä vaiheessa siirryin työskentelemään ArchiCad-mallinusohjelmalla, jolloin eri ratkaisujen kokeilusta tuli tehokkaampaa. Valitsin ja karsin ideoinnin pohjalta luomaani materiaalia sen mukaan, miten niissä täyttyi aikaisemmin määrittelemäni muotoilun tavoitteet, ja mitkä mielestäni olivat toteuttamiskelpoisia ideoita Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloihin.

Saamani toimeksiannon, haastattelun ja tiedonhankinnan ja oman kokemukseni myötä järjestön aulatiloihin tuli tehdä suuriakin muutoksia, jotta tilasta saataisiin toimivammat. Tästä syystä keskityin konsepteissa erityisesti aulatilän sisustamisen ratkaisemiseen. Kokeilin myös erilaisia pohjaratkaisuja, sillä halusin osoittaa, miten eri tavoin tiloista voidaan muokata toimivat. Helpoin ratkaisu on sijoittaa odotustila heti sisääntuloa vastapäätä tällä hetkellä tyhjän toimiston tilalle. Halusin kuitenkin toimeksiantajan huomaavan, että tiloissa on potentiaalia myös muunlaisille ratkaisuille.

Neuvotteluhuoneen tarvittava istuinmäärä suhteessa tilan kokoon asetti huoneen sisustamiselle omat vaatimuksensa. Neuvottelupöydän sijoitus tuli olla keskellä tilaa, jotta tuolien taakse jäisi tarpeeksi kulkutilaa. Neuvotteluhuoneen käyttötarkoituksen luonteen puolesta en voinut myöskään jättää istujia ilman pöytätilaa, sillä tässä tapauksessa muutama pienempi sohvapöytä tyyppinen ratkaisu ei ollut mahdollista. Nämä huomioiden hain neuvotteluhuoneelle erilaista ilmettä lähinnä kalusteiden muodon ja värin kautta sekä materiaalivalinnoilla.

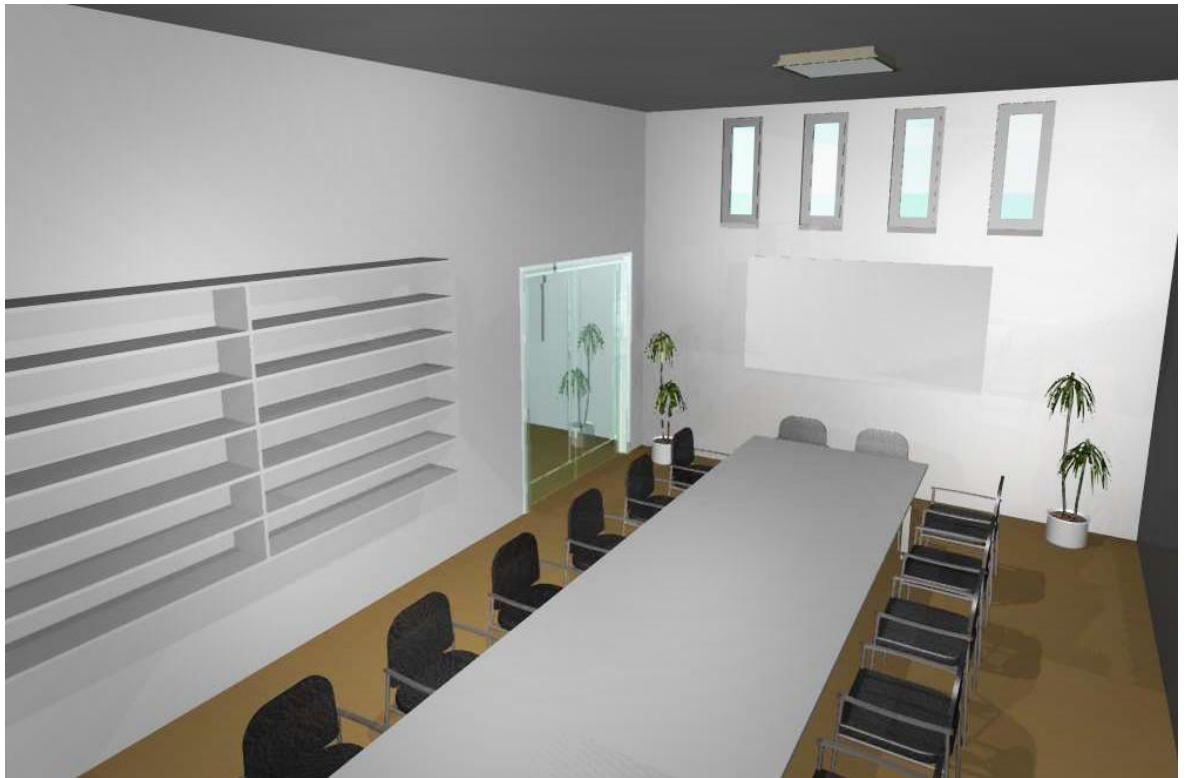
7.4.1 Modernia ja graafista -konseptin luonnostelu

Modernia ja graafista -konseptissani halusin jatkaa julkisivun erikoista ja modernia linjaa myös järjestön sisätiloihin. Tässä konseptissa halusin myös sijoittaa odotustilan ikkunoiden viereen (Kuvio 7), sillä korkeat ikkunat ovat näyttävät ja ne tekevät odotustilasta erittäin valoisan. Tähän konseptiin sopii modernien suurien ikkunoiden hyödyntäminen sisustuksessa, sillä ikkunat ja sieltä tuleva valo avartavat tilaa. Ne myös lisäävät mielenkiintoa, koska asiakas voi katsella odotellessaan ulos. Järjestön värikkäät esitteet ja lehdet voisi sijoittaa kaikki yhdelle seinälle, jolloin kaikki paperituotteet olisivat keskitettyinä yhteen paikkaan, helpottamaan niiden löytymistä. Mustavalkoiseen ilmeeseen väriä tuovat itse esitteet ja lehdet, mutta sisustuksessa voisi hyödyntää järjestöllä jo olemassa olevia viherkasveja. Seinäpinnat voisivat olla valkoisia, jolloin tila avartuisi entisestään. Tiloissa voisi kuitenkin harkituissa kohdissa käyttää näyttävää graafista tapettia, kuten odotustilan päätyseinällä. Yleisvalaistus järjestön tiloissa on kunnossa, mutta katon yleisvalot voisi vaihtaa modernimmiksi tasapintaisiksi upotetuiksi valaisimiksi. Lisäksi tiloihin voisi tuoda moderneja irtovalaisimia.



Kuvio 7. Moderni aulatila
(Lähde: Jaakkola Janina 2012n).

Luonnostelin kokoustilaan modernimpaa ilmettä (kuvio 8), sijoittamalla tilaan tyylikkäitä mustia istuimia ja ajattoman valkoisen pöydän. Tähän konseptiin toisin mielellään neuvottelutuoleiksi pyörillä olevia ergonomisia työtuoleja, mutta valitettavasti tilan koko ja käyttäjien määrä ovat ratkaisevassa asemassa. Pyörillä olevat istuimet veisivät tilaa liikaa, eikä tarvittavaa määrää istuimia saisi mahdutettua pöydän ympärille. Tuolit voisivat kuitenkin olla pyöriviä vaikka niissä ei olisikaan rullia pohjassa. Materiaalilta istuimet voisivat olla mustaa nahkaa tai muutoin laadukasta ja kestävästä materiaalia. Modernin kokoustilan pöytä voisi olla vaihtoehtoisesti myös lasia. Luonnoksessa vaihdoin lisäksi kokoushuoneen oven lasiseen liukuoveen. Lasi materiaalina on ajaton ja aina trendikäs, jolloin ilme muuttuisi hyvinkin paljon. Lasia voisi hyödyntää myös toimistojen seinissä, jolloin toimitiloista tulisi kauttaaltaan modernimmat. Luonnostelin kokoustilan takaseinälle valkotaulun, jota voisi käyttää kirjoittamiseen. Siihen voisi myös kiinnittää magneetilla julisteita tai muita ajankohtaisia mainoksia. Tällöin erilaiset paperiset mainokset tilassa olisivat keskitetysti takaseinällä, eivätkä ripoteltuina eri paikkoihin. Myös tähän tilaan voisi tuoda moderneja valaisimia jatkamaan samaa tunnelmaa, kuin odotustilassa.



Kuvio 8. Moderni kokoushuone
(Lähde: Jaakkola Janina 2012o).

Mustavalkoisen värimaailman vastapainoksi tiloihin voisi asentaa julkisen tilan laminaattilattian puun värisenä, jolloin tiloihin saataisiin myös lämpöä ja pehmeää tunnelmaa. Yleisilmeeltä sisustus olisi modernilla tavalla asiantunteva ja tiloista huokuisi laatu ja sitä kautta järjestön imagon vahvuus. Järjestöllä on hyvin paljon erilaisia esitteitä, julisteita ja mainoksia, joten pelkästään ne tuovat jo graafisen ohjeiston värimaailmaa tiloihin, ilman, että väriä käytettäisiin itse sisustuksessa. Musta, jota sisustuksessa kuitenkin käytettäisiin, on yksi graafisen ohjeistuksen pääväreistä.

7.4.2 Perinteistä ja pehmeää -konseptin luonnostelu

Modernin ja radikaalimman konseptin vastapainoksi luonnostelin perinteistä sisustuskonseptia, pitäen enemmän silmällä toimipaikan olemassa olevia materiaaleja, ja niiden hyödyntämistä sisustuksessa. Perinteinen -konseptin lähtökohtana oli järjestön toimistojen koivun väriset ovet ja avotoimistojen koivuiset seinät.

Tässä konseptissa luonnostelin odotustilaa vasemman puoleisen tyhjän toimiston tilalle (Kuvio 9). Tämä toimisto on rakennettu yksittäisistä osista, joten sen purkaminen olisi helppoa. Luonnostelin odotustilaa sekä seinien kanssa, että ilman. Seinä sohvan takana rajaisi tilaa ja antaisi hieman enemmän yksityisyyttä sen takana oleviin toimistotiloihin. Seinän materiaalin voisi korvata myös lasilla, jolloin se rajaisi tilaa, mutta valo pääsisi paremmin kulkemaan tilaan. Seinän tilalle voisi harkita myös yksittäistä tilanjakajan käyttöä, jolloin tila olisi helpommin myös muokattavissa.

Valitsin konseptiin käytettäväksi moderneja kalusteita, varoen niiden olemasta kuitenkaan liian moderneja tähän konseptiin. Kalusteissa voisi hyödyntää olemassa olevaa koivun väriä, mutta esimerkiksi istuimiin voisi tuoda graafisen ohjeistuksen päävärejä, punaista tai sinistä, jotka ovat hyvin esillä järjestön sivuilla, esitteissä ja muussa viestinnässä. Näin ollen sisustus tukisi graafista ohjeistusta ja järjestön imagoa värien kautta.

Tilaan voisi tuoda valaisimia, jotka ovat muodoltaan väärinpäin olevan Y-kirjaimen muotoisia, jolloin niistä syntyisi helposti mielikuva järjestön tunnuksesta. Tilojen somistuksessa voisi hyödyntää alueen taiteilijoiden teoksia, hankkimalla näyttäviä tauluja tiloihin. Tämä ratkaisu tukisi omalla tavallaan, sitä että järjestön on nimenomaan Etelä-Pohjanmaan alueen aluejärjestö. Samalla se viestisi siitä, miten järjestö tukee alueen yrittäjyyttä, mikä on järjestön tärkeimpiä tehtäviä. Myös tässä konseptissa esitteet ja lehdet sijoitettaisiin odotustilan yhteyteen, sillä se on niiden sijoittamiselle loogisin ja järkevin ratkaisu.



Kuvio 9. Perinteinen odotustila
(Lähde: Jaakkola Janina 2012p).

Perinteisessä kokoustilassa (Kuvio 10) jatkettaisiin samaa linjaa, kuin odotustilassa ja aulassa. Istuimiksi voitaisiin tuoda yksinkertaisia kasattavia istuimia, jolloin ylimääräisiä istuimia voisi tilanteen mukaan laittaa mahdollisesti sivuun. Tilaan tuotaisiin myös uusi neuvottelupöytä, joka voisi olla samaa sävyä olemassa olevan seinävitriinin kanssa.



Kuvio 10. Perinteinen kokoushuone
(Lähde: Jaakkola Janina 2012q).

Yleisilmeeltään sisustus olisi nykyaikainen, mutta kodikas ja tunnelmallinen. Järjestön imago näkyisi voimakkaimmin kalusteiden ja tekstiilien värimaailmassa. Tilan tunnelma olisi myös turvallinen ja paikallinen.

7.4.3 Luovaa ja värikästä -konseptin luonnostelu

Kuten kappaleessa 5.1 käsittelin sisääntulon merkitystä toimitiloissa, on sisääntulon näkymällä suuri merkitys asiakkaan kokemaan mielikuvaan. Luonnostelin luovan tilan odotustilaa siten, että se sijoittuisi ensimmäisen tyhjän toimiston tilalle (Kuvio 11). Odotustilan sijoittaminen suoraan sisääntuloa vastapäätä antaa toimitiloille heti paremman ilmeen, ja sen myötä nykyistä paremman ensivaikutelman. Sisääntulija kokee tilan huomattavasti avarammaksi, koska vastassa ei ole heti seinä ja näkymä tyhjään toimistotilaan. Tyylikkäästi toteutettu odotustila synnyttää sisääntulijalle välittömästi positiivista mielikuvaa järjestöstä, ja auttaa hahmottamaan tilaa kokonaisuudessaan paremmin. Asiakas

tietää mihin on tullut, eikä koe hämmennystä. Aula sijaitsee tällöin myös keskitetyssä paikassa, jolloin siitä on käynti rakennuksen eri osiin. Koska odotustilan päätyseinä olisi tällä tavoin hyvin keskeisellä paikalla ja suoraan sisään-tuloa vastapäätä, on tärkeää miettiä mitä seinälle sijoitetaan. Paikka voisi olla erinomainen järjestön historian esiintuomiseen. Seinälle voisi esimerkiksi teettää mustavalkoisia canvas-tauluja. Toimeksiantajan toiveenahan oli saada historia jollain tavalla mukaan sisustukseen. Kuten luvussa 5.7 ilmeni, historian näkyminen tiloissa viestii järjestön arvoista ja lisää luottamusta ja näin ollen positiivista mielikuvaa. Sijoittamalla historia paikalle, josta se huomioidaan nopeasti, viestii se heti ensimmäisellä kosketuksella tilaan positiivisia viestejä. Esitteiden ja lehtien sijainnille perusteltu paikka on välittömästi odotustilan läheisyydessä, josta ne näkyvät ja löytyvät vaivattomasti. Odotustilan oikealle puolelle voisi rakentaa seinän, joka rajaisi tilaa ja antaisi rauhaa oikean puolen toimistoille. Seinän voisi hyödyntää esitteiden sijoittamiseen, jolloin erillisiä lattialla seisovia esitelineitä ei tarvitsisi käyttää.

Luovassa ja trendikkäässä odotustilassa voisi käyttää värikkäitä ja hieman persoonallisempia kalusteita. Värien kautta syntyisi tietynlainen yhteys järjestön imagoon, sillä kalusteiden ja maton värit voitaisiin ottaa järjestön graafisesta ohjeistuksesta. Ohjeistuksen lisäväreistä löytyy sopivia energisen tehokkaita väri vaihtoehtoja, kuten kirkasta vihreää ja oranssia. Harmaat seinät antaisivat hyvän taustan näille kirkkaille tehosteväreille.



Kuvio 11. Luova ja värikäs -konseptin odotustila
(Lähde: Jaakkola Janina 2012r).

Yhdessä luovan kokoustilan luonnoksessa kokeilin tilaan pirteää koivukuvatapettia (Kuvio 12). Tapetti voisi olla yhdellä pitkällä seinällä. Tapetti antaisi tilasta mieleenpainuvan ja raikkaan ilmeen. Se olisi kuitenkin niin näyttävä, että vastakkaisen seinän lipuille tarkoitettu vitriini tulisi vaihtaa neutraalimpaan, sillä liput itsessäänkin tuovat tilaan runsaasti erilaisia värejä. Vitriinin voisi esimerkiksi maalauttaa valkoiseksi ja hankkia tilaan saman sävyisen neuvottelupöydän. Luovassa tilassa pöydän muoto voisi olla neliskulmaisen sijasta pyöreä tai soikea.



Kuvio 12. Luova ja värikäs -konseptinkokoushuone
(Lähde: Jaakkola Janina 2012s).

Tiloihin voisi tuoda näyttäviä katseenkiinnittäviä valaisimia. Yleisesti luovaan tiloihin voisi kehittää erikoisempiakin valaistusratkaisuja, joiden avulla voisi rakentaa mieleenpainuvia valaistus- ja tunnelmaelämyksiä. Myös lattiamateriaali voisi olla jotain muuta, kuin perinteistä. Lattia voisi olla esimerkiksi kokonaan valkoinen ja kiiltäväpintainen, mutta kuitenkin julkiseen käyttöön turvallinen materiaali.

Järjestön tiloissa on käytävän varrella kahviautomaatin vieressä pieni syvennys (Kuvio 13). Tällä hetkellä syvennyksessä on kahviautomaatin lisäksi palosammutin, viherkasvi ja yksi esitehylly. Mielestäni tilan voisi ottaa käyttöön, sijoittamalla sinne yksittäinen korkea pöytä ja muutama tuoli. Tilaan voisi sijoittaa tietokoneen tai iPadin asiakaskäyttöön, jolloin yrittäjät voisivat odotellessaan hyödyntää sitä. Mikäli odotustilassa on useampi henkilö samanaikaisesti, voisi pienempää nurkkausta hyödyntää esimerkiksi tärkeään puheluun rauhallisemman sijaintinsa vuoksi. Järjestön asiakaskunta huomioiden, mahdollisuus internetin käyttöön lisäisi järjestön hyvää palvelua ja olisi nykypäivää ja varmasti

käytännöllinen. Tilassa voisi pitkien neuvottelujen välillä pitää taukoa ja juoda kupin kahvia, sillä kokoustila on saman käytävän päässä.



Kuvio 13. Syvennyksen hyödyntäminen internet-pisteeksi (Lähde: Jaakkola Janina 2012t).

Nykyinen odotustila poistamalla suurempi ikkunan edessä olevista syvennyksistä saadaan muuhun käyttöön (Kuvio 14). Vanhan sohvan takana oli postiluukku, johon luonnostelin ratkaisuksi ikkunan alla olevan tason. Taso voisi olla mittatilaustyönä teetetty ja kapea, joka mahdollisesti voisi toimia myös tarvittaessa penkinä. Siihen voisi myös esimerkiksi laittaa pientä somistusta ja näyteikkunaa vuodenajan mukaan. Tasossa voisi olla nostettava kansi, jolloin posti sujahtaa suoraan laatikkoon. Penkin sisälle voisi sijoittaa väliseinän, jolloin loppuosa penkistä toimisi ylimääräisten esitteiden säilömiseen, jolloin esitteitä olisi helppo lisätä esitetelineeseen tarvittaessa. Koska syvennys on sen verran suuri, voisi siihen sijoittaa myös suuren vitriinin yrittäjälahjojen esittelyä varten. Vitriini olisi näkyvällä paikalla ja aivan istuma alueen tuntumassa, joten tuotteet saisivat huomiota osakseen. Vitriiniin voisi sijoittaa kohdevalot, jolloin yrittäjälahjat nousisivat vielä enemmän esiin.



Kuvio 14. Vitriini yrittäjälahjoille ja ratkaisu postilaatikkoon (Lähde: Jaakkola Janina 2012u).

7.5 Palautteet konsepteista

Esittelin kolme teemakonseptia luonnoskuvien, pohjapiirrosten (Liite 6), vaihtoehtoisten kaluste-esimerkkien ja lyhyiden esittelyjen kautta Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien henkilökunnalle ja pyysin palautetta ja kommentteja konseptiluonnoksista.

Henkilökunta oli sitä mieltä, että kovin suuriin muutoksiin ei ainakaan tällä hetkellä olla ryhtymässä, joten suunnitelmassa tulisi välttää seinien kaatamista ja suuritöisiä remontteja. Esittelemistäni konsepteista henkilökunta piti luovaa ja värikästä -konseptin pohjaratkaisusta, jossa odotustila sijoitetaan heti sisääntuloa vastapäätä olevan tyhjän toimiston tilalle. Sen sijaan tuulikaapin poistaminen saattaisi saada henkilökunnalta kannatusta, sillä kommentteissa sanottiin, että ”ajatus ei olisi hullumpi”. Palautteesta kävi ilmi myös se, että perinteistä ja pehmeää -konseptin yleistunnelma miellytti henkilökuntaa. Perusteluna tähän oli,

että konseptissa hyödynnetään kivasti jo toimitiloissa olemassa olevaa ilmettä ja tunnelmaa. Viimeisessä konseptissani olleet taulut järjestön historiasta miellyttivät kommentoijia, ja tätä ajatusta tulenkin todennäköisesti käyttämään lopullisessa sisustussuunnitelmassa. Erityisesti henkilökunta innostui ehdottamastani ratkaisusta nykyiseen postilaatikko-ongelmaan, teettämällä ikkunan viereen kannellinen penkki, jonka sisälle posti putoaa. Jo tässä vaiheessa henkilökunta totesi, että postilaatikkoon esittämäni ratkaisu ja yrityslahjavitriini toteutettaisiin. Nämä ideat vien mukaan lopulliseen sisustussuunnitelmaan, ja mietin niiden lopullista muotoa ja sijoitusta.

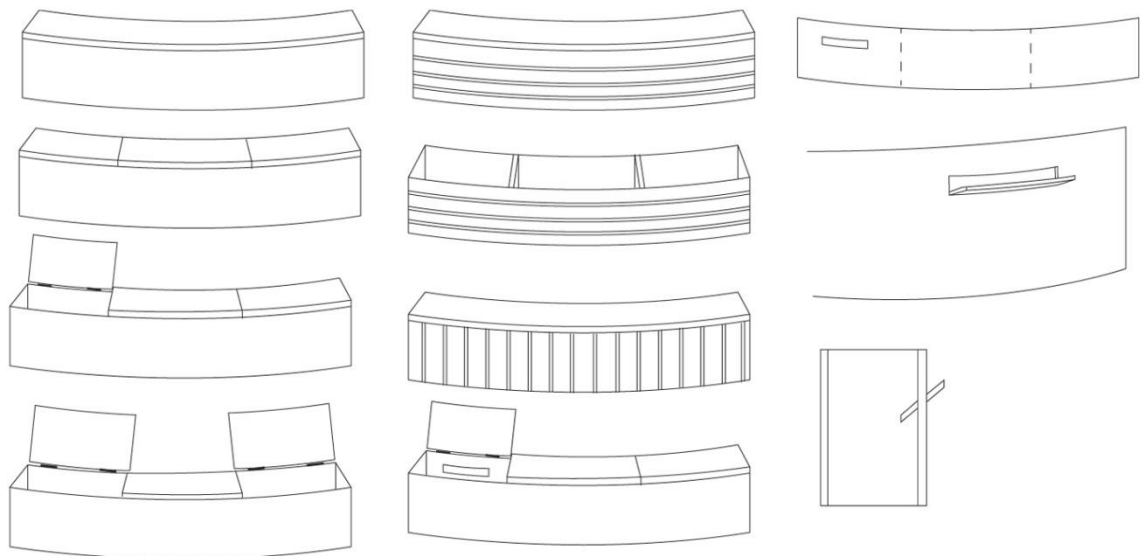
Koin, että saamani palaute ja kommentit teemakonsepteista, antoivat minulle melko selkeän suunnan lopulliseen sisustussuunnitelmaan ja sen kehittämiseen. Olisi ollut mielenkiintoista selvittää myös haastattelussa mukana olleiden asiakkaiden mielipiteitä konsepteista, mutta valitettavasti kiireellisen aikataulun vuoksi tähän ei ollut mahdollisuutta. Sain kuitenkin henkilökunnan mielipiteitä ja palautetta konsepteista, joiden avulla lähdin jatkokehittämään yhtä konseptia lopulliseksi sisustussuunnitelmaksi.

7.6 Valitun konseptin kehittäminen

Etelä-Pohjanmaan Yrittäjiltä saamani palautteen, oman näkemykseni, toimeksiannon ja tiedonhankintaosuuden pohjalta lähdin kehittämään lopullista sisustussuunnitelmaa. Lähtökohtana käytin luonnosteluvaiheessa suunnittelemani konsepteja. Kehittelyvaiheessa valitsin laatimistani konsepteista toteuttamiskelpoisia ideoita ja lähdin miettimään lopulliseen suunnitelmaan sopivia materiaaleja, värejä, kalusteita ja niiden sijoittelua. Tarkastelin myös eri sisustuselementtien yhdenmukaisuutta sekä niiden viestittämää tunnelmaa, jotta lopullinen sisustussuunnitelma kuvastaisi myös järjestön imagoa.

Etsin sopivia materiaaleja ja kalusteita eri valmistajien valikoimista, jotta löytäisin juuri tähän projektiin sopivat tuotteet. Valinnoissani pyrin myös huomioimaan niiden soveltuvuuden julkiseen tilaan ja erityisesti Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloihin ja tarpeisiin.

Ikkunan viereen suunnittelemani penkki täytyy toteuttaa mittatilaustyönä, sillä vastaavaa ratkaisua en ole aiemmin nähnyt. Ikkunaseinä on jonkin verran kaareva, ja jos penkin haluaa koko matkalta kannelliseksi, tulee kansi jakaa osiin, jolloin koko kantta ei tarvitse nostaa postia haettaessa. Luonnostelin penkkiin erilaisia ratkaisuja (Kuvio 15), jotta saisin siitä mahdollisimman toimivan. Totesin, että penkin sisällä olisi hyvä olla väliseinät ainakin postilaatikko-osuuden suhteen, jolloin posti ei leviäisi koko penkkiin. Toisaalta myös mahdollisen istumisen vuoksi penkin tulee olla tukeva, jolloin myös väliseinät kannattelevat kantta ja siihen kohdistuvaa painoa. Mietin myös ratkaisuja pintaan, olisiko penkki maalattu tasapintainen vai rakennettaisiinko siihen ritilämäistä pintaa puurimoista. Tärkeää penkissä oli huomioida, että postilaatikon aukko tulisi täysin oikeaan kohtaan seinässä olevan aukon kanssa, ja että penkki on niin kiinni seinässä, että posti ei pääse putoamaan seinän ja penkin väliin. Mahdollista olisi myös rakentaa erillinen liuska, jota pitkin posti liukuu laatikon sisään.



Kuvio 15. Postilaatikon luonnostelua
(Lähde: Jaakkola Janina 2012v).

8 VALMIS SISUSTUSSUUNNITELMA

Valmis sisustussuunnitelma (Liite 8) kuvastaa järjestön imagoa ja on samaan aikaan moderni ja nykyaikainen. Suunnitelma vastaa projektin alussa Etelä-Pohjanmaan Yrittäjiltä saamaani toimeksiantoa, mutta siinä on huomioitu myös asiakkaiden ja henkilökunnan tarpeet. Olen pyrkinyt ratkaisemaan haastattelussa ilmenneet tilojen käyttöön liittyvät ongelmat ja laatimaan tiloista toiminnalliset ja viihtyisät. Suunnitelmassa kiinnitin huomioita myös siihen, että sisustustuotteet sopivat nykyisiin pintamateriaaleihin, mikäli järjestö ei ole valmis vielä tässä vaiheessa tekemään suuria remontteja tiloihin. Halusin kuitenkin sisällyttää suunnitelmaan suurempiakin sisustuksellisia ratkaisuja, joita järjestö voi tulevaisuudessa toteuttaa. Kalusteet ja kevyet sisustusratkaisut on valittu siten, että ne sopivat tilaan ilman välitöntä kokonaisvaltaista muutosta. Kokonaisuudessaan sisustussuunnitelmassa on lisäksi tähdätty aikaa kestäviin valintoihin, sekä kulutuksen keston ja materiaalien, että kalusteiden nykyaikaisuuden ja ajattomuuden myötä. Suunnitelmassa on hyödynnetty toimitilojen olemassa olevaa ilmettä ja modernia sisustusta siten, että kokonaisuus säilyy yhtenäisenä.

Suunnitelman pintamateriaaleiksi valitsin kestäviä ja julkiseen tilaan ja kovaan kulutukseen soveltuvia materiaaleja. Toimipaikan lattia on nykyisellään hyväkuntoinen, joten sen vaihtaminen ei ole välttämätöntä. Laadin suunnitelman kuitenkin tulevaisuutta silmällä pitäen siten, että muu sisustus sopii myös nykyiseen lattiamateriaaliin. Lisäsin suunnitelmaan ehdotuksen uudesta lattiamateriaalista, mikäli järjestö haluaa vaihtaa lattian myöhemmin tulevaisuudessa. Lattiamateriaali valitessa huomioin ensisijaisesti sen sopivuuden julkiseen tilaan ja kovaankin kulutukseen. Lattian materiaalin valinnassa halusin lisäksi huomioida sen ympäristöystävällisyyden. Kaikkiin lattiapintoihin valitsin turvallisen ja täysin kierrätettävissä olevan designlaatan, joka soveltuu erinomaisesti julkiseen tilaan. Laattoja on saatavana puukuvioisena, jolloin tilaan saadaan lämpöä, tunnelmallisuutta ja viihtyisyyttä. Samoin lattia toimii tilassa, vaikka järjestö haluaisi myöhemmässä vaiheessa poistaa viimeisenkin koivuisen avotoimiston. Valikoimani laatta kestää iskuja ja se on turvallinen käyttää myös sisäilman kannalta. Palotilanteessa materiaali ei ylläpidä tulipaloa. (Upofloor

[viitattu 4.4.2012].) Lattiamateriaali tekee tilasta kodikkaamman, mikä oli yksi suunnittelun tavoite.

Järjestön seiniin valitsin neutraalin vaaleanharmaan sävyn, jolla maalataan kaikki seinäpinnat. Samalla sävyllä maalataan myös kaikki listat, joita ei hyvän kuntonsa vuoksi tarvitse vaihtaa. Katto säilytetään ennallaan, sillä se on erittäin hyväkuntoinen eikä vaadi muutoksia.

Järjestön tiloissa valaistus oli hyvässä kunnossa ja riittävä, joten valaistuksen lisäämiseen ei ollut tarvetta. Suunnitelmassa vaihdoin tilojen loisteputkivalaisimet uusiin neliönmallisiin ja tasapintaisiin upotettuihin loisteputkivalaisimiin, jotka antavat tiloille modernimman ilmeen tasaisen pintansa ansiosta. Valaisimet luovat tilaan tasaisen ja turvallisen yleisvalon, eikä pimeitä nurkkauksia synny.

Tiloissa katto on melko matalalla, joten ongelmia kaikumisen suhteen tiloissa ei ole. Tiloissa on myös paljon erisuuntaisia seiniä, joten seinät eivät pääse heijastamaan ääntä uudelleen, joten näin ollen kaikumista ei pääse syntymään. Hyvää akustiikkaa tukevat myös uudet kalusteet, esitetelineiden akustiset ominaisuudet ja suuri matto odotustilassa.

Lopulliseen suunnitelmaan en sijoittanut opasteita, sillä en kokenut niiden olevan tarpeellisia. Tilat ovat pinta-alaltaan melko pienet ja henkilökuntaa vain viisi henkeä. Kaikki toimistohuoneet on sijoitettuna tulevan keskitetyn odotustilan ympärille ja käytäntönä on, että joku henkilökunnasta tulee vastaanottamaan asiakkaan, joten sen vuoksi opasteille ei ole tilassa tarvetta. Asiakas tietää paikkansa mennessään toimitiloihin sisään.

Väriä tiloihin tuovat esitteiden lisäksi viherkasvit. Järjestön tiloissa oli paljon jo ennestään tekokasveja, joten ne hyödynnetään sisustussuunnitelmassa sijoittaen ne uudelleen. Valitsin kuitenkin suunnitelmaan järjestön graafisessa ohjeistuksessa olevaa punaista värimaailmaa. Punainen tuo tilaan rohkeaa väriä, mutta myös kodikkuutta ja vahvuutta.

8.1 Aula

Aulaassa ja odotustilassa pyrin vastaamaan henkilökunnan tarpeisiin, mutta huomioimaan erityisesti myös asiakkaiden tarpeet. Kuten luvussa 6.3 totesin, haastatteleamalla asiakkaita sain selville paljon käyttäjien kokemia ongelmakohtia tilassa. Näihin ongelmiin hain ratkaisuja, jotta vastaanottotila olisi toimiva ja miellyttävä tilan kaikille käyttäjille. Aulassa halusin erityisesti kiinnittää huomiota myös siihen, minkälaisen tunnelman ja ensivaikutelman tila luo, jotta se viestittäisi oikeanlaista mielikuvaa järjestöstä.

Aula sijoitettiin sisustussuunnitelmassa heti sisääntuloa vastapäätä (Kuvio 16), jolloin tila avartuu huomattavasti nykyisestään. Kuten kappaleessa 5.1 todettiin, on toimipaikan sisääntulolla suuri merkitys positiivisen mielikuvan syntymiseen. Tyhjän toimiston purkaminen sisääntulon edestä, antaa toimipaikalle välittömästi paremmat edellytykset positiivisten mielikuvien syntyyn, kun sisääntulijalle avautuva näkymä suunnitellaan toimivaksi ja näyttäväksi. Odotustilan sijainti näkyvällä paikalla antaa asiakkaalle myös turvallisuuden tunnetta, ja edesauttaa positiivista kokemusta, sillä asiakas tietää välittömästi mihin tilassa tulee suunnata. Odotustila on tällöin myös keskeisessä kohdassa, jolloin useammasta toimistosta on näkyvyys tilaan, jolloin asiakkaan havaitseminen on helppoa.



Kuvio 16. Uusi odotustila
(Lähde: Jaakkola Janina 2012w).

Valitsin odotustilan istuimiksi yksittäisiä istuimia sohvaa sijasta, asiakkaiden haastattelussa ilmenneen nykyisen sohvaa ahdistavan olemuksen vuoksi. Päädyin viiteen yksittäiseen istuimeen, jolloin myös koko henkilökunta pystyy pitämään tilassa esimerkiksi kahvitaukoa. Yksittäiset istuimet antavat yksityisyyden tunnetta, eikä muiden tilassa istujien läsnäolo tunnu liian ahdistavalta. Pyörivät istuimet tuovat lisämukavuutta, sillä niiden myötä istuinta voi kääntää esimerkiksi keskustelukumppanin suuntaan. Valitsemani istuimet ovat muodoltaan pelkistettyjä ja moderneja, joten ne tuovat tilaan nykyaikaisempaa ilmettä. Pöydiksi valitsin kaksi pientä eri korkuista pöytää, jolloin ne voidaan asetella hieman limittäin. Pöytien kansimateriaaliksi valitsin koivun. Sekä pöydissä, että istuimissa jalat ovat kromia.

Valitsin odotustilaan VM-Carpetin Tessa-nukkamatton, joka soveltuu erinomaisesti julkiseen tilaan käytettäväksi. Matto on valmistettu siten, että se hylkii likaa, ja näin ollen puhtaanapito on helppoa. Maton harmaan värityksen valitsin siksi, että mahdollinen likaantuminen ei näy helposti. Muuten tiloihin ei tuoda mattoja, joten

yksittäisen maton huoltaminen ei ole liian vaivalloista. Matto tuo tilaan kodikkuutta ja se rajaa odotustilaa muusta aulasta.

Odotustilan seinälle sijoitetaan järjestön historiaan liittyviä tauluja. Kuvat valitaan Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien arkistoista ja niistä teetetään mustavalkoiset 30 x 40 cm kokoiset taulut. Odotustilassa historia on näkyvällä paikalla, jossa se vaikuttaa ihmisen kokemukseen positiivisesti. Kuten luvussa 5.7 käsiteltiin, historian näkyminen osana toimipaikan sisustusta, luo se luotettavaa ja positiivista mielikuvaa yrityksestä. Se kertoo järjestön arvomaailmasta ja suhtautumisesta työntekijöihin, ja sitä kautta viestii myös järjestön suhtautumisesta asiakkaisiin.

Odotustilan molemmin puolin sijoitetaan esitehyllyt, jotka tuovat tilaan trendikästä ilmettä, mutta ne ovat myös käytännöllisiä, sillä hyllyjen taskumateriaalilla on akustisia ominaisuuksia. Kahteen hyllyyn mahtuu runsaasti erilaisia esitteitä ja lehtiä, jolloin kaikki paperituotteet saadaan mahtumaan samaan keskitettyyn paikkaan. Molemminpuoliset esitehyllyt rajaavat odotustilaa hieman, mutta suuria seinärakennelmia en halunnut odotustilaan tuoda, jotta tilan avaruus ei katoaisi. Avonaisempi tila helpottaa myös henkilökunnan työskentelyä, sillä asiakas havaitaan nopeasti. Kantavana ajatuksena oli myös se, että asiakas huomioidaan tarjoamalla esitteitä ja lehtiä siten, että asiakas löytää ne vaivattomasti.

Aulan ja odotustilan valoisuus on hyvä jo olemassa olevien loisteputkien korvaamisen ja suurten ikkunoiden vuoksi. Lisäsin kuitenkin odotustilaan kolme design-valaisinta, joiden muoto tuo minulle vahvan mielikuvan järjestön tunnuksessa olevasta Y –kirjaimesta, joten ne viestivät järjestön imagosta olemuksellaan. Valaisimet toimivat myös mielenkiintoisena sisustuselementtinä aulatilassa, ja niissä toistuu muualla sisustuksessa käytetty koivumateriaali.

Tuulikaapin oikealle puolelle jäävään pieneen syvennykseen sijoitin naulakon (Kuvio 17). Edellinen naulakko oli sijoitettu suoraan seinään, mutta haastattelussa ilmeni, että asiakkaat kokivat tuon ahdistavaksi ahtauden vuoksi. Tästä syystä valitsin tilaan pienemmän naulakon, joka on tehty 16 henkilölle sopivaksi. Sijoitin naulakon suunnitelmaan siten, että se on keskellä syvennyksen lattiaa. Tällöin naulakon molemmille puolille on pääsy, ja useampi ihminen voi samanaikaisesti ripustaa vaatteita ilman, että se synnyttää negatiivisia kokemuksia.



Kuvio 17. Naulakko
(Lähde: Jaakkola Janina 2012x).

Tuulikaapin vasemmalle puolelle sijoitin lasivitriinin yrittäjälahjoille (kuvio 18). Valitsin neutraalin ja pelkistetyn, mutta kuitenkin tilavan vitriinin, joka ei itsessään vie mielenkiintoa, vaan tarjoaa vitriinissä esiteltäville tuotteille mahdollisimman hyvän näkyvyyden. Vitriinissä on myös kohdevalaisimet, jolloin niiden avulla tuotteet saadaan nostettua entistä paremmin esille. Vitriini on näkyvässä paikassa, jolloin lahjat huomataan. Näkyvyydellä voidaan edistää tuotteiden myyntiä. Aikaisemmin yrittäjälahjat eivät olleet esille toimipaikassa, joten nyt ne saavat varmasti enemmän kiinnostusta. Yrittäjälahjojen näkyminen tilassa edesauttaa myös asiakkaan viihtymistä, sillä halutessaan asiakkaat voivat tutkia yrittäjälahjojen tarjontaa. Osa asiakkaista voi olla kiinnostunut näistä tuotteista, joten niiden näkyminen parantaa omalta osaltaan asiakkaalle tarjottua palvelua.



Kuvio 18. Postilaatikko ja vitriini yrittäjälahjoille
(Lähde: Jaakkola Janina 2012y).

Saman syvennyksen ikkunan eteen sijoitin tason, joka tarvittaessa toimii myös penkinä. Kantavana ideana penkissä oli ratkaista nykyisen postilaatikon ongelmat. Penkki valmistetaan mittatilaustyönä paikallisella puusepällä. Se on kannellinen, jolloin se toimii postilaatikkona, josta posti voidaan poimia helposti. Penkin sisään rakennetaan myös väliseinät, jolloin loppuosan voi hyödyntää ylimääräisten esitteiden tai muiden tavaroiden säilyttimenä. Taso voidaan käyttää myös myöhemmin tulevaisuudessa ikkunasomistukseen tarvittaessa. Postilaatikko oli henkilökunnan tiloissa kokemista ongelmista suurin, joten laatikko tekee päivittäisistä rutiineista helpompaa. Penkkiä suunnitellessa tärkeä kriteeri itselleni oli saada tuotteeseen mahdollisimman paljon toiminnallisuutta, jotta tuote olisi perusteltua toteuttaa tilaan.

8.2 Käytävät

Käytävät halusin rauhoittaa, jotta niissä kulkeminen olisi sujuvaa ja turvallista. Osittain kulkuväylällä olleet hyllyt poistettiin, ja niissä olleet tuotteet sijoitettiin

suunnitelmassa toisaalle. Osasta käytäviä maalit olivat rapistuneet pois, joten kaikki käytävät maalataan hillityillä ja neutraaleilla harmaasävyisillä maaleilla. Vanhat listat ovat hyväkuntoiset muuten, mutta ne maalataan samoilla sävyillä, kuin seinät.

Keskimmäisen käytävän varrella olevaan syvennykseen (Kuvio 19) sijoitetaan kahviautomaatin vierelle pieni oleskelutila. Halutessaan järjestö voi hankkia tilaan yleiseen käyttöön tarkoitetun tietokoneen, jota vierailijat voivat käyttää. Tällä ratkaisulla halusin tehostaa asiakastytyvääsyyttä ja parantaa järjestön asiakkaille tarjoamia palveluita. Rauhallisemman sijaintinsa vuoksi tila tarjoaa tarvittaessa asiakkaille mahdollisuuden puheluille tai kannettavan tietokoneen käyttöön.



Kuvio 19. Syvennys keskimmäisen käytävän varrella (Lähde: Jaakkola Janina 2012z).

8.3 Neuvotteluhuone

Neuvottelutilaan halusin tuoda erityisesti toimivuutta ja viihtyisyyttä, jotta tilassa tapahtuvat neuvottelut ja tapaamiset olisivat positiivinen tilanne henkilökunnalle ja asiakkaille. Yleistunnelmaltaan neuvotteluhuone on rauhallinen ja raikas. Kaluste- ja sisustusvalinnoilla halusin tuoda tilaan selkeyttä, harmoniaa ja yhdenmukaisuutta, jolloin tilan levottomuus poistuisi. Neuvottelutilan (Kuvio 20) pieni koko, ja kalustemäärä siihen suhteutettuna, eivät aseta akustiikalle suuria vaatimuksia, sillä ääni tilassa kulkee hyvin. Valaistus tilassa oli ennestään kunnossa, mutta valitsin myös tähän tilaan vanhojen loisteputkien tilalle modernimmat ja pelkistetyimmät upotetut valaisimet, jotka vaihdetaan vanhojen valaisimien tilalle. Lisävaloa tuovat yksittäiset, alemmaksi sijoitetut loisteputkivalot korvataan nykyaikaisemmilla valaisimilla, jotka ovat ilmeeltään samansuuntaisia, kuin upotetut uudet valot. Näin ollen myös valaistuksesta ja valaisimien muodossa saadaan aikaan yhtenäisyyttä ja harkittua kokonaisuutta.



Kuvio 20. Uusi neuvottelutila
(Lähde: Jaakkola Janina 2012å).

Kokoustilan tarvittavan istumapaikkojen määrä suhteessa huoneen kokoon rajoitti suunnitelmaa paljon. Valitsin neuvotteluhuoneen istuimiksi 16 kappaletta pinottavia istuimia. Päädyin istuimiin niiden pehmeän istuinosan vuoksi, jotta istuinmukavuus pitkissäkin kokouksissa olisi taattu. Tärkeä valintakriteeri oli myös istuinten pinottavuus, jolloin tilan muunneltavuus on helpompaa, ja tarvittaessa tarpeettomia istuimia voi laittaa sivuun. Tuolit ovat visuaalisesti esteettisesti muotoiltuja ja modernin pelkistettyjä ilmeeltään, joten ne tekevät tilasta ajattoman ja nykyaikaisen. Valitsin istuinten kangasmateriaaliksi Martelan Entry-mallistosta lämpimän punaisen kankaan. Punainen tuo tilaan tarpeeksi värikyyttä, mutta värinä myös lämpöä ja tunnelmaa. Punainen on yksi Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien graafisen ohjeistuksen pääväreistä, joten se on helppo yhdistää myös järjestön imagoon. Nuorekas kangas on tehty kovaan käyttöön sopivaksi, ja siksi se on kulutusta kestävä ja sopii hyvin julkisten tilojen vaatimiin tarkoituksiin (Martela [viitattu 13.4.2012]). Materiaalit täyttävät myös sisusteiden paloturvallisuutta koskevat säädökset.

Koska suuria remontteja ei tällä hetkellä olla toteuttamassa, päädyin valitsemaan myös neuvottelutilaan neuvottelupöydän, jonka materiaali sopii tilojen muuhun ilmeeseen. Hieman pöydän päistä pyöristyvää pöytä helpottaa neuvottelua, sillä muut pöydän ympärillä istuvat on helpompi havaita, ja turhalta kurkottelulta voidaan välttyä. Valitsin pöytään lisäominaisuudeksi kaksi sähköluukua, jolloin kannettavien tietokoneiden käyttö on tehty mahdolliseksi ja helppokäyttöiseksi. Tällaista ominaisuutta ei nykyisessä pöydässä ollut lainkaan. Neuvotteluhuoneeseen valitsin myös 180 senttisen matalan kaapiston, jonka liukuovet kätkevät laitteet ja muut tilassa tarvittavat tavarat, jolloin tilan yleisilmeestä saadaan siistimpi ylimääräisten tavaroiden ollessa piilossa.

Lippujen, pokaalien ja muiden tilassa olevien koristeiden sijoittamiseen valitsin yksinkertaisen ja pelkistetyn vitriinin. Kolme samanlaista vitriiniä vierekkäin seinälle sijoitettuna näyttävät tyylikkäältä ja lasiovet pitävät tuotteet pölyttöminä. Takaseinälle valitsin modernin ja pelkistetyn valkotaulun, jota voi tarvittaessa käyttää neuvotteluissa havainnollistamiseen. Taulun koko mahdollistaa myös sen käyttämisen esitteiden, mainosten tai muun paperisen materiaalin kiinnittämiseen, jolloin kaikella ilmoitusluontoisella materiaalilla on yksi keskitetty sijoituspaikka.

Toiselle pitkälle seinälle valitsin Etelä-Pohjanmaan alueella otetun valokuvan, jonka oikeudet hankitaan kuvaa myyvältä kuvatoimistolta. Kuvasta teetetään panorama-canvastaulu. Taulu kuvastaa Etelä-Pohjanmaan kuuluja lakeuksia ja näin ollen luo vahvan mielikuvan nimenomaan Etelä-Pohjanmaan alueesta.

8.4 Toimeksiantajan palaute

Kokosin suunnitelman planssiin (Liite 9) ja esittelin valmiin sisustussuunnitelman toimeksiantajalle 19.4.2012. Saamani palaute oli positiivista ja toimeksiantaja oli suunnitelmaan sanojensa mukaan erittäin tyytyväinen. Sisustussuunnitelma tullaan todennäköisesti toteuttamaan kokonaisuudessaan, lukuun ottamatta lattian vaihtoa. Sillanpään (2012b) mukaan olin kuunnellut ja huomioinut työssäni kaikki heidän toiveensa tilojen sisustamisen suhteen. Erityisesti aulatilän sijainti ja suunnitelma siitä, miten se toteutettaisiin, miellytti. Positiivisena pidettiin sitä, että järjestön historia tuotaisiin näkyville heti odotustilaan, jossa suurin osa asiakkaista käyvät. Samoin yrittäjälahjojen tuominen näkyviin oli suunnitelmassa positiivista. Erityisesti toimeksiantaja innostui postilaatikon ongelmaan ehdottamastani ratkaisusta, joka oli innovatiivinen, luova ja erilainen. Sisustussuunnitelman yleinen kokonaisilme ja tunnelma vastasi sitä, mitä toimeksiantaja oli toivonut. Siinä oli sopivassa määrin hyödynnetty jo olemassa olevaa, kuitenkin tuoden sitä modernimpaan suuntaan, aikaan saaden raikkaan yleisvaikutelman. Sain positiivista palautetta myös ammattimaisista mallinnuskuvista, jotka olivat tarkkoja ja hyvin laadittuja.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni valmistui ajallaan ja prosessi oli kokonaisuudessaan onnistunut. Toimeksiantajalta saamani palaute lopullisesta sisustussuunnitelmasta oli positiivista, ja hän oli erityisen tyytyväinen siihen, että olin onnistunut laatimaan suunnitelman siten, että se vastasi toimeksiannossa määriteltyjä toiveita. Käyttäjän huomioiminen suunnittelussa oli minulle yksi tärkeä tavoite, jonka onnistuin toteuttamaan työssäni. Sain ujutettua lopulliseen suunnitelmaan briefissä määritellyt työn tavoitteen, henkilökunnan ja asiakkaiden toiveet, mutta myös omaa näkemystäni onnistuneeksi kokonaisuudeksi. Uudet tilat viestivät Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestön imagosta entistä positiivisemmalla tavalla. Erityisen tyytyväinen olen siihen, että suunnitelma on toteuttamiskelpoinen ja se tullaan suurimmaksi osaksi toteuttamaan Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien toimitiloissa. Työn alussa asettamani tavoitteet täyttyivät.

Suunnitteluprosessi kokonaisuudessaan tiedonhankinnasta lopulliseen suunnitelmaan sujui mielestäni hyvin. Minulla oli selkeät suunnitelmat ja aikataulu, joten suuria ongelmia en prosessissa kohdannut. Toimeksiantajan ja minun välinen yhteistyö ja yhteydenpito oli sujuvaa, joka omalta osaltaan edesauttoi projektin onnistumista ja pysymistä aikataulussa. Projekti opetti paljon julkisen tilan suunnittelusta, visuaalisesta markkinoinnista ja asiakkaan kanssa työskentelystä. Sain hyödyntää työssä monipuolisesti osaamistani, niin sisustussuunnittelun, kuin tuotemuotoilun osalta. Koen, että sain projektista paljon eväitä tulevaisuuden sisustussuunnitteluprojekteihin hyödynnettäväksi.

LÄHTEET

- Anttila, P. 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta: taito- , taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. 3. p. Hamina: Akatiimi.
- Arnkil, H. 2008. Värit havaintojen maailmassa. 2. p. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Bell, J. & Ternus, K. 2006. Silent selling: best practices and effective strategies in visual merchandising. 3. p. New York: Fairchild.
- Bonsdorff, P. von. 1999. Tilan tuntu ja talous: estetiikka julkisissa tiloissa. Teoksessa: M. Sarantola-Weiss (toim.) Yhteiset olohuoneet: näkökulmia suomalaiseen sisustusarkkitehtuuriin. Helsinki: Otava, 12-23.
- Dodsworth, S. 2009. Fundamentals of interior design. Lausanne: AVA.
- Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Seinäjoki: Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät. [Viitattu 31.1.2012]. Saatavana: <http://www.etelapohjanmaanyrittajat.fi/>
- Fagerhult. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Helsinki: Fagerhult.fi. [Viitattu 23.3.2012]. Saatavana: http://www.fagerhult.fi/indoor/planering/technical-info/pdf/Turvavalaistus_12.pdf
- Graafinen ohjeisto. Päivitetty 19.10.2011. [Verkkosivusto]. Helsinki: Suomen Yrittäjät. [Viitattu 14.2.2012]. Saatavana: Extranet Sylvi-palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Grow, C. 2004. Finding your new "look". [Verkkolehtiartikkeli]. ABA Bank Marketing, 38-41. [Viitattu 8.3.2012]. Saatavana: http://findarticles.com/p/articles/mi_hb4838/is_10_36/ai_n29150782/?tag=content;col1
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.
- Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J. & Koskinen, I. 2003. Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu: käyttäjätiedon keruu, mallittaminen ja arviointi. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B, 0782-1778; 74.
- Huttunen, M. 2005. Värit pintaa syvemmältä. Helsinki: WSOY.

- Hynynen, A. 2004. Yritysten toimintaympäristöjen suunnittelu. Teoksessa: T. Myllylä (toim.) Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. A. Oppimateriaali 6, 151-154.
- Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä: tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97.
- Hämäläinen, T. 2004. Toimitilasuunnittelu osana yrityskuvan rakentamista ja maineen hallintaa. Teoksessa: T. Myllylä (toim.) Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. A. Oppimateriaali 6, 143-150.
- Ishii, K. 2001. Modular design for recyclability: implementation and knowledge dissemination. Teoksessa: D. J. Richards, B. R. Allenby & W. D. Compton (ed.) Information systems and the environment. [Verkkokirja]. Washington: National academy press. [Viitattu 8.3.2012]. Saatavana: http://books.google.fi/books?id=Wpj8TFwgKZEC&pg=PA108&dq=product+design+functional+analysis&hl=en&sa=X&ei=OlpYT922Jafi4QTH0bWXDw&redir_esc=y#v=onepage&q=product%20design%20functional%20analysis&f=false
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOY.
- Jokela, A. 2005. Suomalainen sisustuskirja. Helsinki: Otava.
- Keinonen, T. & Jääskö, V. 2004. Tuotekonseptointi. Helsinki: Teknologiateollisuus.
- Keto, E. 2004. Design management ja sisustussuunnittelu. Teoksessa: T. Myllylä (toim.) Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. A. Oppimateriaali 6, 160-165.
- Kettunen, I. 2001. Muodon palapeli. Helsinki: Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja. D. Opintojulkaisuja 3.
- Klippi, Y. 2004. Viestinnän suunnittelu, visuaalinen linjaus ja sähköiset viestimet. Teoksessa: T. Myllylä (toim.) Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. A. Oppimateriaali 6, 110-115.
- Koskinen, J. 2000. Identiteetistä brandiksi: näkyvyys elinehtona. Teoksessa: J. Koskinen (toim.) Visuaalinen viestintä: monialainen tulevaisuus. Helsinki: WSOY, 9-34.
- Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2004. Kehitä ideasi innovaatioksi. Helsinki: WSOY.

- Kuusisto, K. 2012. Tiedottaja. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät. Haastattelu 13.1.2012.
- Lappalainen, R. 1999. Toimiston suunnittelusta ja toimistotyöläisistä. Teoksessa: M. Sarantola-Weiss (toim.) Yhteiset olohuoneet: näkökulmia suomalaiseen sisustusarkkitehtuuriin. Helsinki: Otava, 51-67.
- Linnanmäki, S. 2007. Sisätilat havainnoinnin kohteena. Teoksessa: I. Lounatvuori (toim.) Käy Sisään!: julkiset sisätilat. Helsinki: Suomen Kotiseutuliitto, 87-93.
- Malone, S. A. 1997. Mind skills for managers. [Verkkokirja]. Hampshire: Gower. [Viitattu 8.3.2012]. Saatavana: <http://books.google.fi/books?id=VnjpeNYwuLsC&pg=PA53&dq=mind+mapping+ideas&hl=en&sa=X&ei=hZhYT5muD9GN4gSZ-KiyDw&ved=0CG0Q6AEwBw#v=onepage&q=mind%20mapping%20ideas&f=false>
- Martela. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Martela.fi. [Viitattu 13.4.2012]. Saatavana: <http://www.martela.fi/Suomeksi/Tuotteet/Materiaalit/Verhoilumateriaalit>
- Meshner, L. 2010. Retail design. Lausanne: AVA.
- Modeo. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Modeo.fi. Helsinki: Modeo.fi. [Viitattu 23.3.2012]. Saatavana: http://www.modeo.fi/tapahtuu_nyt.php?n=71
- Nieminen, T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOY.
- Pekkala, J. 2005. Käyttäjätutkimus käytännössä. Teoksessa: M. Lammi (toim.) Kompassina asiakas: näkemyksiä ja kokemuksia käyttäjälähtöisyydestä. Helsinki: Teknologiateollisuus, 145-163.
- Pohjola, J. 2003. Ilme: visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.
- RT 75-10569. 1995. Sisätilojen sähkövalaistus. Helsinki: Rakennustieto.
- RT 91-10788. 2003. Sisäänkäyntitilat, julkiset rakennukset: sisäänkäynnit, tuulikaapit, aulat. Helsinki: Rakennustieto.
- RT 95-10717. 2000. Toimistotilat, tilasuunnittelu ja -mitoitus. Helsinki: Rakennustieto.
- RT SM-21081. 1998. Ohje sisusteiden paloturvallisuudesta. Helsinki: Rakennustieto.
- Sherwin, D. 2010. Creative workshop: 80 challenges to sharpen your design skills. [Verkkokirja]. Ohio: How Books. [Viitattu 26.3.2012]. Saatavana: <http://books.google.fi/books?id=mTSNYmfElykC&printsec=frontcover&dq=creat>

[ive+techniques+design&hl=fi&sa=X&ei=mG1wT-fpFcvT4QS3nbDAAg&ved=0CF8Q6AEwCQ#v=onepage&q=creative%20techniques%20design&f=falseKiyDw&ved=0CG0Q6AEwBw#v=onepage&q=mind%20mapping%20ideas&f=false](http://www.google.com/search?q=creative+techniques+design&hl=fi&sa=X&ei=mG1wT-fpFcvT4QS3nbDAAg&ved=0CF8Q6AEwCQ#v=onepage&q=creative%20techniques%20design&f=falseKiyDw&ved=0CG0Q6AEwBw#v=onepage&q=mind%20mapping%20ideas&f=false)

Sillanpää, M. 2012a. Toimitusjohtaja. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät. Haastattelu 10.2.2012.

Sillanpää, M. 2012b. Toimitusjohtaja. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät. Palautekeskustelu 19.4.2012.

SIT 05-610038. 2006. Huoneakustiikka. Helsinki: Rakennustieto.

Sloane, P. 2010. How to be a brilliant thinker: exercise your mind and find creative solutions. [Verkkokirja]. Philadelphia: Kogan Page Limited. [Viitattu 26.3.2012]. Saatavana: http://books.google.fi/books?id=yCHLSyblq6cC&pg=PA19&dq=lotus+blossom+technique&hl=fi&sa=X&ei=bnFwT_W_CILR4QT29JHAAg&ved=0CEQQ6AEwAw#v=onepage&q=lotus%20blossom%20technique&f=false

Soften. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Turku: Soften Oy. [Viitattu 20.2.2012]. Saatavana: <http://www.soften.fi/akustiikka.php>

Tukiainen, M. 2010. Luova tila: tulevaisuuden työpaikka. Helsinki: Rakennustieto.

Tuomi J. & Sarajärvi A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 7. uud. laitos. Helsinki: Tammi.

Upofloor. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Upofloor. Helsinki: Upofloor.fi. [Viitattu 4.4.2012]. Saatavana: http://www.upofloor.fi/upofloor_fi/upofloor_oy/etusivu/tuotteet/julkiset_tilat/paino_kalvolaatat/ShowProduct.eviacms/productGroup/42500/product/16543/LifeLine%20LT

Virkkala, V. 1994. Luova ongelmanratkaisu: tiedon hankinta ja yhdistely toimiviksi kokonaisuuksiksi. Helsinki: Vilkkö Virkkala.

Vischer, J. 2008. Towards a psychology of the work environment: comfort, satisfaction and performance. Teoksessa: C. Grech & D. Walters (ed.) Future office: design, practice and applied research. Lontoo: Taylor & Francis, 25-31.

Yrittäjät. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Yrittajat.fi A. Helsinki: Yrittäjät.fi. [Viitattu 31.1.2012]. Saatavana: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/suomenyrittajat/>

Yrittäjät. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Yrittajat.fi B.Helsinki: Yrittäjät.fi. [Viitattu 31.1.2012]. Saatavana: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/suomenyrittajat/missiovisioarvot/>

KUVA-, KUVA- JA TAULUKKOLÄHTEET

- Hult, L. 2011. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -logo. [Kuvio]. © Lea Hult. Saatavana: Extranet Sylvi -palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Jaakkola, J. 2012a. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien julkisivu. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012b. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien sisääntuloaula. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012c. Odotustila. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012d. Vasemman puoleinen käytävä. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012e. Naulakko. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012f. Kahviautomaatti. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012g. Näkymä kokoushuoneen takaseinälle. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012h. Näkymä kokoushuoneen etuosaan. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012i. Funktioanalyysi. [Kuvio]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012j. Yhteenvedo muotoilun tavoitteiden tueksi. [Taulukko]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012k. Miellekartta. [Kuvio]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012l. Ideointia lootuskukkamenetelmällä. [Kuvio]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012m. Ideointia pakotetun nopeuden menetelmällä. [Kuvio]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012n. Moderni aulatila. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012o. Moderni kokoushuone. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012p. Perinteinen odotustila. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.

- Jaakkola, J. 2012q. Perinteinen kokoushuone. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012r. Luova ja värikäs -konseptin odotustila. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012s. Luova ja värikäs -konseptin kokoushuone. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012t. Syvennyksen hyödyntäminen internet-pisteeksi. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012u. Vitriini yrittäjälahjoille ja ratkaisu postilaatikkoon. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012v. Postilaatikon luonnostelua. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012w. Uusi odotustila. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012x. Naulakko. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012y. Postilaatikko ja vitriini yrittäjälahjoille. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012z. Syvennys keskimmäisen käytävän varrella. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Jaakkola, J. 2012å. Uusi neuvottelutila. [Mallinnuskuva]. © Janina Jaakkola.
- Mäkynen, J. 2004. Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien pohjapiirustus. [Mallinnuskuva]. © Jyrki Mäkynen.
- Nieminen, T. 2004. Värit ja niiden erilaiset psykologiset tulkinnat ja vaikutukset. [Taulukko]. © Tuula Nieminen. Teoksessa: T. Nieminen (toim.) Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOY.

KUVAKOLLAASILÄHTEET

LIITE 4 Modernia ja graafista -kollaasi

Designer Wallpapers. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Woods. [Viitattu 29.3.2012].
Saattavana: <http://designerwallpapers.co.uk>

Ikea. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Kavit. [Viitattu 29.3.2012]. Saattavana:
<http://www.ikea.com>

Isku interior. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Avotoimistot. [Viitattu 29.3.2012].
Saattavana: <http://www.iskuinterior.fi>

Kinnarsp. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Istuimet. [Viitattu 29.3.2012]. Saattavana:
<http://www.kinnarps.com>

LIITE 5 Perinteistä ja pehmeää -kollaasi

Jaakkola, J. 2011. Ohrapelto. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.

Martela. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Aulakalusteet. [Viitattu 29.3.2012].
Saattavana: <http://www.martela.fi>

Secto Design. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Riippuvalaisimet. [Viitattu 29.3.2012].
Saattavana: <http://www.sectodesign.fi>

Tila. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Nojatuolit. [Viitattu 29.3.2012]. Saattavana:
<http://www.tilaan.com/>

LIITE 6 Luovaa ja värikästä

Isku. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Taukotilat ja kahviot. [Viitattu 29.3.2012].
Saattavana: <http://www.iskuinterior.fi>

Jaakkola, J. 2011. Vihreä lehti. [Valokuva]. © Janina Jaakkola.

Martela. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Movie-aulakalusteet. [Viitattu 29.3.2012].
Saattavana: <http://www.martela.fi>

Martela. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. The tree. [Viitattu 29.3.2012]. Saatavana:
<http://www.martela.fi>

LIITTEET

Liite 1. Suomen Yrittäjät – Graafisen ohjeiston värit

Liite 2. Haastattelukysymykset

Liite 3. Haastattelun toteutus

Liite 4. Modernia ja graafista -kollaasi

Liite 5. Perinteistä ja pehmeää -kollaasi

Liite 6. Luovaa ja värikästä -kollaasi




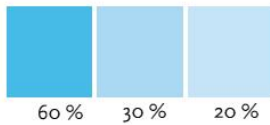







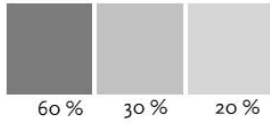



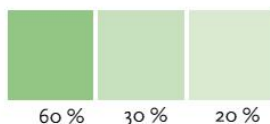



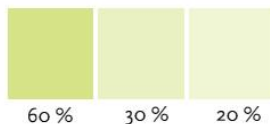



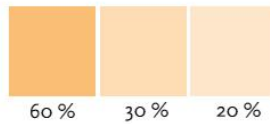



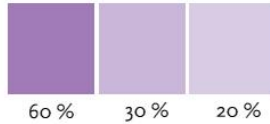
Liite 7. Konseptien pohjaratkaisut

Liite 8. Sisustussuunnitelma

Liite 9. Esittelyplanssi

Liite 1 Suomen Yrittäjät – Graafisen ohjeiston värit

(Lähde: Hult Lea, 2011).

| SUOMEN YRITTÄJÄT — PÄÄVÄRIT JA LISÄVÄRIT | | | | | | |
|---|--------------------------------------|---|------------------------------|---|---------------------|---|
| Päävärit | CMYK | Päävärit | RGB | Päävärit | PMS | CMYK-esimerkit päävärien sävyistä |
|  | C = 100 M = 8 Y = 0 K = 6 |  | R = 14 G = 160 B = 219 |  | PMS Process Blue |  60 % 30 % 20 % |
|  | C = 0 M = 100 Y = 100 K = 5 |  | R = 207 G = 15 B = 63 |  | PMS 1797 |  60 % 30 % 20 % |
|  | C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100 |  | R = 35 G = 31 B = 32 |  | PMS Black |  60 % 30 % 20 % |
| Suomen Yrittäjien lisävärit ja niiden esimerkkisävyt | | | | | | |
| Lisävärit | CMYK | Lisävärit | RGB | Lisävärit | PMS | CMYK-esimerkit lisävärien sävyistä |
|  | C = 70 M = 0 Y = 100 K = 9 |  | R = 86 G = 170 B = 43 |  | PMS 362 C |  60 % 30 % 20 % |
|  | C = 30 M = 0 Y = 100 K = 0 |  | R = 203 G = 232 B = 89 |  | PMS 382 C |  60 % 30 % 20 % |
|  | C = 0 M = 48 Y = 100 K = 0 |  | R = 255 G = 165 B = 30 |  | PMS 144 C |  60 % 30 % 20 % |
|  | C = 65 M = 95 Y = 0 K = 0 |  | R = 125 G = 48 B = 194 |  | PMS 2593 C |  60 % 30 % 20 % |

Liite 2 Haastattelukysymykset

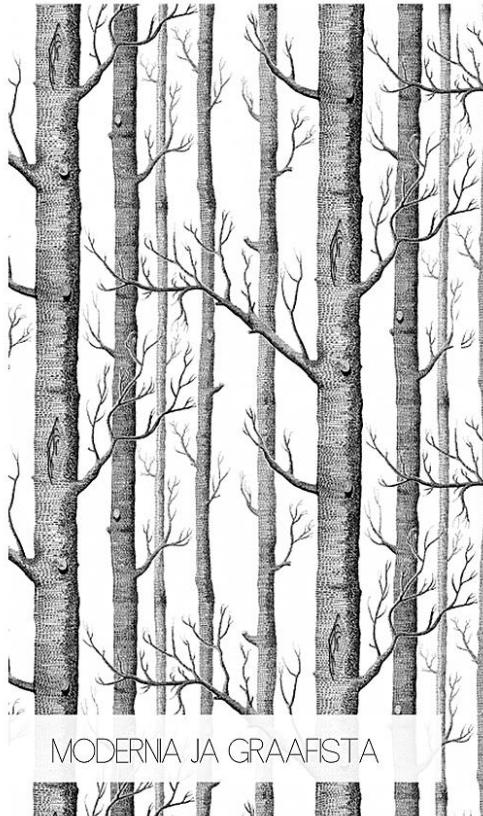
Haastattelukysymykset Etelä-Pohjanmaan Yrittäjien henkilökunnalle ja asiakkaille

1. Sukupuoli
2. Ikä
3. Kuvaile 5 adjektiivilla Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät -järjestöä (imago)?
4. Kuvaile 5 adjektiivilla järjestön nykyisiä toimitiloja?
5. Näkyykö imago mielestäsi nykyisissä tiloissa?
6. Millä tavoin järjestön imagon pitäisi mielestäsi näkyä järjestön toimitiloissa?
7. Mitä positiivista tiloissa on tällä hetkellä?
8. Millaisia puutteita tai epäkohtia tiloissa on tällä hetkellä?
9. Mitä toiveita sinulla on tulevaisuuteen koskien toimitilojen sisustussuunnittelua?

Liite 3 Haastattelun toteutus

| Haastateltava | Päivä | Kellonaika | Paikka ja tapa | Kesto |
|----------------------|--------------|-------------------|--|--------------|
| Henkilökunta 1. | 24.2.2012 | 13.00 alk. | Etelä-Pohjanman Yrittäjien toimitiloissa | n.10min. |
| Henkilökunta 2. | 24.2.2012 | 13.10 alk. | Etelä-Pohjanman Yrittäjien toimitiloissa | n.10min. |
| Henkilökunta 3. | 24.2.2012 | 13.20 alk. | Etelä-Pohjanman Yrittäjien toimitiloissa | n.10min. |
| Henkilökunta 4. | 24.2.2012 | 13.30 alk. | Etelä-Pohjanman Yrittäjien toimitiloissa | n.20min. |
| Henkilökunta 5. | 24.2.2012 | 13.50 alk. | Etelä-Pohjanman Yrittäjien toimitiloissa | n.15min. |
| Asiakas 1. | 23.2.2012 | 14.45 alk. | Puhelimitse | n.10min. |
| Asiakas 2. | 23.2.2012 | 15.00 alk. | Puhelimitse | n.10min. |
| Asiakas 3. | 23.2.2012 | 15.20 alk. | Puhelimitse | n.10min. |
| Asiakas 4. | 23.2.2012 | 15.55 alk. | Puhelimitse | n.20min |
| Asiakas 5. | 27.2.2012 | 10.30 alk. | Pentikin myymälä, Seinäjoki | n.10min. |

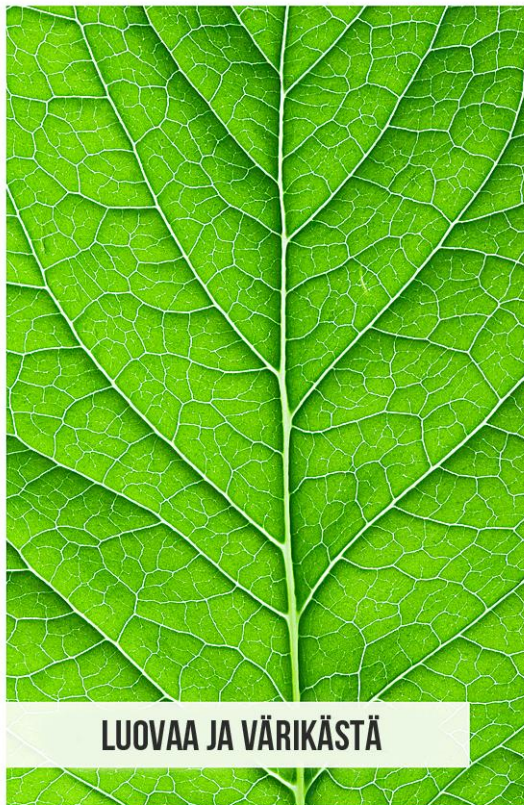
Liite 4 Modernia ja graafista -kollaasi



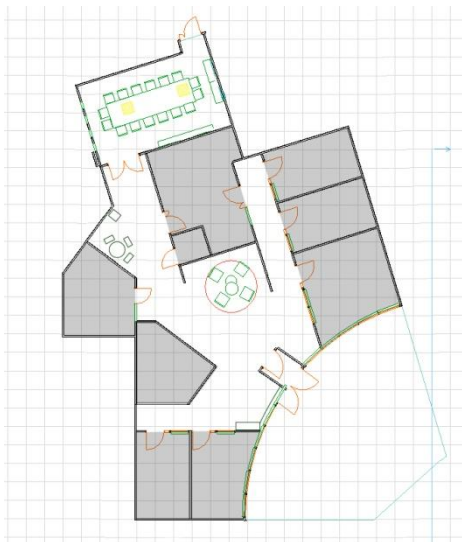
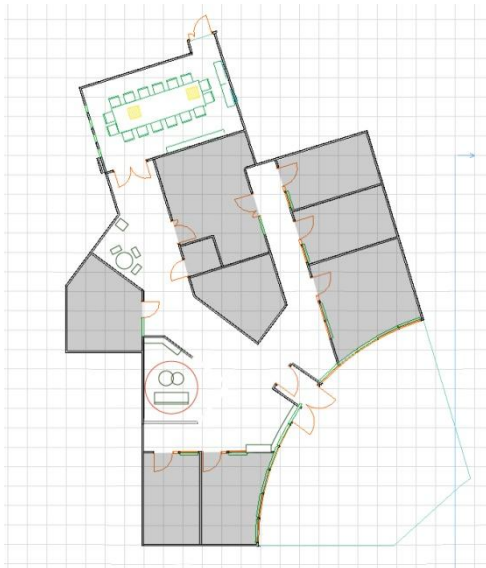
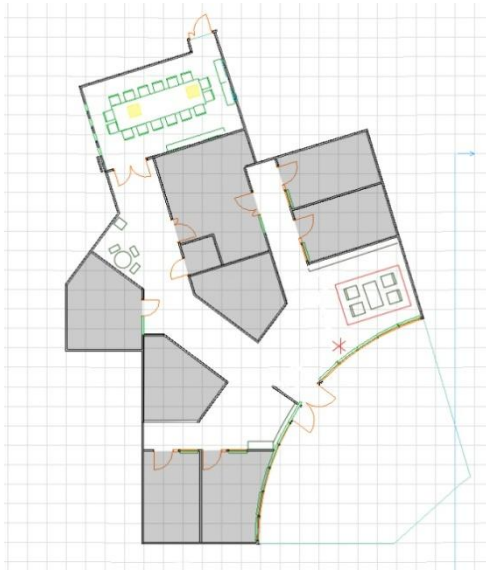
Liite 5 Perinteistä ja pehmeää -kollaasi



Liite 6 Luovaa ja värikästä -kollaasi



Liite 7 Konseptien pohjaratkaisut



Liite 8 Sisustussuunnitelma

SISUSTUSSUUNNITELMA Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät

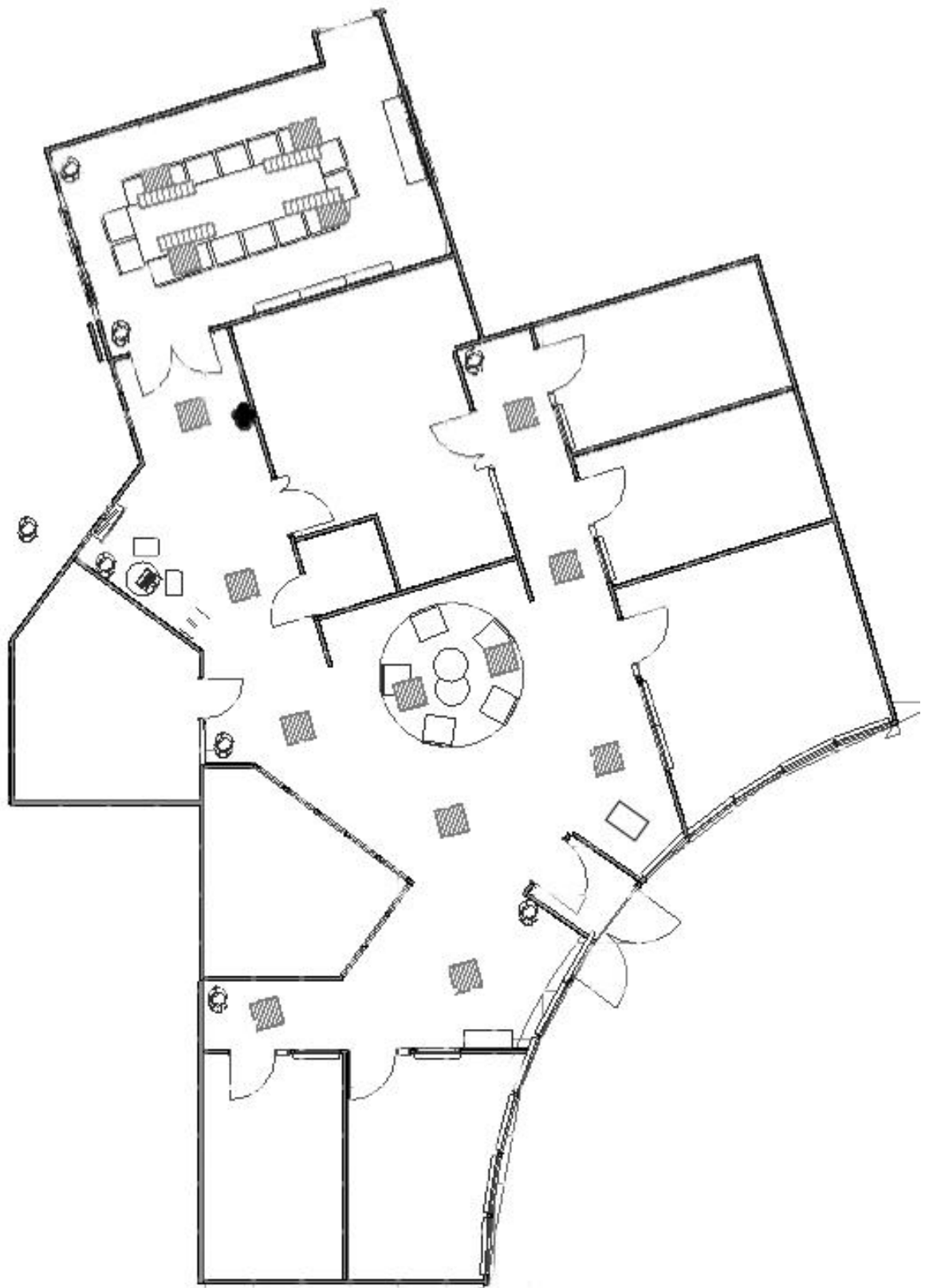


TUNNELMAKOLLAASI



POHJAPIIRROS

kalusteiden sijoittelu



KATTO

Säilytetään ennallaan.

SEINÄT JA LISTAT

Tunne Väri H495 (Harso)

Puolikiiltävä

Kaikki seinät ja listat

Tikkurila



YLEISVALAISTUS

Multilume Flat Delta -upotettu loisteputkivalaisin

600 x 600.

Korvataan vanhat loisteputkivalaisimet kauttaaltaan.

Fagerhult



LATTIAT

LifeLine LT -painokalvolaatta

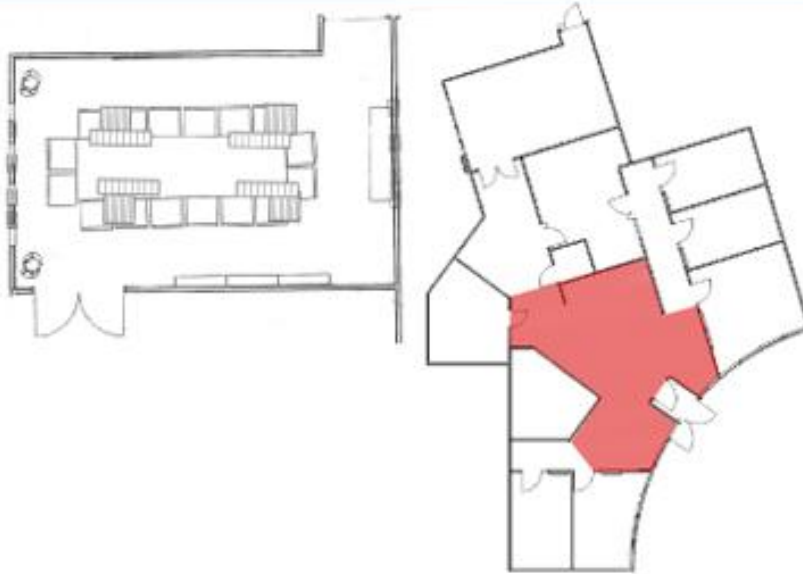
1101 Pähkinä

Upofloor



AULA - ODOTUSTILA

kalusteet



TUOLIT

Hay Ray -pyörivä tuoli, 5 kpl
 Verhoilu: California nahka
 Väri: CA 5019 Ferrari red
 Runko: Kiillotettu ruostumaton teräs
 L79 x K64 x S44 cm
 Istumakorkeus 44, pituus 65 cm
 Toimistoon.fi



PÖYTÄ

SPOT -pöytä, 1kpl
 Kiinteä jalusta, kromi
 Korkeus 52cm
 Kansi: Pyöreä ø85 cm,
 Kansi: Koivu

Martela



PÖYTÄ

SPOT -pöytä, 1kpl
 Kiinteä jalusta, kromi
 Korkeus 40cm
 Kansi: Pyöreä ø70 cm,
 Kansi: Koivu

Martela



TAULUT

Teeteään järjestön historiasta 30 x 40 cm mustavalkoisia canvas-tauluja.

PENKKI

Teeteään mittatilaustyönä.

Ks. Piirros.

Koivu

NAULAKKO

Monena Linkku Wood pystynaulakko

Koivu

K180 cm

Jalusta 60 x 40 cm



Toimistoon.fi

ESITETELINE

Ridå -esiteteline taskuilla, 2kpl

Art.nr RIV54

K145 x L74 x S12 cm

Antrasiitti/Koivu



Tilaan.com

VALAISIMET

Secto Design, Puncto 4203 -valaisin, 3 kpl

Käsittelemätön koivu

K40 x L45 cm



Finnishdesignshop.fi

VITRIINI

Vitriini "1000", 1kpl

Väri: anodisoitu alumiini

L100 x K200 x S40 cm

Halogeeni valaistus 12V/2x20W

4 x 6mm säädettävät hyllytasot

Turvalasia

SP-Extra Oy



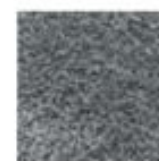
MATTO

Tessa -nukkamatto

820 harmaa

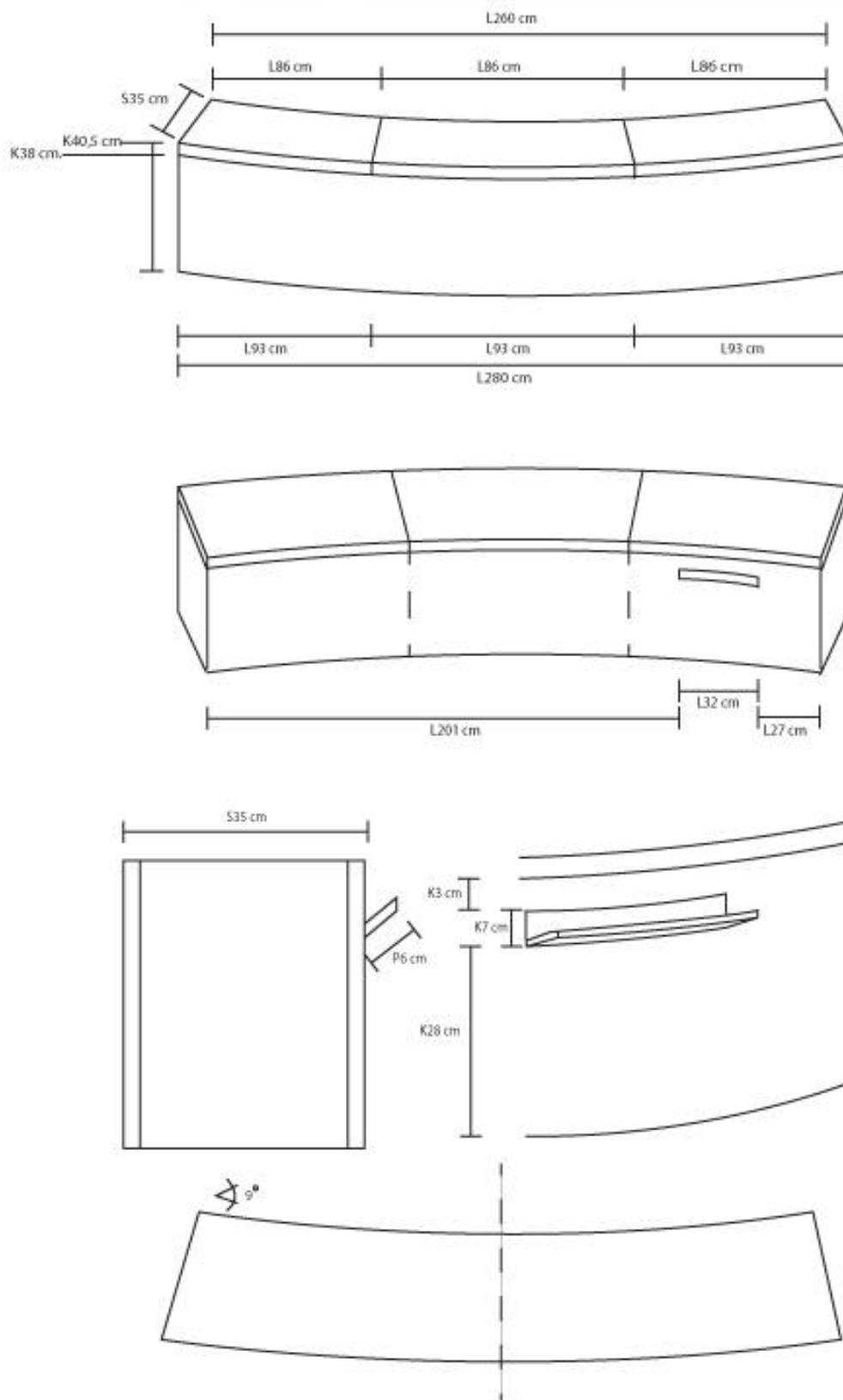
Mitat: ø 300 cm

VM-Carpet



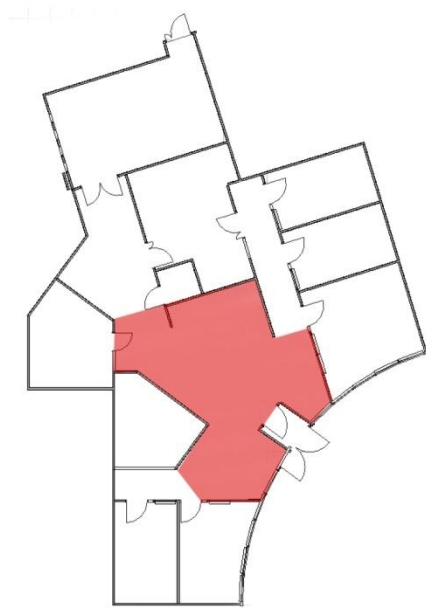
MITTAPIIRUSTUKSET

Penkki



AULA - ODOTUSTILA

3D-kuvat

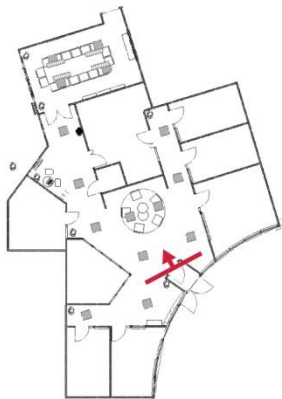


Sisääntuloa vastapäätä sijaitseva avotoimisto puretaan ja tilalle sijoitetaan odotustila. Odotustila rajataan pyöreällä matolla. Molemmin puolin aluetta sijoitetaan esitehyllyt. Tilaan tuodaan 5 pyörivällä jalustalla olevaa istuinta ja 2 pöytää. Kattoon ripustetaan design-valaisimet ja päätyseinälle teetetään järjestön historiasta mustavalkoisia canvastauluja.

Tuulikaapin sivuun jäävään suurempaan syvennykseen sijoitetaan valoilla varustettu vitriini yrityslahjoille. Ikkunan eteen teetetään kannellinen penkki säilytykseen ja postilaatikoille.

Pienempään syvennykseen sijoitetaan naulakko.

NÄKYMÄ 1



NÄKYMÄ 2



NÄKYMÄ 3



KATTO

Säilytetään ennallaan.

SEINÄT JA LISTAT

Tunne Väri H495 (Harso)

Puolikiiltävä

Kaikki seinät ja listat



Tikkurila

YLEISVALAISTUS

Multilume Flat Delta -upotettu loisteputkivalaisin
600 x 600.

Korvataan vanhat loisteputkivalaisimet kauttaaltaan.



Fagerhult

LATTIAT

LifeLine LT -painokalvolaatta

1101 Pähkinä



Upofloor

KAHVIAUTOMAATTI

Käytetään jo olemassa olevaa.

VIHERKASVIT

Käytetään jo olemassa olevia.

KORKEAT TUOLIT

Jefferssons S-090 -baarijakkara, 2kpl.
Polyuretaani-istuin, musta
Runko: Kromi
K81 x L49 x S35 cm.
Istuinkorkeus 79 cm..



Kinnarps

PÖYTÄ

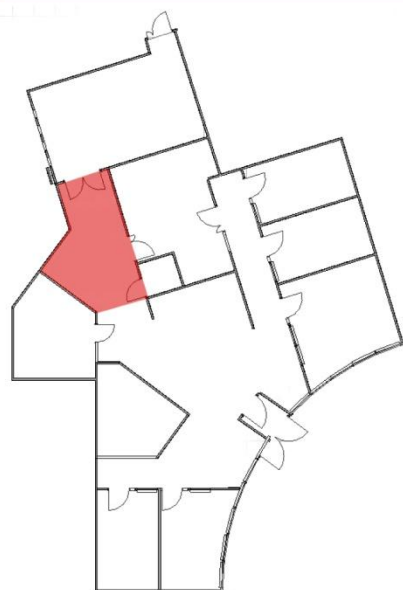
SPOT -pöytä, 1kpl
Korkeussäädettävä jalusta (kaasujousi), kromi
Korkeus 68-109cm (liukunastat)
Kansi: ø70 cm,
Kansi: Koivu



Martela

KÄYTÄVÄT

3D-kuvat



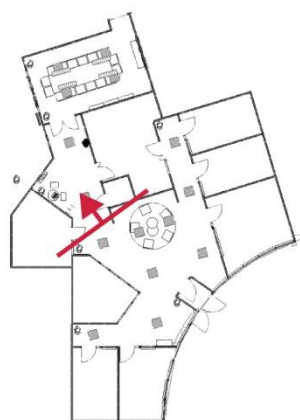
Käytävät tyhjennetään erilaisista esitelineistä ja hyllyistä. Tilalle sijoitetaan viherkasvit. Keskimmäisen käytävän syvenykseen hankitaan kahviautomaatin vierelle korkea pöytä ja kaksi korkeaa tuolia.

Kaikkiin tiloihin asennetaan uusi lattia. Kaikki tilojen valaisimet vaihdetaan uusiin, moderneihin valaisimiin. Kaikki seinät ja listat käsitellään maalilla.

NÄKYMÄ 1

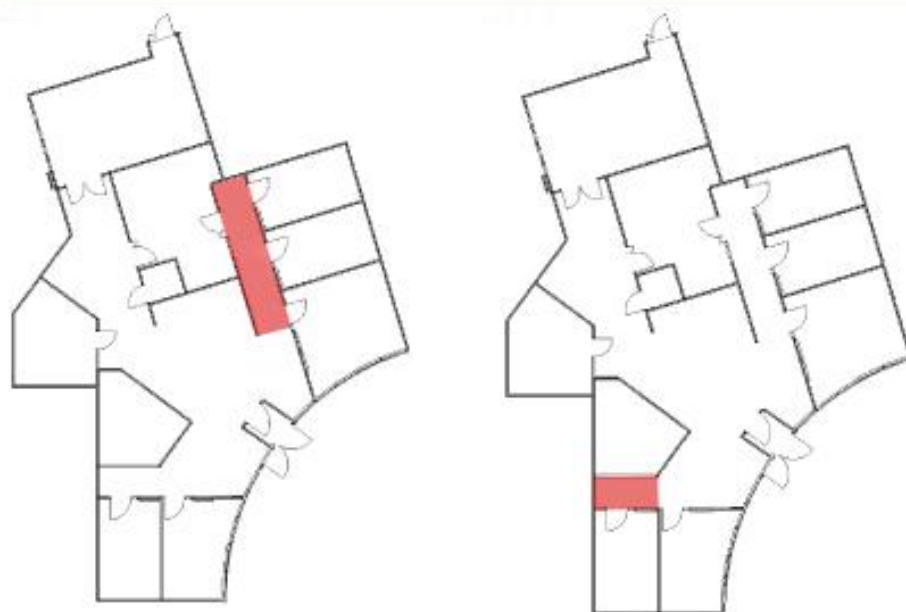


NÄKYMÄ 2



KÄYTÄVÄT

3D-kuvat



NÄKYMÄ 3



NÄKYMÄ 4



NEUVOTTELUHUONE

materiaalit

KATTO

Säilytetään ennallaan.

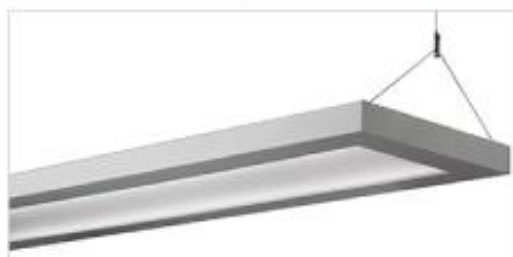
SEINÄT JA LISTAT

Tunne Väri H495 (Harso)
Puolikiiltävä
Kaikki seinät ja listat

Tikkurila

YLEISVALAISTUS

Tigris Delta -loistevalaisin
297 x 1200 2kpl
Valkoinen



Fagerhult

YLEISVALAISTUS

Multilume Flat Delta -upotettu loisteputkivalaisin
600 x 600.
Korvataan vanhat loisteputkivalaisimet kauttaaltaan.



Fagerhult

LATTIAT

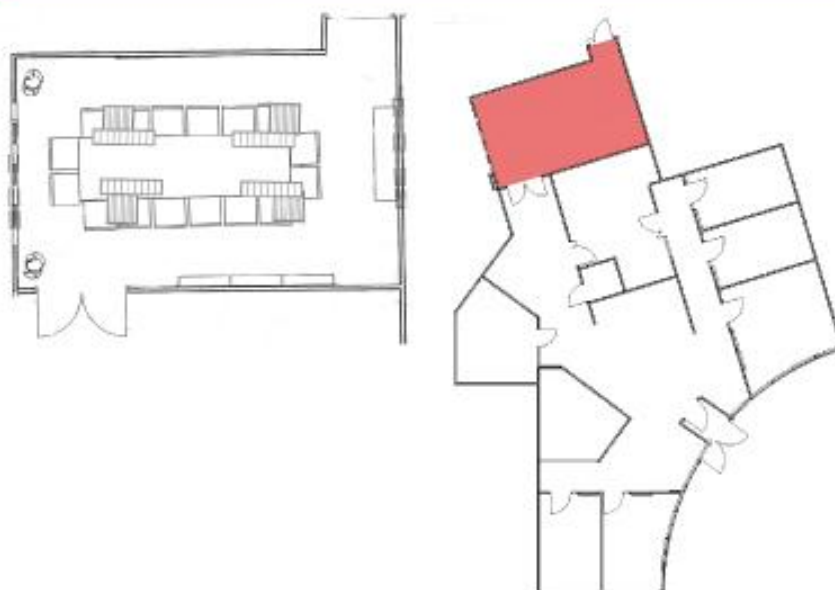
LifeLine LT -painokalvolaatta
1101 Pähkinä



Upofloor

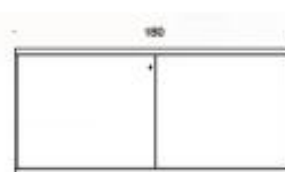
NEUVOTTELUHUONE

kalusteet



KAAPPI

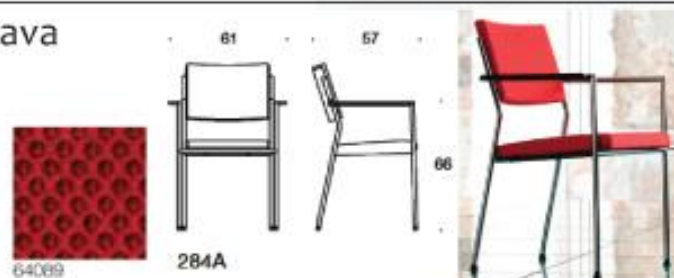
BIG 52218BU -kaappi, 1kpl
 Materiaali: Koivuvilu
 Vetimet: Kromi
 Mitat: L180 x K84 x S43 cm



Tilaan.com

NEUVOTTELUTUOLI, pinottava

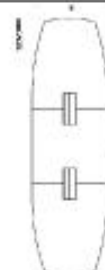
FORM 284ABC -neuvottelutuoli, 16kpl
 Jalusta: Kromi
 Ympäriverhoilu: Entry Runner64089
 Mitat: L61 x K66 x S57 cm
 Lisävaruste: Huopanastat



Martela

NEUVOTTELUPÖYTÄ

FORM 888CACEL -neuvottelupöytä, 1kpl
 Jalusta: Kromi
 Kanssi: Koivu
 Mitat: 408 x 120/80 cm
 Lisävaruste: 2 kpl sähköluukku



Martela

MUOVISET VIHHERKASVIT

Käytetään jo olemassaolevia hyväkuntoisuuden vuoksi.

VALKOKANGAS JA PROJEKTORI

Käytetään jo olemassaolevia hyväkuntoisuuden vuoksi.

TAULU

Suora tie -taulu

Kuvasta teetetään panorama -canvastaulu
koossa 200 x 80 cm

Photo id: 160721



Kuvatoimisto Vastavalo.fi

SEINÄVITRIINI

FRONT Display Cabinet FRM10040 -vitriini, 3kpl

Runko: Koivu

Mitat: L100 x K80 x S20 cm



Tilaan.com

TUSSITAU LU

FuturaBoard -Whiteboard, 1kpl

Malli: Slim, ei kehyksiä

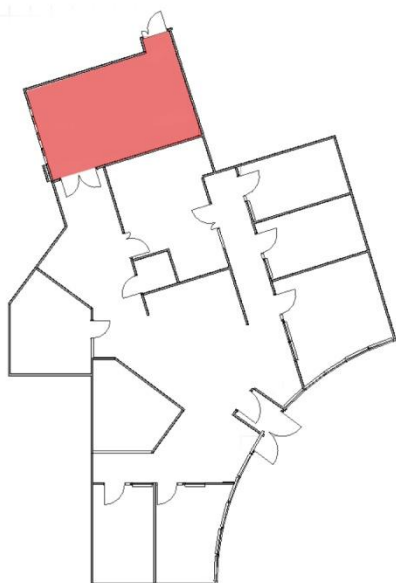
150 x 180 cm



Martela

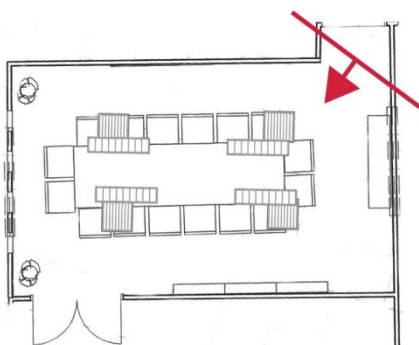
NEUVOTTELUHUONE

3D-kuvat

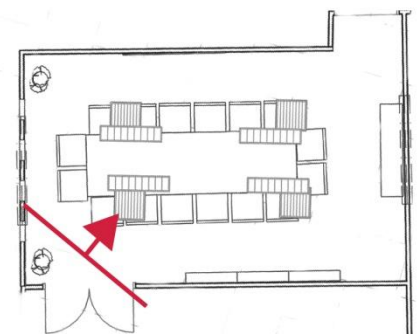


Neuvottelutilaan hankitaan pitkä sähköluukuin varustettu neuvottelupöytä sekä 16 kappaletta pinottavia, käsinojallisia istuimia. Kaikki liput ja pokaalit kerätään pelkistettyihin seinälle asetettaviin vitriineihin. Takaseinälle sijoitetaan valkotaulu. Pitkälle seinälle teetetään Etelä-Pohjanmaalla otettu valokuvasta tehty taulu. Myös tässä tilassa uusitaan valaisimet.

NÄKYMÄ 1



NÄKYMÄ 2



Liite 9 Planssi

