



KORUMUOTOILUN TULEVAISUUS SUOMESSA

Tulevaisuusskenaario alan ammattilaiselle

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu- ja taideinstituutti

Muotoilun koulutusohjelma

Design Business ja muotoilun tutkimus

Opinnäytetyö ylempi AMK

kevät 2015

Anna Talvitie

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu- ja taideinstituutti

Muotoilun koulutusohjelma

Design Business ja muotoilun tutkimus

Anna Talvitie

KORUMUOTOILUN TULEVAISUUS SUOMESSA - Tulevaisuusskenaario alan ammattilaiselle

Opinnäytetyö YAMK/ 75 sivua

Kevät 2015

TIIVISTELMÄ

Lähtökohtana opinnäytetyössä on tutkijan kiinnostus oman ammattinsa, korumuotoilijan, tulevaisuusnäkyymiin Suomessa. Viime vuosina maailmassa on tapahtunut muutoksia ja kehitystä, jotka ovat vaikuttaneet myös siihen, minkälaista korumuotoilijan työ on tänä päivänä. Tässä tutkimuksessa käsitellään näitä muutoksia tarkemmin ja pohditaan, miten suomalainen korumuotoilija voisi niitä hyödyntää omassa työssään ja omalla osaamisellaan ja panoksellaan kehittää suomalaista korumuotoilua.

Opinnäytetyössä kerrotaan aluksi suomalaisen korukulttuurin historiasta ja nykypäivästä. Kolmannessa kappaleessa esitellään yleisiä tulevaisuusskenaarioita ja muotoilun tulevaisuusskenaarioita, sekä miten nämä vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen. Tutkimus osoittaa teknologian kehityksen olevan yksi suurimmista korumuotoilijan tulevaisuuden työnkuvaa muuttavista tekijöistä. Varsinaisen tutkimuksen aineistona on käytetty tulevaisuuden tutkimusta käsittelevien kirjallisten ja elektronisten lähteiden lisäksi korumuotoilijoille ja kultasepille laadittua kyselyä suomalaisen korumuotoilun tulevaisuudesta. Lähteiden ja alan ammattilaisten omien tuntemuksien avulla on päätelty, minkälainen mahdollisesti on tulevaisuuden korumuotoilijan ammatti.

Opinnäytetyön eri aiheita peilataan kyselyssä saatuihin vastauksiin, mutta varsinaiset tulokset esitellään työn lopussa.

Asiasanat: suomalainen korukulttuuri, korumuotoilija, tulevaisuusskenaariot

LAHTI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Institute of Design and Fine Arts Degree
MA Degree Programme in Design Business and Research
Anna Talvitie
THE FUTURE OF JEWELLERY DESIGN IN FINLAND -
Future Scenario of an Industry Professional
MA Thesis / 75 pages
Spring 2015

ABSTRACT

The basis for this thesis is the researcher's interest in the future prospects of her own profession as a jewellery designer. The last years have seen changes and developments in the world that have also shaped the nature of a jewellery designer's work today. This study investigates these changes closer and evaluates how Finnish jewellery designers can benefit from them in their own work and, therefore, utilise their own skills and input to advance Finnish jewellery design.

The thesis begins by outlining the history and current state of Finnish jewellery culture. The third section presents general future scenarios, and scenarios for the future of design, and how these will affect the future of jewellery design specifically. The study will show the development of technologies to be one of the largest factors that will affect the future tasks of a jewellery designer. In addition to literary and electronic sources, the study is based on research material obtained from a questionnaire on the future of Finnish jewellery design, made to jewellery designers and goldsmiths. Based on the used sources, and the feedback received from these industry professionals, an evaluation has been made on what the future of the jewellery designer's profession will be.

The various topics of the thesis will be evaluated against the results obtained from the questionnaire, but the questionnaire results will, themselves, be detailed at the end of the study.

Keywords: Finnish jewellery design, jewellery designer, future scenarios

SISÄLLYS

1. JOHDANTO

1.1. LÄHTÖKOHTA	6
1.2. TAVOITTEET	6
1.3. KYSELY KORUMUOTOILJOILLE JA KULTASEPILLE	7

2. SUOMALAINEN KORUKULTTUURI

2.1. KORUN MERKITYS	9
2.2. KORUKULTTUURIN HISTORIA	12
2.3. KORUNKÄYTTÖ SUOMESSA JA MAAILMALLA	16
2.4. KORUMUOTOILUN JA KULTASEPÄNALAN KOULUTUS SUOMESSA	22
2.5. KORUJEN VALMISTUS SUOMESSA	23
2.6. AITO VAI "RIHKAMA"?	25

3. TULEVAISUUSSKENAARIOT

3.1. YLEISET TULEVAISUUSSKENAARIOT	27
3.1.2. TEKNOLOGIA	31
3.1.3. KULUTUSKÄYTTÄYTYMISEN MUUTTUMINEN	32
3.2. MUOTOILUN TULEVAISUUSSKENAARIOT	36
3.3. TULEVAISUUSSKENAARIOT KORUKULTTUURISSA	39
3.3.1. 3D-MALLINNUKSEN MAHDOLLISUUDET JA UHAT	41
3.3.2. JALOMETALLIVARANNOT	45
3.3.3. ALAN AMMATTILAISEN TULEVAISUUSSKENAARIO	50

4 . JOHTOPÄÄTÖKSET

4.1. KYSELYN TULOKSET	52
4.2. TULEVAISUUDEN KULUTTAJA	62
4.3. KORUMUOTOILUN KOULUTUS TULEVAISUUDESSA	63
4.4. KORUMUOTOILIIJA AMMATTINA TULEVAISUUDESSA	64

5 . LÄHDELUETTELO	67
-------------------	----

1. JOHDANTO

1.1. LÄHTÖKOHTA

Tämä opinnäytetyöni tutkii korumuotoilun tulevaisuutta Suomessa. Viime vuosien nopea teknologinen kehitys sekä muut maailmalla vallinneet muutokset ovat vaikuttaneet alaan paljon. Muutos tulee näkymään vielä suurempana tulevaisuudessa. Kiinnostus korumuotoilun tulevaisuuden muutoksiin ja muutosten hyödyntämiseen, ovat tämän opinnäytetyön lähtökohtia.

Tutkimus koostuu kolmesta osasta. Aluksi kerron suomalaisen korumuotoilun historiasta sekä sen tämänhetkisestä tilasta korunkäytön, koulutuksen ja korun valmistuksen avulla. Seuraavassa osassa tutkin yleisesti tulevaisuuden tuomia muutoksia ja skenaarioita maailmalla, kuten teknologiakehitys, väestön kasvu, maapallon resurssien rajallisuus, ja pohditaan miten ne vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen. Tärkeä osa opinnäytetyötä on kuitenkin korumuotoilijoille ja kultasepille suunnattu kysely. Kyselyn tuloksista selviää tämän päivän ammattilaisen mielikuva korumuotoilun tulevaisuudesta Suomessa. Kyselyn vastauksia esitellään koko opinnäytetyön ajan, mutta varsinaiset kyselyn tulokset käsitellään johtopäätöksissä, tämän tutkimuksen lopussa.

1.2. TAVOITTEET

Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa tietoa korualan ammattilaisille tulevaisuudessa tapahtuvista muutoksista ja niiden hyödyntämisestä, niin että suomalainen korumuotoilu jatkaisi kehitystään elinvoimaisena. Tutkimuksessa pohditaan kulutuskäyttäytymisen muuttumista tulevaisuudessa, mikä tule ottaa huomioon myös korualan tuotteita suunniteltaessa ja valmistettaessa. Tämän tutkimuksen luettuaan korumuotoilijana tai kultaseppänä toimiva alan ammattilainen voi paremmin innovoida tulevaisuuden suunnitelmiaan saavuttaakseen menestystä omassa yrityksessään.

1.3. KYSELY KORUMUOTOILIJOILLE JA KULTASEPILLE

Tämän opinnäytetyön keskeinen tutkimusmenetelmä oli korumuotoilijoille ja kultasepille laatimani kysely (liite 1), aiheena Suomalaisen korumuotoilun tulevaisuus. Kysely sisälsi kysymyksiä vastaajan tämänhetkisestä työnkuvasta, sekä mielipiteitä työnkuvaan vaikuttaneista ja tulevaisuudessa vaikuttavista tekijöistä. Tutkimuksessa päädyin laatimaan kyselyn, josta olisi mahdollista saada kvalitatiivista tietoa esimerkiksi vastaajan tämänhetkisten työtehtävien jakautumisesta sekä työnkuvan muutoksesta viime vuosien ajalta. Pääpaino kyselyssä oli kuitenkin korumuotoilun tulevaisuuteen liittyvissä kysymyksissä. Niiden avulla selvitin alan ammattilaisten ajatuksia, miten he näkevät tulevaisuutensa ammatillisesta näkökulmasta katsottuna. Tutkimusmenetelmäksi valitsin kyselyn, jotta tulokset olisivat keskenään vertailukelpoisia ja niistä saataisiin näkyviin yleinen trendi. Kysymykset määräytyivät tämän tutkimuksen lähtökohdista ja omista pohdinnoistani kyseisestä aiheesta. Lähdekirjallisuudessa esiintyneiden teemojen myötä esitetyt kysymykset osoittautuivat oleellisiksi.

Kyselyyn vastasi 18 korualan ammattilaista, jotka toimivat itsenäisinä korumuotoilijoina ja/tai kultasepäalan yrittäjinä Suomessa. Kysely osoitettiin laajasti suomalaiselle korumuotoilupiirille. Alan suppeasta edustajamäärästä huolimatta, päätin olla ottamatta mukaan muita muotoilualan ammattilaisia tai ainoastaan jälleenmyyjinä toimivia korualan toimijoita. Suppean vastaajamäärän riski on se, ettei tuloksista välttämättä ole havaittavissa selviä trendejä. Tämän kyselyn tulokset kuitenkin osoittivat hyvin selvästi tiettyjä alalla vallitsevia yleisiä mielipiteitä. Kyselyyn valitsin itseni kanssa samankaltaisissa töissä toimivia henkilöitä, jotka suunnittelevat ja valmistavat tuotteensa pääsääntöisesti itse. Suoritin tutkimuksen kyselyn muodossa myös siksi, että saisin siihen osallistujia eripuolilta Suomea. Vastaajista kymmenen toimi Helsingissä, yksi Tampereella, neljä Lahdessa, yksi Lohjalla, yksi Lappeenrannassa ja yksi Oulussa. Suurin osa vastaajista valittiin Helsingistä, koska tähän kaupunkiin on keskittynyt eniten alalla toimivia yksityisyrittäjiä. Toiseksi vahvimmin edustettu kaupunki on Lahti, jossa sijaitsee myös koru- ja hopeamuotoilijoita kouluttava Lahden Muotoiluinstituutti. Kyselyyn halusin mukaan myös näkökulman pohjoisemmasta Suomesta, minkä vuoksi lähetin sen myös korumuotoilijalle Ouluun. Vastaajista 13 oli naisia ja viisi miehiä. Kaikilla kyselyyn vastanneilla oli ensimmäisen tai toisen asteen muotoilijan tai kultasepän koulutus.

Yrittäjävuosien määrä vaihteli kolmesta kahteenkymmeneen. Kysely toteutettiin etukäteen laaditulla lomakkeella, joka sisälsi kymmenen aiheeseen liittyvää kysymystä. Osaan kysymyksistä pyysin vastaamaan numeroimalla annettuja vaihtoehtoja käyttäen, osassa vastauksen saattoi rastita vaihtoehdosta ja osaan pyysin sanallisen mielipiteen. Osa kyselyyn vastanneista palauttivat vastauksensa sähköpostitse, osa täytti sen henkilökohtaisessa tapaamisessa. Kyselystä laadin helposti ymmärrettävän, sekä loogisesti ja nopeasti etenevän. Aihe tuntui kiinnostavan vastaajia ja se oli ollut monen alan ammattilaisen pohdinnan aihe jo aikaisemmin. Kyselyn tulokset antoivatkin rikasta aineistoa tässä tutkimuksessa käytettäväksi. Vastaukset käsittelin anonyymeinä.

Kyselyn tulokset yhdessä tämän tutkimuksen kanssa antavat tietoa siitä, miten yleiset maailmaa koskevat tulevaisuusskenaariot kohtaavat suomalaisten korumuotoilijoiden ammattilaisten omien tulevaisuussennusteiden kanssa ja miten alan ammattilaiset voisivat hyödyntää niitä ja varautua niihin. Tulokset esitellään yksityiskohtaisemmin kappaleessa 4.1 Kyselyn tulokset.

Kyselyssä, sekä tässä koko opinnäytetyössä puhutaan yhtä aikaa korumuotoilijoista ja kultasepistä, koska molemmilla ammattinimikkeillä toimivat tekevät työkseen lähes samoja asioita. Usein yrittäjänä toimiva korumuotoilija valmistaa ainakin osan tuotannostaan itse. Kultaseppänä toimiva henkilö taas suunnittelee valmistamiaan tuotteitaan myös itse ja toimii näin ollen myös muotoilijan asemassa.

2. SUOMALAINEN KORUKULTTUURI

2.1. KORUN MERKITYS

Korun henkilökohtainen ja tunteisiin liittyvä merkitys korostuu kuunnellessani vanhemman korunkäyttäjän kertomuksia kaikkien elämänsä aikana omistamistaan koruista. Jokaisella korulla on tarinansa, antajansa, ajankohtansa ja paikkansa, josta se on hankittu (joka useimmiten liittyy matkusteluun Euroopan suurimmissa kaupungeissa). Jokaisella korulla on oma tilaisuutensa, jossa sitä käytetään ja oma paikkansa sen säilytykseen. Jokainen yksityiskohta korun historiassa on merkitsevä. (Talvitie 2014)

Korun on ensisijaisesti viestin väline. Koruiksi luokitellaan niin kannettavia, konkreettisia esineitä, kuin esimerkiksi maalauksia iholla. Materiaalit vaihtelevat hyvinkin voimakkaasti, vaikka koru monesti määritellään jalometalleista ja jalokivistä valmistetuksi esineeksi. Materiaalien laajuuden myötä korut voivat olla hyvinkin erilaisia käsitteitä ja näin ollen mahdollisia kaikille. Korujen suurimpia kuluttajia ovat tälläkin hetkellä naiset. Miesten korut mielletään yleensä jotakin funktionaalista käyttötarkoitusta vastaavaksi. Tänä päivänä on kuitenkin hyvinkin tavallista miestenkin käyttää aiemmin enemmän naisille suunnattuja koruja, kuten riipuksia ja korvakoruja.

Todelliset korun merkitykset ovat kuitenkin paljon syvällisempiä ja tunteisiin liittyviä. Niillä on aina ollut jokin merkitys kantajalleen. Ne kertovat jotakin omistajistaan ja niihin syntyy helposti erityinen suhde. Petra Ahde- Deal on tutkinut väistökirjassaan *Women and Jewelry*, korun merkitystä naiselle. Kohdehenkilöinä on 28 naista eri ikäryhmistä ja erilaisista elämäntilanteista. Osa naisista on amerikkalaisia, osa suomalaisia. (Ahde-Deal 2013)

Ahde-Deal painottaa tutkimuksessaan, että naisille korujen arvo syntyy useimmin siihen liittyvästä tunteesta kuin materiaalisesta arvosta. Kaikkein arvokkaimmiksi koruiksi muodostuu yleensä perityt korut, jotka kertovat useamman käyttäjän, jopa koko suvun historiaa. Toisena merkittävänä ryhmänä ovat johonkin elämäntapahtumaan liittyvät korut, kuten vihkisormukset, lasten syntymästä lahjaksi saadut korut tai merkkipäiväkorut. (Ahde-Deal 2013)

Naiset käyttävät koruja pääasiassa pitääkseen lähimmäisensä lähellä itseään. Kyseinen koru voi olla vihkisormus tai muisto lapsilta tai vanhemmilta. Useimmiten vain käyttäjät itse tietävät korujensa merkityksen. Toisinaan tunnesiteiden merkit ovat kuitenkin itsestään selviä, kuten kihla- ja vihkisormuksissa tai ristin muotoisissa riipuksissa. Näin ollen naiset voivat muokata itsestään antamiaan viestejä korujensa avulla. (Ahde-Deal 2013:31)

Useimmiten siis koruista tulee merkityksellisiä ilmaisun keinoja kantajilleen. Ne liittyvät sosiaaliseen kanssakäymiseen ja kertovat muille ihmisille jotakin kantajastaan. Esimerkiksi ristin kantaminen kertoo useimmiten kantajan uskonnollisista piirteistä. Korut toimivat myös eräänlaisina amuletteina ja onnenkaluina muodostaen käyttäjän ja korun välille erityisen suhteen.

Korut ovat sosiaalisia esineitä, joita käytetään yhteisöllisistä ja yhteiskunnallisista syistä. Näillä henkilökohtaisilla ja yksilöllisillä tuotteilla on suuri sosiaalinen vaikutus. Naiset viestittävät koruillaan sosiaalisesta asemastaan ja suhteistaan. (Ahde-Deal 2013:29-30)

Viimeisten vuosikymmenten aikana työn arvo länsimaissa on noussut huomattavasti suhteessa raaka-aineiden arvoon. Käsityönä valmistettujen tuotteiden arvo on yleisesti ottaen kallistunut, jonka seurauksena niin sanottujen halpatuotteiden määrä on lisääntynyt. Verrattuna muihin käsityötä valmistuksessaan vaativiin tuotteisiin, koruissa käytettävät raaka-aineet, jalometallit ja jalokivet, ovat usein hyvinkin arvokkaita. Tämän takia koruissa ei välttämättä työn rahallinen arvo näy yhtä paljon, kuin muissa käsityönä valmistetuissa käyttöesineissä. Epäjaloista materiaaleista valmistetussa korussa työn hinta tulee esille selkeämmin, kuin jos sama tuote valmistetaan arvokkaammista materiaaleista. Koska jalometallikorut mielletään jo materiaalinsa vuoksi arvokkaiksi, on niihin helpompi lisätä asianmukainen

korvaus tehdystä työstä, kun taas epäjaloista materiaaleista valmistetusta korusta asiakas ei mielellään maksa suuria summia, koska ei miellä sitä arvokkaaksi halvempien materiaalien takia. Tuotteita suunniteltaessa, korumuotoilijan tulee tarkkaan miettiä käyttämiensä materiaalien arvo suhteessa tuotteen vaatimaan työhön.

Työn hinnan noustessa länsimaissa, monet korujakin valmistavat yritykset ovat siirtäneet tuotteidensa valmistuksen halvan työvoiman maihin, kuten Kiinaan. Suurille, kansainvälisille brändeille tämä on mahdollista, koska asiakkaat ostavat tuotteissa pääasiassa arvokkaita materiaaleja sekä kyseisen brändin tuomaa imagoa. Heille tuotteiden valmistusmaa ei ole tärkeä. Toisin on pienemmillä korualan yrityksillä, kuten esimerkiksi Kalevala Korulla, jonka imagolle on tärkeää tuotteen täydellinen kotimaisuus. Yrittäjinä toimiville suomalaisille korumuotoilijoille ja kultasepille on myös useimmiten etua tuotteen mahdollisimman suuresta kotimaisuudesta. Monet asiakkaat kokevat kotimaisen tuotteen laadukkaammaksi, kuin halvan työvoiman maissa valmistetun. Korunkäyttäjissä on myös asiakaskunta, jolle on eettisten arvojen takia suurin merkitys tuotteen materiaalien alkuperällä sekä tuotteen valmistajalla. Korujen hankkijoissa on myös suhteessa suuri asiakaskunta, jotka haluavat teettää korunsa tilauksesta, käsityönä valmistettuina. Suomalaisessa korumuotoilussa on havaittavissa Viro-laisen työvoiman käyttöä ainakin osassa tuotteen valmistusprosessista. Tämän, edullisemman työn hinnan seurauksena tuotteiden loppuhinta pysyy mahdollisena laajemmalle asiakaskunnalle.

2.2. KORUKULTTUURIN HISTORIA

Suomalaisista koruista ja niiden historiasta on kirjoitettu verrattain vähän. Korut on luokiteltu ylellisyysesineiksi, eikä niinkään osaksi käyttötaidetta ja kulttuuria. Koruissa kuitenkin ilmentyy maan historia ja erilaisten virtausten vaikutus, muotoilun, tekijöiden sekä tiettyinä aikakautena käytettyjen materiaalien kautta. (www.suurteokset.com)

Kultasepän ammatti saapui Suomeen jo esihistoriallisina aikoina, jolloin seppiä pestattiin valmistamaan aseita ja henkilökohtaisia koristeita isännilleen. Esimerkiksi Kalevala-korujen jäännöksiä on löydetty jo rautakaudelta. Kultasepäntaidot saapuivat Suomeen ensin lännestä, sitten idästä. Turkuun varhaisimmat käsityöläiset saapuivat Hansa-kaupungeista ja toivat mukanaan saksalaisen korkean laatukäsityksen ja tarkkuuden (Aav 2012). 1500-luvulla kouluttautuminen tapahtui hakeutumalla käsityöläismestarin oppiin. 1800-luvun alussa Suomesta tullessa Venäjän suuriruhtinaskunta, minkä seurauksena kisällit ja oppipojat lähtivät uusien mahdollisuuksien ja inspiraationlähteiden perässä Pietariin. Kultasepäntaidon Venäjältä Suomeen tuoneista kultasepistä nimekkäimpiä ovat Carl Blank, Alexander Tillander, Carl Fabergé ja Oscar Pihl. (Aav 2012).



Kuva 1. Jääkukka, rintakoru (1913) Alma Pihl (1882-1976); platinahopea, vuorikide, timantit. Fabergé/ Albert Holmströmin työhuone. Yksityiskokoelma.

Myöhemmin Suomen ammattikuntajärjestelmä muuttui ja säädettiin asetus elinkeinopaudesta. Kultaseppä yrittäjämuotona alkoi rakentua. Käsityöyrittäjyyteen otettiin enemmän mukaan koneita korujen valmistusta helpottamaan ja nopeuttamaan. Tämän seurauksena alettiin valmistamaan yhä enemmän tuotteita sarjatyönä, mikä vaikutti koru- ja esine-
muotoilun kehitykseen. Kultasepänanalan liikkeet lisääntyivät 1800-luvun lopulla ja oleellisena osana liikkeisiin tuli mukaan myös kellot ja kellosepäntyöt.

(Hyrsky 2012; www.helda.helsinki.fi)

Korumuotoilun kehittymistä hidasti taideteollisen koulutuksen puute. Vuodesta 1905 lähtien Taideteollisuuskeskuskoulu tarjosi jalometalliopintoja kultaseppien koulutusohjelmassa. Varsinainen Kultaseppäkoulu perustettiin Helsinkiin 1938. Kultaseppäkoulu oli Kultaseppien Liiton hallinnoima aina vuoteen 1971 asti, jolloin siitä tuli valtion koulu ja se siirrettiin osaksi Lahden taideoppilaitosta, jonka nimi muuttui 1980-luvulla Muotoiluinstituutiksi. Koulutuksen ansiosta kultasepistä alkoi kehittyä taiteellisia taitoja omaavia. Tähän asti he olivat pitkälti jälleenmyyneet ja korjanneet ulkomailta tuotuja jalometallikoruja. (Aav 2012). Liikkeiden luonne olikin muuttunut vuosisadan alussa. Ulkomailta tuotetut, hinnaltaan halvemmat sarjatuotteet olivat pakottaneet kultasepät luopumaan jossakin määrin käsityöstä. Liikevaihto koostui pääasiassa teollisesti valmistettujen tuotteiden kaupasta. Alan yrittäjät perustivatkin Suomen Kultaseppien Liiton 1905, tarkoituksena parantaa alan keskinäistä yhteydenpitoa, panostaa oppipoikien koulutukseen sekä valvoa laadun säilymistä. (Hyrsky 2012; www.helda.helsinki.fi)

Toisen maailmansodan aiheuttaman taloudellisen tilanteen heikentymisen selvittyä, kultasepänala alkoi myös elpyä. Läpimurto suomalaisessa koru- ja hopeamuotoilussa tapahtuikin 1950-luvulla maailmalla järjestetyissä erilaisissa näyttelyissä ja triennaaleissa. Mm. Bertel Gardberg, Börje Rajalin, Elis Kauppi ja Eero Rislakki ovat tekijöitä, jotka yhdistetään 1950-luvun lopulla alkaneeseen funktionaalisen muotokielen menestykseen. Myöhemmin Kaija Aarikka loi kaiken kansan korumalliston puuhelmistä. Paula Häiväojan moderni muotoilu koruissa tuli esiin 1960-luvun lopulta lähtien Kaunis Korun freelance-suunnittelijana (Aav 2012). 1970-luvun korumuotoilijoihin kuuluu mm. Liisa Vitali, jonka mallistot tulivat laajalti tutuiksi.



Kuva 2. Rintakoru (1990) Paula Häiväoja (1929-2011); hopea, osittain kullattu. Yksityiskokoelma.

1970- ja 80-luvuilla kiinnostus käsityöhön ja käsityöalan koulutukseen kasvoi, jonka myötä alan koulutuspaikkoja lisättiin. Taide ja taidekäsityön kiinnostuksen kasvaessa korutaide sai tunnustusta 1990-luvulla ja elääkin tällä hetkellä valovoimaisinta aikaansa.

Tunnetuin ja suurin suomalainen korubrändi, Kalevala Koru on merkittävä osa suomalaista korukulttuuria. Se on naisten 1930-luvulla perustama yritys, joka aloitti toimintansa valmistamalla ja myymällä historiallisia koruja. Tänä päivänä Kalevala Korun mallistoihin kuuluu muinaisten korumallien lisäksi moderneja, tämän päivän kuluttajan toiveita vastaavia tuotteita. Yrityksen suunnittelijakuntaan kuuluvat esimerkiksi Marja Suna ja Kirsti Doukas. Korut valmistetaan edelleen Suomessa. Kalevala Korun omistus kuuluu Kalevalaisten Naisten Liitolle. (www.kalevalakoru.fi)

Kalevala Korun lisäksi suomalaisista teollisista korun valmistajista voidaan mainita Lapponia Jewelry, joka myöhemmin yhdistyi Kalevala Korun kanssa yhdeksi konserniksi. Lapponian menestys alkoi 1960-luvulla Björn Weckströmin veistoksellisilla koruilla. Oman, valtavirrasta poikkeavan tyylinsä pitänyt Lapponia pitää edelleen asemansa yhtenä kansainvälisesti tunnetuimpana suomalaisena korubrändinä. (www.lapponia.com)

Ihmisten kulutusmahdollisuuksien globalisoituessa ei korumuotoilun kentältäkään nouse niin vahvasti yksittäisiä nimiä oman aikansa nimekkäimmiksi tekijöiksi. Kultasepäalan tuotteita hankittaessa vaikuttavat vahvasti brändin ja maailmanlaajuisen tunnettavuuden arvot. Koruja ei siis välttämättä liitetä tiettyyn suunnittelijaan vaan suurempaan kokonaisuuteen. Tuotteiden suunnittelijoista löytyy myös muita kuin kultasepäalan tai korumuotoilun koulutuksen saaneita henkilöitä. Suunnittelija liitetään tuotteeseen enemmän tarinan ja brändin kautta, kuin henkilön itsensä.



Kuva 3. Kukkiva muuri, kaulakoru (1965). Björn Weckström (s.1935); kulta, turmaliini. Lapponia Jewelry



Kuva 4. Lisäelimet, rintakoru (2003) Inni Pärnänen (s.1971); pergamentti, silkkilanka, kirurgin teräs.

2.3. KORUNKÄYTTÖ SUOMESSA JA MAAILMALLA

Suomalainen korunkäyttäjä on havaintojeni mukaan naapurimaiden käyttäjiä minimalistisempi. Suomessa ei ole perinteisesti ollut korkeaa vaurauden tasoa, jonka takia koruilla koristautuminenkaan ei ole ollut tyypillistä. Suomalainen korunkäyttäjä on edelleen vähäeleinen ja suuria koruja vierastetaan. Vähäeleinen tyyli on juurtunut kansalliseen identiteettiimme ja vaikuttaa meissä yhä. Se on myös muodostanut suomalaisen muotoilun tyylistä yleisesti tunnettavan. Koruihin liittyy suomalaisillakin hyvin vahva tunneside. Uusien korujen hankintaa mietitäänkin tarkkaan, ja kun uusi koru hankitaan toivotaan sen palvelevan mahdollisimman pitkään ja monessa tilanteessa. Epäjaloissa metallikoruissa ja muovikoruissa suositaan kokoa ja värejä ja niitä hankitaan herkemmin.

Petra Ahde-Deal kertoo väitöskirjassaan *Women and Jewelry* naisten korunkäytön muuttuvan iän myötä. Nuorempana harkittu värien ja eri materiaalien käyttö saattaa muuttua hyvinkin värikkääksi materiaalien kirjoksi, lasihelmistä erilaisiin luonnonmateriaaleihin, kuten siemeniin. Vanhetessa jalometallikorujen materiaali usein vaihtuu hopeasta kullaksi osittain myös käytettävissä olevan varallisuuden kasvun seurauksena. Petra Ahde-Dealin tutkimuksen mukaan vihkisormukset eroavat Suomen ja Yhdysvaltojen välillä näyttävyydessä ja arvokkuudessa. Amerikkalaiset naiset haluavat monesti uusia vihkisormuksensa jossakin vaiheessa avioliittoaan, kun taas suomalainen nainen haluaa käyttää hyvinkin vaatimatonta sormusta sormessaan koko elämänsä ajan. Tämä pätee myös muiden korujen käytössä. Aikuisella nainen käyttää koruja yhä enemmän emotionaalisista merkityksistä. Kihla- ja vihkisormukset ovat yksi tärkeimmistä ja useimmiten koko lopun elämän käytössä olevista koruista. Myös lapsilta tai lastenlapsilta saadut tai heidän tekemänsä korut tulevat erityisen tärkeiksi. Näitä valitaan käytettäväksi erityisesti perhejuhlissa. (Ahde-Deal 2013)

Suomalainen korunkäyttö perustuukin edelleen pitkälti perinteisiin. Korut liittyvät vahvasti juhlallisuuksiin eri elämäntilanteissa. Koruja ostetaan enimmäkseen lahjoiksi ja se onkin lahjana hyvin henkilökohtainen. Keskimääräinen, suomalainen korunkäyttäjä hankkii tai saa lahjaksi arvokorun korkeintaan muutaman kerran vuodessa. Itse hankittuna se liittyy usein johonkin juhlaan, esim. häät, ristiäiset tai väitöstilaisuus. Tällaisessa hankinnassa korun va-

lintaa saatetaan miettiä pitkäänkin ja se ostetaan ajatuksella, että sitä käytetään loppuelämä ja annetaan vielä tulevillekin sukupolville. Korujen hankinnassa luotetaan perinteisiin kultasepäntaiteilijoihin, tai tuttuun kultaseppään. Asiakkaina suomalaiset ovat lojaaleja ja uskollisia. Hyvällä asiakaspalvelulla korualan yrittäjän onkin helppo saada kanta-asiakkaita.

Helsingin Uudenmaankadulla kuusi vuotta sijainneessa pienessä yrittäjävetoisessa koruliikkeessä asiakaskunta koostui paljolti lähialueen asukkaista. Lähialueen asukkaat halusivat kannattaa kotikatunsa pienyrittäjiä. Lähiruoan trendikkyuden myötä myös muiden läheltä ostettavien tuotteiden menekki on kasvanut. Kyseisellä alueella asuu paljon koulutettuja kaupunkilaisia, nuoria aikuisia, nuoria perheitä. Asiakaskunta oli iältään keksimäärin 30-55 -vuotiaita. Suurin osa kävijöistä oli naisia, mutta suurin osa ostavista asiakkaista oli keksimäärin miehiä. Yleisimmät ostosyyt liittyivät lahjanhankintaan. Luottamuksen ansaittua, myös vanhempi sukupolvi uskaltanut asiakkaksi, mutta silti he olivat vielä vähemmistöä. Yleisesti ottaen vanhemmat aikuiset ovat otollisia koruliikkeen asiakkaita, koska heillä on vahva perinne ja kokemus korujen hankinnassa ja he ostavat jalometallikoruja myös sijoituksina. Maailman taloudellisen tilanteen ja erityisesti pankkien tilanteen myötä varakkaimmat kuluttajat sijoittavat omaisuuttaan lähinnä puhtaaseen kultaan, mutta myös kultakoruihin. (Anna Heino-Design Jewellery)

Suomen tunnetuimpia teollisia korunvalmistajia ovat Kalevala Koru, yhdessä Lapponia Jewelleryn kanssa, sekä Kultakeskus. Kultasepäntalan työpaikkoja on rajoitetusti, jonka seurauksena useat ammattiin valmistuvat korumuotoilijat ja kultasepät perustavat yrityksiä yksin tai pienemmissä ryhmissä. Nämä niin sanotut uudet suunnittelijat kerääntyvät usein pääkaupunkiseudulle ja muihin suurimpiin kaupunkeihin, joissa on enemmän mahdollisia kuluttajia ja kultasepän palveluiden käyttäjiä. Harvaan asutuilla alueilla korujen myynnistä vastaavat useimmiten vähittäiskauppaketjut, kuten Kultajousi, Timanttiset ja Laatukoru. Näiden lisäksi maakunnissa usein yleisin kultasepäntalan tuotteita myyvä yritys on pitkään toiminut, perheomistuksessa oleva kultasepäntaiteilijayritys. Nämä liikkeet ovat niitä, jotka vaikuttavat usein eniten kuluttajien korunkäytön tyyliin.

"Suomalaisista korunvalmistajista Kultajousi-liikkeistä löytyy pääasiassa suurimpien valmistajien, kuten Kalevala Korun ja Kultakeskuksen tuotteita. Harvemmin myynnissä näkee pienempien suomalaisten korunvalmistajien tuotteita."

Oman työkokemukseni seurauksena valitsin Kultajousen esimerkiksi Suomessa sijaitsevista korujen vähittäiskauppaketjuista. Kultajousi kuuluu Pohjoismaiden suurimpaan korujen ja kellojen vähittäiskauppaan keskittyvään konserniin. Suomessa myymälöitä on lähes 250. Kultajousi tarjoaa liikkeissään laajan valikoiman ulkomailta tuotettuja, sarjavalmisteisia korumallistoja sekä kansainvälisien muotimerkkien, kuten Tommy Hilfiger ja Diesel, valmistamia koruja. Vähittäiskauppaketjujen valikoimiin kuuluvat vahvasti myös kellot, hopea-aterimet sekä kummilahjat. Suuri osa myynnistä koostuu kotimaisista ja ulkomaisista kihla- ja vihkisormuksista. Suomalaisista korunvalmistajista Kultajousi-liikkeistä löytyy pääasiassa suurimpien valmistajien, kuten Kalevala Korun ja Kultakeskuksen tuotteita.

(www.kultajousi.fi). Harvemmin myynnissä näkee pienempien suomalaisten korunvalmistajien tuotteita. Lumoava- korubrändi on onnistunut muuttamaan tätä ilmiötä positiivisempaan suuntaan ja saanut viime aikoina tuotteitaan myyntiin myös maakuntien vähittäiskauppaketjuihin. Lumoava- yritykseen kuuluu useita uudempia korusuunnittelijoita.

(www.lumoava.fi). Harvaan asutuilla alueilla kultasepäalan tuotteiden hankkimiseen tarjotut konkreettiset mahdollisuudet ovat rajalliset. Verkkokauppatoiminta on tuonut laajemman koruvalikoiman myös näiden alueiden kuluttajille, jotka aikaisemmin ovat olleet lähes ainoastaan perinteistä tyyliä edustavien kultasepäliikkeiden varassa.

Korumuotoilun pienten yrittäjien toimesta Suomeen on syntynyt monta mielenkiintoista muotokieltä edustavaa yritystä. Pienten yritysten toimintamahdollisuuksien takia erottuminen ja yrityksen kasvattaminen on haaste monelle. Nykyään pienikin yrittäjä kilpailee koko maailman tarjonnan kanssa kuluttamisen muuttuessa tuotteiden helpomman saatavuuden seurauksena. Korujen, niin kuin monen muunkin kulutustavaran hankintaan vaikuttaa paljon saatavilla oleva tarjonta. Korujen suhteen verkkokaupoista hankitaan usein koru, joka on jostakin jo ennestään tuttu tai jolla on vahva kansallinen tai kansainvälinen brändi. Tuotteen yleisesti hyväksytty brändi onkin kuluttajalle usein laadun tae. Monesti pelkän kuvan avulla

on vaikea kuvitella korun luonnollista ulkonäköä. Korun painon, kolmiulotteisen ulkomuodon ja esimerkiksi riipusketjun paksuuden määrittelemisen on kuvasta hankalaa. Nämä ovat kuitenkin oleellisesti korun ulkonäköön ja käytettävyyteen vaikuttavia ominaisuuksia.

"Pelkästään Münchenin kaupungissa on yli 200 kultasepäalan liikettä. Helsingissä, Suomen pääkaupungissa on Suomen Kultaseppien Liiton jäseniä noin 70."

Eurooppalainen korukulttuuri on monin paikoin koristeellisempaa ja näyttävämpää, kuin suomalainen. Italialaiset esimerkiksi rakastavat kultaa ja värikkäitä jalokiviä. Saksalaiset pitävät funktionalismista ja ovat tarkkoja laadun suhteen. Heillä on vahva tekninen osaaminen korunvalmistuksessa ja pitkä historia korujen parissa. Saksalaisessa katukuvassa koruliikkeitä näkyy runsaasti, sekä suurien brändien mahtipontisia myymälöitä, että pienempien yrittäjien pajoja. Jokaiselle tyylille on kysyntää 80:n miljoonan ihmisen väestössä. Pelkästään Münchenin kaupungissa on yli 200 kultasepäalan liikettä (www.muenhen.de). Helsingissä, Suomen pääkaupungissa on Suomen Kultaseppien Liiton jäseniä noin 70.

Vertaamalla esimerkiksi suomalaisen Lumoava- koruyrityksen ja saksalaisen Niessingin koruja toisiinsa, voi huomata niiden olevan yllättävän samanhenkisiä keskenään. Molemmissa korostuu selkeä ja muotokieleltään mielenkiintoinen tyyli. Molemmat ovat myös korkeatasoisia laadultaan. Keski- Eurooppalaista korutarjontaa verratessa esimerkiksi yhteen Amerikan suurimmista korunvalmistajiin, Tiffanyyn, käy ilmi, että nämä tuotteet ovat jo paljon koristeellisimpia ja romanttisempia kuin eurooppalaiset korut. Amerikkalaiset ottavat mallia julkisuuden henkilöistä, joille koruihin kuluttaminen on ominaista. Amerikkaan mahtuu kaikenlaisia korunkäyttäjiä kertakäyttökoruista harvinaisimpiin jalokivikoruihin. Heillä on myös maailman vahvimpia keskittymiä korutaiteen suhteen. Lumoavan (www.lumoava.com), Niessingin (www.niessing.com) sekä Tiffanyyn (www.tiffany.com) yrityksissä korujen suunnittelijoista viestitään avoimesti ja painotetaan suunnitteluosaston tärkeyttä. Tämän takia niitä verrataan keskenään tässä tutkimuksessa.



Kuva 5. Kukinto, kaulakoru. Lumoava



Kuva 6. Focus, kaulakoru. Niessing



Kuva 7. Diamond Earrings, Tiffany

Kellot yhdistetään myös vahvasti korualan tuotteisiin. Voidaan puhua korukelloista, kun kelloilta halutaan muitakin kuin ajannäytöllisiä ominaisuuksia. Arvokkailla luksuskelloilla on pitkä historia ja niiden kulutus on osassa maailmaa edelleen nouseva. Esimerkiksi Aasian nousvilla kulutusmarkkinoilla luksuskellomerkkien, kuten Rolexin ja Omegan tuotteiden myynti kasvoi pelkästään Kiinan alueella vuoden 2014 huhtikuun ja kesäkuun välillä 29%.

(www.worldwatchreport.com). Arvokelloja pidetään sijoituskohteina siinä missä arvokoruja. Korukelloja ei tosin Suomessa juurikaan valmisteta tai ei ainakaan markkinoida. Esimerkiksi kellontekijä Stephan Sarpanevan jälleenmyyjät ovat Keski- Euroopassa, Aasiassa ja Yhdysvalloissa. (www.sarpanevawatches.com). Sveitsissä työskentelevä kellonvalmistaja Kari Voutilaisen tuotteita myydään niin ikään Sveitsin ja Ranskan lisäksi Aasiassa.

(www.voutilainen.ch)

2.4. KORUMUOTOILUN JA KULTASEPÄNALAN KOULUTUS SUOMESSA

Suomessa voi opiskella kultasepän ammattiin suorittamalla käsi- ja taideteollisuuden artesaanitutkinnon, suuntautuneena kultasepäntyöhön, yli yhdeksässäkymmenessä ammatitiopistossa. Näyttötutkintoina voi suorittaa myös kultasepän, hopeasepän ja kaivertajan ammattitutkinnot sekä kultaseppämestarin, hopeaseppämestarin ja kaivertajamestarin erikoisammattitutkinnot. Lahden Muotoiluinstituutissa on mahdollisuus opiskella korumuotoilijan AMK -tutkintoon sekä muotoilijan ylempään AMK -tutkintoon johtavassa koulutuksessa. (www.opintopolku.fi). Näiden lisäksi useissa oppilaitoksissa järjestetään aikuiskoulutuksena kultasepän opintoja. Korujen valmistuksen oppiminen on ollut viime vuosina erityisen suosittua myös erilaisten harrastustoimintoihin keskittyvien opistojen, kuten Työväenopistojen kurssitarjonnassa.

Lahden Muotoiluinstituutin korumuotoilun linjalla keskitytään paljon muotoiluoppimiseen. Koulutuksessa panostetaan muotoilijan osaamiseen yksilönä ja ohjataan opiskelijoita tulevaisuuden mahdollisuuksiin (www.lamk.fi). Korumuotoilijoille ja kultasepille tehdyssä kyselyssä tuli vahvasti esille tietokonepohjaisten muotoiluohjelmien tärkeys korumuotoilun tulevaisuudessa. Toisena tärkeänä peruskoulutuksessakin parannettaviin opintoihin kuului kyselyyn vastanneiden mukaan yrittäjyysopinnot.

Kultasepänanalan koulutuspaikkoja lisättiin Ammattikorkeakoulu -uudistuksen seurauksena 1990-luvulla. Tästä alkoi taidealojen koulutuksen kiinnostuksen kasvu. Vuosina 2000-2004 taidealoilla opiskelevien määrä kasvoi 61%. Kolmannes koulutettavista vuonna 2004 oli käsi- ja taideteollisuusalan artesaaneja. Vielä 1980-luvulla naisia oli 20:stä aloittajasta seitsemän. Nykyään kultasepänkoulutuksessa on enemmän naisia kuin miehiä. Ammattikoulutus on kehittynyt ja mukaan on tullut CAD/CAM- ympäristöt sekä monia uusia materiaaleja. Koulutuksessa on myös lisätty vastuuta yrittäjille työssäoppimisjaksojen myötä. Kultasepänanalan koulutuksessa keskitytään yhä valmistamaan perinteisempiä käyttöesineitä. (Hyrsky 2012; www.helda.helsinki.fi)

2.6. KORUJEN VALMISTUS SUOMESSA

Massatuotantona suurelle yleisölle valmistetut korut tehdään lähes järjestäen aina teollisesti. Myyntikanavien määrä on suuri, joten tuotteita pitää saada tuotettua paljon ja nopeasti sekä alhaisilla kustannuksilla. Tällöin lopputuotteen hintakin voidaan pitää mahdollisimman monenlaiselle kuluttajalle mahdollisena. Massatuotanto havittelee siis ennemmin kirjavaa ja laajaa ostajakuntaa kuin laadukkaiden tuotteiden kauppaamista. Teollisilla korualan yrityksillä on myös mahdollisuudet panostaa markkinointiin paremmin kuin pienyrittäjällä. Suomessa on kuitenkin verrattain vähän korumuotoiluun ja kultasepäntyöhön liittyviä työpaikkoja, minkä takia koulutukset saaneet henkilöt perustavat usein yrityksiä yksin tai pienissä ryhmissä. Korkeakoulutetuista eniten yrityksiä perustavatkin juuri taide- ja kulttuurialan loppututkinnon suorittaneet ja vähiten kauppakorkeakoulusta valmistuneet. Tutkimukset ovat osoittaneet, että Suomessa on liian vähän yrittäjyyttä, mitä kansantalouden kilpailukyky kuitenkin edellyttäisi tulevaisuudessa. (Wilenius 2004; 51)

Suomen Kultaseppien Liittoon kuulu suuri osa suomessa toimivista yksityisistä korunvalmistajista, teollisista valmistajista sekä vähittäismyymälöistä. Suurin osa koruja myyvistä liikkeistä on vähittäismyymälöitä. Teollisia valmistajayrityksiä on verrattain vähän, muun muassa Kultakeskus Oy Hämeenlinnassa, sekä Kalevala Koru Helsingissä. Kultaseppien liiton jäsenistä iso osa on yksityisyrittäjinä toimivia korumuotoilijoita ja kultaseppiä. Myymälöiden sijainti on keskittynyt pääkaupunkiseudulle sekä isompiin kaupunkeihin. (www.kultaseppienliitto.fi)

Vähittäismyymälöiden tuotevalikoimasta suuri osa on ulkomailta tuotettuja. Suomessa valmistetut korualan tuotteet ovat siis hyvinkin suurelta osin yksittäisten kultaseppien valmistamia. Tosin muutamat suuret yritykset menevät tässäkin ohi.

Käsityöläisenä toimiva korualan yrittäjä ei siis koskaan voi kilpailla teollisten tuotteiden määrien kanssa. Käsityöläisen kilpailuetuina on laadukkuus ja yksilöllisyys. Hinta nousee käsityönä tehdyillä tuotteilla aina korkeammaksi kuin teollisten tuotteiden. Kultasepille ja korumuotoilijoille tekemässäni kyselyssä yhdeksi suurimmista yrittäjyyden haasteista koettiin tunnettuuden kasvattaminen ja markkinoiden pienuus. Käsityöläinen tarvitsee ympärilleen

muita alan yrittäjiä, joiden kanssa saavuttaa suuremman volyymin. Suomessa erikoiskaupan tuotteiden ostajakunta on verrattain pieni ja siitä kilpailevat kaikki alan yrittäjät ympäri maata. Sopivia, luovien alojen yrittäjiä esille tuovia jälleenmyyjiä Suomessa ei ole montaa. Yksi suurimmista ja tärkeimmistä, Design Forum Shop Helsingissä joutui lopettamaan toimintansa syksyllä 2014. (www.designforum.fi). Tämä koitui tärkeän jälleenmyyjän menetykseksi monelle käsityöalan yrittäjälle. Myymälässä myytiin myös runsaasti suomalaisten korumuotoilijoiden tuotteita.



Kuva 8. Korumuotoilija työssään 2008. Anna Heino - Design Jewellery

2.7. AITO VAI "RIHKAMA"?

Perinteisesti vain kultaseppien työnä tunnettu korujen suunnittelu, valmistus ja myynti on levinnyt viime vuosina myös suurten muotialan brändien valikoimiin. Tämä luo toisinaan hämmentäviä tilanteita kuluttajien yrittäessä ymmärtää jaloista ja epäjaloista materiaaleista valmistettujen korujen eroa.



Kuva 9. Eri tavoin koristeltuja metallisormuksia. Hennes & Mauritz.



Kuva 10. Keltakultaisia timanttisormuksia. Sandberg.

Ruotsalaisen vaateketju Hennes & Mauritzin avatessa ensimmäisen liikkeensä Helsinkiin 1997, toi se mukanaan myös brändilleen suunnitellut korumallit. (www.wikipedia.fi). Tuotteet ovat alusta asti muistuttaneet aitoja jalometallikoruja värillisine kivineen ja metallin hohtoineen. Tuotteet valmistetaan kuitenkin epäjaloista metalli- ja muoviseoksista, joissa

kivinä käytetään jalokivien kaltaisia lasi- ja muovikiviä. Tuotteet ovat hinnoiltaan edullisia ja näin ollen suuren yleisön hankittavissa.

Hennes & Mauritzin ja vastaavien muotibrändien korutuotannon myötä epätietoisuus aitojen ja rihkamakorujen välillä on lisääntynyt. Varsinkin nuoremmille, tulevaisuuden kuluttajille, ei ole yksinkertaisen selvää kyseisten korujen ero. He saattavat ihmetellä jalometallikorujen arvokkuutta, koska vertaavat niitä epäjaloihin koruihin. Tähän vaikuttaa epäjalojen korujen markkinoinnissa usein käytettävät virheelliset materiaalitiedot. Mainoksissa puhutaan esimerkiksi kivistä, vaikka materiaali olisi lasia. Tuotteiden lyhyt käyttöikä tuottaa harmia ja kasvattaa luottamuksen puutetta koko korumaailmassa. Kuluttajat tuovat rikkoutuneita epäjaloja korujaan korjattavaksi kultasepälle ja ihmettelevät, kun korua ei voikaan korjata, tai että korjaus maksaisi enemmän kuin itse koru ostettaessa. Kyseisen ilmiön lisääntyessä korualan ammattilaisten tarve viestiä aitojen korujen materiaaleista on kasvanut. Tämän opinnäytetyön osana tehdyssä kyselyssä korumuotoilijat ja kultasepät mainitsivat materiaalitietouden levittämisen kuluttajille yhdeksi tärkeimmistä alan tehtävistä.

3. TULEVAISUUSSKENAARIOT

3.1. YLEISET TULEVAISUUSSKENAARIOT

Tulevaisuutta yritetään ennustaa erilaisten skenaariomenetelmien avulla. Ne ovat kuitenkin vain ennusteita, eivätkä kerro todellista tulevaa. Niiden avulla voi kuitenkin varautua mahdollisiin muutoksiin mm. yritystoiminnassa, jolle tulevaisuuden tulkitseminen on tärkeä osa kasvun ja menestyksen aikaansaamista. Elina Hiltusen kirjassa Matkaopas Tulevaisuuteen Mika Mannermaa määrittelee skenaarion seuraavasti: *"Skenaariomenetelmällä luodaan loogisesti etenevä tapahtumasarja, jonka tarkoituksena on näyttää, miten mahdollinen, joko todennäköinen, tavoiteltava tai uhkaava tulevaisuudentila kehittyy askel askeleelta nykytilasta."* (Hiltunen 2012; 140)

Tulevaisuusskenaarioista puhuttaessa nousevat esiin termit: pysyvyys, megatrendit, trendit, heikot signaalit ja villit kortit. Internet ja sosiaalinen media ovat muuttaneet tiedonkulkua maailmassa ja se on tehnytkin tulevaisuuden ennustamisesta entistä vaikeampaa, koska pysyvyyden määrittely on hankalaa. Tulevaisuuden voidaan sanoa muuttuneen vasta sitten kun muutos on pysyvää. Elina Hiltunen kertoo kirjassaan Matkaopas Tulevaisuuteen, muutoksen kulusta ja luonteesta. (Hiltunen 2012)

Aluksi tapahtuu muutos, joka huomataan ja hyväksytään pienemmässä ryhmässä. Tätä kutsutaan heikoksi signaaliksi. Heikkoja signaaleja voi havaita runsaasti ympäristössä. Niistä keskustellaan ja lopulta ne vahvistuvat niin, että niistä syntyy trendi. Ne voivat kuitenkin myös hiipua tai jäädä pieniksi, jolloin niistä puhutaan edelleen heikkoina signaaleina. sosiaalinen media ja blogit ovat täynnä heikkoja signaaleja. Heikot signaalit lähtevät kasvamaan yleensä jonkin pienemmän ryhmän tai vaihtoehtoliikkeen toimesta. Heikosta signaalista voi kasvaa trendit suuremman yleisön hyväksyessä asian omakseen. Elina Hiltunen määrittelee kirjassaan trendin seuraavasti: *"Trendi kertoo lähimenneisyydessä ja tässä hetkessä näkyvästä muutoksen suunnasta, joka voi jatkua samana tulevaisuudessakin."* (Hiltunen 2012; 75). Paino on lauseessa tahallaan sanalla voi. Trendit puolestaan voivat kasvaa megatren-

deiksi vain, jos ne saavat tarpeeksi suuren massan taakseen. Trendin vahvistuessa niin suureksi, että se koskee suurimman osan ihmisistä arkipäivää, voidaan sanoa kasvaneen megatrendiksi. Seuraavassa kerrotaan suurimmista globaaleista megatrendeistä. (Hiltunen 2012)

Megatrendit

1. Väestön ikääntyminen

Väestön ikääntyminen on maailmanlaajuinen ilmiö ja se vaikuttaa kaikkeen ja kaikkiin maiden infrastruktuurista, teollisuuden ja palveluiden kautta jokaiseen yksilöön.

2. Väestön kasvu

Ensimmäinen kohta, väestön ikääntyminen vaikuttaa myös väestön kasvuun. Kasvua tapahtuu eniten kehitysmaissa, kun taas kehittyneiden maiden voidaan sanoa kärsivän lapsikadosta. Viime vuosikymmeninä väestönkasvu on ollut entistä nopeampaa, eikä se näytä hiipumisen merkkejä. Väestö lisääntyy vuosittain 80 miljoonaa.

3. Kaupungistuminen

Työpaikkojen ja palvelujen vähentyessä maaseudulla, muutosliike kaupunkeihin lisääntyy. Eriyisen suurta muutos on kehitysmaissa, joissa lähdetään paremman tulevaisuuden toivossa kaupunkeihin etsimään työtä. Työ ei kuitenkaan aina tarkoita esimerkiksi parempaa asumista. Seurauksena kaupunkien lähistöt slummiutuvat. Noin puolet maailman ihmisistä asuu kaupungeissa. Afrikassa 70% asukkaista asuu slummeissa.

4. Raaka-aineiden väheneminen

Neljä megatrendiä, väestön kasvu, vaurauden kasvu, kulutuksen lisääntyminen ja teknologian kehittyminen kiihdyttävät neljättä megatrendiä, raaka-aineiden vähenemistä. Energian kulutus kasvaa maailmassa 50% vuoteen 2030 mennessä. Maapallon metsistä on jäljellä enää viidennes. Viljan tuotanto kasvaa väkiluvun kasvaessa. Maapallon vedestä 98% on suolaista. Vesi uusiutuu hitaasti, joten jäljelle jäävällä kahdella prosentilla on kova kysyntä. Öljyntuotanto on käynyt jo huipussaan ja sen hupenemisen seurauksena etsintä uusista lähteistä käy kuumana. Länsimaalaisen metallinkulutus on kymmenen kertaa suurempaa kuin kehitysmaan asukkaan. Kullan hinta kasvaa sijoittajien siirtäessä varojaan turvaan.

5. Ilmastonmuutos

Vuosien 1856 ja 2004 välillä maapallon keskilämpötila on kasvanut 0,8 celsiusastetta. NASA:n mittausten mukaan viime vuosikymmen oli ennätyslämmin.

6. Teknologian kehittyminen

Teknologia on kehittynyt merkittävästi viimeisen 40:n vuoden aikana. Tietoliikenne ja viestintävälineet tietokoneen ja digikameran kautta älypuhelimeen, ovat vaikuttaneet suuresti jokapäiväiseen elämään. Myös sairaanhoito on kokenut kehitystä laserleikkausten ja kirurgisten robottien myötä.

7. Kansainvälistyminen

Kansainvälistymistä on vaikea mitata, koska sitä tapahtuu yhteiskunnassa, politiikassa ja liiketoiminnassa. Suurinta muutosta tapahtuu maahanmuutossa, erityisesti Australiassa ja Kanadassa, mutta myös pienemmissä maissa kuten Luxemburgissa, Uudessa-Seelannissa ja Sveitsissä. Teknologian kehitys on suurin voima, josta seuraa kansainvälistymistä. Tietokoneet, matkapuhelimet, internet ja sosiaalinen media auttavat tässä. Myös logistiset parannukset, kuten maatieliikkuminen ja matkailu yleensä, edistävät kansainvälistymistä.

8. Väestön vaurastuminen

Väestön vaurastuminen on tapahtunut maailmanlaajuisesti viimeisten vuosien aikana. Seuraavia suuria vaurastumisen merkkejä nähdään Kiinan ja Intian markkinoilla. Taloudellisen vaurastumisen myötä, myös väestön velat kasvavat. Vaurastumisesta huolimatta maapallon enemmistön, 67,6%, muodostavat köyhimmät. Köyhäksi lasketaan henkilö, jonka varallisuus on alle 10000 USD.

9. Kulutuksen kasvu

Väestön määrän kasvu sekä vaurastumisen kasvu, ovat suurimmat syyt kulutuksen kasvuun. Maailman keskiluokan odotetaan kasvavan vuoteen 2030 mennessä kolmella miljardilla ihmisellä. Suurin osa näistä ihmisistä asuu Aasiassa.

(Hiltunen 2012; 66)

Kaikki yhdeksän megatrendiä vaikuttavat suoraan tai välillisesti myös korumuotoilun tulevaisuuteen. Väestön ikääntyminen ja sen kasvu näkyvät kuluttajakäyttäytymisessä sekä kulutuksen laadussa ja tarpeessa. Kaupungistuminen siirtää luonnollisesti myös korualan palvelut lähemmäs kaupunkilaista. Toisaalta kehittyvä tietoliikenne ja logistiset palvelut mahdollistavat kulutuksen myös harvaan asutuimmilla alueilla. Raaka-aineiden väheneminen on yksi suurimmista korumuotoilun tulevaisuuteen vaikuttavista tekijöistä. Suurin osa korualan tuotteista valmistetaan jalometalleista, joten erityisesti kullan ja hopean saatavuudesta ja hinnasta ollaan riippuvaisia. Uudet keksinnöt teknologian alueella toimivat mahdollisuutena myös korunvalmistuksessa. Samalla ne tuovat myös uhat esille. Teknologia yhdessä kansainvälistymisen kanssa parantaa koruteollisuuden markkinoita ja kasvumahdollisuuksia. Väestön vaurastuminen ja samalla kulutuksen kasvu lisäävät myös korujen markkinamahdollisuuksia. Vaurastuminen vaikuttaa myös materiaalien hintoihin.

Tulevaisuuden muutoksiin vaikuttavat heikkojen signaalien, trendien ja megatrendien lisäksi myös villeiksi korteiksi kutsutut muutokset. Näitä ovat yllättävät tapahtumat, joita on hyvin vaikea ennustaa, mutta jotka tapahduttuaan vaikuttavat koko maailmaan. Villejä kortteja voidaan etsiä heikkoja signaaleja tutkimalla, mutta useimmiten ymmärrämme niitä vasta sitten kun ne ovat tapahtuneet. Tällainen villi kortti on esimerkiksi vuoden 2011 Yhdysvaltain terrori-iskut. Usein villit kortit ovatkin katastrofeja.

Yritykset käyttävät tulevaisuusskenaarioiden laatimista innovointiin ja yrityksen uudistumiseen. Innovaatio on tapa kilpailla markkinoilla. Suomi on onnistunut innovoinnissa ainakin teknologian osalta. (Wilenius 2004; 40-41)

"Tulevaisuusajattelua voi käyttää ennakkointiin, innovointiin ja kommunikointiin. Tulevaisuuden keskeinen tekijä olet sinä. Omalla toiminnallasi ja toimimattomuudellasi voit vaikuttaa sen kulkuun. Silloin kun et voi vaikuttaa, varaudu tulevaisuuden eri vaihtoehtoihin." (Hiltunen 2014; 261)

3.1.2. TEKNOLOGIA

Teknologian kehityksestä puhuttaessa, ei tarkoiteta pelkästään esineitä. Kehittyvää teknologiaa ovat myös tavat ja prosessit, joilla tuotteita ja asioita tuotetaan ja käsitellään. Teknologian kehitykseen liittyy myös ihmisten tapa omaksua jokin teknologinen kehitys osaksi yhteiskuntaamme. (Hiltunen, Hiltunen 2014; 23, 25). Rahalla on myös suuri vaikutus siihen, mikä teknologian kehitys saa jalansijaa yhteiskunnassamme. Markkinoiden tarpeet voivat liittyä ihmisten toimintatapoihin muuttuviin tekijöihin, arvojen ja asenteiden muutoksiin tai yksinkertaisesti ongelmiin markkinoilla olevissa tuotteissa. (Hiltunen, Hiltunen 2014; 31).

Teknologian kehitys on yksi tärkeimmistä osa-alueista, joka esiintyy kaikissa tulevaisuusskenaarioissa. Aihe on nostettu esiin myös tässä työssä, koska se vaikuttaa oleellisesti korukulttuurin muutokseen ja kehitykseen. Elina Hiltunen mainitsee teknologian yhdeksi yhdeksästä megatrendistä, joita hän kuvaa kirjassaan *Matkaopas Tulevaisuuteen*. Hän listaa kirjassaan teknologian kehityksen ilmentymiä lähihistorian ajalta. Esimerkkeinä mainittakoon 1973 julkaistu ensimmäinen PC- tietokone, 1983 kannettava tietokone, 1991 digitaalinen matkapuhelin, 2001 telekirurgia ja 2007 iPhone ja ensimmäinen tekosilmä. Tietokoneen ja tietokoneohjelmien kehitystä teknologian kentällä voidaan hyödyntää myös korujen suunnittelussa ja valmistuksessa. (Hiltunen 2014). Näistä suurimpana 3D-mallinnus, josta kerrotaan enemmän kappaleessa 3.3.1.

3.1.3. KULUTUSKÄYTTÄYTYMISEN MUUTTUMINEN

Kulutuksen kasvu on yksi maailmalla jo tapahtuvista tulevaisuuden skenaarioista. Väestön kasvun myötä kuluttajien määrä kasvaa. Vaurauden lisääntyessä kulutuksen mahdollisuudet lisääntyvät. Aasia on yksi suurimmista kasvavan kulutuksen alueista. Teknologian kehityksen myötä kulutus on muuttunut yhä helpommaksi markkinoiden tullessa lähelle kaikkia. Tämän opinnäytetyön osana tekemässäni kyselyssä kävi ilmi kulutustottumusten muutoksen olevan kyselyyn vastanneiden korumuotoilijoiden ja kultaseppien mielestä suurin yksittäinen suomalaisen korumuotoilun tulevaisuuteen vaikuttavista tekijöistä.

Taito Groupin tekemän Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2013 - selvityksen mukaan suomalainen muotoilualan yrittäjä suhtautuu tulevaisuuden kulutukseen valoisasti. Tutkimus kuitenkin osoittaa, että odotettava tilanne ei välttämättä ole hyvä. Lähes 40% yrittäjistä ja 78% sisäänostajista on sitä mieltä, että tuotteita ostetaan vähemmän kuin ennen. Tosin 43% yrittäjistä ei ole havainnut muutosta. Ostamisen vähenemiseen viittaa myös se, että tässä selvityksessä liikevaihto on pienempi kuin edellisessä. On myös mahdollista, että yrittäjät myyvät aikaisempaa enemmän suoramyyntinä, joka näkyy liikkeiden myynnin vähenemisenä. Tiimin selvityksen perusteella kuluttajien ostokäyttäytymisessä on kuitenkin tapahtunut muutos. (www.taito.fi). Ornamo ry:n vuonna 2013 teettämän Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimialaraportin mukaan Suomessa oli vuonna 2011 7700 käsityöalan yritystä. Määrä oli vuodesta 2008 vähentynyt 700 yrityksellä, mikä on 8,5 prosenttia koko käsityöalan yrityksistä. Yritysten määrä oli eniten vähentynyt puutuotteiden, lasituotteiden sekä nahkatuotteiden valmistuksessa. Määrä oli lisääntynyt lähes ainoastaan tuotteiden korjausta tarjoavissa yrityksissä, kuten kelloseppien ja kultaseppien yrityksissä. (Ornamo ry 2013). Tämä on seurausta maailman talouden heikentymisestä. Kuluttajat eivät hanki niin usein valmiita tuotteita, vaan käyttävät varansa mieluummin vanhojen tuotteiden korjaukseen.

Jyväskylän Yliopisto yhdessä Tampereen ja Turun Yliopistojen kanssa laati vuonna 2011 raportin tutkimuksestaan, jossa käsiteltiin erikoiskaupan tulevaisuutta. Hanke oli nimeltään ERIKA-2020. Kultasepäнала kuuluu erikoiskauppojen ryhmään, joten tutkimus kertoi hyvin paljon myös korualan kaupan tulevaisuusnäköymistä. Tutkimuksen mukaan koko kaupan käynnissä on tapahtunut suuri rakennemuutos. Vähittäiskaupoista on tullut suurempia tai

ne ovat muodostaneet kauppaketjuja. Tuotteet ja palvelut ovat yhä enemmän standardoituja. Yksilöllisiä tuotteita ja palvelukonsepteja haluavien määrä on kasvanut tuloerojen kasvaessa. Kotitalouksien taloudelliset tilanteet vaikuttavat erityisesti erikoiskauppojen tuotteiden ja palveluiden kulutukseen. Kuluttajien elämäntilanne ja sen muutokset näkyvät heti ostokäyttäytymisessä kaupan palveluiden ja sijainnin valinnalla. Sähköinen kauppa luo haasteita ja lisää kilpailua erikoiskaupoille, joista monet toimivat kivijalkamyymälöissä. Väestön ikääntyminen yhdessä muiden yhteiskunnallisten muutoksien kanssa luo tulevaisuudessa yhä enemmän haasteita erikoiskaupoille. Kestävän kehityksen ja vastuullisuuden vaatiminen vaikuttavat myös ostokäyttäytymiseen. Myös asumismuodot ja ajankäyttö vaikuttavat näihin. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011 www.jyu.fi)

Vanhemmille kuluttajille laatu on tärkeämpää kuin nuorille kuluttajille. Tämä johtuu luonnollisesti pääosin tulotasojen erosta. Nuorille korkeampi elintaso on muutenkin tärkeämpi ja he uskovatkin kuluttavansa tulevaisuudessa enemmän. He myös ihannoivat luksustuotteita ja pitävät näitä muita tuotteita laadukkaimpina. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 15-16 www.jyu.fi).

ERIKA 2020-tutkimuksessa löytyi myös uudenlainen käsitys luksuksesta, jossa erityisesti eettiset ja ekologiset tuotteet ja palvelut mielletään ylellisiksi. Luksusmarkkinoilla tapahtuukin kasvua vastuullisesti tuotettujen tuotteiden kysynnässä. Suomessa erityisesti korkeasti koulutetut naiset ovat valmiita maksamaan vastuullisista tuotteista enemmän. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 17 www.jyu.fi). Suomalaisista korualan tuotteista suuri osa valmistetaan osittain tai kokonaan käsityönä. Niissä on mahdollisuus korostaa eettisyyttä ja ekologisuutta esimerkiksi käyttämällä kierrätettyjä jalometalleja.

Suomalaiset eivät ole kulutuskeskeisiä, mutta ERIKA 2020-tutkimuksessa korostui nuorten, hyvätuloisten aikuisten statushakuinen ja hedonistinen kulutustyyli. Sen mukaan omaan ulkonäköön ja kodin viihtyvyyteen panostaminen kulutuksessa on mielletään nautinnolliseksi. Yhteiskunnan muuttuessa yhä virtuaalisemmaksi, voi myös huomata, että uniikit tuotteet ja henkilökohtainen palvelut nostavat suosiotaan. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 22 www.jyu.fi)

Kultasepät ja kultasepänliikkeet ovat perinteisesti olleet hyvin henkilökohtaiseen asiakaspalveluun keskittyviä. Hyvällä, luotettavalla ja asiantuntevalla palvelulla korualan liikkeen on helppo muodostaa pitkiä asiakassuhteita. Erikoiskauppojen kilpailuvalttina verkkokauppojen kehittyessä on hyvin pitkälle erikoistunut valikoima sekä ammattitaitoinen palvelu. Tuotevalikoimalta ja palvelulta odotetaan korkeaa laatua ja yksilöllisyyttä sekä palveluiden räätälöintiä yksittäisen asiakkaan toiveiden mukaan. Väestön ikääntyessä palvelun tarve vanhemman väestön keskuudessa korostuu. Erikoiskaupat korostavat kilpailuvalttinaan myös kokonaisvaltaisia elämyksiä. Vaikka elämyksiä tarjotaan kaikissa ostoskanavissa, fyysisesti koettu elämys on kuitenkin ainutlaatuinen. Asiakkaan myymäläkokemukseen vaikuttaa voimakkaasti tilan suunnittelu ja design yhdessä palvelun ja tuotteiden kanssa. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 25,29 www.jyu.fi)

Verkkokaupan myynti on kasvanut viime vuosina noin 15%:n vuosivauhtia, kun taas kaupan kokonaisymyynti on noussut Suomessa ja useissa länsimaissa vain muutamalla prosentilla. Suurin osa verkkokaupan ostoista on vielä palveluiden, kuten matkojen hankintaa. Erikoiskauppojen osuus verkkokauppamyynneistä on kuitenkin kasvussa. Suomalainen erikoiskauppa kärsii erityisesti ulkomaisten verkkokauppojen suuresta suosiosta. Esimerkiksi vuonna 2011 ulkomaisten verkkokauppojen osuus tavaroiden verkkokaupasta oli 18%. Tässä luvussa ei kuitenkaan ole vielä mukana niitä verkkokaupan toimijoita, jotka toimivat ulkomailta, mutta joiden verkkokauppasivusto toimii suomen kielellä. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 59 www.jyu.fi). Korumuotoilijoille ja kultasepille tehdyssä kyselyssä kävi myös ilmi verkko-osaamisen yhä suurempi ja keskeisempi tarve toiminnassa. Yrittäjät kokevat, että verkkokaupan ja verkkosivujen tarve on tällä hetkellä välttämätön. Resurssit tämän kaiken toteuttamiseen ovat kuitenkin rajalliset. Verkkokaupalla yrittäjät hakevat laajempia aukioloaikoja sekä myynnin kasvua ja laajempaa asiakaskuntaa. Haasteeksi koetaan, ettei verkko-kauppa ostaminen välitä kaikkia niitä aistimuksia ja elämyksiä, mitä henkilökohtainen asiakaskäynti myymälässä antaa. Verkkokaupan kustannukset sekä myyntituotteiden logistiset haasteet arveluttavat yrittäjiä. (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 66 www.jyu.fi). Korualan yrittäjille yksi verkkokaupan haasteista on arvokkaiden tuotteiden lähettäminen ympäri maailmaa. ERIKA 2020-tutkimuksen mukaan liiketiloilla on edelleen erityinen merkitys yritystoiminnassa, etenkin erikoiskauppojen toiminnassa, vaikka internetin merkitys markkinointi- ja jakelukanavana on vääjäämättä kasvussa. Liiketilän suunnittelulla voidaan tarjota

elämyksellisiä ja merkityksellisiä ostoskokemuksia, joita verkkokaupassa on mahdoton saavuttaa (Nyrhinen & Wilska & Leppälä 2011; 82 www.jyu.fi).

Helsingin Sanomien artikkelissa 22.6.2012 toimittaja Jukka Perttu kirjoitti maailman talouden kriisin aikana ylellisyystuotteiden kulutuksen kasvavan. Erityisesti kehittyvien maiden, kuten Kiinan, Intian, Venäjän ja Brasilian rikkaat kuluttavat yhä enemmän omaisuuttaan luksus tuotteisiin kuten arvokkaisiin kelloihin, koruihin, laukkuihin ja urheiluautoihin. Suomessa tällainen kasvu on hyvin vähäistä, koska suurrikkaiden määrä Suomessa ei ole suuri. Varakkaat henkilöt myös matkustavat paljon ja kuluttavat näin ollen muuallakin kuin Suomessa. Muiden maiden rikkaat kansalaiset, lukuun ottamatta venäläisiä, tulevat taas vähemmän kuluttamaan Suomeen. (www.hs.fi)

Maapallon rajalliset resurssit tulevat kuitenkin ennemmin tai myöhemmin vastaan. Suurkuluttamiselle voi siis syntyä vastaliike, tee-se-itse-tulevaisuus, kuten Roope Mokka ja Aleksi Neuvonen ennustavat kirjassaan Olimme kuluttajia. (Mokka, Neuvonen 2009)

Verkkokaupan suosio yleisesti kaupankäynnin alalta on kasvanut enemmän kuin odotukset ovat osoittaneet. Tällä hetkellä noin 15 prosenttia verkkokaupassa tehdyistä ostoksista tapahtuu ulkomaisista verkkokaupoista. Harvaan asutuilla alueilla verkkokauppa on suosittu palveluiden siirtyessä kasvukeskuksiin. Verkkokauppa ei kuitenkaan voi koskaan syrjäyttää henkilökohtaista palvelua (www.ess.fi). Kultasepänliikkeen palveluihin on perinteisesti liittynyt vahva henkilökohtainen palvelu ja asiakassuhteisiin on perustunut molemminpuolinen luottamus. Kultasepänliikkeen asiakkaita tulee monesti kanta-asiakkaita.

3.2. MUOTOILUN TULEVAISUUSKENAARIOT

Useiden muiden maiden tavoin Suomi on ottanut muotoilun osaksi maan innovaatiopolitiikkaa. Vuonna 2012 ilmestyneessä kansallisessa muotoiluohjelmassa, Muotoile Suomi, esitetään neljä strategista toimenpidettä tavoitteineen, joiden avulla saataisiin muotoilu paremmin osaksi yhteiskuntaa. (Muotoile Suomi 2012 www.tem.fi). Muotoilu on muuttumassa yhä enemmän perinteisestä tuotemuotoiluun rajautuneesta roolistaan enemmän ihmisten todellisten ongelmien ratkaisijaksi. Se muuttuu vastuullisemmaksi myös muotoilijan näkökulmasta, jonka tulee alati arvioida toimintaansa rehellisesti. (Hohti 2012)

1. Muotoiluymmärrys ja osallistuvuus kansalaisyhteiskunnassa ovat vahvoja. Osaaminen, tutkimus ja koulutus ovat kansainvälistä huipputasoa ja vaikuttavat maan kilpailukykyyn.

Suomalaista muotoilukoulutusta pidetään yhtenä maailman tasokkaimmista. Muotoiluosaamista ja muotoilullisia näkemyksiä lisätään perusopetukseen sekä toisen asteen koulutukseen. Muotoilukoulutusta kehitetään vastaamaan paremmin työelämän muuttuviin tarpeisiin. Koulutusta liiketoiminnassa ja kansainvälisissä suhteissa syvennetään. Korkeakoulujen vuorovaikutusta kotimaisten ja kansainvälisten välillä kasvatetaan eri tutkimusalojen sisällä. Yritykset osallistuvat muotoilukoulutukseen yhteistyöprojektien ja harjoittelun kautta.

2. Monialainen muotoiluosaaminen on vahvistanut kilpailukykyä.

Muotoilun ekosysteemiä vahvistetaan niin, että kysyntä ja tarjonta kohtaavat paremmin. Muotoilusta viestitään maailmalle yhtenäisesti. Myös pk-yrityksiä kannustetaan käyttämään muotoilun strategisia hyötyjä innovaatio-ohjelmissaan.

3. Tärkeillä kasvualoilla on hyödynnetty tehokkaasti muotoilua.

Suomen kilpailuetua kasvatetaan yhdistämällä muotoilun eri osaamisalueita. Uusien kustannustehokkaiden materiaalien, materiaalitekniikoiden ja uusien tuotantotapojen yhdistäminen sekä materiaalitutkimus ovat Suomessa vahvoja.

4. Muotoilua on käytetty julkisella sektorilla yhteiskunnan kehittämisessä ja ohjaamisessa sekä hyvinvoinnin edistämisen työkalun.

Muotoiluosaamista tullaan hyödyntämään julkisella sektorilla enemmän soveltaen sitä suuriin yhteiskunnallisiin haasteisiin, kuten väestön ikääntymiseen tai ilmastonmuutokseen.

Muotoilua käytetään käyttäjälähtöisten palvelustrategioiden ja palvelupolkujen rakentamisessa hyödyntäen niissä erityisesti tieto- ja viestintäteknologiaa. Palvelumuotoilun ja erityisesti käyttöliittymäsuunnittelun avulla parannetaan julkisia palveluita ja voidaan saada aikaan myös kustannussäästöjä. (Muotoile Suomi 2012; 19 www.tem.fi)

Muotoilu on jo tällä hetkellä selvästi osa yritysten käyttäjälähtöistä innovaatiotoimintaa sekä yhteiskunnan kansalaislähtöistä kehittämistä. Muotoile Suomi -ohjelma tähtää vuoteen 2020, jolloin erityisesti suuryritykset ja julkinen sektori pitävät muotoilua entistä kannattavampana investointina. Muotoiluosaaminen on korkeatasoista ja parantaa selvästi Suomen kansantaloutta ja kilpailukykyä kansainvälisesti laadukkaiden tuotteiden ja palveluiden tarjoajana. Muotoilu parantaa esteettistä ympäristöämme ja edesauttaa kansalaisten hyvinvointia. Suomalaiset suuryritykset siis osaavat jo käyttää muotoiluosaamista kilpailuvalttina, mutta pk-yrityksissä käyttö on vielä vähäisempää. Muotoilun tarjoajat ovat myös monesti pienyrityksiä ja näin ollen resurssit kansainvälistymiseen ja kasvuun ovat rajalliset. Suurempien yritysten muotoiluosaamisen käyttö parantaakin myös itse muotoiluyritysten kasvumahdollisuuksia. (Muotoile Suomi 2012 www.tem.fi)

Muotoilua ei pidetä enää vain tuote - ja teollisena muotoiluna, vaan se ymmärretään jo osana palveluja ja aineettomia tekijöitä. Muotoile Suomi -ohjelma ei tarkasti määrittele muotoilua, vaan esittää sen käyttäjälähtöisenä suunnitteluna, joka on kokonaisvaltaista ja ottaa huomioon ympäristön, kestävän kehityksen sekä käyttäjän arvot. (Muotoile Suomi 2012 www.tem.fi).

Demos Helsingin tekemän raportin mukaan vuonna 2030 muotoilu on noussut uuteen arvoon. Julkisissa projekteissa muotoilu saa jo kahden prosentin osuuden. Muotoilija itse ei pyri antamaan kaikkea pelkästään hyvin suunnitellun tuotteen eteen vaan tekee kaikkensa koko yhteiskunnan eteen. Muotoilijat ovat arvostettuja ongelmanratkaisijoita ja edistävät

hyvinvointia omalla osaamisellaan. (Kuittinen & Laitio & Leppänen & Ritola & Vanninen & Vassinen 2012 www.demoshelsinki.fi)

"Kun energian ja raaka-aineiden saatavuus heikkenee ja hinnat nousevat, moni tuotannon ala kohtaa tilanteen, jossa arvoketju on järjesteltävä uudelleen tai jopa koko liikeidea muokattava uusiksi. Ratkaisu voi löytyä palvelutuotannosta ja erityisesti palveluiden uudelleen ymmärtämisestä palvelumuotoilun periaatteiden pohjalta." (Kuittinen & Laitio & Leppänen & Ritola & Vanninen & Vassinen 2012 www.demoshelsinki.fi)

Muotoiluohjelmassa korostetaan Suomen vahvuuksia muotoiluosaamisessa, jotka ovat sessiossaaminen, monialaiset yhteistyötiimit ja toimivien ratkaisujen suunnittelutaito. Maailmalla suomalaisen muotoilun tunnuspiirteinä pidetään kykyä yhdistää käytännöllisyys, kauneus ja funktio sopusuhtaisesti. Suomalaisella muotoilulla on kansainvälisesti vahva identiteetti, joka perustuu käytännönläheiseen, toimivaan, ennakkoluulottomaan ja erottuvaan materiaali- ja muotokieleen. Myös Suomen otetta kysyntä- ja käyttäjälähtöiseen innovaatiopolitiikkaan arvostetaan. (Muotoile Suomi 2012; 82 www.tem.fi)

"Taloudellinen menestys perustuu yhä enemmän erilaisiin osaamisiin ja siten yhä enemmän aineettomiin tekijöihin. Palveluiden osuus kulutuksessa kasvaa. Monet aiemmin aineelliset hyödykkeet ovat muuttuneet aineettomiksi hyödykkeiksi ja aineellistenkin tuotteiden arvosta suuri osa syntyy tuotteiden ohella myydyistä palveluista ja niihin sitoutuneesta tietotaidosta." (Muotoile Suomi 2012; 8 www.tm.fi)

Muotoilu näkyy valtioiden toimintaohjelmissa myös Euroopassa ja muualla maailmassa. Euroopan unionin tutkimus- ja innovaatiopolitiikassa suositellaan muotoilun käyttämistä innovaatiojärjestelmissä, yrityksissä, julkisella sektorilla sekä tutkimus- ja koulutusjärjestelmässä. Eurooppalaista muotoilua myös kannustetaan erottumaan maailmanlaajuisesti. Euroopan lisäksi muotoilun merkitys on noussut mm. Aasian kasvavilla markkinoilla. Siellä pidetään muotoilua investointina ja kilpailukyknä ja panostetaan muotoilukoulutukseen. Kapkaupungin World Design Capital- nimeämisen myötä Afrikassakin on muotoilu saanut jalansijaa ja sen merkitys yhteiskunnallisten haasteiden ratkaisuisissa on noussut esille. (Muotoile Suomi 2012; 86 www.tem.fi).

3.3. TULEVAISUUSKENAARIOT KORUKULTTUURISSA

"3D-mallinnus ja 3D-tulostus ovat suurimpia teknologisia keksintöjä, jotka jo tällä hetkellä, ja joidenka oletetaan myös tulevaisuudessa vaikuttavan eniten korumuotoilun kehitykseen."

Tiedetoimittaja Timo Paukku on listannut vuonna 2013 kirjoittamassaan kirjassaan omasta mielestään tämän hetken kymmenen uusinta ihmettä. Näistä ensimmäisenä hän mainitsee 3D-tulostuksen. Muita kirjassa mainittuja ihmeitä ovat: grafeeni, nanotekniikat, kantasolut, synteettinen biologia, optogenetiikka, pilvipalvelut, esineiden internet, ohjelmoitava aine ja algoritmit ja yksityisyys. (Paukku 2013)

3D-mallinnus ja 3D-tulostus ovat suurimpia teknologisia keksintöjä, jotka jo tällä hetkellä, ja joidenka oletetaan myös tulevaisuudessa vaikuttavan eniten korumuotoilun kehitykseen. Kolmiulotteisen mallinnuksen avulla muotoilu tavoittaa aivan uudet ulottuvuudet. Kuluttajat tulevat mallinnuksen ja 3D-printtauksen myötä enemmän osallisiksi käytettävien korujen suunnittelussa. Korumuotoilijan rooli kuitenkin korostuu ja ammattilaiset voivat keskittyä nimenomaan siihen, mihin ovat kouluttautuneet. Tulevaisuudessa korumuotoilijan täytyy kuitenkin työsään ymmärtää yhä enemmän materiaalien toimivuutta. Teolliseen tuotantoon suunniteltaessa on tärkeää tietää miten eri materiaalit käyttäytyvät ja miten niitä voidaan hyödyntää. Etenkin tulevaisuudessa, jos näkymät 3D-suunnittelun kasvusta toteutuvat, onnistuneen korumuotoilijan tulee vielä vahvemmin ymmärtää valmistusteknisten puitteiden rajat. 3D- mallinnuksen avulla on mahdollista suunnitella asioita, jotka eivät kuitenkaan ole tuotantoteknisesti toteutettavissa. 3D- tulostus sen sijaan antaa vapauden suunnitella muotoja, joita ei metallista käsin pysty valmistamaan, mutta tulostamalla on mahdollista.

Nanotekniikka eli ohutkalvopinnoite on myös korun valmistuksessa apuna käytettävä teknologia. Sillä voidaan pinnoittaa metallia ja näin esimerkiksi estää sen mahdollinen hapettuminen ja vahingoittuminen. Tekniikkaa voidaan hyödyntää myös erilaisten värien ja kuvioiden aikaansaamiseen metallin pintaan.

Teknologisista skenaarioista myös tietoliikenteen antamat mahdollisuudet näkyvät oleellisesti tulevaisuuden korumuotoilussa. Korumuotoilijoille ja kultasepille laatimassani kyselyssä kävi ilmi, että myös lisäkoulutus tietoliikenteen käytössä koettiin tarpeelliseksi. Koruteollisuuden kilpailu käydään tänä päivänä kivijalkamyymälöiden lisäksi yhä enemmän verkko-kaupoissa. Maailmanlaajuinen tavoitettavuus on etu, mutta myös velvollisuus.

Jalometallien saatavuus vaikuttaa oleellisesti myös korukulttuurin tulevaisuuteen, koska perinteisesti korut valmistetaan arvokkaita metalleja ja jalokiviä käyttäen. Kappaleessa 3.3.2 käsitellään maailman jalometallivarantojen kehitystä ja niiden vaikutusta korumuotoiluun.

3.3.1. 3D-MALLINNUKSEN MAHDOLLISUUDET JA UHAT

3D-tulostaminen on tulostamista siinä missä perinteinen 2D-tulostaminenkin. 2D-tulostamisessa laite levittää mustetta paperille, kun taas 3D-tulostin tuottaa ainetta, josta muodostuu tulostettava esine. Kolmiulotteista tulostamista kutsutaan myös materiaalia lisääväksi, digitaaliseksi tai additiiviseksi valmistukseksi tai rapid prototype -teknologiaksi. 3D-tulostukseen tarvitaan siis aine, joka kerrostumalla muodostaa lopulta halutun esineen. Aine oli 3D-tulostuksen kehityksen alkuvaiheessa muovipohjainen, mutta nyt tekniikka on kehittynyt niin, että tulostin voi tulostaa esineen suoraan myös muista materiaaleista, esimerkiksi metallista. Metallin tulostaminen on toki vielä hidasta ja kallista, mutta esimerkiksi yksittäisten korujen valmistuksessa menetelmä on tehokaskin. (Paukku 2013).



Kuva 11. 3D- tulostin tulostaa kahvikuppia. www.inside3dp.com

3D-tulostamista on käytetty jo pitkään teollisuudessa, mutta sitä pidetään mullistavana tekniikan kehityksenä myös muualla. Sinänsä siinä ei ole mitään uutta, mallisuunnittelijan ja muotoilijan työväline se on ollut jo pitkään. New Yorkissa avattiin vuonna 2012 ensimmäi-

nen 3D-tulostimia kotitalouksille myyvä liike. Nyt laitteita voi ostaa itselleen jo useimmista nettikaupoistakin. **RepRap** on yksi suurimmista 3D-tulostimia yksityishenkilöille myyvistä yrityksistä. On siis mahdollista, että kyseisestä laitteesta tulee lähitulevaisuudessa tuiki tavallinen, jokaisen kotitalouden omaava laite. Hurjimmissa suunnitelmissa emme siis enää tarvitse kaikkea tätä materiaa ympärillämme vaan voimme sen tulostaa tarvittaessa. 3D-tulostettu salaattiotin voidaan sulattaa seuraavana päivänä ja tulostaa siitä pastakauha. Suuret massat todennäköisesti hyväksyvät 3D-tulostamisen kuitenkin vasta sitten kun suurin osa tuotteista on tulostettavissa. Sitten tekniikasta on tullut trendi. (Paukku 2013)

"Ne, jotka tekevät tavaroita itselleen tietokoneiden ja ohjelmien avulla, toteuttavat ennen pitkää tavaroiden tuotannon vallankumouksen, sanoo kulttilehti Wiredin päätoimittaja Chris Anderson" (Paukku 2013; 20)

Nähtäväksi jää, mullistaako 3D-tulostus tavaroiden valmistuksen maailman, vai jääkö se vain teollisen tuotannon hyötykäyttöön. Tutkijat arvioiva, että 3D-tulostuksesta tulee 2020-luvulla tuotannon valtavirtaa. Nyt tulostusta on käytetty jo esimerkiksi aseiden osien tai amerikkalaisten hävittäjälentokoneiden osien tulostamiseen. Kolmiulotteinen tulostus on suuri mahdollisuus ja maapallon voimavaroja säästävä keksintö teollisuudessa. Tuotteita ei tarvitse enää valmistaa suurta määrää varastoon vaan ne voidaan tulostaa asiakkaiden tarpeiden ja kysynnän mukaan. Näin ollen säästetään sekä materiaali-, että varastokustannuksissa. Logistiset ympäristöä rasittavat tekijät vähenevät kun tuotteita ei tarvitse kuljettaa paikasta toiseen vaan ne voidaan siirtää digitaalisesti ja tulostaa vasta paikan päällä. Egoloo-gisuus kasvaa, mutta samalla herää sosiaaliset kysymykset mahdollisten häviävien työpaikkojen muodossa. Lääketeollisuus hyödyntää 3D-tulostusta esimerkiksi kehon implanttien valmistuksen. Tulevaisuudessa sitä ajatellaan hyödynnettävän jopa syntymättömän lapsen muodon havainnointiin ja mahdollisten sairauksien ja vammojen ennakkointiin. Tässä nousevat tietysti myös eettiset ja moraaliset kysymykset esiin. (Paukku 2013) (Hiltunen & Hiltunen 2013)

Menetelmän ongelmat ja uhat näkyvät tuotteiden mallissuojauksissa ja tekijänoikeuksissa. Tuotteen laatua ja toimivuutta on myös vaikea seurata, jos valmistaja ei koskaan näe kulut-

tajan itsensä tulostamaa tuotetta. Tulostettavien tuotteiden määrällä ei 3D-menetelmässä ole merkitystä. Kustannukset ovat samat molemmissa tapauksissa.

(Pelkonen www.iprinfo.com)

Koruteollisuudessa 3D-tulostusta on käytetty apuna jo useita vuosia. Lähinnä teollisessa massatuotteiden valmistuksessa, mutta nyttemmin myös yksityisyrittäjät valmistavat pien-sarjoja ja uniikkituotteita 3D-mallinnuksen ja tulostuksen avulla, koska ne mahdollistavat uusien, erilaisten ja monesti käsityönä mahdottomien muotojen valmistuksen. Tulostusmenetelmää on käytetty lähinnä muovimateriaalista valmistettujen mallien tekoon, joista tehdään muotti korujen valamista varten. Metallien 3D-tulostuksen kehittyessä mahdollistaa se korujen tulostamisen suoraan esimerkiksi kullasta. Kultaseppä tai korumuotoilija voi tulostaa vain yhden, juuri asiakkaan haluaman tuotteen. Menetelmä on yhtä tehokas uniikkituotteen kuin piensarjojenkin kohdalla. Metallien ainehäviö jää myös pieneksi, lähes olemattomaksi.

"Ennen tehtiin mitä osattiin, nyt mitä halutaan!"

Korumuotoilualan ammattilaisille tekemässäni kyselyssä ilmeni selvästi teknologian kehittymisen ja erityisesti 3D-mallinnuksen ja tulostuksen olevan merkityksellisessä asemassa korujen valmistuksessa. Kysyttäessä yleisesti mitkä tekijät vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen Suomessa 28% vastaajista piti tekniikan kehittymistä tärkeimpänä, eniten vaikuttavan tekijänä. Tekniikan kehittyminen oli keskimäärin vastaajien mielestä toiseksi merkittävin vaikuttava tekijä. "Ennen tehtiin mitä osattiin, nyt mitä halutaan", oli yhden vastaajan kommentti. Myös kysyttäessä ammattiympäristössä viimeisen viiden vuoden aikana tapahtuneista suurimmista muutoksista, alan teknologian kehittyminen oli vastaajien mielestä oleellisin yksittäinen asia. Kahdeksan vastaajaa 18:sta mainitsi yhdeksi tärkeimmistä muutoksista 3D-mallinnuksen ja uusien teknisten tuotantomenetelmien kasvun. Kyselyyn vastaajat myös suunnittelivat omassa koulutuksessaan panostavansa tekniseen/ tietotekniseen osaamiseensa. Yhdeksän vastaajista mainitsi erikseen 3D-mallinnuksen tarkemmaksi koulutuskohteeksi. Kysely käsitellään kokonaisuudessaan kohdassa 4.2. Kyselyn tulokset.

Kotikäyttöön soveltuvien 3D-tulostimien myötä menetelmä voidaan katsoa myös uhaksi koruteollisuudelle, jos loppukäyttäjällä on mahdollisuus valmistaa haluamansa tuote itse, jää korumuotoilija ja kultasepän ammatti tästä tuotantoketjusta pois. Kyselyn perusteella alan ammattilaiset eivät pelkää tämän vaikuttavan omaan tulevaisuuteensa, vaan uskovat pikemminkin muotoilullisen erityisosaamisen tulevan tärkeämmäksi.



Kuva 12. Nervous System Pinch-bracelet. www.3dprintingindustry.com



Kuva 13. Modern geometric necklace. www.design-milk.com

3.3.2. JALOMETALLIVARANNOT

Maapallon raaka-ainevarannot, joihin ihmisen toiminta ja kehitys vaikuttavat, ovat rajalliset. Raaka-aineiden vähenemiseen vaikuttavat megatrendeiksikin mainitut väestön kasvu, vaurauden kasvu, kulutuksen lisääntyminen ja teknologian kehittyminen. Vuoteen 2030 mennessä maailman energiankulutuksen ennustetaan kasvavan 50%. Öljyntuotannon huipun katsotaan jo menneen ja uuden öljyn löytäminen on yhä vaikeampaa. Sijoittajat siirtävät rahojaan turvaan raaka-aineisiin, kuten kultaan. 98% maailman vesistä on suolaisia. Kahden prosentin makeanveden osuudella on monta jakajaa. Maapallon metsistä on jäljellä noin viidennes. Suurin osa hävitetyistä metsistä ovat olleet trooppisia. Länsimaalainen kuluttaa keskimäärin jopa 10 kertaa enemmän metalleja kuin kehittyvän maan kansalainen. (Hiltunen 2012)

Jalometallivarannot kiinnostavat erityisesti korun valmistajia. Jalometallien hintojen vaihtelu näkyy korujen valmistuksessa ja myynnissä. Jalometallien käyttöön liittyvissä asioissa esiintyvät myös yhä enemmän ekologiset kysymykset. Kullan kysyntää ohjaavat ensisijaisesti yksityinen kulutus ja yksityiset investoinnit, kun taas hopean kysynnässä teollisuuden kysyntä ja kulutus vaikuttavat voimakkaasti. Vahva teollinen talous ja korkea yksityinen kulutus esiintyvät kuitenkin usein samanaikaisesti. Esimerkiksi Kiinan ja Intian tulevien vuosikymmenien vahva talouskasvu johtaa myös jalometallien kasvun kysyntään. (Sotkamo Silver Oy www.silver.fi)

Meksiko on maailman suurin hopeantuottaja. Vuonna 2010 sen osuus koko maailman hopeantuotannosta oli 24%. Hopea tunnetaan parhaiten korujen ja hopeaesineiden materiaalina, mutta teollinen käyttö muodostaa yli puolet kulutuksesta. Hopean tarjonta ylittääkin kysynnän ja sen tähden markkinoita on erittäin vaikea tutkia. Kulta sen sijaan tuotetaan vähemmän, kuin sen maailmanlaajuinen kysyntä osoittaa. Noin 65 prosenttia maailman kysynnästä katetaan kultakaivoksien tuotannolla. Loput 35 prosenttia katetaan keskuspankkien kullan myynnillä ja jossain määrin koruteollisuudesta ja muilta toimialoilta saatavan romukullan kierrätyksellä. Suurin osa tuotetusta kullasta käytetään koruihin. (Sotkamo Silver Oy www.silver.fi)

Kansainvälinen talouden epävarmuus johtaa usein siihen, että kultaan sijoitetaan. Sitä myötä kullan arvo nousee kohtaan, jossa suuret taloudet elpyvät. Kun suuret taloudet, kuten Saksa, ovat elpyneet kullan hinta on laskenut kohti aikaisempaa tasoaan sijoitusten keskittymisen yleiseen yritystoimintaan. Kullan hinnassa on suurten talous ja muiden kriisien yhteydessä ollut historiallisesti jyrkkä nousu, kuten Yhdysvaltojen sisällissota, 1930-luvun talouslama (ja toinen maailmansota), 1970-80-luvun öljykriisi, vuoden 2001 terrori-iskut sekä 2009 alkanut maailmanlaajuinen talouslama.



Kuva 14. Kullan hinnanmuutokset 1800- luvulta 2000- luvulle. (www.goldsilverworlds.com)

Alla oleva taulukko osoittaa kullan hinnan jälleen laskeneen ja vakaantuneen, suurten talouksien elvyttyä 2011.



Kuva 15. Kullan hinnanmuutokset 21.11.2011-21.11.2014 (www.rasmussen.fi)

"Yleinen taloustilanteen heikkeneminen näkyy kuluttajien taskuissa ja kiinnostuksena vaihtaa kultaesineitä rahaksi. Näistä johtuen kullan kierrättämisen määrä on suorassa suhteessa kulan arvoon sekä talouden tilaan. Maailman talouden ja kullan arvon tuoman kullan kierrätyksen kasvun lisäksi, alan yritykset hyödyntävät myös länsimaalaisten yhteiskuntien halua kierrättää esineitä mainostamalla kullan kierrätysastetta."

Kierrätyskullan käyttö johtuu samasta kullan hinnan muutoksesta. Käyttö on selkeästi kasvanut viimeisen viiden vuoden aikana ja se voidaan yhdistää heikkoon taloustilanteeseen monella eri tavalla. Kulta sijoituskohteena johtaa siihen, että romukullan arvo nousee. Yleinen taloustilanteen heikkeneminen näkyy kuluttajien taskuissa ja kiinnostuksena vaihtaa kultaesineitä rahaksi. Näistä johtuen kullan kierrättämisen määrä on suorassa suhteessa kulan arvoon sekä talouden tilaan. Maailman talouden ja kullan arvon tuoman kullan kierrätyksen kasvun lisäksi, alan yritykset hyödyntävät myös länsimaalaisten yhteiskuntien halua

kierrättää esineitä mainostamalla kullan kierrätysastetta. Kullan kierrätysaste kuitenkin todennäköisesti tasaantuu tai laskee yleisen taloustilanteen vakautuessa.

Useat suomalaiset korunvalmistajat, kuten esimerkiksi maan johtava Teollinen koruvalmistaja Kalevala Koru, pyrkivät tällä hetkellä sataprosenttisesti kierrätyskullan käyttöön

"Pohjoismaiden suurin koruvalmistaja Kalevala Koru Oy ja sen tytäryhtiö Lapponia Jewelry siirtyvät kultakoruvalmistuksessaan käyttämään vain kierrätettyä kultaraaka-ainetta. Kalevala Koru selvitti eettiseen kullanhankintaan liittyviä vaihtoehtoja kaksivuotisessa projektissään, jonka lopputuloksena se päätyi kierrätyskullan käyttöön eettisesti ja ekologisesti kestävimpänä vaihtoehtona. Kalevala Korun raaka-ainetoimittaja pystyy nyt varmentamaan, että kaikki sen Kalevala Korulle toimittama raaka-ainekulta on 100-prosenttisesti kierrätyskultaa." www.lapponia.com

Myös pohjoismaiden suurin jalometallien toimittaja ja kierrättäjä kertoo heiltä ostettavan kullan olevan tällä hetkellä 100-prosenttisesti kierrätettyä.

"Pohjoismaainen jalometallitoimittaja K.A.Rasmussen on tuonut Pohjoismaissa raaka-ainemarkkinoille kierrätetyn kultaraaka-aineen. Sertifioidusta 100-prosenttisesti kierrätyskultaraaka-aineesta ovat kiinnostuneet ennen kaikkea eettisiä arvoja ja ympäristöystävällisyyttä arvostavat korujen valmistajat. Tämä mahdollistaa koruvalmistukseen eettisten ja ympäristöystävällisempien arvojen huomioimisen ja vastaa näin kuluttajien arvomaailmoja paremmin." (www.doromediapalvelu.com)

Kaivostoiminta yleisesti (esim. Talvivaara) aiheuttaa ekologista ja moraalista harmia. Kaivostoiminta on keskeistä myös koruteollisuuden raaka-aineiden, jalometallien ja jalokivien kaivannoissa. Suuret kaivosteollisuudet ovat keskittyneet mm. Afrikkaan ja muihin kehitysmaihin, joissa työntekijöiden olosuhteet eivät vastaa länsimaalaisia arvoja. Etelä-Afrikan Johannesburgissa sijaitsee kaikkien aikojen suurin kultalöydös. Laskelmien mukaan lähes puolet tähän mennessä maailmassa löydetystä kullasta on peräisin kyseisestä kaivoksesta. Kaivos on syvä ja koukeroinen. Työntekijällä kestää lähes kaksi tuntia palaaminen kaivoksesta maan pinnalle. (www.kullanhinta.fi)

Timanttikaivokset ovat yhtä lailla nousseet puheenaiheiksi kaivostoiminnan eettisyyden takia. Vuonna 1998 maailmaa kohahdutti tieto, jonka mukaan Afrikassa tietyt sisällissotaa käyvät ryhmittymät käyttävät toimintansa rahoittamiseen laittomasti hankittuja raakatiimantteja. Näitä konfliktitimantteja kutsutaan toiselta nimeltään myös veritimanteiksi. (www.timantit.com)

Kyselyn tuloksissa oli havaittavissa kuluttajien kasvava halu toteuttaa eettisiä arvojaan. Koruteollisuudessa materiaalien alkuperä on tuotteen käyttäjälle tärkeää. Oikean informaation välittäjänä toimivat parhaiten korumuotoilijat ja kultasepät. Tiedonjaon parantaminen on yksi tulevaisuuden haasteista.

3.3.3. ALAN AMMATILAISEN TULEVAISUUSKENAARIO

Alan ammattilaisille tekemäni kyselyn lopussa selvitin, minkälaisia toiveita vastaajilla oli omien ammatillisten tulevaisuuskuvien suhteen. Lähtökohtaisesti suurin toive oli työtä riittävän niin paljon, että sillä on mahdollista turvata oma hyvinvointinsa tulevaisuudessa, ja kasvattaa yritystään muun muassa palkkaamalla yksi tai muutama työntekijä. Suurista rikastumisen toiveista ei vastauksissa ollut mainintaa.

Korualan yrittäjät toivovat, että heidän osaamistaan hyödynnettäisiin yrityksissä paremmin, sekä oman alan yrityksissä suunnittelijoina, että muissa yrityksissä esimerkiksi liikelahjojen valmistuksessa. Korumuotoilija on myös kykenevä suunnittelemaan muitakin esteettisesti haastavia tuotteita, sekä valmistamaan näppäryyttä, erityisiä kädentaitoja ja keskittymiskykyä vaativia tuotteita, kuten pienoismalleja. Tulevaisuuskenaarioissa alan ammattilaisilla on toiveena pienentää ammattilaisen ja asiakkaan välistä kuilua ja vaikuttaa paremmin kuluttajien korunkäyttöön. Ammattilaiset saisivat keskittyä enemmän koulutustaan vastaavaan työhön sen sijaan, että tällä hetkellä tekevät kaikki työt yrityksessään. Osaamisalueen kaivatuessa erityisosaamiset pääsisivät paremmin esiin. Ammattilaiset haluavat jakaa tietouttaan ja osaamistaan jalometalleista ja parantaa kuluttajien käsitystä korualan materiaaleista, kuten metallien ja kivien aitoudesta sekä kertoa tuotteiden valmistusvaiheista ja niiden hintojen koostumuksista. Korumuotoilijat ja kultasepät haluaisivat myös enemmän korostaa omia eettisiä arvojaan esimerkiksi materiaalivalinnoillaan sekä käyttämällä alihankintaan suomalaista työvoimaa. Alalle kaivataan enemmän arvostusta ja ammattitaidon kunnioitusta, sekä verkostoitumista ja työtehtävien jakamista tekijöiden välillä. Hyvät alihankkijaverkostot helpottaisivat suunnittelijan työtä ja lisäisivät nopeampaa kasvua, kun työt sujuisivat ripeämmin.

Kultasepän alalle kaivataan myös uudistusta niin muotoilullisesti kuin teknisestikin. Alan imagoa halutaan kasvattaa, niin että brändien merkitys ymmärrettäisiin paremmin, eikä alaa pidettäisi niin vanhahtavana. Tätä myötä designkorujen arvostus kasvaisi. Teknisten innovaatioiden hyödyntäminen tulevaisuudessa kasvattaa alan kehitystä ja mielenkiintoa, sekä nopeuttaa montaa työvaihetta. Suomalaisesta korualasta toivotaan samankaltaisuutta vaa-

teteollisuuden kanssa, enemmän kansainvälisiä brändejä. Suomalaiset korumuotoilijat ja kultasepät toivoisivat enemmän kansainvälistä työskentelyä , missä he voisivat kilpailla korkeatasoisella teknisellä ja muotoilullisella osaamisella ja tehdä suomalaista korumuotoilun kädenjälkeä tunnistettavaksi.

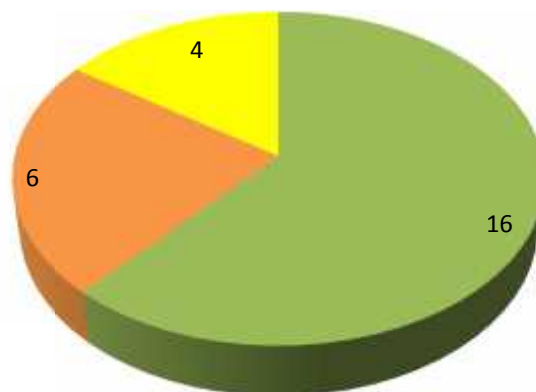
4. JOHTOPÄÄTÖKSET

4.1. KYSELYN TULOKSET

Kultasepille ja korumuotoilijoille tekemässäni kyselyssä pyysin vastaajia aluksi kertomaan kauanko he ovat alalla työskennelleet ja kuinka monta vuotta he ovat olleet yrittäjinä ja/tai työsuhhteessa. Alla olevasta kaaviosta voi huomata, että suurin osa kyselyyn vastaajista toimi yrittäjänä. Suuri osa suomalaisista omia mallistojaan valmistavista korumuotoilijoista ja kultasepistä toimivatkin yksityisyrittäjinä.

Vuosia tämän hetkisessä tehtävässä \ Vastaaja		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
■	yrittäjä	17		20	25	25	10	17	19	5	16		5	6	10	14	8	2	16
■	työsuhhteessa	3	0		5	5				3		16							
■	molemmat	x			x	x				x									

■ yrittäjä ■ työsuhhteessa ■ molemmat



Kaavio 1. Vuosia tämän hetkisessä tehtävässä \ Vastaaja

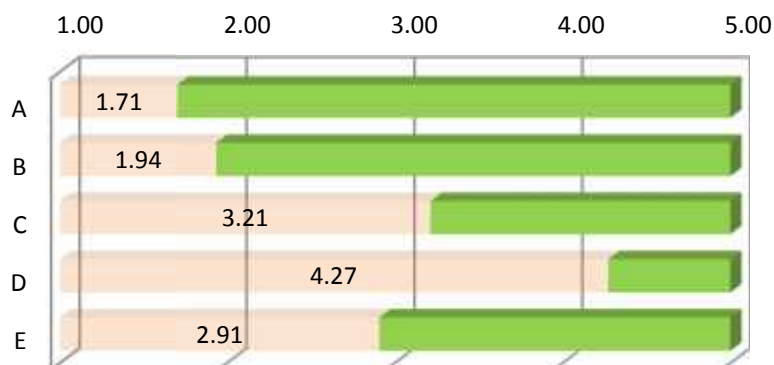
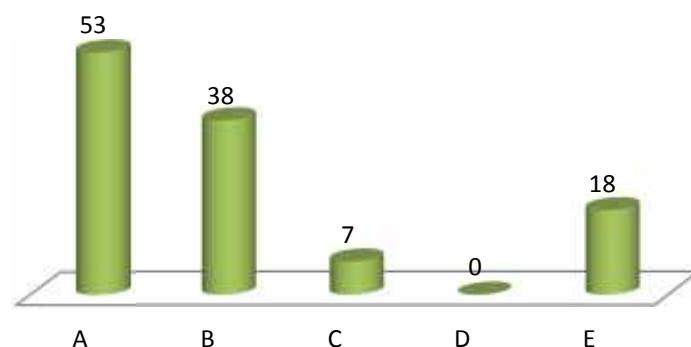
Ensimmäiseksi kyselyssä kartoitin korumuotoilijoiden ja kultaseppien tämänhetkistä työtehtävien jakautumista annettujen vaihtoehtojen puitteissa. Kyselystä kävi ilmi, että moni haluaisi keskittyä enemmän omien mallien suunnitteluun ja/tai valmistukseen. Tämän kysymysten tulosten perusteella tällä hetkelläkin suurimmaksi työtehtäväksi nousi omat mallistot. Tilaustöiden osuus lähenteli omien mallistojen osuutta. Alihankintatyöt kuuluivat vähiten vastaajien työtehtäviin.

Kysymys 1: Työtehtävien jakautuminen tällä hetkellä

1-5, 1 eniten, 5 vähiten

Vastaus \ Vastaaja		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A	omat mallit / mallistot (suunnittelu ja/tai valmistus)	1	2	2	1		3	1	1	1	4	2	1	2	1	2	1	3	1
B	tilaustyöt	3	3	1	2		1	2	2	4	1		2	1	2	1	2	1	3
C	korjaustyöt	5	1		3		2		4	5	2		4	3	3	4	3	4	2
D	alihankintatyöt	4	5				4		3	3	5		5	4	4	5		5	
E	muu, mikä?	2				1			5	2	3	1	3	5	5	3		2	

■ Vastaajien ensisijainen työtehtävä / % vastaajista



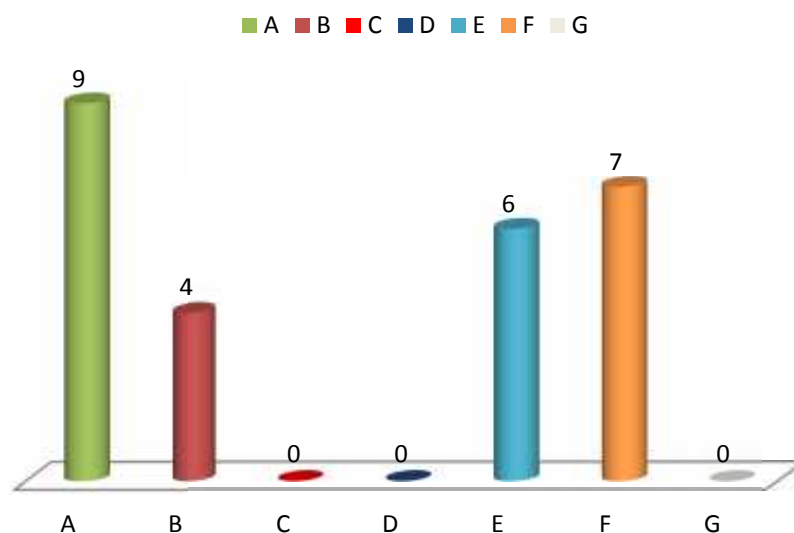
■ työtehtävien jakautuminen keskimäärin / 1 (eniten) - 5 (vähiten)

Kaavio 2. Kysymys 1: Työtehtävien jakautuminen tällä hetkellä

Toisessa kysymyksessä selvitin vastaajien omaa halua työtehtävien jakautumisesta. Omien mallistojen valmistus nousi tässäkin mielekkäimmäksi vaihtoehdoksi. Mielenkiintoista oli huomata, että usea vastaaja oli ensisijaisesti tyytyväinen tämän hetkiseen työtehtävien jakautumiseen. Muu -vaihtoehto nousi myös monen vastaajan ensimmäiseksi vaihtoehdoksi. Muu -kategoriaan kuuluu esimerkiksi vastaajien halu suunnitella ja valmistaa muitakin esineitä kuin koruja ja käyttää ammattitaitoaan toisenlaiseenkin työhön.

Kysymys 2: Haluaisit työssäsi keskittyä enemmän...

Vastaus \ Vastaaja	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A omiin mallistoihin?		x		x		x		x			x		x	x	x		x	
B tilaustöihin?		x											x	x			x	
C korjaustöihin?																		
D alihankintatöihin?																		
E muu?	x							x		x			x	x	x			
F Olen tyytyväinen tämänhetkiseen tilanteeseen.			x		x		x		x			x				x		x
G en osaa sanoa																		



Kaavio 3. Kysymys 2: Haluaisit työssäsi keskittyä enemmän...

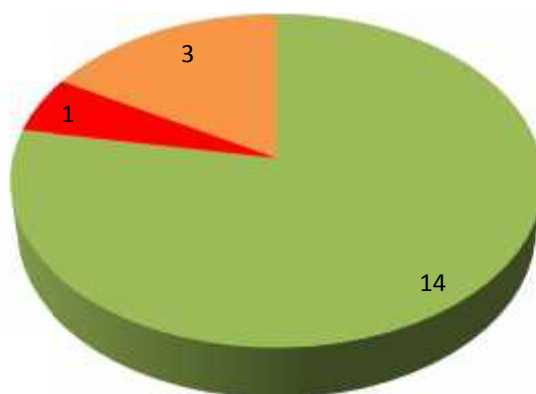
Kysymys kolme oli jatkoa toisen kysymyksen vastauksille. Jos vastaaja halusi keskittyä työs-
sään enemmän johonkin muuhun alueeseen, kuin mihin tällä hetkellä keskittyi, pyydettiin
häntä arvioimaan sanallisesti, mitkä ovat syyt siihen, ettei hän kuitenkaan tee niin. Suurim-
pien haasteiden koettiin olevan kysynnän puute ja taloudellinen tilanne. Suurin osa vastaa-
jista olisi halunnut toisen kysymyksen mukaan tehdä enemmän omia mallistoja, mutta
markkinat niiden ostoon koettiin liian pieniksi. Uusien mallistojen aloittaminen vaatii myös
aluksi rahallista pääomaa.

Kysymyksessä neljä selvitin vastaajien tulevaisuuden suunnitelmia työn jatkamisen kannal-
ta. 14 vastaajaa 18:sta suunnitteli jatkavansa työssään eläkeikään asti. Tästä voi päätellä
ammattilaisten uskon ja sinnikkyuden korkeaa tasoa omaa ammattiosaamistaan kohtaan.

Kysymys 4: Suunnitteletko jatkavasti nykyisessä työssäsi eläkeikään saakka?

Vastaus \ Vastaaja	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
kyllä	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x
en		x																
eos.													x	x	x			

■ kyllä ■ en ■ eos.

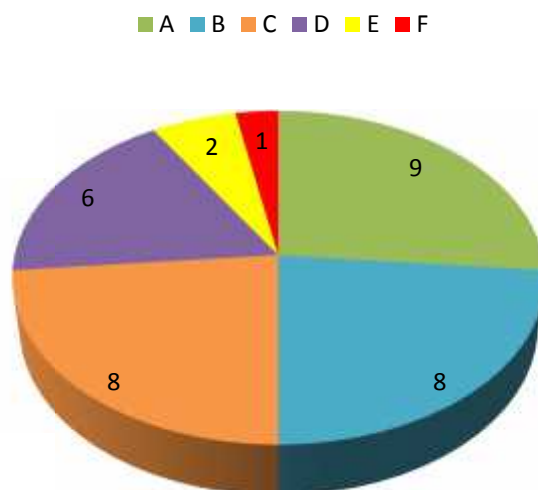


Kaavio 4. Kysymys 4: Suunnitteletko jatkavasti nykyisessä työssäsi eläkeikään saakka?

Viides kysymys koski mahdollista lisäkoulutuksen tarvetta tulevaisuudessa. Lähes kaikki vastaajat kokivat lisäkoulutuksen olevan tarpeellista. Teknistä ja tietoteknistä koulutusta kaivattiin eniten. Tähän kategoriaan kuului muun muassa 3D-mallinnuksen opiskelu sekä taitojen kehittäminen verkko-osaamisessa. Koulutus liiketoiminnan hallitsemiseen koettiin myös tarpeelliseksi. Suurin osa vastaajista oli saanut alkuperäisen koulutuksensa oppilaitoksessa, jossa ei ollut tarpeeksi yrittäjyysopintoja. Mielenkiintoista on kuitenkin, kuinka paljon korualan ammattilaisista toimii yrittäjinä.

Kysymys 5: Aiotko kouluttaa itseäsi lisää tulevaisuudessa? Miten?

Vastaus \ Vastaaja		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A	teknisesti/tietoteknisesti				x	x	x	x			x	x		x	x			x	
B	muotoilijana/suunnittelijana	x			x						x	x		x	x	x		x	
C	liiketoiminnallisesti					x	x					x	x	x	x	x		x	
D	muuten		x	x										x	x			x	x
E	en								x	x									
F	en osaa sanoa																x		

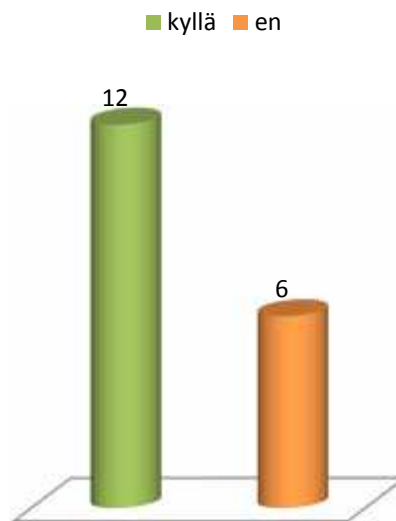


Kaavio 5. Kysymys 5: Aiotko kouluttaa itseäsi lisää tulevaisuudessa? Miten?

Kuudennessa kysymyksessä kysyin vastaajien mahdollisia muutoksia työnkuvaansa tällä hetkellä. Suurin osa vastasi kysymykseen myöntävästi. Suurimpia muutoksia oli yrityksen kasvuhakuisuus, työtehtävien jakaminen, verkkokaupan perustaminen, keskittyminen suunnitteluun ja itse liiketoimintaan sekä muiden tuotteiden kuin korujen suunnittelu korusuunnittelun ohella.

Kysymys 6: Suunnitteletko tällä hetkellä muutoksia työnkuvaasi?

Vastaus \ Vastaaja	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
kyllä		x	x	x	x	x	x		x	x			x	x	x		x	
en	x							x			x	x				x		x



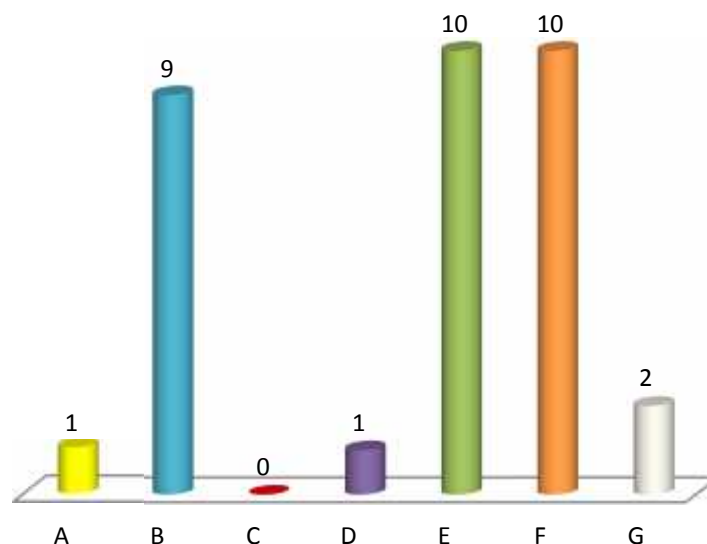
Kaavio 6. Kysymys 6: Suunnitteletko tällä hetkellä muutoksia työnkuvaasi?

Kyselyn seitsemännessä kohdassa kysyttiin vastaajien mielipidettä suurimmista muutoksista, joita korualalla on heidän mielestään tapahtunut viimeisen viiden vuoden aikana. Positiivisia muutoksia oli paljon, kuten 3D-mallinnuksen tuomat mahdollisuudet, kollegojen välinen yhteistyö ja verkostoituminen sekä uusien, nuorien yrittäjien alalle tuoma positiivinen asenne. Negatiivisina muutoksina koettiin maan vaikea taloudellinen tilanne, joka vaikuttaa ihmisten kulutuskäyttäytymiseen, kilpailevien tuotteiden määrän kasvu sekä talouden tuoma epävarmuus ja töiden väheneminen.

Kahdeksannessa kysymyksessä selvitin vastaajien näkemystä korumuotoilijan työnkuvasta kymmenen vuoden kuluttua. Vastauksista saattoi nähdä, että teknologian kehitys tulee mu-
listamaan korualaa huomattavasti. Teollisemmat tuotantomenetelmät kasvavat ja tekevät
monet mahdottomat asiat mahdollisiksi, mutta samalla myös käsityön arvo nousee. Osaa-
misalue kapenee ja suunnittelijat voivat paremmin keskittyä ydinosaamiseensa. Tämä näkyi
vaihtoehdossa F. Kuluttajien osallistumista suunnitteluun pidettiin myös kasvavana. Tämä
liittyy myös tekniikan kehitykseen.

Kysymys 8: Minkälaisena näet korumuotoilijan/suunnittelijan työnkuvan Suomessa 10 vuoden päästä?

Vastaus \ Vastaaja		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A	samanlaisena kuin nyt?								x										
B	kuluttaja osallistuu suunnitte- luun enemmän?	x					x	x		x	x	x	x			x		x	
C	kuluttaja osallistuu suunnitte- luun vähemmän?																		
D	korusuunnittelijan työ vähenee?															x			
E	korujen valmistus siirtyy teolli- semmaksi kuin nyt?	x						x			x	x	x	x	x	x	x	x	
F	jokin muu vaihtoehto?	x			x	x	x	x		x			x	x	x				x
G	en osaa sanoa		x	x															



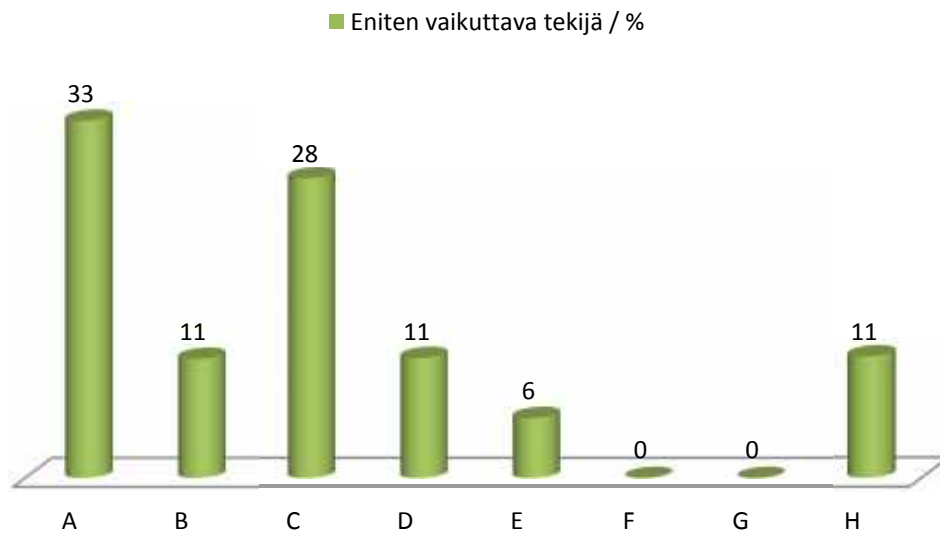
Kaavio 8. Kysymys 8: Minkälaisena näet korumuotoilijan/suunnittelijan työnkuvan Suomessa 10 vuoden päästä?

Kyselyn **toiseksi viimeisessä kysymyksessä** kysyttiin vastaajien mielipiteitä suomalaisen korumuotoilun tulevaisuuteen vaikuttavista tekijöistä. Eniten vaikuttavina tekijöinä pidettiin kulutustottumusten muuttumista sekä tekniikan kehittymistä. Nämä kaksi asiaa ovat nousseet pinnalle koko kyselyn sekä tämän opinnäytetyön aikana. Molemmat ovat myös listattu suurimmiksi maailmassa näkyviksi megatrendeiksi. Korualan ammattilaiset kokevat myös tekniikan tuoman kehityksen muuttavan Suomen korumuotoilun tulevaisuutta tuotteiden osalta. Kulutustottumukset sen sijaan jäävät enemmän tulevaisuuden arvoitukseksi. Talouden kehitys, sekä valtion, maailman laajuisesti vaikuttaa tähän.

Kysymys 9: **Mitkä tekijät mielestäsi vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen Suomessa?**

1-7; 1 eniten, 7 vähiten

Vastaus \ Vastaaja		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A	kuluttajatottumusten muuttuminen	3				1		3	4	4	2	1	1	1	1		1	3	
B	maan taloudellinen tilanne	1		1	2		4		4	3	3	5	6	2	4	5		5	2
C	tekniikan kehittyminen	2		2		2	1	5	1	1	1	3	4	2	3			4	1
D	korujen käytön muuttuminen	5			1	1	5	3	2	5	6	4	5	3	5	4		2	
E	eettisten arvojen kasvu	4		3		3	2	1	6	2	3	2	5	6	2			3	
F	materiaalien saatavuus	6				6		6	7	5	6	4	6	3	6			6	
G	muu, mikä?							7	2	7			7		7				
H	tyhjä		1														1		

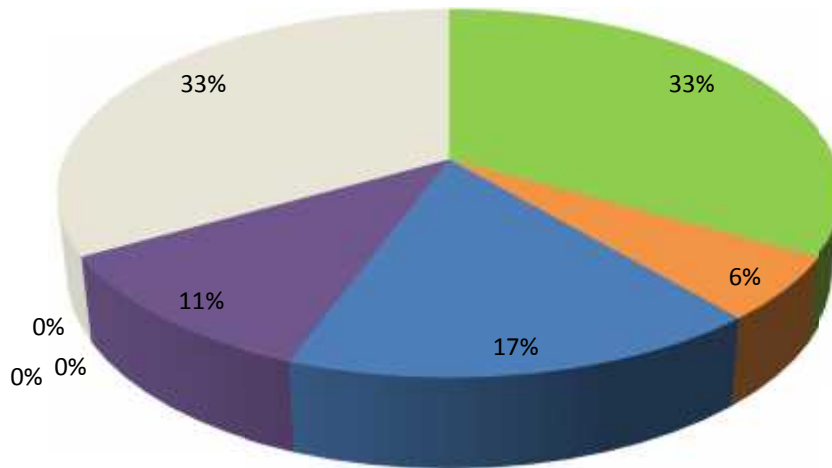


■ Vaikuttaville tekijöille keskimäärin annettu merkitys / 1 (eniten) - 7 (vähiten)

A - kuluttajatottumusten muuttumisen vaikutus korumuotoilun tulevaisuuteen Suomessa:

Vastaajien keskimääräinen mielipide merkityksestä

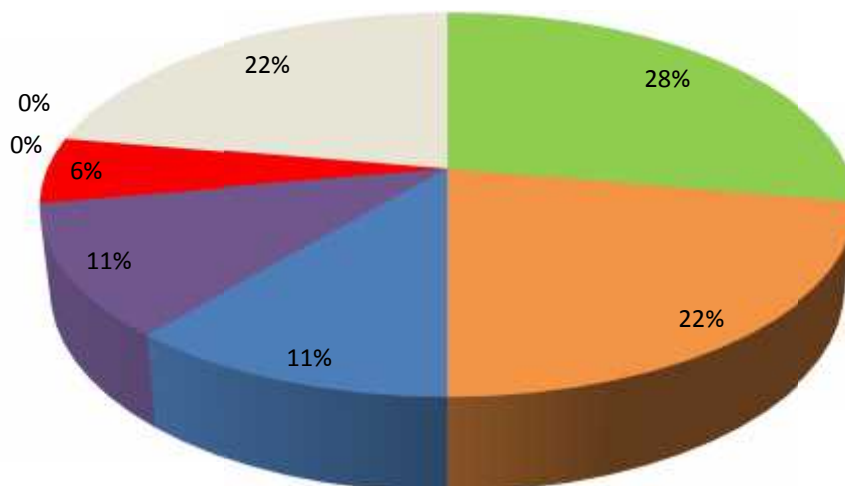
1 (suuri) 2 3 4 5 6 7 (vähäinen) EOS



C - tekniikan kehittymisen vaikutus korumuotoilun tulevaisuuteen Suomessa:

Vastaajien keskimääräinen mielipide merkityksestä

1 (suuri) 2 3 4 5 6 7 (vähäinen) EOS



Kaavio 9. Kysymys 9: Mitkä tekijät mielestäsi vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen Suomessa?

4.2. TULEVAISUUDEN KULUTTAJA

Tulevaisuuden kulutustottumusten muuttuminen on suomalaisen korumuotoiluun suuresti vaikuttava tekijä. Korukulttuuri perustuu pienesineiden suunnitteluun ja valmistukseen. Lopuksi tuote markkinoidaan ja myydään kuluttajalle. Maailman talouden kehitys vaikuttaa kuluttajien käyttäytymiseen. Toisaalla erityisesti erikoiskaupan kulutus vähenee, kun taas esimerkiksi Aasiassa talous on kasvavaa ja näin ollen lisää luksustuotteiden kulutusta. Kulutusmahdollisuuksien tullessa jokaista ihmistä lähemmäs, kuluttaminen käy yhä helpommaksi. Verkkokauppa ja tuotteiden logistinen lähettäminen mahdollistaa uusien kuluttajien hankinnan kauempaakin. Tulevaisuuden kuluttaja, ei siis ole ainoastaan lähiseudun asukas. Uusi asiakas voi löytyä toiselta puolelta maailmaa. Rajattomien kulutusmahdollisuuksien kasvaessa, lähikulutus käy kuitenkin myös yhä suosittumaksi. Ekologisia ja eettisiä arvoja vaalivat kuluttajat haluavat välttää maailman liikarasittamisen tavaroiden ylenmääräisellä hankinnalla ja niiden kuljetuksilla kaukaa ja valitsevatkin lähellä, kierrätetyistä materiaaleista valmistetun, yksilöllisen tuotteen. Kuluttajat profiloituvat hyvinkin erilaisiksi käyttäjiksi. Keskimääräistä käyttäjäpersoonaa on hankalampi määrittää jokaisen kuluttajan halutessa erottaa massasta. Myös korujen suunnittelussa ja valmistuksessa osaamisalue kapenee ja voimistuu, niin että kuluttajan on yhä helpompi tunnistaa tiettyjen tuotteiden tekijöitä.

Suomalaisella korumuotoilulla on hyvät mahdollisuudet ja edellytykset mukautua tulevaisuuden kuluttajan erilaisiin toiveisiin. Tuotteet on mahdollista valmistaa eettisiä arvoja kunnioittaen hyvin pienillä maailmaa kuormittavilla tekijöillä. Tuotteet ovat merkityksellisiä ja henkilökohtaisia ja saavat aikaan voimakkaan tunnesiteen käyttäjänsä. Tulevaisuuden teknologia mahdollistaa niiden matalat maapalloa kuluttavat tuotantomenetelmät. Korua on myös mahdollista markkinoida ja myydä ulkomaisille asiakkaille verkkokaupan välityksellä. Sitä voidaan myös käyttää hyödyksi innovoitaessa uusia teknisiä laitteita ja apuvälineitä. Esimerkiksi vanhuksille suunnitellut turvallisuutta helpottavat tuotteet voidaan suunnitella näyttämään enemmän koruilta, kuin teknisiltä laitteilta.

Suomalaisen korun vahvuutena on vankka ammattitaito sekä omanlainen, tunnistettava muotokielensä. Nämä ovat kilpailuvalttimme kasvavassa kulutusmaailmassa.

4.3. KORUMUOTOILUN KOULUTUS TULEVAISUUDESSA

Tämän opinnäytetyön keskeisenä osana laatimani kyselyn tuloksista selvisi, että alalla pitkäänkin toimineilla suunnittelijoilla ja kultasepillä on yhä tarve ja kiinnostus kouluttaa itseään. Suurimmiksi koulutuskohteiksi valikoituivat tekniikka ja tietotekniikka ja niiden kehitys. 3D- mallinnusta ja tulostusta sekä esimerkiksi lasertekniikkaa pidetään ammattilaisten keskuudessa suurimpina Suomen korumuotoilua muuttavina asioina. Tulevaisuuden ammattikoulutukseen tulisi saada lisää mallinnusohjelmien ja muiden teollisten tuotantotapojen koulutusta. Muutos näkyy siinä, että jo tänä päivänä korumuotoilijoina toimii teollisen koulutuksen saaneita suunnittelijoita. Heillä ei välttämättä jalometallien tuntemus ja tekninen osaaminen ole vahva, mutta mallinnusohjelmien käyttö sitäkin enemmän. Itse tuotteensa valmistava korumuotoilija tarvitsee kuitenkin yhtä paljon alan tekniikoiden oppia kuin oppia tietokoneen käytöstä suunnittelun apuna.

Toinen kyselyssä esiin noussut koulutustarve oli liiketoiminnan koulutus. Moni korualan suunnittelija ja kultaseppä siis toimii yrittäjänä yksin tai muutaman yrittäjän ryhmässä. Useimmalle tämä on ainut vaihtoehto, jos haluaa toimia korualan suunnittelijana ja valmistajana, Suomessa kun korusuunnittelijoita palkkaavia yrityksiä on verrattain vähän. Monet korumuotoilun koulutuksen saaneet hankkivat itselleen vielä Yrittäjän erikoisammattitutkinnon saadakseen varmuutta yritystoimintaan. Usein käy kuitenkin niin, että suunnittelija oppii yrittäjyyttä kantapään kautta. Töiden aloittamista varten on yritys perustettava, joten ensimmäiset vuodet ovatkin oppia aloittavalle yrittäjälle. Vastavalmistuneet korumuotoilijat ja kultasepät perustavatkin herkästi yrityksiä yhdessä, jolloin yrittämisen tuomat haasteet ja velvollisuudet tuntuvat helpommilta, kun ne voi jakaa toisen yrittäjän kanssa. Alan koulutukseen toivotaan enemmän kannustusta yrittäjyyteen ja selkeitä yrittäjyysopintoja, jotta juuri valmistuneet uskaltaisivat jäädä alalle, eivätkä jatkaisi kouluttautumista johonkin toiseen ammattiin. Tällä hetkellä moni korualan suunnittelijan ammattiin valmistuva hankkii itselleen myös toisen ammatin, jossa on helpommat mahdollisuudet työllistyä. Pitkään toiminut korumuotoilijakin saattaa kouluttaa itsensä uudelleen koettuaan yrittäjyyden liian haastavaksi.

4.4. KORUMUOTOILIJA AMMATTINA TULEVAISUUDESSA

"Yrittäjän roolissa korumuotoilija on paljon muutakin kuin suunnittelija. Hän on suunnittelija, valmistaja, markkinoija ja myyjä."

Korumuotoilijan ammatti on muuttunut paljon lähivuosien aikana ja tulee muuttumaan tulevaisuudessakin. Tällä hetkellä moni korumuotoilija toimii yksinään, tulevaisuudessa he voivat olla osa isompaa suunnittelukokonaisuutta. Teknologian huima kehitys jatkuu vielä pitkään ja tuo mukanaan muutoksia alalle. Kehitys tulee käyttää hyödyksi ja siirtää tuotteiden valmistukseen, markkinointiin ja yritysten kasvuun. Toisaalta teknologian myötä käsityön määrä vähenee, mutta samalla todelliset erityisen ammattitaidon osaavat tekijät korostuvat ja erottuvat paremmin massasta. Tulevaisuuden korumuotoilija voi toimia paremmin juuri omalla osaamisalueellaan kehittäen omaa muotoilullista tunnettuuttaan. Korumuotoilun koulutuksen saanut henkilö voi toimia muissakin suunnittelua ja muotoiluosaamista vaativissa tehtävissä. Korumuotoilijan osaamisalueet eivät rajoitu ainoastaan suunnitteluun. Jokapäiväiseen työhön kuuluu myös palveluosaaminen, immateriaalinen tuotanto, tuotantoprosessien hallitseminen. Yrittäjän roolissa korumuotoilija on paljon muutakin kuin suunnittelija. Hän on suunnittelija, valmistaja, markkinoija ja myyjä.

Maailmassa on käytetty koruja melkein yhtä kauan kuin on ollut ihmisiäkin. Henkilökohtaisen esineen kantaminen mukanaan on edelleen ihmiselle tärkeää. Nykyään meillä on kuitenkin myös muita henkilökohtaisesti tärkeitä tavaroita, joita kuljetamme päivittäin mukamme. Näitä teknologian tuotteita, kuten esimerkiksi älypuhelimia ja aktiivisuusrannekeita voidaan jo nyt muokata omistajansa persoonan mukaan, jolloin ne kertovat jotakin kantajastaan samalla tavoin kuin korutkin. Seuraavina viestinnän välineinä puhutaan myös niin sanotusta puettavasta teknologiasta. Yleisradion Aamu- tv:ssä 4.2.2014 vierailleet tulevaisuuden tutkijat Elina ja Kari Hiltunen uskovat teknologian tulevaisuudessa olevan yhä enemmän ihmisen iholla. Teknologiset viestinnän välineet pienenevät ja niiden hinnat halpenevat. Niistä tulee enemmän koruiksi omaksuttavia tuotteita. (www.yle.fi). Vanhusten hoito muuttuu myös yhä enemmän erilaisilla apuvälineillä ja roboteilla toteutettavaksi. Täl-

lä hetkellä esimerkiksi kotona asuvien vanhusten turvapuhelimeen liittyvät rannekkeet eivät vielä esteettisyydellään houkuttele.



Kuva 16. Ecofashion for wearable technology. Blog.fiddlefly.com

3D-suunnittelun yleistyessä ja sen kysynnän kasvaessa, voi korumuotoilija keskittyä myös pelkästään tähän työvaiheeseen tarjoten osaamispalveluaan myös muille alalla toimijoille tai jopa muille, pieniä esineitä valmistaville yrityksille, kuten esimerkiksi autojen pienoismallien valmistajille. Yrittäjänä toimiva korumuotoilija hallitsee myös tuotantoprosessien kulun. Hän voi siis tulevaisuudessa toimia tällaisissakin tehtävissä eri alojen tuotannoissa. Parhaimmat ominaisuudet korumuotoilijoilla on pienten sarjojen tuotannoissa, joiden lopputuote on tarkoitettu kuluttajan käyttöön. Korumuotoilija osaa työssään tulkita kuluttajien toiveita ja käyttäytymistä. Suomessa korumuotoilija on monesti omien tuotteidensa myyjä, jolloin hänen on tärkeää panostaa myös palveluun. Hänen tulee osata myydä tuotteitaan mahdollisimman houkuttelevalla tavalla, mutta myös ymmärtää asiakkaiden erilaisia toiveita ja siirtää niitä tuotteeseen tilauskoruja valmistessaan. Korumuotoilija onkin monesti erittäin tai tava erikoiskaupan myyjä.

Tulevaisuudessa on odotettavissa korumuotoilualalla toimivan yrityksen liiketoimintamallin muuttuvan. Teknologian kehittymisen ja kulutustottumusten muuttumisen myötä esimerkiksi nettikaupan oleellisuus yrityksen toiminnassa kasvaa. Tämä kävi ilmi myös tutkimuksen osana tekemästäni kyselystä. Korualan tuotteiden myynnin uskotaan kuitenkin olevan yksi niistä aloista, joissa arvostetaan ja kaivataan henkilökohtaista palvelua, esimerkiksi arvokkaita tuotteita tai tilausyönä valmistettavia tuotteita ostettaessa. 3D-tulostuksen yleistyessä voi olla täysin yleistä, että asiakas tilaa haluamansa käyttöesineen verkkokaupasta ja se tulostetaan hänelle lähimmässä 3D-tulostamossa. Tämän skenaarion toteutuessa on mielenkiintoista nähdä kuinka se toteutuu korualan tuotteiden myynnissä. Vai toteutuuko?

Tulevaisuuden skenaarioissa voidaan tämän hetkistä tilannetta apuna käyttäen ennustaa miltä ympäristömme tulevaisuudessa näyttää. Tulevaisuuden suunnitteluun tarvitaan rajoittumatonta innovaatiokykyä. Luovat ihmiset, kuten korumuotoilijat, ovat kyvykkäitä tulevaisuuden innovointiin. Tätä ja ympäristömme tuomia uusia mahdollisuuksia apuna käyttäen korumuotoilijat voivat vaikuttaa omaan ammatilliseen tulevaisuuteensa.

5. LÄHDELUETTELO

PAINETUT TEOKSET:

Aav, Marianne (2012). Koru Suomessa. Designmuseum

Ahde-Deal, Petra (2013). Women and Jewelry- A Social Approach to Wearing and Possessing Jewelry. Aalto Arts Books

Hiltunen, Elina (2012). Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum

Hiltunen, Elina ja Hiltunen, Kari (2014). Teknoelämää2035 - Miten teknologia muuttaa tulevaisuuttamme? Talentum

Hohti, P. (2011). Rajaton muotoilu - näkökulmia suomalaiseen taideteollisuuteen. Teollisuustaitteen Liitto Ornamo ry.

Korvenmaa, Pekka (2009). Taide & Teollisuus- Johdatus suomalaisen muotoilun historiaan. Taideteollinen korkeakoulu

Kähönen, Hannu **et al.** (2008). Suomalainen muotoilu- käsiyöstä muotoiluun. Weilin+Göös Oy

Mokka, Roope ja Neuvonen, Aleksi (2009). Olimme kuluttajia. Tammi

Pauku, Timo (2013). Kymmenen uutta ihmettä. Gaudeamus

Wilenius, Markku (2004). Luovaan talouteen - Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana. Edita Prima Oy

ELEKTRONISET JULKAISUT

ERIKA 2020-hankkeen loppuraportti 2011 Haettu 24.11.2014 osoitteesta

<https://www.jyu.fi/jsbe/tutkimus/julkaisut/workingpaper/wp-370>

Kertomuksia kultaseppien yrittäjyydestä. Kaisa Hyrsky. Haettu 20.11.2014 osoitteesta

<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/37326/kertomuk.pdf?sequence=1>

Käsityö- ja muotoilualan yrittäjä 2013 (Käs- ja taideteollisuusliitto Taito ry) Haettu

21.11.2014 osoitteesta http://issuu.com/taitogroup/docs/kasityo_ja_muotoilualanyrittajaselv

Muotoilualan yritysten suhdanne- ja toimilaraportti 2013 Teollisuustaitteen Liitto Ornamo

www.issuu.com. Haettu 20.11.2014 osoitteesta http://issuu.com/ornamo/docs/ornamo_toimialaraportti_laaja_sivui

Muotoile Suomi - kansainvälinen muotoiluohjelma 2012. Haettu 21.11.2014 osoitteesta

http://www.tem.fi/files/36278/Muotoile_Suomi_spreads.pdf

SÄHKÖISET LÄHTEET

Etelä-Suomen Sanomat. www.ess.fi. Haettu 30.11.2014 osoitteesta <http://www.ess.fi/Mielipide/paakirjoitukset/2010/10/02/verkkokauppa-tukee-maaseudun-palveluja>

Honka, Niina. [www.yle.fi](http://yle.fi). Haettu 4.2.2014 osoitteesta http://yle.fi/uutiset/teknologia_tulee_iholle__puettava_elektroniikka_kuin_kannykat_1990-luvulla/7067745

Pelkonen, Tiina. www.iprinfo.com. Haettu 20.11.2014 osoitteesta http://www.iprinfo.com/julkaisut/iprinfo-lehti/lehtiarkisto/2013/IPRinfo_2_2013/fi_FI/Tulostettu-tulevaisuus%20/

Perttu, Jukka. Helsingin Sanomat www.hs.fi. Haettu 30.11.2014 osoitteesta <http://www.hs.fi/paivanlehti/talous/Luksustuotteiden+kauppa+kiihtyy/a1340260313469>

Siiskonen, Sirkka www.doromediapalvelu.fi. Haettu 20.11.2014 osoitteesta www.doromediapalvelu.com/uploaded_files/Tiedote_Sertifioitu_kierratyskulta_KA_Rasmussen112012.pdf

Sotkamo Silver Oy www.silver.fi. Haettu 21.11.2014 osoitteesta <http://www.silver.fi/sivu/fi/exploration/market/>

Tillander-Godenhjelm, Ulla **et al.** Itsenäisyyden ajan suomalainen koru, esittely (Tammi)
Haettu 20.11.2014 osoitteesta <http://www.suurteokset.com/koru.html>

World Watch Report. www.worldwatchreport.com. Haettu 30.11.2014 osoitteesta <http://www.worldwatchreport.com/content-overview/>

VERKKOSIVUT

www.kalevalakoru.com

www.kullanhint.fi

www.lapponia.fi

www.lumoava.com

www.lamk.fi

www.muenhen.de

www.niessing.com

www.opintopolku.fi

www.sarpanevawatces.com

www.silver.fi

www.suomenkultasepienliitto.fi

www.tiffany.com

www.timantit.com

www.voutilainen.ch

www.wikipedia.fi

www.worldwatchreport.com

SUULLISET LÄHTEET

Talvitie Lilli 94v. Korujen suurkuluttaja

KUVALUETTELO

Kansikuva: amazon3d2 www.3dprint.com

Kuva 1. Jääkukka, rintakoru (1913) Alma Pihl (1882-1976); platinahopea, vuorikide, timantit.
Fabergé/ Albert Holmströmin työhuone. Yksityiskokoelma.

Kuva 2. Rintakoru (1990) Paula Häiväoja (1929-2011); hopea, osittain kullattu.
Yksityiskokoelma.

Kuva 3. Kukkiva muuri, kaulakoru (1965). Björn Weckström (s.1935); kulta, turmaliini.
Lapponia Jewelry

Kuva 4. Lisäelimet, rintakoru (2003) Inni Pärnänen (s.1971);
pergamentti, silkkilanka, kirurgin teräs.

Kuva 5. Kukinto, kaulakoru. Lumoava

Kuva 6. Focus, kaulakoru. Niessing

Kuva 7. Timanttikorvakorut. Tiffany

Kuva 8. Korumuotoilija työssään 2008. Anna Heino - Design Jewellery

Kuva 9. Eri tavoin koristeltuja metallisormuksia. Hennes & Mauritz.

Kuva 10. Keltakultaisia timanttisormuksia. Sandberg.

Kuva 11. 3D- tulostin tulostaa kahvikuppia. www.inside3dp.com

Kuva 12. Nervous System Pinch-bracelet www.3dprintingindustry.com

Kuva 13. Modern geometric necklace. www.design-milk.com

Kuva 14. Kullan hinnanmuutokset 1800- luvulta 2000- luvulle. (www.goldsilverworlds.com)

Kuva 15. Kullan hinnanmuutokset 21.11.2011-21.11.2014 (www.rasmussen.fi)

Kuva 16. Ecofashion for wearable technology. Blog.fiddlefly.com

KAAVIOT

Kaavio 1. Vuosia tämän hetkisessä tehtävässä \ Vastaaja

Kaavio 2. Kysymys 1: Työtehtävien jakautuminen tällä hetkellä

Kaavio 3. Kysymys 2: Haluaisit työssäsi keskittyä enemmän...

Kaavio 4. Kysymys 4: Suunnitteletko jatkavasti nykyisessä työssäsi eläkeikään saakka?

Kaavio 5. Kysymys 5: Aiotko kouluttaa itseäsi lisää tulevaisuudessa? Miten?

Kaavio 6. Kysymys 6: Suunnitteletko tällä hetkellä muutoksia työnkuvaasi?

Kaavio 7. Kysymys 8: Minkälaisena näet korumuotoilijan/suunnittelija työnkuvan Suomessa
10 vuoden päästä?

Kaavio 8. Kysymys 9: Mitkä tekijät mielestäsi vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen
Suomessa?

KYSELY

Liite 1.

Kyselyn vastaukset (18kpl) tutkijan hallussa.

Liite 1.

KORUMUOTOILUN TULEVAISUUS SUOMESSA - HAASTATTELU ALAN AMMATTILAISILLE

Taustatiedot:

Koulutus:

Ammattinimike:

Koulutuspaikka ja valmistumisvuosi:

Yrittäjä vai työsuhteessa:

Työvuosia takana työsuhteessa:

Työvuosia takana yrittäjänä:

1 Työtehtäviesi jakautuminen tällä hetkellä (numerojärjestyksessä 1 eniten 5 vähiten):

- ☐ omat mallit/mallistot (suunnittelu ja/tai valmistus)
- ☐ tilaustyöt
- ☐ korjaustyöt
- ☐ alihankintatyöt
- ☐ muut, mitkä?

2 Haluaisit työssäsi keskittyä enemmän...

- ☐ omiin mallistoihin?
- ☐ tilaustoihin?
- ☐ korjaustoihin?
- ☐ alihankintoihin?
- ☐ muihin, mihin?
- ☐ Olen tyytyväinen tämänhetkiseen tilanteeseen.
- ☐ en osaa sanoa

3 Jos vastasit edellisessä kysymyksessä haluavasi tehdä enemmän jotain muuta, kuin mitä teet nyt, mitkä ovat syyt joiden takia et kuitenkaan tee näin? (voit vastata ranskalaisilla viivoilla, esim. kysyntä, taloudellinen tilanne, uskallus tehdä muutoksia...)

4 Suunnitteletko jatkavasti nykyisessä työssäsi eläkeikään saakka?

- ☐ kyllä
☐ en, miksi et?

5 Aiotko kouluttaa itseäsi lisää tulevaisuudessa? Miten?

- ☐ teknisesti/tietoteknisesti, miten?
☐ muotoilijana/suunnittelijana, miten?
☐ liiketoiminnallisesti, miten?
☐ muuten, miten?
☐ en

6 Suunnitteletko tällä hetkellä muutoksia työnkuvaasi?

- ☐ kyllä, minkälaisia?
☐ en

7 Mikä/Mitkä ovat ammattiympäristössäsi viimeisen viiden vuoden aikana tapahtuneet suurimmat muutokset?

8 Minkälaisena näet korumuotoilijan/suunnittelijan työnkuvan Suomessa 10 vuoden päästä? (voit valita useamman vaihtoehdon)

- ☐ samanlaisena kuin nyt?
☐ kuluttaja osallistuu suunnitteluun enemmän?
☐ kuluttaja osallistuu suunnitteluun vähemmän?
☐ korusuunnittelijan työ vähenee?
☐ korujen valmistus siirtyy teollisemmaksi kuin nyt?
☐ jokin muu vaihtoehto? Mikä?
☐ en osaa sanoa

9 Mitkä tekijät mielestäsi vaikuttavat korumuotoilun tulevaisuuteen Suomessa?

(Laita järjestykseen 1-7, 1 eniten, 7 vähiten)

- ☐ kuluttajatottumusten muuttuminen
- ☐ maan taloudellinen tilanne
- ☐ tekniikan kehittyminen
- ☐ korujen käytön muuttuminen
- ☐ eettisten arvojen kasvu
- ☐ materiaalien saatavuus
- ☐ muu, mikä?

10 Minkälainen on unelmiesi tulevaisuus korualan ammattilaisena? (vapaata kommenttia)