



# **Luomutilamyymälän oheismyyntituotemalliston suunnittelu**

Artenomitutkinnon opinnäytetyö

Älykäs ja kestävä muotoilu

Kevät 2026

Meri Siikjärvi

Koulutus	Älykäs ja kestävä muotoilu
Tekijä	Meri Siikjärvi
Työn nimi	Luomutilamyymälän oheismyyntituotemalliston suunnittelu
Ohjaaja	Leena Koivunen

Vuosi 2026

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda Suopellon tilan maatilayrityksen lihamyynnin rinnalle oheistuotemallisto. Tilaajan toiveena oli, että tuotteet olisivat luomutilan imagoon sopivia. Taustalla on ajatus, että tulevaisuudessa tekisin suunnittelemani tuotteita tälle yritykselle myyntiin.

Oheistuotteiden suunnitteluun tehtiin internetissä vertailututkimusta, minkälaisia käsityötuotteita tämän tyyppisissä myymälöissä yleisesti on ja mitkä tuotteet sopisivat pienen maatilamyymälän myytäväksi tuotteiksi. Suunnittelun pohjana käytettiin yritykselle tähän asti vakiintunutta värimaailmaa ja tyyliä. Tilaajayrityksellä ei kuitenkaan ole ollut käytössään brändivärikarttaa, joten sen luominen sisällytettiin tähän opinnäytetyöhön. Lisäksi luotiin aksenttivärikartta, jonka värimaailmaa voidaan käyttää tuotteiden yksityiskohdissa. Jotta asiakastarpeet tuli huomioitua, tehtiin asiakasprofilointia ottaen huomioon nykyiset asiakkaat sekä käsityötuotteille sopivat asiakastarpeet. Profiloinnin lopputuloksena suunniteltiin jokaiselle asiakasryhmälle sopivat tuotteet.

Vertailututkimukseen, värikarttoihin ja asiakasprofiiliin perustuen luotiin pieni tuotemallisto, jolle suunniteltiin myös printtikuosit. Tuotteille tehtiin tekniset suunnitelmakuvat, joiden avulla valmiita tuotteita voidaan lähteä toteuttamaan.

Tuloksena syntyi neljän tuotteen mallisto. Tuotteet sopivat lihatuotteiden ohella myytäväksi, koska ne liittyvät ruuan laittoon ja grillaamiseen. Asiakasprofiilissa nostettiin kolme asiakasryhmää, joita olivat ruokaharrastaja, mökkiläinen ja lahjan ostaja. Näitä tarpeita huomioiden tuotteiksi suunniteltiin käytännöllinen grillausesiliina, patakinnas, maustekori sekä kangaskassi.

Avainsanat Tuotesuunnittelu, brändäys, mallisto, luomutila  
Sivut 30 sivua ja liitteitä 1 sivua

DP Smart and sustainable design  
Author Meri Siikjärvi  
Subject Designing a side-sales product line for an organic farm  
Supervisors Leena Koivunen

---

Year 2026

The aim of the thesis was to create an ancillary product range alongside the meat sales of the Suopelto's farm company. It was the customer's wish that the products would be suitable for the organic farm's image. The idea behind it is that in the future I would make the products I designed for this company for sale.

Comparative research was conducted on the internet to design the related products, what kind of handicraft products are commonly found in these types of stores, and which products would be suitable for sale in a small farm shop. The design was based on the company's hitherto established colour scheme and style. However, the client company has not had access to a brand colour map, so its creation was included in this thesis. In addition, an accent colour map was created, the colour scheme of which can be used in the details of the products. To take customer needs into account, customer profiling was carried out considering existing customers and customer needs suitable for handicraft products. As a result of profiling, suitable products were designed for each customer group.

Based on comparative research, colour charts and customer profile, a small product range was created for which print patterns were also designed. Technical design images were made for the products, which can be used to start implementing the finished products.

The result was a collection of four products. The products are suitable for sale in addition to meat products, as they are related to cooking and grilling. In the customer profile, three customer groups were raised: a food enthusiast, a cottager and a gift buyer. Taking these needs into account, the products were designed to be a practical grilling apron, oven mitten, a spice box and a tote bag.

Keywords Product design, branding, collection, organic farm  
Pages 30 pages and appendices 1 pages

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Tutkimusasetelma .....	1
2.1	Aiheen valinta ja rajausta .....	1
2.2	Tavoitteet .....	2
2.3	Kysymyksenasettelu .....	2
2.4	Opinnäytetyössä esiintyviä käsitteitä .....	3
2.5	Viitekehys .....	3
3	Suopellon tila .....	4
4	Asiakasprofiili .....	5
5	Vertailututkimus .....	6
5.1	Suomalaiset maatilamyymälät .....	6
5.2	Nautatilojen tilamyymälät maailmalla .....	8
5.3	Käsityömyymälät .....	9
6	Malliston suunnittelu .....	11
6.1	Malliston ideointi .....	11
6.2	Värikartat .....	11
6.3	Materiaalit .....	13
6.4	Kuosin suunnittelu .....	13
6.5	Tuotesuunnittelun lähtökohdat .....	15
6.6	Tuotemallisto .....	15
7	Pohdinta .....	25
	Lähteet .....	27
	Kuvalähteet .....	29

## Kuvat

Kuva 1.	Viitekehys (Siikjärvi, 2025) .....	4
Kuva 2.	Suopellon tilan asiakasprofiili (Siikjärvi, 2025) .....	6
Kuva 3.	Urpolan tilan kangaskassi (Urpolan tila, 2025) .....	7
Kuva 4.	Tiluksilla narureppu (Tiluksilla, 2025) .....	7
Kuva 5.	Suomalaisuus merkintä (Tiluksilla, 2025) .....	7
Kuva 6.	Tahlo pipo (Maatila Tahlo, 2025) .....	8

Kuva 7. Dexter lippalakki (Waveney, 2025).....	8
Kuva 8. Copenagh esiliina (Copenagh Farm, 2025).....	9
Kuva 9. Kui Design patalaput (Kui Design, 2025).....	9
Kuva 10. Kui Design pyyhe (Kui Design, 2025).....	10
Kuva 11. Finnish Design Shop kori (Finnish Design Shop, 2025).....	10
Kuva 12. Pikkupuoti laudeliina (Pikkupuoti, 2025).....	10
Kuva 13. Moodboard (Siikjärvi, 2025) .....	11
Kuva 14. Brändivärikartta (Siikjärvi, 2025).....	12
Kuva 15. Aksenttivärikartta (Siikjärvi, 2026) .....	13
Kuva 16. Printtikuosi pellava (Siikjärvi, 2026).....	14
Kuva 17. Printtikuosi vihreä (Siikjärvi, 2026) .....	14
Kuva 18. Tech Pack Patakinnas tuotokuva (Siikjärvi, 2026).....	17
Kuva 19. Tech Pack Patakinnas kuorikuvat (Siikjärvi, 2026) .....	18
Kuva 20. Tech Pack Patakinnas yksityiskohdat ja vuori (Siikjärvi, 2026).....	19
Kuva 21. Tech Pack Patakinnas hoitolappu (Siikjärvi, 2026).....	20
Kuva 22. Tech Pack Patakinnas mittataulukko (Siikjärvi, 2026) .....	21
Kuva 23. Tech Pack Patakinnas materiaalitulukko (Siikjärvi, 2026).....	22
Kuva 24. Kangaskassi tasokuvat (Siikjärvi, 2026) .....	23
Kuva 25. Esiliina tasokuvat (Siikjärvi, 2026).....	24
Kuva 26. Maustekori tasokuvat (Siikjärvi, 2026).....	25

## Liitteet

Liite 1. Aineistohallintasuunnitelma

# 1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on maatilayrityksen oheistuotteiden suunnittelu. Tilalla on pieni myymälä, johon toivotaan lihatuotteiden lisäksi myytäviksi sopivia käsityötuotteita. Aihe sopii opinnäytetyökseeni, koska tulevaisuuden suunnitelmissani on perustaa oma yritys, jossa voin jatkossa tehdä näitä tuotteita.

Työssä tutkitaan, minkälaisia tuotteita samantyyppisillä maatilamyymälöillä on myytävänä. Tuotetarjontaa vertaillaan ja samalla ideoidaan tilaajayritykselle sopivia tuotteita. Suunnittelun pohjaksi, tilalle määritellään asiakasprofiili, jonka tarpeet huomioidaan tulevissa tuotteissa.

Tilaajayritys toivoo tuotteiden visualisen ilmeen olevan sopiva tilan toimintaan, joten tuotteiden valmistamiseen suunnitellaan kangaskuosi, joka sopii yrityksen ilmeeseen. Tilalla ei kuitenkaan vielä ole valmista värimaailmaa, joten osa tätä työtä on brändivärikartan luominen.

Keskeisinä käsitteinä tässä työssä ovat brändivärikartta, aksenttivärikartta, tech-pack, Reko sekä maatilamyymälä. Nämä käsitteet avataan opinnäytetyössä, jotta lukijan on helppo ymmärtää käsitteitä koskevat asiat. Opinnäytetyön tutkimusongelmana on ottaa selvää, minkälaiset käsityötuotteet voisivat toimia Suopellon tilan luomulihan myynnin oheismyyntituotteina. Tämän lisäksi tarkastellaan millaisia käsityötuotteita maatilamyymälöissä ja käsityöliikkeissä yleisesti myydään ja minkälainen brändivärikartta luomutilalle sopii. Tästä muodostettiin opinnäytetyön kysymyksenasettelu.

## 2 Tutkimusasetelma

Tutkimusasetelmassa kerrotaan aiheen valinnasta sekä rajauksesta. Asetelmassa määritellään tavoitteet ja avataan kysymyksenasettelua. Lisäksi kerrotaan keskeisistä käsitteistä sekä käydään työn eteneminen läpi viitekehyksen ja prosessikaavion avulla.

### 2.1 Aiheen valinta ja rajaus

Otin opinnäytetyöni aiheeksi maatilayrityksen oheistuotteiden suunnittelun koska omalla kotitilallani on pieni myymälä, johon toivotaan lihatuotteiden lisäksi myytäviksi sopivia käsityötuotteita. Aihe sopii opinnäytetyökseeni, koska tulevaisuuden suunnitelmissani on perustaa oma yritys, jossa voin jatkossa tehdä näitä tuotteita.

Opinnäytetyö rajautuu malliston suunnitteluun. Työhön ei sisälly prototyyppien tekeminen. Myös valmiin malliston toteuttaminen rajautuu opinnäytetyön ulkopuolelle. Malliston jatkototeutus tulee olemaan tulevaan yritystoimintaan kuuluvaa työtä ja mallistoa voidaan jatkossa laajentaa tilaajayrityksen tarpeiden mukaisesti.

## 2.2 Tavoitteet

Tavoitteena on suunnitella tilaajayritykselle yrityksen imagoon sopivia oheismyyntituotteita lihatuotteiden myynnin rinnalle. Oheismyyntituotteiden avulla tilamyyntilästä voisi ostaa esimerkiksi tuliaisiksi tai lahjoiksi sopivia kankaisia tuotteita. Opinnäytetyön tuloksena on suunnitelmat mallistosta, joka hyväksytetään tilaajayrityksellä.

Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena on luoda yritykselle brändiväripaletti, jonka värimaailman mukaan suunnitellaan mallisto. Brändiväripaletin luomisessa huomioidaan vertailuyritysten värimaailmaa sekä tilaajayrityksen tähän asti käyttämä mainoskuva.

## 2.3 Kysymyksenasettelu

Opinnäytetyön pääkysymys on:

Minkälaiset käsityötuotteet sopivat Suopellon tilan luomulihan myynnin oheismyyntituotteiksi?

Alakysymyksinä tässä opinnäytetyössä ovat:

- Minkälaisia ovat maatilamyyntiläissä myytävät oheistuotteet?
- Minkälainen brändivärikartta sopii luomutilalle?

Kysymyksiin etsitään pohjatietoa perehtymällä aiheeseen liittyvään teoriaan. Tämän lisäksi aineistonhankintamenetelmänä käytetään muun muassa vertailututkimusta eli selvitetään minkälaisia oheismyyntituotteita muut vastaavanlaiset yritykset myyvät. Aineistosta saadaan ideoita tuotteiden suunnitteluun. Lopputuotteena saadaan suunnitelma myyntituotteiden toteuttamiseksi.

## 2.4 Opinnäytetyössä esiintyviä käsitteitä

Brändivärikartta: Väripaletti väreistä, joita yritys voi käyttää brändin visuaalisessa ilmeessä kuten tuotteissaan sekä mainoksissa.

Aksenttivärikartta: Väripaletti korosteväreistä, joilla voidaan tuoda huomiota johonkin yksityiskohtaan.

Tech Pack: Tekninen tietopaketti, jonka avulla ompelija voi valmistaa tuotteen.

Reko: Lähiruokaverkosto, jossa kuluttajat ostavat ruokaa suoraan tuottajilta yleensä Facebook ryhmän kautta.

Maatilamyymälä: Maatilan yhteydessä toimiva myymälä, jossa voi myydä tuotteita suoraan kuluttajille ilman välikäsiä.

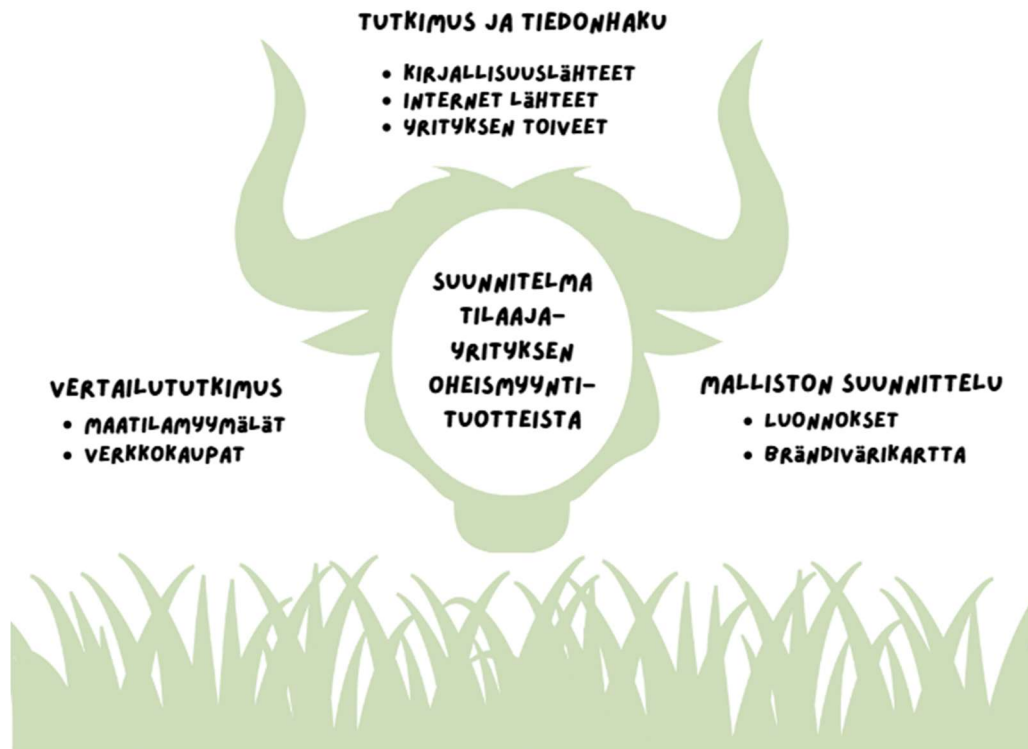
## 2.5 Viitekehys

Viitekehyksessä (kuva 1.) keskiössä oleva härän pää kuvastaa maatilalla myytävää härän lihaa, jonka rinnalla tullaan myymään tässä työssä suunniteltuja oheismyyntituotteita. Pään sisälle on kuvailtu opinnäytetyön aihe. Opinnäytetyössä tehdään suunnitelma tilaajayrityksen oheismyyntituotteista. Opinnäytetyön tutkimustyö alkaa aiheeseen liittyvällä tiedonhaualla. Lähteinä käytetään kirjallisuutta, internetiä sekä kuullaan tilaajayrityksen toiveita.

Ideoita suunnitteluun saadaan tekemällä vertailututkimusta. Tietolähteenä vertailututkimuksessa ovat muut maatilamyymälät sekä käsityötuotteita myyvät verkkokaupat. Vertailututkimuksessa pyritään löytämään luomutilalle sopivia tuotteita.

Tiedonhaun ja vertailututkimuksen jälkeen siirrytään malliston suunnitteluvaiheeseen. Suunnittelun yhteydessä luodaan yritykselle brändivärikartta, jota yritys voi jatkossa hyödyntää tarpeisiinsa. Brändivärikartta toimii myös malliston kuosin suunnittelun pohjana. Malliston suunnittelun lopputuloksena tehdään luonnokset, jotka hyväksytetään tilaajayrityksellä.

Kuva 1. Viitekehys (Siikjärvi, 2025)



### 3 Suopellon tila

Tilaaajayritykseni on Suopellon tila. Maatila sijaitsee Varsinais-Suomessa Somerolla ja tilalla kasvatetaan Suomessa harvinaista Irish Dexter minilihakarjaa. Irish Dexter nautakarjatilaja on Suomessa vain muutamia. Tilalla on ollut vuodesta 2018 asti luomutuotantoa (Suopellon tila, 2026). Nykyisin tilalla on mininautoja noin 45 kappaletta, mutta tarkoituksena on laajentaa lihakarjan määrää tulevaisuudessa.

Tilalla on nautojen lisäksi myös kaksi hevosta ja kotitarvekanala. Uusien asiakkaiden tullessa kesällä tilalle, on asiakkailta mahdollisuus käydä katsomassa eläimiä ja samalla tilan yrittäjä kertoo mininautakarjan kasvattamisesta ja erikoislihan ominaisuuksista. Suopellon tilalla maatilayrittäjyys on sivutoimista ja tilan molemmat omistajat käyvät tilan töiden ohella tilan ulkopuolella työssä, joten tilan eläinten esittelylle ja tilamyymälän avoinna pitämiseen ei aina ole mahdollisuutta.

Tila sijaitsee Varsinais-Suomessa Salon ja Someron välisen päätien varrella, joten liikennettä tiellä on paljon ja asiakkaiden on helppo asioida tilamyymälässä. Tämä helpottaa myös tilan tuotteiden markkinoinnissa. Tilalla on omat kotisivut, jossa tilasta kerrotaan sekä ilmoitetaan myytävänä olevista tuotteista. Lisäksi tilalla on Facebook- sekä Instagram- tilit, joilla markkinointia toteutetaan ja kerrotaan tilan toiminnasta. Koska

tilamyymälä ei ole päivittäin auki, on kotisivujen ylläpito tärkeää ja jatkossa olisikin tarkoitus laajentaa myyntiä kotisivuille tehtävän verkkokaupan avulla.

Tila myy kaikki luomulihat tuotteensa suoramyyntinä tilan omassa myymälässä sekä Reko-jaoissa suoraan kuluttajille. Oma myymälä sijaitsee maatalan piha-alueella ja asiakkaiden tullessa pihalle, on myymälään hyvä näkyvyys. Tila on pieni, joten kovin isoa myyntituotteiden määrää myymälässä ei voi olla kerralla, mutta kuitenkin riittävästi sekä liha- että käsityötuotteiden myyntiin.

## 4 Asiakasprofiili

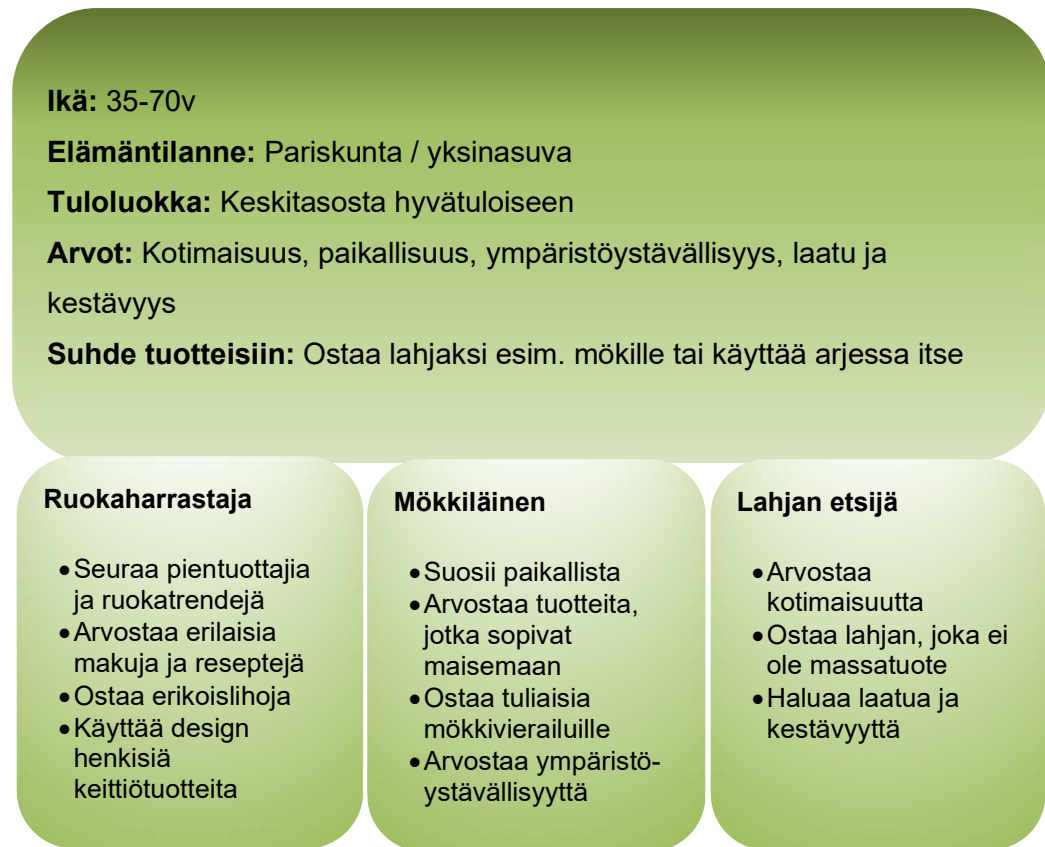
Asiakasmarkkinat toimivat yrityksen liiketoiminnan lähtökohtana (Haapanen ym. 2004 s. 94). Suopellon tila on tähän asti myynyt vain lihaa, mutta jatkossa sen lisäksi myös käsityötuotteita. Jotta liiketoiminnan asiakasmarkkinointi onnistuisi jatkossa, maatilayrityksen toiminta-ajatukseen tulee muotoilla asiakasprofiili, jossa huomioidaan sekä lihan että myös käsityötuotteiden ostajat. Asiakasprofiilin luominen on tärkeää myös, kun ryhdytään suunnittelemaan lihamyynnin rinnalle toteutettavia käsityötuotteita.

Asiakasprofiililla tarkoitetaan tietyn ryhmän kuvausta. Suunnittelutiedon pohjaksi tulee tietää asiakasprofiili, jolle suunniteltava tuote kohdistetaan. Profiloinnin avulla saadaan tietoa ja ymmärrystä asiakkaan tarpeista. Onnistunut asiakasprofiili toimii apuna tuotteen ideoinnissa. (Tuulaniemi 2011 s.154).

Lähdin pohtimaan tuleville tuotteilleni asiakasprofiilia nykyisten asiakkaiden profiloinnista lähtien. Tilan myymälässä myydään nyt pelkkiä lihatuotteita. Lihatuotteet ovat luomua ja erikoisrotua, mikä näkyy myös asiakaskunnassa. Nykyisellään asiakasprofiili sisältää ostajaryhmän, joka arvostaa luonnonmukaisesti tuotettua lihaa sekä erikoislihaa. Asiakkaat ovat löytäneet lihatuotteet joko tilan kotisivujen kautta tai sitten lähipiiriltä saadun viestin kautta. Tuotteet ovat tulleet tutuiksi myös lähipaikkakuntien Reko-jaoissa, jota kautta sana on levinnyt Reko-rinkien ulkopuolellekin. Asiakkaat ovat suurelta osin paikkakuntalaisia, jotka arvostavat paikallista tuotantoa, mutta varsinkin kesäaikana myös mökkiläiset käyvät tilamyymälässä ja samalla haluavat nähdä tilan eläimiä.

Tein Suopellon tilalle asiakasprofiilin (kuva 2.), jossa on kerrottu, minkälaiset asiakkaat ostavat tilan tuotteita nyt ja huomioon profiloinnissa lisänä myös tulevaisuuden valikoiman. Profiilia tehdessä mietin ostajan ikää, elämäntilannetta, tuloluokkaa, arvoja ja suhdetta tuotteisiin. Lisäksi mietin kolme erilaista malliostajaa, joita ovat ruokaharrastaja, mökkiläinen ja lahjan etsijä.

Kuva 2. Suopellon tilan asiakasprofiili (Siikjärvi, 2025)



## 5 Vertailututkimus

Saadakseni ideoita, minkälaisia myyntituotteita maatilän myymälässä voisi myydä, tein vertailututkimusta. Vertailututkimuksessa etsin suomalaisia sekä muualla maailmassa olevia maatilamyymälöitä. Lisäksi etsin ideoita muista käsitöistä myyvistä verkkokaupoista. Tein vertailututkimusta etsien tietoa internetistä käyttäen hakusanoina maatilamyymälöihin ja käsityötuotteisiin liittyviä hakusanoja. Vertailussa on tarkoitus selvittää, minkälaiset tuotteet ovat tällä hetkellä suosittuja.

### 5.1 Suomalaiset maatilamyymälät

Suomalaisissa maatilamyymälöissä myytävät tuotteet ovat yleisesti ottaen joko maatilalla tuotetuista materiaaleista tehtyjä tai tuotteita, jotka sopivat yrityksen imagoon. Esimerkiksi Urpolan tilapuodissa (Urpolan tila, 2025) suurin osa tuotteista on lähtöisin tilalla kasvatetuista lampaista. Tilaajayrityksellä ei tätä mahdollisuutta ole koska esimerkiksi naudat nahkaa ei ole tilalla hyödynnetty. Urpolan tilapuodissa on kuitenkin muun muassa kankainen kangaskassi (kuva 3.) jossa on yrityksen logo. Tämän tyyppinen myytävä tuote on käytännöllisyyden lisäksi hyvä mainos yritykselle.

Kuva 3. Urpolan tilan kangaskassi (Urpolan tila, 2025)



Toiseksi vertailukohteeksi valitsin Tiluksilla nimisen verkkokaupan (Tiluksilla, 2025). Tilalla myydään erilaisia tuotteita, joissa on käytetty kuvia tilan eri eläimistä. Tekstiilituotteista löytyy esimerkiksi kukkaroita, narureppuja ja kangaskasseja. Esimerkiksi lehmäkuvalla tehdyn narurepun (kuva 4.) voi ajatella olevan trendikäs ja hyvin myyvä, koska oli verkkokaupasta loppuunmyyty. Sivuston tuotteiden arvoa nostaa se, että tuotteissa on merkinnät (kuva 5.) suomalaisuudesta.

Kuva 4. Tiluksilla narureppu (Tiluksilla, 2025)



Kuva 5. Suomalaisuus merkintä (Tiluksilla, 2025)



Nautatilojen verkkokaupoista oli vaikeampaa löytää oheismyyntituotteita. Tahlon maatalan verkkokaupasta (Maatila Tahlo, 2025) löytyi maatalan ylämaan karjaa mainostavia pipoja (kuva 6.). Maatila on luonut brändiinsä logon, joka on painettu tuotteisiin. Monet verkkokaupoista myytävistä tuotteista ovat kesäisiä, mutta pipoja voi myydä myös talviaikaan.

Kuva 6. Tahlo pipo (Maatila Tahlo, 2025)



## 5.2 Nautatilojen tilamyymälät maailmalla

Ulkomaiden vertailukohteita etsin aluksi Irish Dexter hakusanoilla, mutta tällä hakusanalla oli vaikea löytää oheismyyntituotteita. Löysin kuitenkin yhden tätä rotua edustavan tilan Waveney Dexter Beef (Waveney Dexter Beef, 2025), joka myy erilaisissa tapahtumissa yrityksen logolla painettuja tuotteita, kuten lippalakkeja (kuva 7.) ja t-paitoja.

Kuva 7. Dexter lippalakki (Waveney, 2025)



Toiseksi ulkomaalaiseksi vertailukohteeksi valitsin Copenagh Farm maatilan, jossa myydään japanilaista Wagyu naudanlihaa. Heidän sivuillaan on paljon erilaisia tuotteita. Tekstiilituotteista esimerkkinä esiliina (kuva 8.), joka sopisi lihatuotteiden rinnalla myytäväksi varsinkin grillikautena.

Kuva 8. Copenagh esiliina (Copenagh Farm, 2025)



### 5.3 Käsityömyymälät

Maatilamyymälöiden lisäksi otin vertailukohteiksi käsityö myymälöitä. Valitsin myymälöitä, joiden tuotevalikoimassa olisi maatilamyymälän oheistuotteiksi sopivia tuotteita. Maatilan yhteydessä myydä muun muassa sisustukseen ja keittiöön tai grillaamiseen liittyviä tuotteita. Käsityömyymälä Kui Designin (Kui Design, 2025) valikoimasta löytyy esimerkiksi patakintaita (kuva 9.) ja pannulappuja, jotka on kuositettu eläinaiheisesti. Turkulaisena yrityksenä myymälä myy Turku aiheisia pellavapyyhkeitä (kuva 10.). Tuotteiden myynnissä onkin hyvä huomioida asiakasprofiili. Turku pyyhe on varmasti myyvä tuote Turussa, ja koira aiheiset patalaput sopivat koirista pitävään asiakasprofiiliin. Kuosia suunnitellessa tulee ottaa huomioon yrityksen kohderyhmä.

Kuva 9. Kui Design patalaput (Kui Design, 2025)



Kuva 10. Kui Design pyyhe (Kui Design, 2025)



Monet käsityöliikkeet myyvät tuliaisiksi sopivia leipäkoreja. Yhtenä esimerkkinä käsityönä tehdystä pöydälle sopivasta korista (kuva 11.) löysin mallin Finnish Design Shopista (Finnish Design Shop, 2025). Tämän tyyppiin leipäkoreihin voi laittaa erilaisia tuliaistuotteita saunashampoista leivontatuotteisiin.

Kuva 11. Finnish Design Shop kori (Finnish Design Shop, 2025)



Viimeisenä vertailukohteena valitsin yrityksen Pikkupuoti Oy. Heidän tuotteilleen on myönnetty sekä Design from Finland - että myös Sauna from Finland – merkit (Pikkupuoti, 2025). Heidän tuotevalikoimastaan tähän vertailuun valitsin laudeliinan (kuva 12.).

Kuva 12. Pikkupuoti laudeliina (Pikkupuoti, 2025)



## 6 Malliston suunnittelu

Malliston suunnittelun pohjatietona toimi vertailututkimuksessa saadut tuotemallit. Vertailututkimuksessa saatiin tietoa vain niistä tuotteista, joita myytiin internet sivustoilla. Maatiloilla voi silti olla pieniä tilamyymälöitä, joista ei internetissä ole mainintaa, joten kovin kattavaa tietoa tarjolla olevista tilamyymälätuotteista ei tällä tavoin saanut. Jonkinlaisen yleiskuvan tuotteista kuitenkin sai ja tämän pohjalta aloitin tuotteiden suunnittelun.

### 6.1 Malliston ideointi

Aloitin malliston ideoinnin luomalla moodboardin (Kuva 13.) käyttämällä tilan nykyistä värimaailmaa sekä kuunnellen tilaajan toiveita kuosiin ja mallistoon liittyen. Värimaailma syntyi jo tilalla käytössä olevasta mainoskuvasta ja työssä myöhemmin lisäksi tulleista korosteväreistä. Tilaajan toiveena oli, että värit olisivat luonnonläheisiä.

Kuva 13. Moodboard (Siikjärvi, 2025)



### 6.2 Värikartat

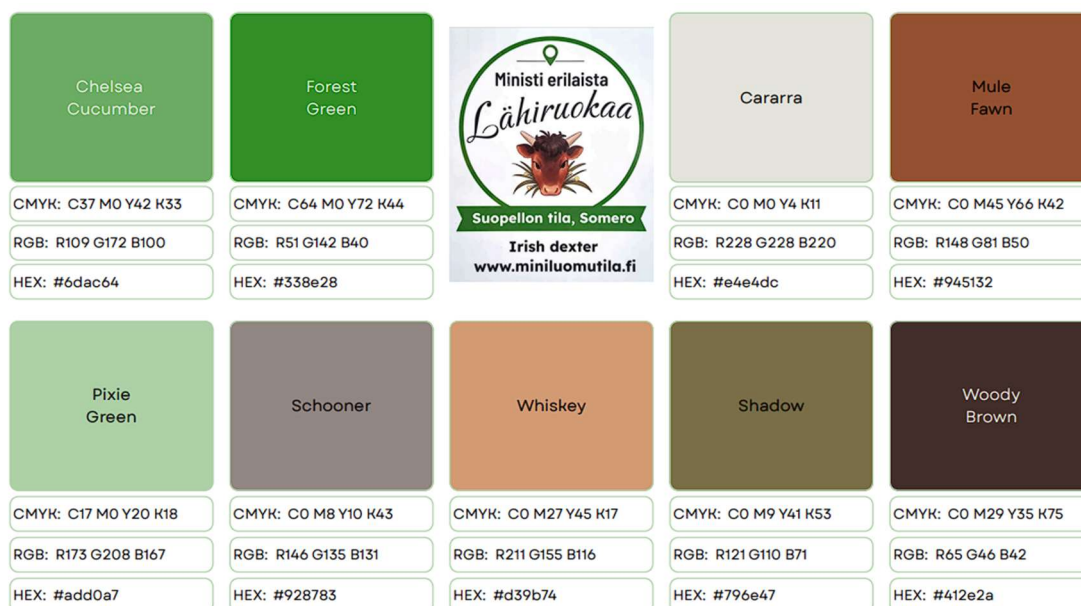
Kirjassa *Ilme: Visuaalisen identiteetin johtaminen* (Pohjola 2003, s.137) kerrotaan, että jos yrityksen käytössä on jo olemassa vakiintuneita värejä, tulisi niitä hyödyntää yrityksen värimaailmaa suunnitellessa. Tilaajayritys on jo pitkään ilmoittanut sosiaalisessa mediassa

tuotemyyntejään itse toteuttamallaan mainoskuvalla, joka on tullut asiakkaille tutuksi, joten tilaajayrityksen toiveesta kuosin värimaailma poimitaan yrityksen käyttämästä mainoskuvasta. Tästä syntyy yritykselle jatkossa käytettävä brändivärikartta.

Brändivärikartta on osa yrityksen graafisen suunnittelun ohjeistusta, mutta tässä opinnäytetyössä rajaudutaan tekemään pelkästään brändivärikartta (kuva 14.), jota yritys voi hyödyntää haluamallaan tavalla. Värit poimittiin valmiista mainoskuvasta käyttämällä ImageColorPicker.com sivustoa. Sivustolta saatiin RGB, CMYK ja HEX arvot. Näitä arvoja käyttämällä värit pysyvät jatkokäytössä samoina eikä niitä valita silmämääräisesti.

Brändivärikartan rinnalle loin aksenttivärikartan (kuva 15.), jossa on uusia värejä sekä muunneltuja värejä varsinaisesta värikartasta. Näin sain laajennettua väripalettia ja toin lisää mahdollisuuksia kuosien käyttöön.

Kuva 14. Brändivärikartta (Siikjärvi, 2025)



Kuva 15. Aksentivärikartta (Siikjärvi, 2026)

Stone Walkway	Yellow Cattleya	Radiant Sunrise	Celestial Whisper
CMYK: 0, 2, 11, 30	CMYK: 0, 5, 69, 1	CMYK: 0, 19, 87, 7	CMYK: 0, 0, 0, 0
RGB: 178 175 158	RGB: 253 241 78	RGB: 236 192 31	RGB: 255 255 255
HEX: #b2af9e	HEX: #fdf14e	HEX: #ecc01f	HEX: #ffffff
Pink Elephants	Tokyo Underground	Calamansi Green	Obsidian Nocturne
CMYK: 0, 38, 5, 0	CMYK: 2, 0, 11, 5	CMYK: 6, 0, 39, 20	CMYK: 0, 0, 0, 100
RGB: 255 159 241	RGB: 237 243 216	RGB: 192 205 126	RGB: 0, 0, 0
HEX: #ff9ff1	HEX: #edf3d8	HEX: #c0cd7e	HEX: #000000

<https://imagecolorpicker.com/color-code/6dac64>

### 6.3 Materiaalit

Materiaalit valitaan asiakasprofiiliin (kuva 2.) mukaisesti. Asiakasprofiiliin määritellyistä arvoista materiaalivalinnassa ovat ympäristöystävällisyys ja kestävyys. Arvot täyttäviä materiaaleja ovat esimerkiksi pellava ja puuvilla. Kirjassa sisustajan ompeluopas kerrotaan pellavakankaan olevan hyvin kestävä, se on luonnonkuidusta valmistettua, joten se täyttää ympäristöystävällisyys kriteeriin (Owen, 2012. s.15). Edullista ja helposti käsiteltävää materiaalia olisi puuvilla mutta ympäristö arvoiltaan sen ei voi sanoa olevan arvoihin sopiva. Korvaavana vaihtoehtona voisi olla luomupuuvilla, joka on luonnon mukaisesti tuotettua. Malliston suunnittelussa halutaan huomioida myös tilalla jo olemassa olevia vanhoja puuvilla ja pellavakankaita.

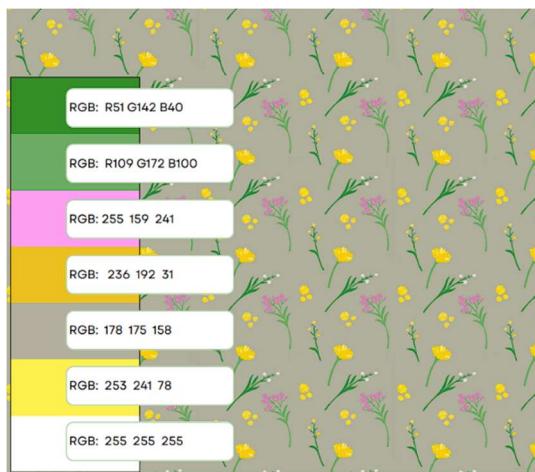
### 6.4 Kuosin suunnittelu

Vertaillessani tarjolla olevia tuotteita tarkastelin myös kankaiden kuoseja, jotta saisin ideaa tilalle sopivan kuosin suunnitteluun. Kuoseissa olisi hyvä käyttää kuvioita, jotka jollakin tapaa sopisivat tilalle. Kuosissa tulisi myös huomioida brändivärikartan värit. Yhtenä ajatuksena tuli, että kuosissa olisi niitä kasveja, joita naudat syövät.

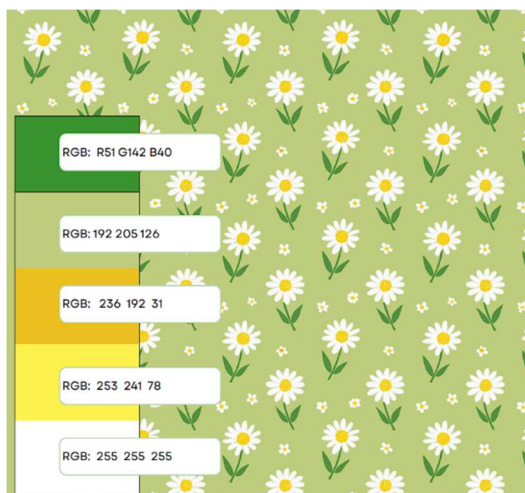
Suunnittelin Adobea käyttäen 2 erilaista printtikuosia, joita olisi tarkoitus hyödyntää suunnittelemissani tuotteissa. Kuosien väreinä käytin yrityksen brändivärikarttaa sekä luomaani aksenttivärikarttaa. Kuosit ovat muunneltavissa eri väreihin ja sävyihin, ja yhdistelmiä voi vaihtaa käytön mukaan, joten mahdollisuuksia eri lopputuloksiin löytyy.

Ensimmäinen printtikuosi (kuva 16.) sisältää erivärisiä kukkia ja kasveja ja pohja on pellavaa, joka kuvaa luonnollista tunnelmaa. Vaaleanpunaisilla ja keltaisilla kukilla saatiin eloisuutta ja värikkyyttä. Toisessa kuosissa (kuva 17.) valkoiset kukat ja vaaleanvihreä pohja kuvastaa kesää ja laitumia, joilla lehmät laiduntavat.

Kuva 16. Printtikuosi pellava (Siikjärvi, 2026)



Kuva 17. Printtikuosi vihreä (Siikjärvi, 2026)



Valitsin tilaajayrityksen kanssa kuosikankaan mahdolliseksi painopaikaksi TISKA Fabrics (TISKA by Tekstina n.d.) kankaanpainajan. Valmiin kuosimallin voi ladata TISKA:n

sivustolle ja kankaan, johon kuosi painetaan, voi valita heidän tuotekategoriastaan. Kankaana voisi olla esimerkiksi puuvilla tai pellava sekä niiden sekoite.

## 6.5 Tuotesuunnittelun lähtökohdat

Tein vertailututkimusta saadakseni ideoita, minkälaisia tuotteita maatilan lihamyymälän yhteydessä voisi olla tarjolla. Useimmat yritykset myivät kaikille tuttuja pannulappuja, patakintaita, pyyhkeitä, lippalakkeja ym. Yritin etsiä jotain vähän erikoisempaa kuten grillipöydälle helposti mukaan otettavaa kankaista maustekoria. Tämän tyyppisiä koreja en onnistunut löytämään, mutta esimerkiksi sellainen voisi olla hyvä tuote lihamyynnin yhteyteen.

Tuotteiden suunnittelun lähtökohtana oli asiakasprofiili, tehty vertailututkimus sekä maatilayrityksen arvot kuten tuotteiden pitkäikäisyys ja ympäristöarvot. Yhtenä ajatuksena tuotteiden suunnittelussa oli, että tuotteiden tulisi olla kestävä kehityksen mukaisia ja käyttökelpoisia, jotta ostetut tuotteet eivät kulkeutuisi turhana jätteenä roskikseen.


## 6.6 Tuotemallisto

Mallituotteiksi suunnittelin nyt aluksi 4 tuotetta ja tein jokaisesta tasokuvat ja mittasuunnitelmat, jotta niitä on helpompi lähteä työstämään valmiiksi tuotteiksi jatkossa. Käytin suunnittelussa Adobe Illustratoria ja suunnitelmiin liitin yhden mallikuvat jokaisesta käyttäen suunnittelemani printtejä sekä väriyhdistelmiä. Lähdin heti tekemään tasokuvia, koska se auttoi minua hahmottamaan kokonaiskuvaa paremmin. Tuotteissa pyrin tuomaan esille käyttötarkoitusta ja luomaan niistä käytännöllisiä sekä tilan imagoon sopivia. Samalla pohdin, minkälaiset tuotteet sopisivat kullekin asiakasprofiilille ja tarkastelin, minkälaisia tuotevaihtoehtoja vertailututkimuksessa tuli esille.

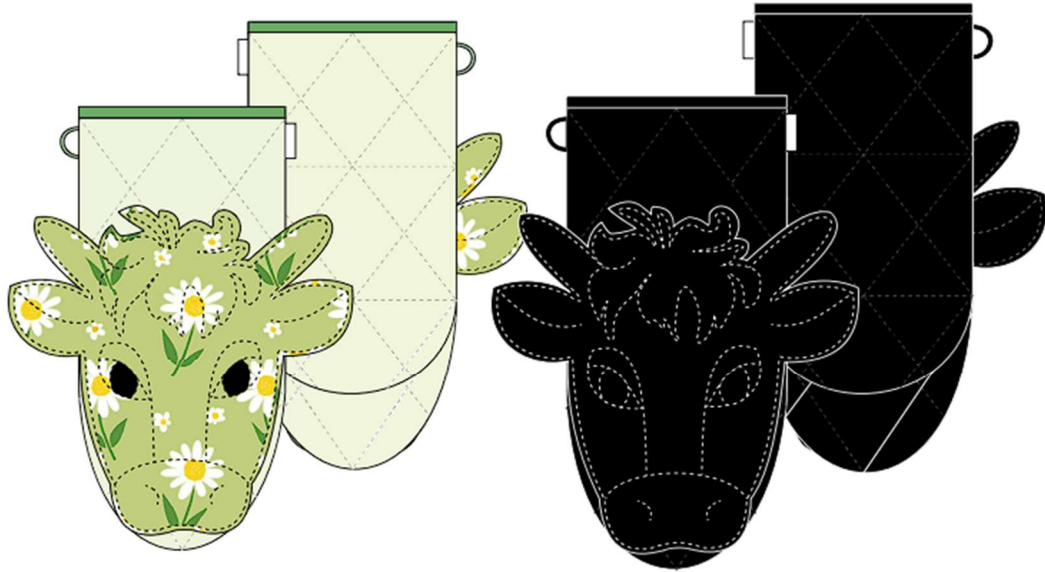
Yhtenä asiakasprofiilina on lahjan etsijä. Tämä asiakas haluaa tuotteen, joka ei ole massatuote, on kotimainen sekä laadukas ja kestävä. Vertailututkimuksessa esimerkiksi Kui Designin (kuva 9) tuotevalikoimasta löytyi patalappuja ja patakintaita. Heidän tuotteissaan oli käytetty eläinprinttiä ja siitä sain omalle tuotteelleni ideoita. Lahjan etsijä profiilia ajatellen suunnittelin ensimmäisenä tuotteena lahjatuotteeksi sopivan patakintaan, jonka päällä on härän pää, jonka suu osoittaa alaspäin ikään kuin se haukkaisi suullaan kiinni astiasta, kun kinnasta käyttää. Esimerkkien väri vaihtoehtoina käytin vihreäpohjaista kuosia ja asiakkaan pyynnöstä tein myös kokomustan version. Kinnas valmistettaisiin siten että häränpää tikataan ensin omalle kankaalle ja sen jälkeen yhdistetään itse kinnas osaan, joka kootaan kuvion kiinnittämisen jälkeen. Tähän tuotteeseen tein myös tekniset

suunnitelmat, jossa näkyvät mitat ja tuotteen tiedot tarkemmin. Ensimmäisessä teknisten suunnitelmien kuvissa on patakintaan tuotekuva (kuva 18.), jossa on kuvattu tuotteiden ulkonäkö värivaihtoehtoineen. Toisessa kuvassa (kuva 19.) kuvataan ja nimetään patakintaan eri osat. Kolmannessa kuvassa (kuva 20.) kuvataan tuotteen yksityiskohta ja vuoriosat. Neljännessä kuvassa (kuva 21.) kuvaillaan tuotteen brändäys-hoitolappu. Tuotteen mitat näkyvät viidennessä kuvassa (kuva 22.) ja kokoja on vain yksi. Materiaalivalinnat on merkitty taulukkoon kuudenteen kuvaan (kuva 23.).

Kuva 18. Tech Pack Patakinnas tuotekuva (Siikjärvi, 2026)

	Item no. 1	Style: Oven mitten/Patakinnas
	Spring Summer 2026	Sizes: onesize      Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026

COLOR COMBO SKETCHES & VERSION HISTORY:




★ Sample color

R=108 G=172 B=100	R=240 G=245 B=221		R=35 G=31 B=32
-------------------------	-------------------------	---	----------------------

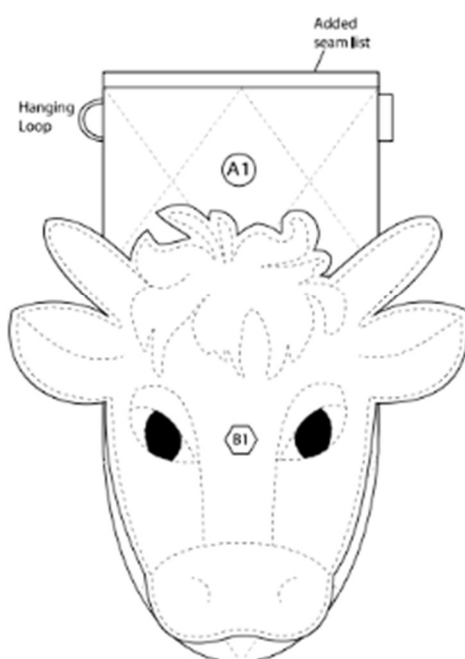
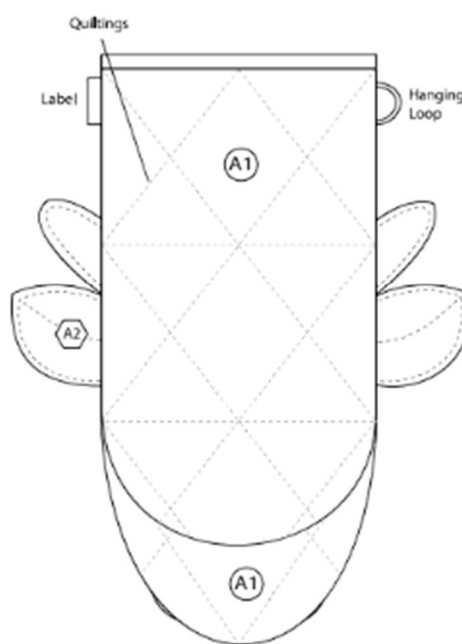
VERSION #	DATE	PERSON	PAGES	STATUS
1.0	10.2	Meri	ALL	Document Creation

Kuva 19. Tech Pack Patakinnas kuorikuvat (Siikjärvi, 2026)

	Item no. 1	Style: Oven mitten/Patakinnas
	Spring Summer 2026	Sizes: onesize      Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026


**SHELL:**

SHELL MATERIAL: ○ = A1  
 EMBROIDERY PIECE: ⬡ = B1




**FRONT****BACK****COMMENTS:**

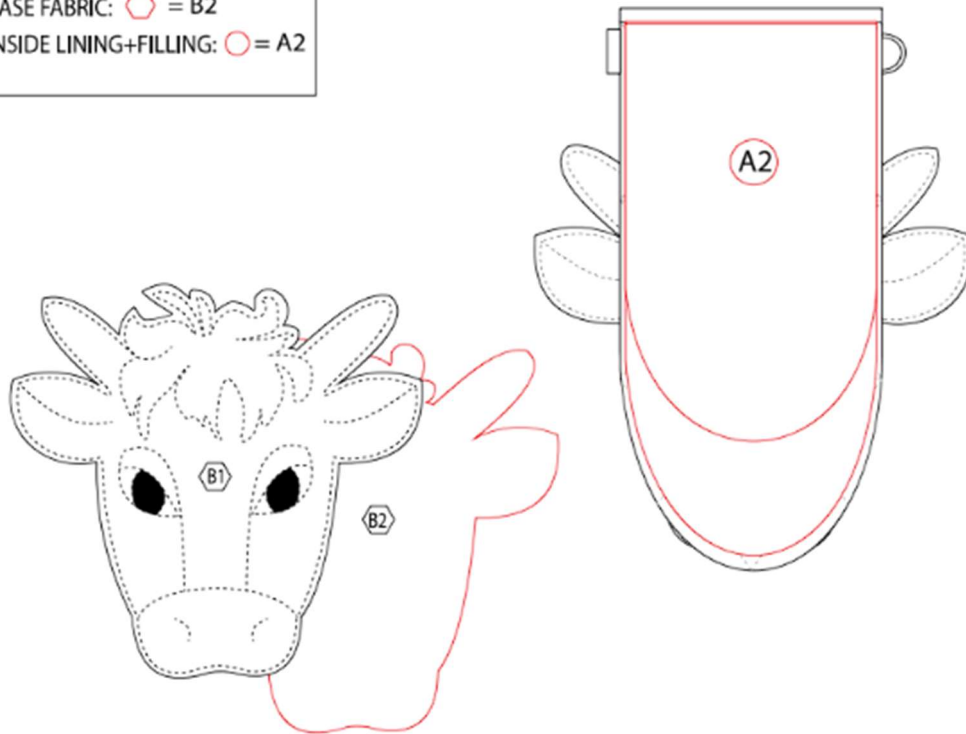
Embroidered piece is attached to the mitten  
 Kirjalitu osa on kiinnitetty kintaaseen

Kuva 20. Tech Pack Patakinnas yksityiskohdat ja vuori (Siikjärvi, 2026)

	Item no. 1	Style: Oven mitten/Patakinnas	
	Spring Summer 2026	Sizes: onesize	Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026	

**DETAILS:**


EMBROIDERY PIECE:  = B1  
 BASE FABRIC:  = B2  
 INSIDE LINING+FILLING:  = A2

**COMMENTS:**

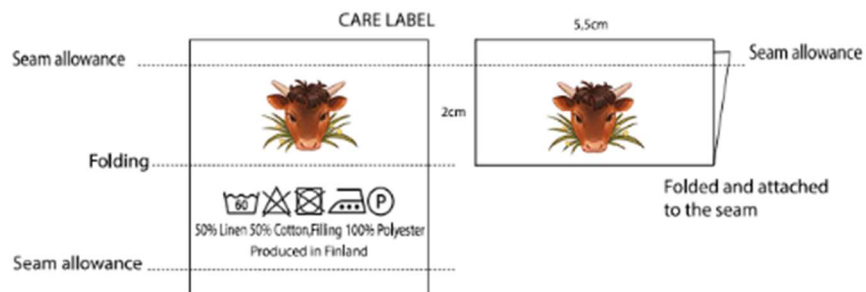
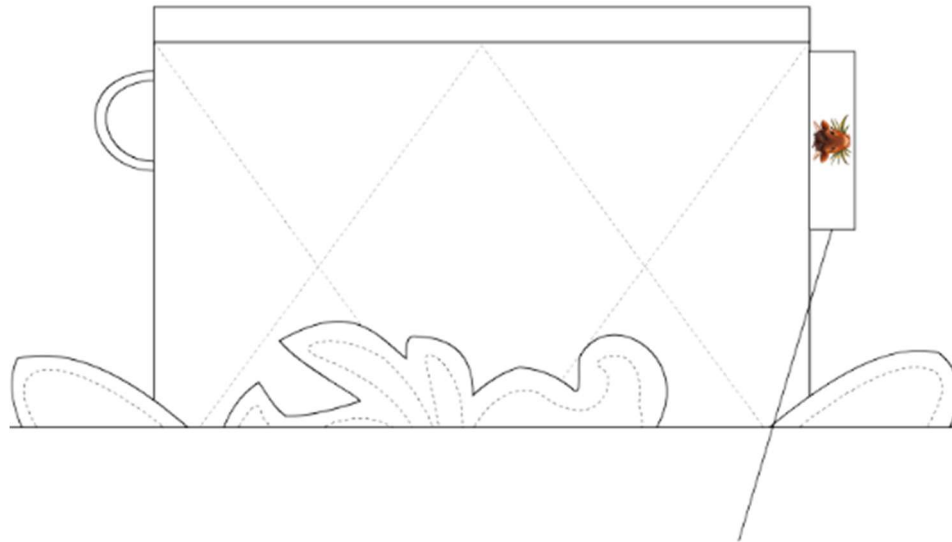
Kirjailu tehdään kaksinkertaiselle kankaalle. Se kiinnitetään osittain kintaan päällimmäiseen kangaskerrokseen ennen kuin kinnas kootaan.

The embroidery is made on double-layered fabric. It is partially attached to the outer layer


Kuva 21. Tech Pack Patakinnas hoitolappu (Siikjärvi, 2026)

	Item no. 1	Style: Oven mitten/Patakinnas
	Spring Summer 2026	Sizes: onesize      Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026

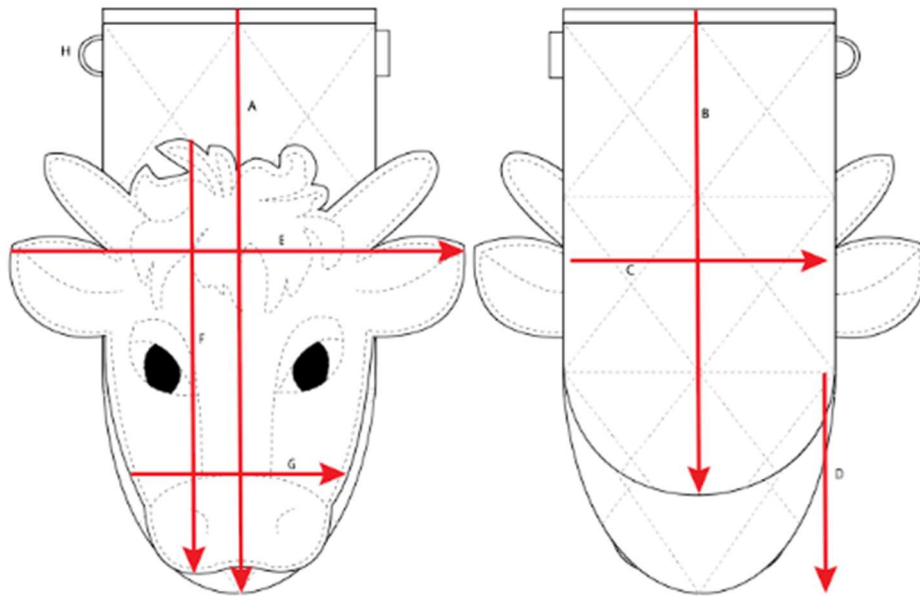
## LABELING:



Kuva 22. Tech Pack Patakinnas mittataulukko (Siikjärvi, 2026)

	Item no. 1	Style: Oven mitten/Patakinnas
	Spring Summer 2026	Sizes: onesize      Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026


## MEASUREMENT TABLE:



0

MITTEN								
A - Lenght Front	30							
B - Lenght Back	25							
C - Width	16							
D - Grip piece	25							
EMBROIDERY PART								
E - Lenght	20							
F - Width	22							
G - Lower width	12							
H- Hanging loop	10							

Kuva 23. Tech Pack Patakinnas materiaalitalukko (Siikjärvi, 2026)

	Item no. 1	Style: Oven mitten/Patakinnas
	Spring Summer 2026	Sizes: onesize      Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026

SHELL MATERIAL: ○ = A1  
 LINING MATERIAL: ○ = A2  
 EMBROIDERY PIECE: ○ = B1  
 BASE FABRIC: ○ = B2


FABRICS 1/2	INFO	COLOURS	NOTES
A1: Shell A2: Lining +filling	Cotton /Linen Cotton+polyester	Pattern, brand colours, black white	
FABRICS 2/2	INFO	COLOURS	NOTES
B1: Embroidery fabric B2: Base fabric	Cotton/Linen Cotton	Pattern, brand colours, black Pattern, brand colours, black	
THREADS	INFO	COLOURS	NOTES
SEWING THREAD TOP STITCHING THREAD		tone to tone tone to tone	
	INFO	COLOURS	NOTES
LABELS, HANGLLOOP	INFO	COLOURS	NOTES
Label Hangloop	Polyester Cotton	brand colours tone to tone	

PAGE 6

Toisena asiakasprofiilina on mökkiläinen, joka arvostaa ympäristöystävällisyyttä, suosii paikallista, arvostaa tuotteita, jotka sopivat maisemaan sekä sopivat tuliaisiksi mökkivierailulle. Edellä mainittu patakinnas sopii myös tähän asiakasprofiiliin, mutta mökkiläinen voisi arvostaa arjessa enemmänkin käytettävää ympäristöystävällistä tuotetta.

Vertailututkimuksessa oli kaksikin erilaista kassimallia, jotka voisivat sopia tähän mökkiläisen asiakasprofiiliin. Urpolan tilan kangaskassi (kuva 3.) sopii vaikka kauppakassiksi ja Tiluksilla nimisen verkkokaupan lehmäkuviolla koristeltu narukassi (kuva 4.) voisi myös olla käyttökelpoinen. Mökkiläisen asiakasprofiilia ajatellen päädyin suunnittelemaan toiseksi tuotteeksi monikäyttöisen kangaskassin. Narukassi voisi sopia enemmän nuoremmalle asiakasprofiilille, joka ei tässä kohtaa sisälly asiakaskuntaan. Kangaskasseja voidaan myydä lihatilausten yhteydessä, mutta myös esimerkiksi mökkiläiselle ja muille tilalla kävijöille. Kankaasta tehty kassi on ekologisempi vaihtoehto kuin muovikassi, joten tämän tyyppinen tuote sopii hyvin mökkiläisen asiakasprofiiliin. Mallina kassi, jossa on käytetty pellavapohjaista printtiä (kuva 24.).

Kuva 24. Kangaskassi tasokuvat (Siikjärvi, 2026)

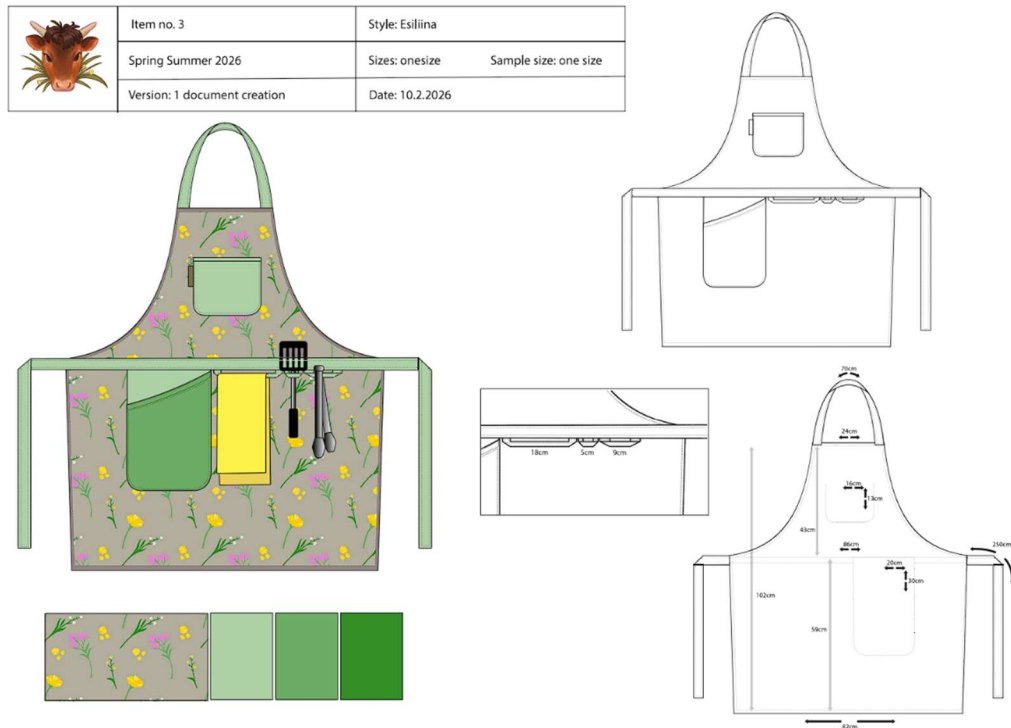
	Item no. 2	Kangaskassi
	Spring Summer 2026	Sizes: oneseize      Sample size: one size
	Version: 1 document creation	Date: 10.2.2026



Kolmantena asiakasprofiilina on ruokaharrastaja, jolle voisi sopia grillausesiliina. Tämä asiakas seuraa pientuottajia ja ruokatrendejä, ostaa erikoislihoja ja käyttää design-henkisiä keittiötuotteita. Lihojen grillaamiseen soveltuva design-essu on tälle asiakkaalle hyvin soveltuva tuote. Vertailututkimuksessa tämän tyyppinen esiliina oli Copenagh Farm (kuva 8.) maatilán tuotteissa.

Suunnittelin essuun kolme erikokoista lenkkiä tuomaan eri mahdollisuuksia ja käytännöllisyyttä käyttäjälle. Lenkkien tarkoitus on siis pitää tärkeät välineet käsien ulottuvissa. Tuotteen isoimmassa lenkissä on mallina käsipyyhe, joka on tarpeellinen väline niin grillauksessa kuin muussakin ruoan laitossa ja lenkissä se kulkee mukana ja sen voi irrottaa ja pestä. Kahdessa pienemmässä lenkissä voi pitää esimerkiksi grillausvälineitä. Isoon taskuun mahtuu esimerkiksi grillaustavaroita tai muuta, mitä haluaa kantaa mukana. Kuvassa (kuva 25.) on tuotemalli printillä ja esimerkit lenkkien käytöstä sekä tuotteen mitat.

Kuva 25. Esiliina tasokuvat (Siikjärvi, 2026)

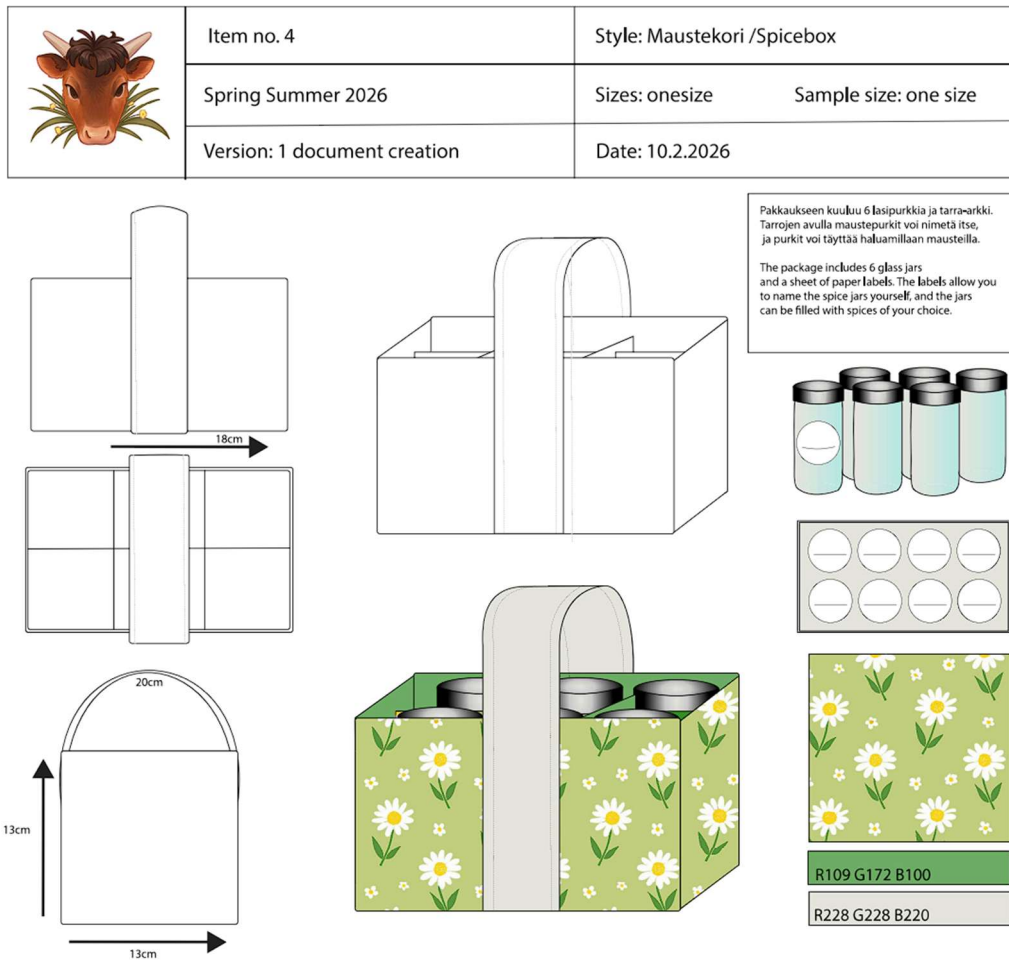


Neljäntenä tuotteena on maustekori, joka soveltuu kaikkiin edellä mainittuihin asiakasprofiileihin. Tuotteessa on huomioitu mausteiden käyttäjä, joka sopii ruokaharrastajan profiiliin. Toisaalta mökkiläisenkin on helppo kantaa mausteita mukana grillaamaan lähtiessään. Lisäksi kankaasta valmistettu maustekori sopii lahjatuotteeksikin.

Vertailututkimuksessa en onnistunut löytämään samantyyppistä tuotetta, mutta Finnish Design Shopin kori (kuva 11.) on esimerkki kankaisista koreista. Kankaisia maustekoreja ei löytynyt, mutta se ei tarkoita sitä, etteikö sellaisia haluttaisi ostaa. Päinvastoin tällainen erikoistuote voisi olla hyvinkin myyvä.

Kori valmistetaan kankaasta, jossa käytetään tukikankaita, jotta se pysyy muodossaan. Suunnitellessani tätä pohdin erilaisia vaihtoehtoja miten saisin liitettyä mausteet mukaan suunnitelmaan niin, että en suunnittele vain pelkkää koria. Sain ajatuksen, että jos valmiin tuotteen myymisessä mukana on tyhjät maustepurkit ja tyhjät etiketit, asiakas saa itse päättää, millä mausteilla haluaa ne täyttää ja nimetä. Vaihtoehtona olisi myös ollut se, että olisin suunnitellut valmiit maustepussit tai purkit, mutta koin järkevämmäksi suunnitella sen edellä mainitsemani tavalla jotta esimerkiksi tiettyjä mausteita ei menisi hukkaan, jos asiakas ei itse niitä käytä. Kuvassa (kuva 26.) on maustekorin tasokuvat mittoineen. Kuvassa myös malli, jonka mukaisia kuoseja tuotteessa voisi käyttää.

Kuva 26. Maustekori tasokuvat (Siikjärvi, 2026)



## 7 Pohdinta

Tässä opinnäytetyössä suunnittelin pienen tuotemalliston maatilayritykselle. Mallistoa tehdessä ideoin myös lisätuotteita, joita myymälään voisi suunnitella myytäväksi. Tässä työssä keskityin luomaan yritykselle valmiita välineitä jatkoa varten tuotesuunnitteluun kuten värikartat ja kuosit. Tämän malliston tuotteet rajattiin niin, että niissä käytettäisiin uusia materiaaleja, mutta tulevaisuudessa näitä suunniteltuja tuotteita voisi valmistaa myös kierrätysmateriaaleista. Tehdessäni asiakasprofiilia siinä tuli esiin, että Suopellon asiakkaat arvostavat ympäristöystävällisyyttä, joten kierrätysmateriaalien käyttö voisivat lisätä tuotteiden myyntiä.

Opinnäytetyötä tehdessä tuli ilmi, että maatilayritykselle suunnitelluissa tuotteissa on tärkeää huomioida asiakkaiden omat tarpeet sekä arvot. Myös yrityksen oma visuaalinen näkyvyys on iso osa markkinointia ja näkyvyyttä. Työssä tarkastelin internetistä erilaisia tilamyymälöiden sekä käsityömyymälöiden valikoimia ja sain tietoa siitä, millaiset tuotteet

kiinnostavat ja sopivat maatilayrityksen ja käsityötuotteiden ostajille. Vertailututkimuksen tuloksena totean, että kaikki käytännölliset sekä arkeen liittyvät käyttötavarat ovat suosituimpia sekä sopivat myös tilaajayritykseni oheismyyntituotteiksi.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää millaiset oheismyyntituotteet sopivat Suopellon tilan luomulihan myynnin ohelle. Asetinkin kysymyksenasettelussa pääkysymykseksi kysymyksen: ”Minkälaiset käsityötuotteet sopivat Suopellon tilan luomulihan myynnin oheismyyntituotteiksi?” Tähän lisäsin kaksi alakysymystä: ”Minkälaisia ovat maatilamyymälöissä myytävät oheistuotteet?” ja ”Minkälainen brändivärikartta sopii luomutilalle?”

Sain pääkysymykseeni vastauksen, että oheistuotteiksi soveltuvat asiakasprofiilille sopivat tuotteet, joissa korostuu ympäristöystävällisyys, paikallisuus sekä massasta erottuvat design-tuotteet. Alakysymyksiin vastaukseksi sain, että keittiössä tarvittavat tekstiilituotteet sekä lahjatuotteet ovat sopivia tuotteita maatilamyymälään ja että vihreää luontoa ja peltojen kukkavärit sekä luonnonmukainen pellavaväri sopii luomutilan värikartan pohjaksi.

Tilaajan kanssa käytiin monia keskusteluja työn edetessä jo alusta lähtien, jotta kaikki mahdolliset toiveet ja mielipiteet tulisi huomioitua. Sain kuitenkin vapaat kädet toteutusosaan niin suunnittelussa kuin tulevassa toteutusosassa. Suunnitelmien valmistuttua esittelin vielä tilaajalle suunnittelemani mallistoa kokonaisuudessaan. Kävimme läpi tuotteiden kuvat ja tiedot, värikartat sekä kuosit ja mahdolliset materiaalit tuotteiden valmistuksessa. Tilaaja hyväksyi suunnitelmat ja jää odottamaan tuotteiden käytännön valmistusta.

Lopputuotteena tämän työn tuloksena on mallistosuunnitelma ja tuotekuvat, joita tulen hyödyntämään ommellessani tuotteet myytäviksi. Tämä työ antoi minulle vahvan pohjan aloittaa tuotteiden valmistamista ja myyntiä. Jotta asiakkaat löytäisivät tuotteeni tulenkin seuraavaksi keskittymään siihen, miten lähden markkinoimaan myös oman tulevan yritykseni tuotteita maatilayrityksen tuotteiden ohessa.

## Lähteet

Coppenagh Farm. Haettu 15.10.2025 osoitteesta <https://shop.coppenaghfarm.ie/pages/about>

Finnish Design Shop. Haettu 16.10.2025 osoitteesta <https://www.finnishdesignshop.fi/fi-fi/>

Haapanen, M., Heikura, J., & Leino, K. (2004). Maatila liikeyrityksenä. WSOY.

Image color picker. (n.d.). <https://imagecolorpicker.com/>

Krannintila. Haettu 15.10.2025 osoitteesta <https://krannintila.fi/tuote-osasto/oheistuotteet/>

Kui Design. Haettu 16.10.2025 osoitteesta <https://www.kuidesign.fi/>

Maatila Tahlo. Haettu 15.10.2025 osoitteesta <https://shop.graani.com/maatilatahlo>

Owen, C. Suomentanut Santala, M. (2012). Sisustajan ompeluopas. Tärkeimmät tekstiilit kodintekstiilien ompeluun. Karkkila: Kustannus-Mäkelä Oy

Pikkupuoti Oy. Haettu 16.10.2025 osoitteesta <https://www.pikkupuoti.fi/en/>

Pohjola, J. (2003). Visuaalisen identiteetin johtaminen, ilme. Helsinki: Inforviestintä Oy

Suopellon tila. Haettu 10.2.2026 osoitteesta <https://www.miniluomutila.fi/>

Tiluksilla. Haettu 15.10.2025 osoitteesta <https://www.tiluksilla.com/>

TISKA by Tekstina. (n.d.). [www.tiskafabrics.com](http://www.tiskafabrics.com)

Tuulaniemi, J. (2011). Palvelumuotoilu. E-kirja. Haettu 20.10.2025. <https://bisneskirjasto-almainsights-fi.ezproxy.hamk.fi/teos/BABBGXETEB#/kohta:Palvelumuotoilu/piste:ttF>

Urpolan tila. Haettu 15.10.2025 osoitteesta <https://www.urpolantila.fi/>

Verhokauppa (kuva). Haettu 25.10.2025 <https://www.verhokauppa.fi/tuote/vallila-luontopolku-valmisverho-140-x-250-cm/>

## Kuvalähteet

Kuva 1. Viitekehys (Siikjärvi, M. 2025)

Kuva 2. Suopellon tilan asiakasprofiili (Siikjärvi, M. 2025)

Kuva 3. Urpolan tilan kangaskassi <https://www.urpolantila.fi/p/urpolan-tilapuodin-kangaskassi> (Haettu 15.10.2025)

Kuva 4. Tiluksilla narureppu <https://www.tiluksilla.com/collections/reput/products/ennakko-narureppu-lemmut> (Haettu 15.10.2025)

Kuva 5. Suomalaisuus merkintä <https://www.tiluksilla.com/collections/reput/products/ennakko-narureppu-lemmut> (Haettu 15.10.2025)

Kuva 6. . Tahlo pipo <https://shop.graani.com/shops/7/products/681> (Haettu 15.10.2025)

Kuva 7. Dexter lippalakki <https://www.instagram.com/p/DJm3pYgshS0/?hl=fi> (Haettu 15.10.2025)

Kuva 8. Copenagh esiliina <https://shop.copenaghfarm.ie/products/copenagh-house-farm-aprons> (Haettu 15.10.2025)

Kuva 9. Kui Design patalaput <https://www.kuidesign.fi/product/1836/turun-murre-patalappu> (Haettu 16.10.2025)

Kuva 10. Kui Design pyyhe <https://www.kuidesign.fi/product/358/talpual-ja-toispual-pellavapyyhe-roosa> (Haettu 16.10.2025)

Kuva 11. Finnish Design Shop Kori <https://www.finnishdesignshop.fi/fi-fi/tuote/helios-sailytyskori-s-tiili> (Haettu 16.10.2025)

Kuva 12. Pikkupuoti laudeliina <https://www.pikkupuoti.fi/en/product/seat-cover/> (Haettu 16.10.2025)

Kuva 13. Moodboard (Siikjärvi, M. 2025)

Kuva 14. Brändivärikartta (Siikjärvi, M. 2025)

Kuva 15. Aksenttivärikartta (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 16. Printtikuosi pellava (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 17. Printtikuosi vihreä (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 18. Tech Pack Patakinnas tuotokuva (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 19. Tech Pack Patakinnas kuorikuvat (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 20. Tech Pack Patakinnas yksityiskohdat ja vuori (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 21. Tech Pack Patakinnas hoitolappu (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 22. Tech Pack Patakinnas mittataulukko (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 23. Tech Pack Patakinnas materiaalitulukko (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 24. Kangaskassi tasokuvat (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 25. Esiliina tasokuvat (Siikjärvi, M. 2026)

Kuva 26. Maustekori tasokuvat (Siikjärvi, M. 2026)

## Liite 1. Aineistohallintasuunnitelma

### 1 Opinnäytetyön aineiston kuvaus

Tutkimusaineistoa on tilaajayrityksen kanssa käyty suunnittelukeskustelut, muiden maatilayritysten vertailututkimukset sekä internetistä että kirjallisuudesta saadut tiedot. Lisäksi opinnäytetyön edetessä aineistoksi muodostuu suunnitteluprosessissa otetut valokuvat sekä opinnäytetyön teksti.

- Aineistohankintamenetelmänä on vertailututkimus
- Kohderyhmänä ovat maatilamyymälät
- Kohteena ei ole yksittäisiä ihmisiä vaan yrityksiä

### 2 Aineiston tallennus ja säilytys

Tallennan ja säilytän opinnäytetyöhön liittyvät aineistot tietokoneellani, jolle ei ole muille pääsyoikeutta. Opinnäytetyöni ei sisällä luottamuksellista tai arkaluonteista dataa.

### 3 Henkilötietojen ja arkaluonteisten tietojen käsittely

Opinnäytetyössäni ei käsitellä henkilötietoja.

### 4 Aineiston omistajuus

Tilaajayritys omistaa aineiston tulokset ja opinnäytetyön tekijä omistaa opinnäytetyön.

### 5 Aineiston jatkokäyttö työn valmistumisen jälkeen

Opinnäytetyöni tutkimusaineistoa ei anneta jatkokäyttöön muille kuin tilaajayritykselle. Opinnäytetyön tekijänä säilytän aineiston tietoturvallisesti vuoden ajan opinnäytetyön hyväksymispäivästä, jotta opinnäytetyön tulokset voidaan tarvittaessa varmistaa ja hävittää tämän jälkeen aineiston tietoturvallisesti.