

Riikka Saarela

Kestokassien lainauspalvelu elintarvikeliikkeille

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Artenomi, tekstiilisuunnittelu
Muotoilun koulutusohjelma
Opinnäytetyö
25.4.2012

Tekijä(t) Otsikko	Riikka Saarela Kestokassien lainauspalvelu elintarvikeliikkeille
Sivumäärä Aika	50 sivua + 1 liite 25.4.2012
Tutkinto	Artenomi, tekstiilisuunnittelu
Koulutusohjelma	Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Sisustuspainotteinen tekstiilisuunnittelu
Ohjaaja(t)	TaM, Taidepedagogi, IDBM Laura Isoniemi Tekstiilisuunnittelun lehtori Tuiti Paju
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella kestokassien lainauksen palvelumalli elintarvikeliikkeille. Opinnäytetyö käsittää kassien palvelumallin ja lainattavien kassien suunnittelun. Tarkoituksena on tarjota kuluttajalle vaihtoehto kertakäyttöisen muovikassin ostamiselle.</p> <p>Kuluttajien halukkuutta kassin lainauspalvelun käyttämiseen kartoitettiin kyselylomakkeen avulla. Samalla selvitettiin kuluttajien kaupassakäyntitottumuksia. Eri ikäryhmiä edustavien puolueettomien vastausten saamiseksi kyselyä jakoivat eteenpäin omille tuttavilleen tekijän tuttavat. Vastausten tuomaa tietoa käytettiin käyttäjäprofiilien ja palvelumallin suunnittelussa. Ruokakauppoihin tehdyllä havainnointikierroksella selvitettiin kauppojen nykyistä kassitarjontaa, kassien sijoittelua ja mahdollisuuksia jakaa informaatiota kaupassa. Havaintojen pohjalta suunniteltiin lainakassien sijoittumista kassalle ja kasseista tiedottamista kuluttajille. Myös muovikassien ympäristövaikutuksia selvitettiin. Kestokassista tehtiin prototyyppinä, joiden soveltuvuutta lainakäyttöön tutkittiin koekäytön avulla.</p> <p>Kyselyn tulokset osoittivat, että suurin osa vastaajista oli varmasti tai ehkä valmis lainaamaan kaupasta kestokassin panttia vastaan. Kyselyn jakelu oli kuitenkin rajoitettua ja keskittyi Etelä-Suomeen, joten tulokset eivät edusta koko väestön mielipiteitä. Ne antavat kuitenkin riittävästi suuntaa, jotta niitä voitiin käyttää palvelumallin suunnittelun tukena.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena syntyi elintarvikeliikkeille suunnattu kestokassien lainauksen palvelumalli ja lainattavan kestokassin toimiva prototyyppi. Palvelumalli on sovellettavissa erilaisiin elintarvikeliikkeisiin ja se voidaan myös kytkeä kauppojen olemassa oleviin kanta-asiakasjärjestelmiin. Kestokassien lainauspalvelu tarjoaa palvelun avulla uudenlaisen, ympäristömyötäisemmän vaihtoehdon kertakäyttöisille muovi-, paperi- ja biokasseille. Kuluttajakyselyn tulokset antoivat viitteitä siitä, että asiakkaat saattaisivat olla kiinnostuneita käyttämään lainauspalvelua. Laajempi selvitys kuluttajien mielipiteistä saattaisi siis olla paikallaan.</p>	
Avainsanat	kestävä kehitys, ekologisuus, palvelumuotoilu, lainaus

Author(s) Title	Riikka Saarela Service model for shopping bag borrowing for grocery shops
Number of Pages Date	50 pages + 1 appendice 25 April 2012
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Design
Specialisation option	Interior Oriented Textile Design
Instructor(s)	Laura Isoniemi, MA, Art Pedagogy, IDBM Tuiti Paju, Lecturer in Textile Design
<p>The aim of the thesis was to develop a service model for shopping bag borrowing for grocery shops. Also a prototype of the fabric bag to be borrowed was created. The goal was to offer customers an alternative for buying plastic bags.</p> <p>To map consumers' willingness to borrow a bag from a grocery shop instead of buying one, a survey was carried out. Also respondents' grocery shopping habits were mapped. The questionnaire was sent out to respondents via e-mail. In order to get responses from different age groups and consumers with no personal relation to the survey maker, the questionnaire was distributed by acquaintances of the author. The received responses were then analysed and user profiles were developed based on the results. To investigate how the service model for bag borrowing might work in the shop environment, several grocery shops were observed. The information gathered was used to plan the service model and possibilities for distributing information at the shops. In addition prototypes of the fabric shopping bag were developed and tested in use.</p> <p>The results of the survey showed that the majority of the respondents were certainly or maybe prepared to borrow a shopping bag in deposit. The distribution of the survey was however limited and concentrated in southern Finland, so results don't represent the opinions of the whole Finnish population. They do still give some indications, and can be as such used to support the designing of the service model.</p> <p>Based on the information given by the survey, the user profiles and observation a service model for shopping bag borrowing for grocery stores and a prototype bag were developed. By adjustments the general model is applicable to different kinds of grocery shops. It could also be further customised by for example linking it with a grocery shop chain's existing customer programmes. As the survey results suggest consumers might be interested in this kind of service, further study on consumer opinions might be recommended.</p>	
Keywords	sustainable development, ecology, service design

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kestävä kehitys ilmionä	3
2.1	Rajalliset resurssit	3
2.2	Ekotehokkuudesta riittävyyteen	4
2.3	Lainaaminen vaihtoehtona ostamiselle	8
2.4	Muovipussien ongelma	8
3	Palvelumuotoilu	10
3.1	Palvelumuotoilun määrittelyä	10
3.2	Palvelumuotoilun historiaa	11
3.3	Stefan Moritzin 6 kohdan malli palvelujen suunnitteluun	12
4	Tutkimus	16
4.1	Havainnointi	16
4.1.1	Kassien sijoittuminen kauppaan	19
4.1.2	Lainauspalvelusta tiedottaminen	19
4.2	Kysely	21
4.2.1	Kysymysten asettelu ja tavoitteet	21
4.2.2	Vastausten analysointi	22
4.3	Kassin prototyyppi	25
4.3.1	Kassin suunnittelun lähtökohdat	25
4.3.2	Materiaali	26
4.3.3	Väri	29
4.3.4	Malli	31
5	Kassinlainauksen palvelumalli	35
5.1	Käyttäjäprofiilit	35
5.2	Kassin kierto	39
5.3	Oheispalvelut ja osallistaminen	43
6	Yhteenveto	45
	Lähteet	48

Liitteet

Liite 1. Kestokassin lainauskysely

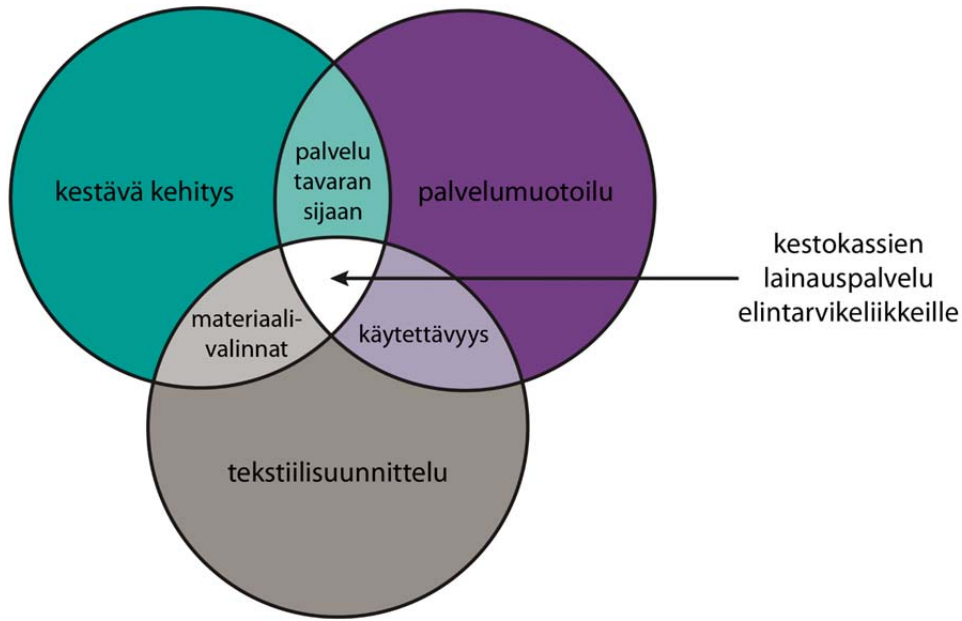
1 Johdanto

Ajatus opinnäytetyön aiheesta lähti, kun pohdin kestävästä kehityksestä ja ekologisuudesta. Kestävän kehityksen teemat ovat kulkeneet opintojeni mukana, ja halusin yhdistää ne jollain tavalla myös opinnäytetyöhöni. Aloin miettiä voisiko jotain, mihin tänä päivänä käytetään kertakäyttöisiä asioita, korvata jollain kestäväällä. Kaupoissa käytettävät kertakäyttöiset muovipussit nousivat mieleeni ensimmäisten asioiden joukossa, sillä tänä päivänä käytetään suuria määriä muovipusseja, jotka kaupasta kotiin päästyään palvelevat korkeintaan kerran roskapusseina. Lähdin miettimään, voisiko pusseja korvata jollain ja niin syntyi ajatus kassista, jonka voisi lainata kaupasta panttia vastaan ja palauttaa käytön jälkeen takaisin kauppaan. Lainattavia kasseja olin nähnyt aiemmin kirjastossa, jossa niitä voi lainata kirjastokortilla ja mietin, olisiko sama idea sovellettavissa kauppoihin. Ruokakaupat valikoituivat lainausjärjestelmän sovelluskohteeksi varsin nopeasti, koska kassin lainaaminen olisi järkevintä sellaisesta kaupasta, jossa muutenkin käy säännöllisesti. Lisäksi ruokakaupasta kannetaan kotiin suuria määriä tavaraa, jolloin kasseille on tarvetta.

Kehitän siis opinnäytetyössäni palvelumallin ruokakaupoista panttia vastaan lainattavalle kestokassille. Palvelumalli sisältää kassien lainauksen, palautuksen, hankinnan, huollon ja käytöstä poiston. Lisäksi suunnitellaan kassien esillepano ja hinnoittelu kassoilla, sekä kasseista tiedottaminen kuluttajille. Työhön sisältyy myös lainattavan kassimallin suunnittelu. Pyrin myös löytämään perusteita sille, voisiko kestokassin lainaaminen olla ekologisempi vaihtoehto muovikassin ostamiselle. Teoriapohjana käytän palvelumuotoilun ja kestävästä kehityksestä teorioita, joiden avulla pohjustan tehtävää suunnittelutyötä. Opinnäytetyön projektiosuudessa tutkin havainnoinnin avulla kauppojen nykyisiä kassikäytäntöjä, kassitarjontaa, kassien hinnoittelua ja mahdollisuuksia jakaa informaatiota kaupassa. Kuluttajien halukkuutta käyttää kassin lainauspalvelua kartoitetaan kyselylomakkeella. Lisäksi tehdään lainakassista prototyyppi, jonka avulla tutkitaan kassin muotoa ja materiaalia.

Ensimmäisessä luvussa määritellään työn tavoitteet ja taustat. Opinnäytetyön teoriapohja rakentuu luvuista kaksi ja kolme. Toisessa luvussa syvennytään kestävästä kehityksestä teoriaan ja historiaan ja etsitään teoriasta perusteita kassin lainauspalvelu-

mallin tarjoaman ratkaisuvaihtoehdon tueksi. Kolmannessa luvussa perehdytään palvelumuotoilun perusteisiin, joita hyödynnetään palvelumallin suunnittelun apuna. Luvussa neljä käydään läpi opinnäytetyön tutkimus- ja projektiosuuden eri vaiheet ja luku viisi esittelee syntyneen palvelumallin. Yhteenvedossa analysoidaan prosessia ja sen lopputulosta eri näkökulmista.



Kuva 1. Teoreettinen viitekehys

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys (Kuva 1) koostuu käsitteistä kestävä kehitys, palvelumuotoilu ja tekstiilisuunnittelu. Kestävän kehityksen arvot muodostavat raamit, jonka pohjalta ajatus kertakäyttöisten kassien korvaamisesta syntyi ja jonka pohjalta kassinlainausta lähdetään suunnittelemaan. Palvelumuotoilun avulla yritetään luoda kassinlainausjärjestelmästä asiakkaan kannalta toimiva, mielekäs ja kiinnostava vaihtoehto. Tekstiilisuunnittelun tietoutta hyödynnetään kasseja suunniteltaessa käytettävyyteen, huollettavuuteen, kassien visuaaliseen ilmeeseen ja materiaali- valintoihin liittyvissä asioissa.

2 Kestävä kehitys ilmiönä

2.1 Rajalliset resurssit

Ihminen muuttaa maapalloa vauhdilla. Globalisaatio yhdistää maailmaa ja tuo maita lähemmäs toisiaan, mutta tuo mukanaan myös maailmanlaajuisia ongelmia, jotka koskettavat kaikkia. Luonnon monimuotoisuus vähenee kun ihmisen toiminta muuttaa ja tuhoaa elinympäristöjä ja saastuttaa vesistöjä ja ilmaa. Maapallon rajalliset raaka-ainevarat hupenevat huolestuttavaa vauhtia. 20 % maapallon väestöstä käyttää noin 83 % maailman luonnonvaroista. Loput 80 % väestöstä, eli noin 5.4 miljardia ihmistä yrittää tulla toimeen alimitoitetuilla resursseilla ja kärsii puhtaan juomaveden puutteesta, taudeista ja puutteellisesta sanitaatiosta. Arvioiden mukaan vuonna 2005 lähes 2.6 miljardia ihmistä eli absoluuttisen köyhyysrajan alapuolella. He ansaitsivat vähemmän kuin kaksi yhdysvaltain dollaria päivässä. (Fuad-Luke 2009, 55.)

Lisäksi maailman väestö kasvaa vauhdilla. Maailman väkiluku on jo ylittänyt 7 miljardin ihmisen rajan (Worldometers 9.4.2012). Väestön kasvu on kiivainta köyhissä maissa ja siellä sen ympäristökuormitus ja luonnonvarojen kulutus näkyy selkeimmin. Ilmastomuutoksen kannalta suurimmat päästöt syntyvät kuitenkin kehittyneissä länsimaissa. Suurin hiilijalanjälki on länsimaisella, etuoikeutettuun 20 prosenttiin kuuluvalla. Yhden nyt syntyvän brittiläisen hiilijalanjäljen on laskettu vastaavan 22 syntyvän malawilaisen hiilijalanjälkeä. (Helsingin Sanomat 26.3.2010.) Suomalaiset ovat vertailussa listan kärkisijoilla, Suomessa asuvan ihmisen hiilijalanjäljen on laskettu olevan maailman kolmanneksi suurin (WWF 2006, 14). Tulokseen vaikuttaa tietysti osittain Suomen ilmasto, joka vaatii pitkää lämmityskautta, mutta talojen lämmityksellä ei voi selittää kaikkia päästöjä. Kulutamme yksinkertaisesti liikaa.

Maapallo ei kestä ihmisen tämänhetkisiä elintapoja. Muutostarve on väistämätön ja sen on alettava sieltä, missä suurimmat ongelmatkin ovat, eli rikkaista länsimaista. Ilmastomuutoksen hillitseminen ja kestävä kehitys ovatkin olleet aiheena ajankohtaisia jo vuosia. Lainsäädännöllisiä parannuksia ympäristöasioissa on tehty sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. Kansainvälisissä ilmastokokouksissa ja EU:n sisällä on yritetty löytää ratkaisuja päästöjen vähentämiseen. Yhtenäisten, sitovien päätösten teke-

minen ei kuitenkaan ole yksinkertaista, sillä jokainen valtio ajattelee kuitenkin myös omaa talouttaan. Ehkä osittain uutisoinnin ja tiedotuksen kautta kuluttajatkin ovat heränneet vaatimaan teollisuudelta ja kaupalta toimintatapojen muutoksia ja vaihtoehtoja. Teollisuus ja kauppa ovatkin tehneet parannuksia prosesseihinsa, mutta parannettavaa on silti vielä paljon. Lainsäädännöllä ja prosessien tehostamisella ei kuitenkaan pystytä ratkaisemaan koko ongelmaa. Ilmastonmuutoksen hillitseminen vaatii elintapojen muutoksia myös kuluttajalta. Tämä ei välttämättä ole ihan helppoa elintasoonsa tottuneelle länsimaiselle ihmiselle. Joitain merkkejä kuluttajien arvojen ja toimintatapojen muutoksesta on kuitenkin nähtävissä viime vuosien hidastamisen ja hyvän, merkityksellisen elämän etsimisen trendeissä.

Ilmastonmuutoksen hillitseminen ja kestäväan kehitykseen pyrkiminen ovat niin laajoja asioita ja niiden vaatimat rakennemuutokset niin suuria, että yksittäisen ihmisen, tai edes valtion panostus jää häviävän pieneksi. Mittakaavan valtavuuden ei kuitenkaan pitäisi antaa olla syynä yrittämättä jättämiselle. Opinnäytetyöni pyrkii omalla, vaikka minimaalisen pienellä panoksellaan osallistumaan yhteisen ongelman käsittelyyn. Työ pyrkii tarjoamaan kuluttajalle yhden, arjessa helposti hyödynnettävän ympäristömyötäisemmän ratkaisuvaihtoehdon, ja löytämään tälle vaihtoehdolle perusteluja, jotka tukevat sen ekologisuutta.

2.2 Ekotehokkuudesta riittävyyteen

Gro Harlem Brundtland on 1987 määritellyt kestäväan kehityksen seuraavasti: "Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa" (Ympäristöministeriö 1.2.2011). Määritelmä on edelleen ajankohtainen, vaikka keinot päämäärään pääsemiseksi muuttuvat ajan myötä.

Näkökulma kestäväan kehitykseen on vaihdellut vuosikymmenien aikana. Victor Papanekin kirja *Design for the Real World* julkaistiin 1971. Papanek peräänkuulutti kirjassaan suunnittelijoita ottamaan vastuun päätöksistään ja keskittymään suunnittelussaan ihmisiä oikeasti hyödyttävien ratkaisujen suunnitteluun turhan kulutushyödykkeen sijaan. 1970-luvun alkupuolen energiakriisi sai valtiot havahtumaan uusiutumattomien luonnonvarojen rajallisuuteen. (Fuad-Luke 2009, 44.)

Yhdeksi työkaluksi tuotteiden ympäristövaikutusten mittaamiseen kehitettiin LCA-analyysi eli elinkaarianalyysi (Fuad-Luke 2009, 44). LCA-analyysissä kartoitetaan tekstiilin koko elinkaari kuidun tuotannosta valmistukseen, käyttöön ja hävitykseen tai kierätykseen. Elinkaarianalyysin avulla voidaan saada kuva tekstiilin kokonaisympäristövaikutuksista ja elinkaaren eri vaiheiden kuormittavuudesta suhteessa kokonaiskuormitukseen. LCA-analyysin perusteella voidaan arvioida mitkä vaiheet tekstiilin elinkaareissa rasittavat ympäristöä eniten ja pyrkiä parantamaan näitä prosesseja vähemmän ympäristöä kuormittaviksi. (Gustafson 1993, Suojasen 1997, 19 mukaan.) LCA-analyysit ovat yleisesti ja kansainvälisesti tunnustettuja tapoja arvioida tuotteiden elinkaaren ympäristövaikutuksia. Niiden tulosten soveltamisessa on kuitenkin oma vaikeutensa, koska tuloksiin vaikuttaa aina tutkittavan kysymyksen ja aineiston määrittely. Elinkaarianalyysit antavat tästä huolimatta käyttökelpoista tietoa tekstiilien ympäristövaikutuksista. (Fletcher 2008, 14-15.)

1990-luvulla ekologisuudesta tuli trendi. Tämä näkyi erityisesti vaateteollisuudessa. Valkaisemattomat ja maanläheiset sävyt olivat muotia. Materiaaleista suosittuja olivat luonnonmateriaalit puuvilla, pellava ja hamppu. Vaatteiden tuli näyttää ekologisilta. (Niinimäki 2011, 21.) 1990-luvun taitteessa lanseerattiin myös useita ympäristömerkkejä, muun muassa pohjoismainen ympäristömerkki Joutsenmerkki 1989 (Kuluttajavirasto 29.6.2011), EU:n ympäristömerkki Eurokukka 1992 (Helsingin kaupungin ympäristökeskus 19.2.2012). Myös tekstiilituotteiden myrkyttömyydestä kertova Öko-Tex 100-standardi lanseerattiin 1992 (Öko-Tex 20.2.2012).

Teollisesta tuotannosta ympäristölle aiheutuvia haittoja yritettiin pienentää ekotehokkuutta lisäämällä. Pyrkimyksenä oli tuottaa samasta raaka-ainemäärästä tehokkaammin enemmän tavaraa ja näin samalla vähentää käytetyn energian ja tuotetun jätteen määrää. Tuotantoprosessien tehostaminen olikin yrityksille mieluisa strategia ympäristökuormituksen pienentämiseksi, koska se tarkoitti niille samalla säästöjä tuotantokustannuksissa. (Niinimäki 2011, 23.) Kestävämpien ratkaisujen kehittäminen tekstiiliteollisuudessa onkin ollut pitkälti materiaali- ja tuotantolähtöistä ja teknisiin innovaatioihin perustuvaa kulutuskulttuuriin vaikuttamisen sijaan (Fletcher 2008, 3, 43). Tekstiilituotannon siirtyessä globalisaation myötä halvemmän kustannustason maihin eettiset,

lapsityövoiman käyttöä ja työntekijöiden oikeuksia ja olosuhteita käsittelevät kysymykset tulivat mukaan kestävän kehityksen keskusteluun (Niinimäki 2011, 23-24).

2000-luvulla halpatuotannon kasvu on lisännyt tekstiilijätteen määrää räjähdysmäisesti. Erilaiset keinot hyödyntää kierrätystä tekstiilien valmistuksessa ovat olleet suosittuja. Esimerkiksi PET-pulloista valmistettua polyesteriä on hyödynnetty vaatteiden ja maakuupussien valmistuksessa. Monet nuoret suunnittelijat ovat myös käyttäneet kierrätettyjä materiaaleja tuotteissaan. (Niinimäki 2011, 24.) He ovat joko tehneet materiaaleista aivan uusia tuotteita tai jälleenmuokanneet niistä tähän päivään sopivia. Myös kuluttajat ovat innostuneet jälleenmuokkaamaan vaatteitaan ja tekstiileitään itse ja DIY (do it yourself) eli itse tekeminen on noussut suosituksi harrastukseksi. Projekteja esitellään ja ohjeita jaetaan lukemattomissa DIY-blogeissa internetissä. Vaikka käytettyjen tekstiilien jälleenmyyntihinnat ovat pudonneet, ovat laadukkaita käytettyjä tekstiilejä myyvät vintage- ja second hand-liikkeet kasvattaneet suosiotaan (Fletcher 2008, 101).

Kierrätys ja uudelleenkäyttö eivät kuitenkaan yksin ratkaise tekstiilien ylituotannon ongelmaa, sillä ne paikkaavat olemassa olevaa jäteongelmaa, mutta eivät ratkaise sen syitä (Fletcher 2008, 98). Cradle-to-cradle, eli kehdestä kehtoon filosofian mukaan tuotteen elinkaari ei etene lineaarisesti tuotannosta käyttöön ja siitä hävitykseen. Sen sijaan tuotteen elinkaari kulkee sykleissä. Tekstiilin tultua ensimmäisen elämänsä elinkaaren päähän se kierrätetään täysin ja aloittaa näin seuraavan elämänsä. Toinen tapa on suunnitella tekstiili sellaiseksi, että se voidaan ympäristölle turvallisesti kompostoida elinkaarensa päässä. Näin tekstiili palaa luontoon ja ympyrä sulkeutuu. Kummallakaan tavalla ylimääräistä jätettä ei synny, vaan kaikki käytetään hyödyksi. (Fletcher 2008, 111-112.) Lopullisena tavoitteena on eliminoida jätteen synty kokonaan. Tätä varten tarvitaan kuitenkin radikaaleja muutoksia siinä miten tekstiilejä suunnitellaan, tuotetaan, kulutetaan ja hävitetään. (Fletcher 2008, 113.)

Kestävän kehityksen mukaiseen suunnitteluun on viime vuosina alkanut vaikuttaa myös käsitys ajasta ja nopeudesta. Nykymaailmassa asiat tapahtuvat aina vain nopeammissa sykleissä. Yksi tapa muuttaa suunnittelua kestävämpään suuntaan voisikin olla punnita uudelleen suhdetta aikaan ja hidastaa tahtia (Fletcher 2008, 172). Tarve hidastamiseen on nähtävissä yhteiskunnassa laajemminkin. Lähiruoan, yhteisöllisyyden, käsitöiden ja muiden perinteiden suosio on kasvussa. Down-shifftaaminen, eli vapaaehtoinen työnte-

on vähentäminen vapaa-ajan lisäämiseksi ja näin pienemmillä tuloilla eläminen kiinnostaa yhä useampaa. Hidastamiseen liittyy ajatus riittävydestä. Jatkuvan tehostamisen sijaan myös kestävässä kehityksessä fokus on siirtynyt siihen mikä on olennaista ja tärkeää. Määrän ja tehokkuuden rinnalle on noussut ajatus laadusta ja kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista.

Näistä ajatuksista juontaa juurensa myös slow design. Slow designin juuret ovat Italiassa vuonna 1989 perustetussa Slow Food-liikkeessä. Liike perustettiin vastalauseena pikaruualle ja kiireiselle elämätyylille ja sen kantavana ajatuksena on tehdä ruokaa kiireettä ja puhtaista raaka-aineista. Hyvästä ruoasta nauttimiseen yhdistyy ajatus vastuullisuudesta ja tietoisuus omista valinnoista. (Slow Food 2012.) Slow designin arvopohja on samankaltainen, siinä tuotteiden kuluttamiseen liittyvään mielihyvään liittyy olennaisena osana vastuullisuus omista valinnoista. Hitaassa suunnittelussa käsitys luonnon ja inhimillisen kulttuurin rytmistä yhdistyy tämän päivän yleisesti hyväksytyyn aikakäsitykseen. Painopiste on laadussa; tuotteen, ympäristön, työntekijöiden, liiketoiminnan ja ihmisten elämänlaadussa. Tämä määrittelee uudelleen ihmisen suhdetta tuotteeseen ja asioihin, joita hän tuotteissa arvostaa. Parhaimmillaan hitaan suunnittelun periaatteet edesauttavat pitkäikäisen suhteen syntymistä käyttäjän ja tuotteen välille. Tuotteita valmistetaan edelleen massatuotantona, mutta ilman nykyistä halpatuotteiden kiivaan tuotantotahdin tuomaa aikapainetta työntekijöiden ja ympäristön hyvinvointi voidaan ottaa huomioon. Hitaasti suunnittelu ei siis ole tuottamisen ja kuluttamisen vastakohta, vaan enemminkin yksi näkökulma asiaan. (Fletcher 2008, 173.) Hidas suunnittelu voi olla myös osallistavaa, jolloin käyttäjiä kannustetaan osallistumaan suunnitteluprosessiin. Suunnitteluprosessiin kuuluu avoimuus ja läpinäkyvyys, tuotteita kehitetään yhteistyössä ja niiden kehitys ei välttämättä pääty tuotteen valmistumiseen, vaan kehittyy tarpeiden muuttuessa. (Fuad-Luke 2009, 158.)

Aina hidastaminen ei kuitenkaan ole tarpeen. Kuluttamisessa, kuten luonnossakin on erilaisia syklejä. Englantilainen The Lifetimes –projekti tutki vuonna 2004 ekologisempien vaatteiden suunnittelua käyttäen hyväksi vaatteiden erilaisia elinkaaria. Niiden avulla luotiin skenaarioita erityyppisten vaatteiden ihanteellisista elinkaarista. Tutkimuksessa todettiin, että hetken mielijohteesta hankittua juhlatoppia ei kannata valmistaa laadukkaista, kestävästä materiaaleista, koska vaatetta käytetään vain muutaman kerran. Parempi vaihtoehto voisikin olla suunnitella vaate sellaiseksi, että sitä ei tarvitse

lyhyen elämänsä aikana pestä ollenkaan, vaan sen voi hävittää jälkeen joko kompostoimalla tai kierrättämällä. Myös topin valmistuksen ympäristövaikutukset pidetään mahdollisimman pieninä. (Fletcher 2008, 177.)

2.3 Lainaaminen vaihtoehtona ostamiselle

”Jotkin tuotteet on helpompi lainata, ja kuluttaja voi vain keskittyä niiden käyttämiseen”, Kirsi Niinimäki toteaa väitöskirjassaan (Niinimäki 2011, 237). Niinimäen vuonna 2009 tekemän kyselyn mukaan 63 % nais- ja 58 % miesvastaajista ilmoitti voivansa kuvitella vuokraavansa vaatteita lyhytaikaiseen käyttöön (Niinimäki 2011, 238). Vaatteiden, esimerkiksi juhlapukujen, lyhytaikainen vuokraus onkin monille kuluttajille jo tuttua (Niinimäki 2011, 237). Vuokraaminen ja lainaaminen ovat leviämässä muihinkin kulutustuotteisiin, esimerkiksi harvoin tarvittavia työkaluja tai vauvanvarusteita lainataan internetissä. The Lifetimes-projektin tulevaisuusskenaariossa vaatteen, esimerkiksi juuri juhlavaatteen voisi vuokrata vaikka vain yhtä iltaa varten. Juhlavaate, lainattaisiin se sitten tärkeään tilaisuuteen tai iltaan ulkona ystävien kanssa, soveltuisikin vuokratavaksi erityisen hyvin, koska sitä käytetään vain lyhyen aikaa, eikä seuraavaan tilaisuuteen haluta laittaa samaa vaatetta. Vaatteen vuokraaminen antaisi kuluttajalle mahdollisuuden toteuttaa vaihtelunhaluaan vaatekaappiaan täyttämättä ja ympäristöä kuormittamatta. (Fletcher 2008, 176.)

Kuluttaminen tuo hyvää mieltä. Ostaminen ja omistaminen tekevät kuluttajan iloiseksi ja siksi kuluttaminen tuo mielihyvää. Tulevaisuudessa mielihyvän konsepti ja suhteemme tavaroihin saattaa kuitenkin muuttua. Tästä on jo joitain viitteitä, esimerkiksi hidastamisen suosion kasvu. Ehkä kuluttajan ostopäätöksiä saattavat tulevaisuudessa ohjata hänen omat sisäiset arvonsa ja harkittu kuluttaminen tai kuluttamisen välttäminen voi toimia hyvän olon tuojana. Myös tuotteen vuokraaminen tai lainaaminen ostamisen sijaan voi tuoda iloa, jos sillä pystyy välttämään turhan ostoksen ja sitä kautta vähentämään omaa ympäristökuormitustaan. (Niinimäki 2011, 134.)

2.4 Muovipussien ongelma

Kertakäyttöisen muovikassin elinkaari on lyhyt. Kassi ostetaan tai saadaan kaupasta ostosten kuljettamista varten ja kun ostokset on tuotu kotiin, palvelee kassi yleensä

enää kerran jätepussina. Suomalainen kuluttaa keskimäärin 50 kertakäyttöistä muovikassia vuodessa. Määrä on maailmanlaajuisesti verrattuna pieni, mutta suomalaiset muovikassit on tehty maailmalla yleisesti käytetyn ohuen HD-PE –muovin sijaan paksummasta LD-PE –muovista, jolloin niiden materiaalmäärä vastaa yli kahtasataa ohutta muovikassia. Suomalaisten muovikassien kulutus on silti kohtuullista verrattuna esimerkiksi moniin Aasian maihin. (Mattila ym. 2009, 10.)

Kertakäyttöisten muovipussien ongelmaa on yritetty ratkaista eri keinoin. Brittiläinen ruokakauppaketju Sainsbury's yrittää kannustaa ihmisiä vähentämään muovikassien ostamista tarjoamalla asiakkailleen vaihdettavaa muovikassia. Asiakas voi ostaa Sainsbury'silta ostoksiansa kuljettamiseen joko tukevan muovikassin tai pienemmän muovisen kestokassin. Pussin kyljessä oleva teksti kannustaa asiakasta käyttämään pussia uudelleen muihin tarkoituksiin, kunnes pussi hajoaa. Loppuun käytetyn pussin voi sitten palauttaa Sainsbury'sille ja sen tilalle saa ilmaiseksi uuden samanlaisen, jonka voi sitten vuorostaan käyttää loppuun. Kestomuovista tehtyjä, ilmaiseksi uuteen vaihdettavia bag for life –pusseja on saatavilla muualtakin (Mattila ym. 2009, 9). Tällainen järjestelmä kannustaa asiakasta käyttämään samaa pussia uudestaan ja uudestaan. Suomalaiset ruokakaupat tarjoavat asiakkaille kassalla muovikassien vieressä omia kestokassejaan, biohajoavia pusseja ja paperikasseja. Esimerkiksi Kesko lanseerasi talvella 2012 Pirkka-sarjaan Paola Suhosen suunnittelemaa tuotetta, joista ensimmäisenä myyntiin tuli kestokassi (Kauppa.fi 7.2.2012). Reilunkokoisen designkassin voisi toivota kannustavan ihmisiä oman kassin käyttöön. Kestokassien lainauspalvelua on ollut tarjolla ainakin Helsingin kaupunginkirjastoissa. Kirjastokortilla voi lainata ison kankaisen kassin kirjojen kotiinkuljetukseen. Kassilla on sama 28 päivän laina-aika kuin suurimmalla osalla kirjoja ja se palautetaan kuten kirjat.

Ehkä kestokassin lainaaminen ruokakaupasta panttia vastaan voisikin tarjota kuluttajalle mielekkään, ekologisemman vaihtoehdon kertakäyttöisen muovikassin ostamiselle. Kassin lainaaminen kaupasta ostamisen sijaan voisi parhaimmillaan tuoda kuluttajalle mielihyvää, kun hän lainaamisella pystyisi välttämään kertakäyttöisen hyödykkeen ostamisen ja näin ratkaisemaan kassintarpeensa ilman että siitä syntyy ylimääräistä jätettä. Arjen pienen ekoteon tekeminen ja lainaamisesta ympäristölle koituva hyöty tuottaisi siis iloa ja toimisi motivaattorina lainaamiseen.

3 Palvelumuotoilu

3.1 Palvelumuotoilun määrittelyä

Palvelut ovat aineettomia. Niitä ei voi omistaa, vaan niitä käytetään. Palvelun kulutus tapahtuu yleensä samanaikaisesti sen tuottamisen kanssa. Palvelua kuluttaessaan asiakas osallistuu samalla sen luomiseen, ja tämä vaikuttaa palvelujen suunnitteluun. Mikko Koivisto määrittelee palvelumuotoilun palvelujen kehittämiseksi ja luomiseksi muotoilun keinoja käyttäen. Keskeistä on palvelun käyttäjän eli asiakkaan tarpeiden ja käyttökokemuksen ymmärtäminen ja palvelun rakentaminen siltä pohjalta. (Koivisto 2007, 78.) Palvelumuotoilu pyrkii suunnittelemaan palveluista tehokkaampia ja paremmin toimivia niitä tarjoaville yrityksille, ja tarjoamaan käytettävämpiä ja houkuttelevampia palveluja asiakkaille (Moritz 2005, 113).

Palvelukokemus koostuu pienemmistä osista joita ovat palvelun kontaktipisteet, palvelutuokiot ja palvelupolku. Kontaktipisteet ovat niitä asioita, joiden kautta asiakas kokee tai aistii palvelun. Kontaktipisteitä voivat olla esimerkiksi myymälä, asiakaspalvelu, internet-sivut tai lehtimainos. Palvelutuokioiksi kutsutaan niitä hetkiä, joista palvelu koostuu ja joista yhdessä muodostuu asiakkaan saama palvelu. Yksi palvelutuokio voi pitää sisällään useita kontaktipisteitä. Palvelupolulla pyritään kuvaamaan asiakkaan liikkumista palvelutuokioiden välillä prosessissa, joka muodostaa palvelun. Saman palvelun sisällä voi muodostua useita erilaisia palvelupolkuja. (Koivisto 2007, 66-67.)

Vaikka palvelun osat pääpiirteissään voidaan suunnitella etukäteen, asiakkaan käyttäytymistä ja vuorovaikutusta palvelutilanteessa ei kuitenkaan voi ennustaa (Moritz 2005, 29). Palvelu syntyy vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa (Moritz 2005, 31). Palvelujen immateriaalinen luonne vaikeuttaa myös niiden laadun mittaamista. Palvelujen laatua mittaavat useimmiten kvalitatiiviset eli laadulliset määreet, asiakkaan kokemukset palvelusta. Laadullisten määreiden mittaaminen ja vertailu on vaikeampaa kuin määrällisten, ja siksi palvelujen laadun mittaus on vaikeaa. Palvelukokemus ei tämän vuoksi usein pysykään samanlaisena kerrasta toiseen. (Moritz 2005, 31.) Olennaisinta palvelukokemuksen laadun säilyttämisessä onkin asiakkaan positiivinen kokemus palvelusta huolimatta siitä, että palvelun tarkka sisältö elää palvelutilanteen mukaan.

3.2 Palvelumuotoilun historiaa

Palvelumuotoilu on nuori ala, jonka tutkimus ja teoria ovat vasta kehittymässä (Maffei et al 2005, Koiviston 2007, 64 mukaan). Länsimaissa on perinteisesti arvostettu materiaa. Statusta on määritelty omistamisen kautta ja niinpä esineiden muotoilua onkin tutkittu ja määritelty jo pidempään. Lavrans Løvlien (2006), yhden Live|work-palvelumuotoiluyrityksen perustajista, mukaan teollinen muotoilu ammattialana alkoi kehittyä kunnolla sen jälkeen kun sille 1920-luvulla määriteltiin arvopohja (Koiviston 2007, 69 mukaan). Palvelujen tutkimus sen sijaan on alkanut vasta 1970-luvulla. Tutkimus alkoi ensin markkinoinnin ja johtamisen piirissä. Muotoilun näkökulmasta palvelujen kehitystä on tutkittu vasta kymmenisen vuotta. (Koivisto 15.2.2012.) Kehitettävässä palveluja muotoilun näkökulmasta asiakas on suunnittelun lähtökohtana ja keskipisteenä. Palvelumuotoilun avulla voidaan pyrkiä luomaan uudenlainen yhteys asiakkaan ja yrityksen välille. (Moritz 2005, 27.)

Myös käyttäjän rooli muotoiluprosessissa on muuttunut. Aiemmin suunnittelu oli asiantuntijalähtöistä, jolloin suunnittelijan kokemukset ja ammattitaito hallitsivat suunnitteluprosessia ja käyttäjän tehtäväksi jäi palvelun tai tuotteen testaaminen siinä vaiheessa, kun se oli jo lanseerattu. Käyttäjakeskeinen suunnittelu taas tutki käyttäjän toimintaa, mutta käyttäjän rooli oli siinäkin olla passiivinen tutkimuksen kohde. Käyttäjälähtöinen suunnittelu osallistaa käyttäjän suunnitteluprosessiin, jolloin käyttäjästä tulee proaktiivinen, tasavertainen subjekti objektin sijaan. Suunnittelijan näkemys ja ammattitaito ovat edelleen tarpeen, mutta käyttäjän eli yksilön näkökulma on pääasia. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa tutkimus ja suunnitteluprosessi yhdistyvät. Suunnittelija kerää itse tietoa esimerkiksi havainnoimalla ja haastatteluilla. Näin hän pystyy paremmin sisäistämään käyttäjän näkökulman; suunnittelija saa empaattisen näkökulman käyttäjän tarpeisiin. Suunnittelun avuksi voidaan esimerkiksi laatia palvelun käyttäjistä käyttäjäprofileja. Käyttäjäprofiilit ovat palvelun esimerkkikäyttäjiä, arkkityyppejä joiden kautta käyttäjien tarpeita ja tapoja voidaan tarkastella ja joiden pohjalta palvelumallia voidaan kehittää. (Koivisto 15.2.2012.)

Palvelumuotoilun ja kestävä kehityksen välillä on myös linkki. Lavrans Løvlien (2006) mukaan palvelumuotoilulla voidaan pyrkiä tekemään palveluista haluttavampia ja näin kannustaa ihmisiä käyttämään palveluja omistamisen sijaan. Palvelujen käyttäminen on monessa tapauksessa omistamista ympäristömyötisempää. Palvelumuotoilun arvopoh-

jan muodostavatkin toimivampien palveluiden kehittäminen ihmisille ja kestävän kehityksen arvot. (Koiviston 2007, 69-70 mukaan.) Yksi palvelumuotoilun haasteista onkin kyetä luomaan palvelujen käytöstä ihmisille tapa viestiä arvojaan ja omaa identiteettiään samaan tapaan kuin he nykyisin viestivät niitä tavaravalinnoillaan. Palvelujen kuluttamisen ostamisen sijaan voisi nähdä arvovalintana, jolla kuluttaja viestii omaa arvo maailmaansa ja identiteettiään. Tällöin palvelun ostaminen tavaran sijaan olisi jo itsessään kuluttajalle lisäarvoa tuova asia. (Koivisto 2007, 70.)

3.3 Stefan Moritzin 6 kohdan malli palvelujen suunnitteluun

Stefan Moritz on jakanut palvelumuotoiluprosessin kuuteen kategoriaan (kuva 2). Nämä ovat 1 ymmärrä, 2 pohdi, 3 kehitä, 4 seulo, 5 selitä, 6 toteuta. Jokainen osa-alue katsoo palvelumuotoiluprosessia eri näkökulmasta. Osa-alueet sisältävät erilaisia tehtäviä ja tavoitteita, joiden kautta palvelumuotoiluprosessi etenee. Koko prosessi tähtää asiakkaan ja hänen tarpeidensa syvälliseen ymmärtämiseen ja sitä kautta parempien palveluiden muotoiluun. (Moritz 2005, 123.)



Kuva 2. Stefan Moritzin 6 kohdan malli (Moritz 2005, 123 mukaan)

Ensimmäinen vaihe eli ymmärtäminen keskittyy tutkimaan asiakkaan tiedostettuja ja latentteja, eli tiedostamattomia tarpeita, sekä sitä kontekstia ja niitä resursseja ja rajoitteita, joiden puitteissa muotoiluprosessi tulee tapahtumaan. Prosessin alussa on olennaista luoda yhteys muotoiluprosessin ja todellisen maailman, johon sitä sovelletaan, välille. Tarkoituksena on kerätä tietoa ja luoda ymmärrystä kokonaisuuden eri näkökulmista, esimerkiksi asiakkaiden tarpeista, toiveista ja ongelmista, toimittajien resursseista, vastuista ja tavoitteista, sekä siitä poliittisesta, ekonomisesta ja kulttuurillisesta kontekstista, jossa projektia tehdään. Tämä auttaa tunnistamaan olennaiset asiat ja tarpeet, joihin yrityksen tulisi keskittyä. Tämän tapahtumiseksi prosessin tavoitteiden täytyy olla tiedossa. (Moritz 2005, 124-126.)

Seuraavassa vaiheessa pohditaan ja analysoidaan kerättyä tietoa. Tarkoitus on seuloa kerätyn tiedon joukosta ne asiat, jotka ovat olennaisia palvelumuotoiluprojektin kannalta. Niiden avulla voidaan sen jälkeen määritellä ja rajata projektin suunta, sisältö ja puitteet. Toisessa vaiheessa tehdyt linjavedot toimivat myöhemmin suuntana ja pohjana koko projektille. Tässä vaiheessa suunnitellaan myös projektin aikataulua ja muuta resursointia. Toinen vaihe muuntaa ensimmäisessä vaiheessa kootun tiedon kokonaisvaltaiseksi näkemykseksi projektista. (Moritz 2005, 128-130.)

Vaiheessa kolme tuotetaan ideoita ja kehitetään konsepteja määriteltyjen tarpeiden pohjalta. Tarkoitus on tuottaa luovia, innovatiivisia malleja ja ratkaisuvaihtoehtoja annettuun suunnitteluongelmaan. Ideoinnin on tarkoitus olla vapaata, mutta sen olisi kuitenkin hyvä perustua aiemmin määriteltyyn strategiaan. Samalla on hyvä pitää mielessä asiakkaan ja organisaation todelliset tarpeet, jotta kehitetyt ideat olisivat relevantteja ja järkeviä. Ideoinnissa voi käyttää apuna erilaisia keinoja, kuten brainstorming, bodystorming tai Think Tank. Myös ideoinnin siirtäminen esimerkiksi palvelun aitoon tapahtumaympäristöön voi auttaa. Palveluprosessi kaikkine eri osa-alueineen suunnitellaan ja määritellään tarkasti. Myös kaikki palvelukokemukseen liittyvät asiat, kuten tilat ja esineet täytyy suunnitella. (Moritz 2005, 132-134.)

Seuraavaksi käydään läpi ja arvioidaan ideoita ja ratkaisuvaihtoehtoja ja seulotaan joukosta parhaat ehdotukset jatkokehitystä varten. Näistä voidaan sitten yhdistellä erilaisia konsepteja. Valintaa tehdessä kannattaa tarkistaa, että ideat myös vastaavat määriteltyjä kriteerejä, esimerkiksi palvelun tarkoitusta tai lain vaatimuksia, tai käyttää valinnan apuna asiantuntevia ammattilaisia. Vaihtoehtojen soveltuvuutta voidaan arvioida ja testata esimerkiksi käyttäjäprofiilien ja SWOT-analyysin avulla. Testaus voi olla laadullista tai toiminnallista. (Moritz 2005, 136-139.)

Kun halutut ideat ja konseptit on valittu, avataan ja selitetään ne, niin kirjallisesti kuin visuaalisestikin. Tarkoituksena on antaa projektin osapuolille ja päättäjille selkeä ja ymmärrettävä kuva kehitteillä olevan abstraktin palvelumuotoilukonseptin keskeisistä asioista ja tulevaisuuden mahdollisuuksista. Kun kaikilla projektin osapuolilla on yhteinen näkemys projektin sisällöstä, on siitä helpompi käydä yhteistä keskustelua. Myös palvelumalliin kuuluvat prosessit kartoitetaan ja palvelun potentiaalisia skenaarioita hahmotellaan. Havainnollistamisen apuna voidaan käyttää visuaalisia keinoja, kuten

luonnoksia, photoshop-malleja, prototyyppejä tai prosessikarttoja, joiden avulla voidaan esittää erilaisia skenaarioita palvelun eri käyttötavoista. Konseptia voidaan havainnollistaa myös vaikka roolileikkien avulla. (Moritz 2005, 140-143.)

Toteutusvaiheessa suunnitellaan ja määritetään yksityiskohtaisesti kaikki palvelun ratkaisut, prosessit ja mahdolliset prototyypit, niin että palvelu on mahdollista ottaa käyttöön. Palveluun mahdollisesti liittyvä liiketoimintasuunnitelma ja palvelun toiminnan yksityiskohtaisesti kuvaileva suunnitelma laaditaan. Palveluprosessissa osallisena oleva henkilöstö koulutetaan ja heille kerrotaan palvelun suuntaviivat. Palvelun toteutus voi tarkoittaa joko palvelun testiversion kokeilua tai varsinaisen palvelun käyttöönottoa. Koska palvelu on elävä, ajassa tapahtuva toiminto, voi se vaatia jatkokehitystä vielä käyttöönoton jälkeenkin ja siksi palvelumuotoiluprosessi ei päätykään palvelun lanseeraukseen vaan elää palvelun mukana. (Moritz 2005, 144-147.)

Lainauspalvelun ja siihen liittyvän kassimallin suunnitteluprosessin kulku seuraa pääpiirteittäin Stefan Moritzin teoriaa palvelumuotoiluprosessin kuudesta kategoriasta. Ensimmäisessä vaiheessa pyrin keräämään tietoa ja ymmärtämään minkälaisessa kontekstissa suunnittelen lainauspalvelua ja siihen liittyvää kestokassia. Perehdyn kestävään kehitykseen ja palvelumuotoiluun. Ymmärtääkseni ympäristöä, johon palvelu sijoittuu, teen havainnointikierroksen elintarvikeliikkeisiin. Kartoittaakseni ihmisten kaupassakäyntitottumuksia sekä heidän mielipiteitään kestokassin lainaamiseen teen kyselyn palvelun potentiaalisten käyttäjien joukossa. Kassin prototyypin suunnittelua varten tutustun kaupoissa nykyisin käytettävän muovikassin ominaisuuksiin tutkimalla muovikassia ja etsimällä tietoa sen materiaalista ja ympäristövaikutuksista.

Tämän jälkeen analysoin ja jäsentelen keräämäni tietoa. Pohdin mitkä asiat palvelumuotoilun teorioissa voisivat toimia apunani suunnittelussa ja miten oma työni liittyy kestäväen kehityksen kenttään. Etsin havainnointikierroksen huomioideni joukosta niitä asioita, jotka voisivat olla olennaisia palvelumallia suunnitellessa. Analysoin kyselyn vastaukset. Kassivaihtoehtojen vertailun, muovikassin tutkimisen sekä materiaalivertailun perusteella suunnittelen ensimmäisen version kassin prototyypistä.

Hyödyntäen saamaani tietoa hahmottelen lainakassin palvelumallia. Teen mallin siitä, miten kassi kiertää kaupasta asiakkaalle ja häneltä takaisin kaupan kassalle lainatta-

vaksi. Mietin mihin kassit sijoittuisivat kassalla ja miten niistä tiedotettaisiin asiakkaita. Kyselyn vastausten pohjalta laadin käyttäjäprofiilit kolmesta erilaisesta lainauspalvelun käyttäjästä. Arkkityyppisten käyttäjien kautta pystyn eläytymään paremmin käyttäjän asemaan ja kuvittelemaan miten erityyppiset kuluttajat saattaisivat käyttää palvelua, minkälaisia tarpeita, toiveita ja rajoitteita heillä olisi ja verrata näitä asioita palvelumalliin. Kassin ensimmäisen prototyypin koekäytön perusteella teen lainakassista uuden prototyypin, jossa muovipussin mittasuhteet oli otettu paremmin huomioon.

Ymmärryksen, pohdinnan, kehityksen ja seulonnan vaiheiden kautta kassinlainauksen palvelumalli kehittyy ja tarkentuu. Lainakassipalvelun toiminnan yksityiskohdat määritellään ja kassien sijoittuminen kauppaan ja niistä tiedottaminen suunnitellaan. Prototyyppi kehitetään ja tehdään. Myös lainauspalvelun yhteyteen hahmotellut lisäpalvelut suunnitellaan. Opinnäytetyön kirjallinen osuus avaa ja selittää lukijalle palvelumallin ja kassin konseptin ja suunnitteluprosessin tekstiä ja kuvia apuna käyttäen. Stefan Moritzin palvelujen suunnittelumallin kuudes ja viimeinen osa, eli toteutus, toteutuu opinnäytetyössä vain osittain. Palvelun osia ja prosesseja määritellään työssä joiltain osin yksityiskohtaisesti ja lainattavasta kassista tehdään käytettävä prototyyppi. Itse palvelua testataan ajatuksen tasolla arkkityyppisten käyttäjien kautta.

4 Tutkimus

Kassinlainauksen palvelumalli kattaa lainattavan kestokassin koko elämänkaaren kassin hankinnasta, kierrosta, käytöstä ja huollosta aina sen käytöstä poistumiseen asti. Palvelumallia varten täytyy suunnitella kassin kierto kaupasta asiakkaalle ja häneltä takaisin kauppaan uudelleen lainattavaksi. Kassien sijoittelu kassalla, pantin suuruus, kassien palautus ja mahdolliset oheispalvelut täytyy myös määritellä. Lisäksi tulisi selvittää muun muassa mistä kassit hankitaan, miten ja missä niitä huolletaan, milloin kassi on niin huonokuntoinen, että se poistuu lainauskäytöstä ja mitä kassille tehdään aktiivikäytön jälkeen.

Koska kassinlainausjärjestelmän pohjana ovat kestävän kehityksen arvot, on koko prosessin läpinäkyvyys ensiarvoisen tärkeää. Jotta kassinlainausjärjestelmä olisi uskottava, on palvelun kaikkia osa-alueita suunnitellessa otettava huomioon kestävän kehityksen periaatteet. Kassien tulisi siis olla mahdollisimman eettisesti ja ekologisesti kestävästi tuotettuja, huollettavia ja kierrätettäviä. Kestokassien ympäristövaikutukset muovikassien käyttöön verrattuna tulisi selvittää, jotta pystytään vertaamaan onko kassin lainaaminen ekologinen vaihtoehto muovikassille. Lisäksi täytyy tietysti ottaa huomioon pantin suuruuden sekä hankinnan ja huollon aiheuttamien kustannusten asettamat reunaehdot kassien ja lainausjärjestelmän kustannuksille.

4.1 Havainnointi

Saadakseni kuvan siitä, miten kassinlainausjärjestelmä voisi toimia kaupassa tein havaintokierroksen kolmeen erikokoiseen ruokakauppaan. Havainnoinnin kohteena olivat asiakkaan keskivertokierros ruokakaupan sisällä, kassa-alueet, kassien sijoittelu ja hinnat sekä mahdollisuudet jakaa informaatiota kaupassa. Havainnointi tapahtui S-Market Sokos Helsingissä, K-Supermarket Kampissa ja Siwa Etu-Töölössä 8.3.2012.

Tein etukäteen ennen kauppaan menoa ostoslistan tuotteista, joita keskiverto suomalainen ostaa usein ruokakaupasta. Lista on viitteellinen, eikä se perustu mihinkään tutkimukseen suomalaisten keskimääräisistä ostoksista. Listan sisältö perustuu omiin kokemuksiini yleisimmistä ostetuista elintarvikkeista, havaintoihini muiden ostoksista sekä

keskusteluuni ohjaajani kanssa. Halusin myös saada listalle mukaan tuotteita kattavasti myymälän eri osastoilta, että kauppakierroksestani tulisi mahdollisimman monipuolinen.

Ostoslistani sisälsi seuraavat tuotteet:

kurkkua, tomaattia, banaaneja, leipää, kahvia, riisiä, kaurahiutaleita, jauhelihaa, juustoa, rasvatonta maitoa, jogurttia, tonnikalaa, tomaattimurskaa, pakastekeittojuureksia, virvoitusjuomaa

Aloitin havainnointikierroksen S-Marketista. Olin liikkeellä ruuhka-aikaan, joten kaupassa oli tungosta. Sisääntuloaula oli kuitenkin kohtuullisen väljä. Kuvassa 3 näkyvät S-Marketin sisäänkäynti ja aula. Molemmat saattaisivat tarjota joitain mahdollisuuksia lainakasseista tiedottamiseen, esimerkiksi vasemmanpuoleisen kuvan taustalla näkyvässä sisäänkäynnin lasiovissa oli paikkoja vaihtuville A4-kokoisille tiedotteille. Aulan seinillä oli myös tilaa erilaisille mainoksille. Sisällä kaupassa tilat olivat ahtaammat. Kiersin kaupassa seuraten tekemääni ostoslistaa.



Kuva 3. S-Marketin sisäänkäynti ja aula

Myös S-Marketin kassatilat osoittautuivat varsin ahtaiksi. Kassit oli sijoitettu kassahihnan alle kaupan puoleiseen päähän. Kassahihnan alla oli kolme metallista lokeroa, joissa kassit olivat. Niiden lisäksi S-Marketin omat kestokassit oli sijoitettu roikkumaan koukkuun kassahihnan pätyyn, puoliksi asiakkaiden palauttamien tyhjien korien taakse. Tarjolla oli muovikasseja, biohajoavia kasseja, paperikasseja sekä S-Marketin omia, muovisia kestokasseja. Muovikassit oli valmistettu 70 % uusiomateriaalista. Kestokassien hinta oli 0,90 € kappale, muut kassit oli hinnoiteltu keskenään saman hintaisiksi, kaikki maksoivat 0,19 € kappale. Kassien hinnat oli ilmoitettu kassan sivuun liimatussa tarrassa.

Seuraavaksi siirryin kierroksellani K-Supermarketiin. Sen tilat olivat S-Marketiin verrattuna suuret, mutta vertailun vuoksi on otettava huomioon, että S-Market toimii Sokoksen alakerrassa vanhoissa tiloissa, kun taas K-Supermarket sijaitsee Kampin keskuksen alatasolla tiloissa, joita rakentaessa on jo voitu mahdollisesti ottaa huomioon kaupan tarpeet. K-Supermarketiin mennään sisään suoraan kauppakeskuksen alatasolta. Sisäänkäynnin edessä oli tauluja, joista näkyivät kaupan uusimmat tarjoukset. Tämäntapainen paikka saattaisi olla sopiva myös muuhun tiedottamiseen. Kassatilat olivat aika väljät. Kasseille oli varattu kaksi pitkäkökö metallihyllyä kassahihnan alta. Kasseille oli hyvin tilaa, yhdelle hyllylle mahtui kolme riviä kasseja. Tarjolla oli muovikasseja, biohajoavia kasseja, paperikasseja ja muovisia Pirkka-kestokasseja. Muovikassit oli valmistettu 90 prosenttisesti kierrätysmateriaalista, josta 30 % oli Keskon omaa muovista pakkausjätettä. Muovikassi maksoi 0,19 €, muut kassit olivat asteittain siitä kalliimpia. Kassien hinnat oli ilmoitettu kassan sivussa.

Kolmas havainnointikohteeni oli pieni lähikauppa Siwa Etu-Töölössä. Liike oli pieni kivi-jalkakauppa, joten tilat olivat aika ahtaat ja käytävät kapeita. Kassoja oli kaksi ja ne oli sijoitettu vastakkain. Kassojen yhteyteen oli kasattu muutakin tavaraa. Kassien hintoja ei ollut ilmoitettu missään. Kasseja varten kassan sivuun oli kiinnitetty kahden koukun naulakko jossa oli muovikasseja ja muutamia biokasseja. Näiden lisäksi kassan viereen, puoliksi kassan ja viereisen telineen väliin oli ripustettu irtokoukuilla luonnonvalkoisia kangaskasseja. Siwan pienet tilat eivät tarjonneet monia mahdollisuuksia viestinnälle, mutta kassan seinään saattaisi mahtua lyhyesti tietoa esimerkiksi lainakassien hinnoista. Tämän lisäksi oikeastaan ainoa toinen paikka, johon tiedotetta lainakasseista voisi mahdollisesti sijoittaa, oli sisääntulon tuulikaapin lasiseinä.

4.1.1 Kassien sijoittuminen kauppaan

Havainnointikierron antoi paljon hyödyllistä tietoa kauppojen rakenteesta. Sen perusteella loogisimmalta vaihtoehdolta tuntuisi sijoittaa lainakassit ruokakauppojen kassoille muiden kassivaihtoehtojen viereen. Näin asiakkaalla olisi mahdollisuus nähdä helposti kaikki tarjolla olevat vaihtoehdot kerralla. Parhaiten kassit pääsisivät esille, jos ne olisi mahdollista sijoittaa riippuvaan asentoon, kuten esimerkiksi S-Marketissa, jossa kesto-kassit on sijoitettu riippumaan kassatiskin toiseen päähän hihnan alle. Metalliseen lokeriin sijoitettuna varsinkin käytetyt kassit saattavat helposti näyttää sekavalta kasalta. Uudet tai vastapestyt kassit saattaisivat toimia lokerossakin, jos ne on viikattu siististi, mutta asiakkaiden kaivaessa kasseja lokerosta voi olla, etteivät ne pysy siisteissä pinoissa pitkään. Lainakassien sijoittuminen pienessä lähikaupassa saattaisi tapahtua samalla tavalla kuin Etu-Töölön Siwassa olleiden kangaskassien, eli ne laitetaan esille sinne, minne ne mahtuvat parhaiten. Useimpien kassojen kylkeen muiden kassihintojen viereen mahtuu varmasti hyvin pieni tarra tai vastaava, josta selviää kassien panttien suuruus ja maininta siitä, että kyseessä on palautettava lainakassi.

Koska tilat kauppojen kassoilla ovat rajatut, ei kassoille voi lisätä loputtomasti erilaisia kassivaihtoehtoja. Ensisijainen vaihtoehto olisi varmasti, että lainakassi ei korvaa mitään nykyisistä kassivaihtoehdoista vaan tulee niiden lisäksi, jolloin asiakkaalla on yksi vaihtoehto enemmän valittavanaan. Kaupoissa, joissa tilat ovat tiukassa, voi kuitenkin olla ylivoimaista löytää sijaa uudelle kassilaadulle. Jos kauppa olisi valmis korvaamaan yhden kassilaadun lainakassilla, olisiärkevin valinta varmaan biohajoava kassi, joka suomalaisten ostoskassien ilmastovaikutuksia tutkineen OPTIKASSI-hankkeen mukaankin oli vähiten ympäristömyötäinen vaihtoehto (Mattila ym. 2009, 36).

4.1.2 Lainauspalvelusta tiedottaminen

Jotta lainauspäättös voisi syntyä, on asiakkaan ihan ensimmäiseksi tiedettävä, että kasalta voi myös lainata kasseja ostamisen sijaan. Tämä tieto on siis pystyttävä jollain tavalla välittämään asiakkaalle. Riittävä lainauspalvelusta tiedottaminen kaupan sisällä onkin tärkeää kassin lainauspalvelun toimivuuden kannalta varsinkin toiminnan alkuvaiheessa, kun lainauksesta ei ole muodostunut ihmisille totuttua toimintatapaa.

Tilat kauppojen kassoilla ovat rajalliset. Lisäksi ihmiset ovat kassajonoon ostotensa kanssa päästyään jo orientoituneita maksamaan ja poistumaan kaupasta ripeästi, jolloin kassajono ei ole paras paikka saada heidän huomiotaan varsinkaan, jos kassoilla on jonoa. Tiedotuksen tulisikin siis tapahtua jo sisällä kaupassa, ja mieluiten monessa eri paikassa siellä. Toistuvaan informaatioon törmääminen voi auttaa viestin perillemenoasiakkaille ja kiinnittää heidän huomionsa tehokkaammin. Ensimmäiset tiedotteet lainakassipalvelusta voisi sijoittaa jo kaupan sisäankäynnille ja aulaan.



Kuva 4. Pylväitä ja opasteita S-Marketissa

Kaupan sisällä sopivia paikkoja viestiä palvelusta voisi harkita ruokakauppakohtaisesti. Sopivia paikkoja saattaisivat olla esimerkiksi erilaiset tukipylväät, leveät käytävät tai hyllynpäädät. Havainnoin kohteena olleista kaupoista löytyi tämän tyyppisiä paikkoja, kuten esimerkiksi kuvan 4 vasemmanpuoleisessa kuvassa olevat pyöreät tukipylväät. Oikeanpuoleisen kuvan tukipylvääseen olikin jo sijoitettu kaupan pohjapiirros. Kuvassa näkyy laajemminkin S-Marketin viestintää, esimerkiksi katosta roikkuvat kyltit opastavat asiakkaita pikakassojen käytössä. Leveimmille käytäville voisi ehkä sijoittaa siirrettäviä infotelineitä, joissa kerrotaan palvelusta.

Fyysisesti kauppaan sijoittuvien tiedotteiden lisäksi lainakasseista voisi tiedottaa kaupan omissa kanta-asiakaslehdissä. Suurimmilla suomalaisilla kauppaketjuilla on kaikilla

omat asiakaslehtensä, joita jaetaan kanta-asiakkaiden kotitalouksiin. Näissä lehdissä on säännöllisesti juttuja erilaisista projekteista ja uudistuksista kaupan sisällä. Lisäksi suuri osa suomalaisista on yhden tai useamman ruokakaupaketjun kanta-asiakas, jolloin lehtijutulla voisi tavoittaa kohtuullisen suuren, kaupaa käyttävän yleisön. Lähes kahdella miljoonalla suomalaisella on Keskon Plussa-kortti ja HOK-Elannon S-Etukortti löytyy 1,7 miljoonalta suomalaiselta (Tilastokeskus 16.3.2009). Lisäksi lainauspalvelusta voisi laatia lehdistötiedotteen, jota jaettaisiin medialle suuremman näkyvyyden saamiseksi.

4.2 Kysely

4.2.1 Kysymysten asettelu ja tavoitteet

Kartoittaakseni ihmisten halukkuutta ja valmiutta lainata ruokakaupasta kassi panttia vastaan tein aiheesta kyselyn. Kysely toteutettiin kaksisivuisena, täytettävänä lomakkeena ajalla 3.3.-20.3.2012. Kyselyä jaettiin pääosin sähköpostitse, mutta myös paperisena versiona tuttavien ja perheenjäsenten apua käyttäen. Saadakseni kyselyyn mukaan mahdollisimman kattavan otoksen eri-ikäisiä ja eritaustaisia ihmisiä pyysin eri-ikäisiä tuttujani jakamaan kyselyä omille tuttavilleen tai työtovereilleen. Näin toivoin saavani monipuolisemman kuvan suomalaisten valmiudesta hyväksyä ja ottaa käyttöön uudenlainen palvelukonsepti. Tällä menetelmällä pyrin myös siihen, että saisin vastaa- jiksi ihmisiä, jotka eivät tunne minua henkilökohtaisesti varmistaakseni vastaajien puolueettomuuden. Kyselyyn vastasi lopulta sekä tuttuja että tuntemattomia ihmisiä. Kyselyä jaettiin suppeasti Kemira Oyj:ssä, Nordea Pankki Suomi Oyj:ssä ja eri-ikäluokkia edustaville yksityisille ihmisille Suomessa, lähinnä pääkaupunkiseudulla ja sen kehyskunnissa.

Kyselyn (Liite 1) ensimmäisen sivun kysymysten tarkoituksena oli kerätä perustietoja vastaajien iästä, maantieteellisestä sijainnista ja asuinympäristöstä, sekä ruokakaupassa käynnin rutiineista ja kassien käytöstä. Toisen sivun kysymykset käsitelivät erilaisia kassin lainaamiseen liittyviä asioita, kuten halukkuutta lainata kassia, pantin suuruutta ja kassin kuntoa. Jälkikäteen ajateltuna olisin voinut lisätä kyselyyn vielä kysymyksen siitä, kuinka monta kassia ihmiset yleensä tarvitsevat ruokakaupassa käydessään. Kysymys siitä, minkälaisesta ruokakaupasta kassin haluaisi lainata, oli ehkä turha, koska

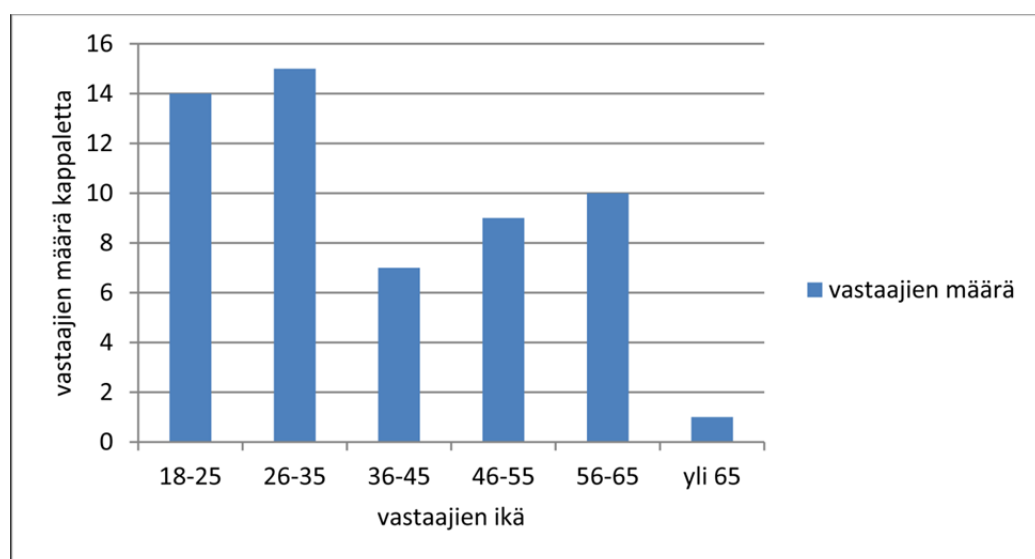
kyselyssä oli jo aiemmin kartoitettu, minkälaisessa ruokakaupassa ihmiset yleensä käyvät ja voidaan olettaa, he lainaisivat kassin samasta kaupasta.

Tarkoitukseni oli tehdä kyselystä vastaajille mahdollisimman yksinkertainen ja vaivaton vastata. Tämä ei kuitenkaan osoittautunut aivan yksinkertaiseksi. Kyselyä jaettiin sähköpostilla ja vastaajilla käytössä olevat erilaiset tietokoneohjelmat aiheuttivat joitain teknisiä ongelmia kyselyn täyttöön. Loppujen lopuksi teinkin kyselystä kolme versiota eri formaateissa.

4.2.2 Vastausten analysointi

Sain kestokassikyselyyn yhteensä 56 vastausta. Koska kyselyn vastausten määrä on pienehkö, ei sen voida olettaa antavan luotettavaa tieteellistä tietoa suomalaisten valmiudesta kestokassin lainaamiseen panttia vastaan. 56 vastauksella kyselyn laajuus on kuitenkin mielestäni riittävä siihen, että sen tuloksia voidaan käyttää suunnitteluprosessin tukena ja perusteina tämän opinnäytetyön yhteydessä.

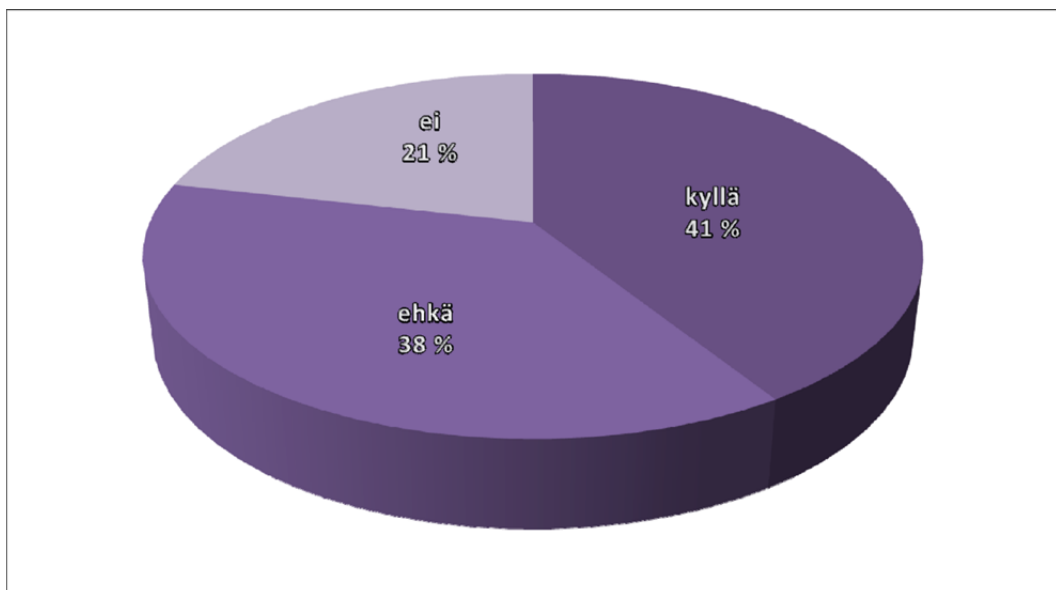
Ylivoimaisesti suurin osa kyselyyn vastanneista oli naisia. Heitä vastaajista oli 73 % ja miehiä 27 %. Suurin osa kyselyyn vastanneista, 64 prosenttia, oli pääkaupunkiseudulta. Lopuista 36 prosentista puolet oli Etelä-Suomesta ja puolet muualta Suomesta. Vastaukset painottuivat siis selkeästi eteläiseen Suomeen.



Kuva 5. Vastaajien määrä ikäryhmittäin

Vastaajien keski-ikä oli nuorehko, hieman yli puolet vastaajista kuului ikäluokkiin 18-25 vuotta ja 26-35 vuotta. Kuva 5 näyttää vastaajien ikäryhmät graafisessa muodossa. Suurin yksittäinen ikäryhmä olivat 26-35-vuotiaat 15 vastauksella, mutta 18-25-vuotiailta tuli lähes yhtä paljon vastauksia. Pienin ikäryhmä olivat yli 65-vuotiaat, joilta sain vain yhden vastauksen, eli kyselyn tulosten ei voida näin pienellä otannalla olettaa vastaavaan tämän ikäluokan näkemyksiä.

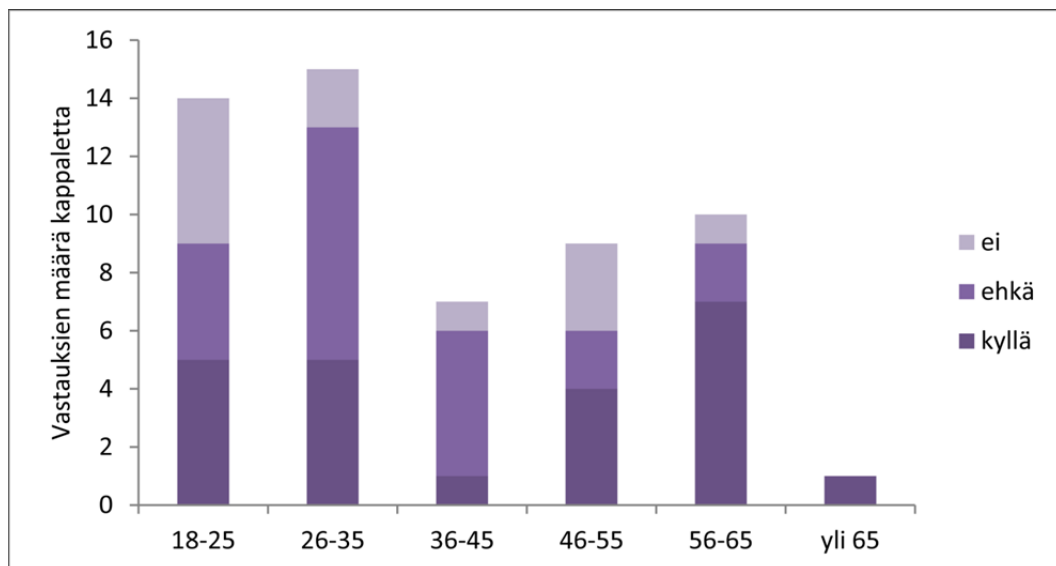
Kysyttäessä vastaajien valmiudesta lainata kassi kaupasta panttia vastaan 41 % ilmoitti olevansa halukas lainaamiseen. 38 % vastasi ehkä, ja viidesosa vastaajista ilmoitti, ettei ole halukas lainaamaan kassia. Noin neljä viidesosaa vastaajista voisi siis mahdollisesti lainata kassin, kuten kuva 6 havainnollistaa. Tämä oli mielestäni yllättävän positiivinen tulos. Olin odottanut enemmän ei-vastauksia varsinkin ihmisiltä, joita en tunne. On vaikea sanoa, onko ihmisillä todellisuudessa näin paljon kiinnostusta kassin lainaamiseen, vai onko vastaajiksi jostain syystä valikoitunut ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneita esimerkiksi ympäristökysymyksistä ja siksi suhtautuvat myönteisesti tämäntyyppiin palveluajatuksen.



Kuva 6. Vastaajien halukkuus lainata kassi, vastausten jakautuminen prosentteina

Ikäryhmistä myönteisimmin kassin lainaukseen suhtautuivat 26-35- ja 56-65-vuotiaat. 56-65-vuotiaat olivat selkeästi eniten lainauksen kannalla; kokonaiset 70 % heistä ilmoitti olevansa valmiit lainaamaan kassin panttia vastaan. Lainauksesta ehkä kiinnos-

tuneita ikäryhmästä oli 20 % ja 10 % ei ollut kiinnostunut lainauksesta. 26-35-vuotiaista 34 % oli valmis lainaamaan kassin, enemmistö, eli 53 % saattaisi ehkä olla kiinnostunut ja 13 % ei lainaisi kassia. Kielteisimminkin lainaukseen suhtautuivat nuorimman ikäluokan edustajat, eli 18-25-vuotiaat. Heistä 36 % ei lainaisi kassia. Toiset 36 % taas olisi valmis lainaamaan kassin ja 28 % saattaisi ehkä lainata sen. Suhteessa vähiten kyllä-vastauksia taas tuli ikäluokalta 36-45-vuotiaat. Vain 14 % heistä olisi valmis kassin lainaamiseen. 14 % ei ole kiinnostunut lainaamisesta ja selvä enemmistö, 72 %, voisi ehkä lainata kassin. Prosenttilukuja tarkastellessa on kuitenkin hyvä pitää mielessä, että vastaajien määrä ikäluokittain vaihteli, ja siten luvut eivät ole suoraan verrannollisia keskenään. Kuva 7 havainnollistaakin vastausten jakaantumista ikäryhmittäin suhteutettuna vastaajien määrään.



Kuva 7. Vastausten jakaantuminen ikäryhmittäin

Kassikyselyn tuloksista selvisi, että hieman yli puolet vastaajista käy kaupassa omalla autolla. Vähän yli kolmasosa käy kaupassa kävellen ja loput pyörällä tai julkisilla liikennevälineillä. Kuten odottaa saattaa, oman auton käyttö lisääntyy jyrkästi vastaajien iän mukaan. Kahdessa nuorimmassa ikäryhmässä kaksi kolmasosaa vastaajista käy kaupassa jalan. 36-yli 65 vuotiaista kävellen, pyörällä tai julkisilla kaupassa käy vain muutama yksittäinen vastaaja.

Vastausten perusteella 74 prosentilla vastaajista, jotka voisivat lainata kassin, on oma kestokassi mukana kauppareissuilla. Myös 67 prosentilla ehkä vastanneista oli oma

kassi kaupassa mukana. Tällainen asiakas voisi tarvita lainakasseja esimerkiksi silloin, kun oma kassi on jäänyt kotiin, tai silloin, kun tarvitsee lisää kassitilaa oman kassin lisäksi. Muovikassin käyttäjistä 31 % olisi valmis vaihtamaan muovikassin kestokassin lainaamiseen ja 31 % saattaisi ehkä lainata kassin ostamisen sijaan. Tässä voisi ehkä nähdä toisen käyttäjäryhmän, jos nämä käyttäjät saisi innostumaan kassien lainaamisesta. Jos oman kestokassin käyttö ei ole tullut heillä tavaksi, voisivat he esimerkiksi lainata kassin useasti kaupassa käydessään ja palauttaa kasseja kauppaan isomman määrän kerralla. 38 % muovikassin käyttäjistä ei aio vaihtaa lainattavaan kestokassiin.

Vastausten analysointi antoi paljon hyödyllistä tietoa eri-ikäisten ihmisten kaupassa-käyntitottumuksista ja kiinnostuksesta kassin lainaamiseen. Hyödynsinkin kyselyn tuloksia luodessani lainauspalvelun potentiaalisista käyttäjistä käyttäjäprofiilit. Käyttäjäprofiileita käytin palvelumallin suunnittelun apuna.

4.3 Kassin prototyyppi

4.3.1 Kassin suunnittelun lähtökohdat

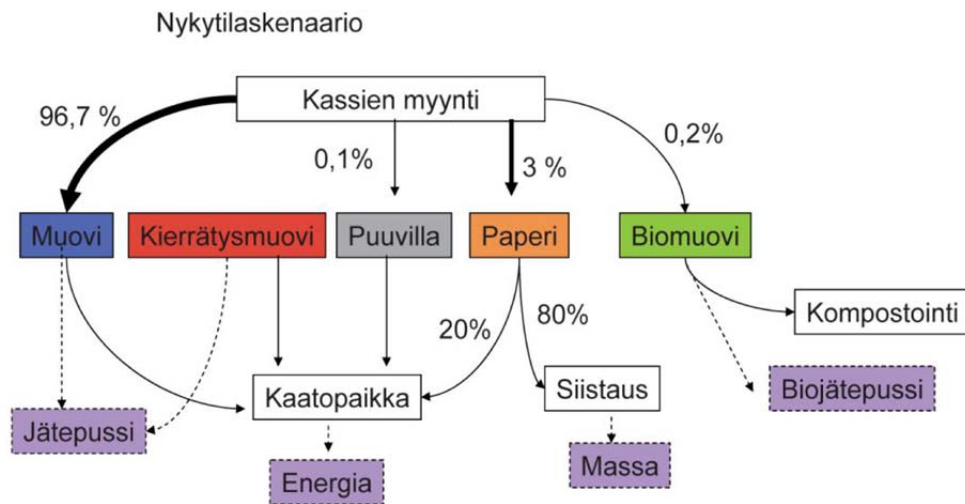
Kestokassin lainausjärjestelmän tarkoitus olisi saada ihmiset lainaamaan kassi panttia vastaan kertakäyttöisen kassin ostamisen sijaan. Käytännöllinen ja toimiva kassimalli on olennainen palvelun toimivuuden ja haluttavuuden kannalta. Myöskään kassin ulkoiset ominaisuudet eivät ole yhdentekeviä.

Testatakseni ruokakaupan muovikassin ominaisuuksia hankin S-Marketista suurimman osan havainnointikierroksen ostoslistani tuotteista ja ostin niille muovikassin, jossa kannoin tavarat kotiin testatakseni muovikassin kantokykyä. Muovikassin kantokyky on varsin hyvä, ja avautuvien sivuvekkiensä ansiosta kassiin mahtuu todella paljon tavaraa. Seitsemän kilon painoiset ostokseni mahtuivat kassiin vaivatta ja kassi kesti havainnointikierroksen ja kotiinkuljetuksen hyvin loppuun saakka. Tämä antaa suuntaviivoja sille, kuinka iso ja kestävä lainakassin tulisi olla. Standardikokoiset kangaskassit ovat paljon pienempiä kuin kaupan muovikassi ja lainakassin tulisikin siis olla reilusti niitä isompi.

4.3.2 Materiaali

Materiaalin valinta on olennainen osa suunnittelijan työtä. Suunnittelijan olisi hyvä olla tietoinen siitä, mistä materiaalit tulevat, sillä materiaalivalinnat vaikuttavat aina jonkun elinympäristöön (Fuad-Luke 2009, 64). Lähdin miettimään lainakassin materiaalivalintaa ympäristömyötävyyden, käytettävyyden ja kestävyuden kannalta. Materiaalivalintaa varten tutkin muovikassin ympäristövaikutuksia saadakseni jotain vertailukohtaa sille, minkälaisia vaatimuksia lainakassin materiaalin tulisi täyttää. Esimerkkikassina toiminut S-Marketin muovikassi on valmistettu LDPE:stä, eli low-density polyethylenestä. Sen materiaalista 70 % on uusiomateriaalia.

Materiaalivertailun pohjaksi otin Suomen ympäristökeskuksen ja Lappeenrannan teknillisen yliopiston yksivuotisen OPTIKASSI-hankkeen, jolla kartoitettiin ostokassien elinkaarta ja sitä kautta ilmastonmuutoksen hillitsemistä. Hanke kuului Tekesin Climbus-ohjelmaan ja sitä rahoittivat Tekesin lisäksi ostokasseja ja niiden materiaaleja Suomessa valmistavat yritykset. (Mattila, Kujanpää, Myllymaa, Korhonen, Soukka ja Dahlbo 2009, 3.) Tutkimus toteutettiin analysoimalla erilaisten kassivaihtoehtojen elinkaaria LCA-menetelmällä, jossa käytiin läpi kaikki niiden elinkaaren vaiheet raaka-aineen hankinnasta valmistukseen ja lopulta hävitykseen ja sitten vertaamalla tuloksia toisiinsa. Hankkeen tarkoituksena oli selvittää yleisimpien Suomessa käytettävien ostokassien ilmastovaikutukset. Vertailtavana oli viisi erilaista kassia: neitseellisestä materiaalista valmistettu muovikassi, kierrätysmateriaalista valmistettu muovikassi, paperikassi, biohajoava kassi ja kangaskassi. (Mattila ym. 2009, 7-8.)



Kuva 1. Kassien elinkaari nykyisellä jätteenkäsittelyllä. Katkoviivoilla merkityt kaavion osat kuvaavat ostokassien käsittelyn tuottamia sivutuotteita.

Kuva 8. Ostokassien elinkaaren nykytilaskenaario. Kuvälähde: Mattila ym. 2009, 17.

Suomessa käytetään yleisesti LDPE- eli low-density polyethylene-muovikasseja. Näille muovikasseille on ominaista suuri vetoisuus, kestävyys ja muovikalvon paksuus verrattuna muualla maailmassa yleisesti käytettyihin ohuisiin ja pieniin HDPE- (high-density polyethylene) kasseihin. (Mattila ym. 2009, 9.) Kuva 8 kuvaa ostokassien elinkaaren nykytilaskenaariota tutkimuksen tekemisen aikaan. Tutkimusta varten pyydettiin kolmelta suurimmalta suomalaiselta kauppaketjulta tiedot vuoden 2007 aikana myytyjen kassien määrästä. Näistä kasseista 95 % oli muovikasseja, joista vain pieni osa kierrätysmuovikasseja. (Mattila ym. 2009, 16.) Huomattavaa on, että kuviossa neitseellisestä materiaalista valmistettujen muovikassien osuus kassien myynnistä on 96,7 % ja kierrätysmateriaalista tehtyjen muovikassien osuus on ilmeisesti niin pieni, että sitä ei ole edes mainittu. Suurimpiin suomalaisiin ruokakaupparaketteihin tekemäni havainnointikierroksen perusteella tilanne on tänä päivänä jo muuttunut hieman, sillä K-Supermarketin perusmuovikassin materiaalista peräti 90 % oli kierrätettyä ja S-Marketin kassin materiaalistakin 70 %. Muilta osin kaavio kuvanee edelleen paikkansa pitävästi muovikassien määrän suhdetta muihin ostokasseihin.

Ilmastovaikutuksiltaan pienimmäksi kassivaihtoehdoksi OPTIKASSI-tutkimuksessa nousi kierrätysmuovista valmistettu muovikassi. Biohajoavasta muovista valmistettu kassi

sijoittui vertailussa viimeiseksi. Perinteinen puuvillainen kangaskassikaan ei tutkimuksen mukaan ollut itsestään selvästi aina ympäristöystävällinen vaihtoehto, koska puuvillan kasvatuksesta aiheutuvat päästöt ovat niin suuret. Puuvillakassia pitäisi OPTIKASSI-tutkimuksen mukaan käyttää yli 180 kertaa, jotta sen päästöt olisivat samalla tasolla kierrätysmuovikassien jatkuvan käytön kanssa. Tässä luvussa on kylläkin otettu huomioon se, että muovikasseja jatkokäytetään usein vielä jätepusseina, jolloin ne korvaavat ostettavia jättepusseja, mikä taas alentaa niiden ympäristökuormaa. Kangaskassien käyttöön ja -kertojen vaihtelu vaikuttaa kuitenkin yksittäisten kassien vertailun mielekkyyteen. (Mattila ym. 2009, 35.)

Tutkimuksessa todetaan kuitenkin, että ekologisinta olisi käyttää jätehuoltoon ohuita ja kevyitä jättepusseja kaupan paksujen ja painavien muovikassien sijaan, koska kaupan muovikasseja, myös kierrätys sellaisia jättepusseina käytettäessä kaatopaikalle päätyy enemmän hyödyntämiskelpoista muovia, kuin kevyitä jättepusseja käytettäessä. Ostokset kannattaisi siis kantaa kotiin kestokasseissa. Jo omistamansa puuvillakassit kannattaa käyttää loppuun ja jos joutuu ostamaan uuden kestokassin, kannattaa valita teko-kuidusta tai kierrätysmateriaalista valmistettu kassi. Lisäksi tulisi pyrkiä käymään harvemmin kaupassa ja ostamaan täysiä kassillisia. (Mattila ym. 2009, 47.)

OPTIKASSI-hankkeen tulosten valossa kierrätysmateriaalista tehty kestokassi saattaisi lainakassina tarjota varteenotettavan vaihtoehdon kertakäyttöisille, kierrätysmateriaalistakin valmistetuille muovikasseille. Kierrätetty kuitu tarjoaa monessa tilanteessa vähäpäästöisemmän vaihtoehdon muille kuiduille, sillä sen energian- ja raaka-aineenkulutus on pienempi (Fletcher 2008, 35). Kierrätetty materiaali saattaisi siis soveltua lainakassin materiaaliksi.

Tunnetuimpia kierrätettyjä tekstiilimateriaaleja lienevät muovisista PET-pulloista tehdyt kankaat ja tekstiilituotteet. PET-muovi kierrätetään prosessissa, jossa pullot jauhetaan rouheeksi, joka hajotetaan kemiallisesti molekyylitasolle ja puhdistetaan, jonka jälkeen siitä voidaan valmistaa raaka-ainetta polyesterille. Raaka-aine polymerisoidaan, sulatetaan ja kehrätään kuiduksi samalla tapaa, kuin käytettäessä neitseellisiä raaka-aineita. (Fletcher 2008, 110.) Energiämäärä, joka tarvitaan kankaan tekemiseen kierrätetyistä PET-pulloista on huomattavasti pienempi kuin kangasta uusista raaka-aineista valmistettaessa (Reware 31.3.2012). Esimerkiksi kierrätetyistä polyesterivaatteista uusia vaat-

teita valmistava yhteistyössä Japanilaisen Teijinin valmistava ulkoiluvaateyritys Patagonia on laskenut, että polyesterin valmistus kierrätysmateriaalista aiheuttaa noin 75 prosenttia vähemmän hiilidioksidipäästöjä, kuin polyesterin valmistus neitseellisistä raaka-aineista (Patagonia 31.3.2012, 2).

Kierrätysprosessin vuoksi kierrätetyistä materiaaleista valmistetut PET-kankaat saattavat olla huomattavastikin uusista materiaaleista tehtyjä kankaita kalliimpia. Jos materiaalin hinta nousee niin korkeaksi, että pantin pitäisi olla useita euroja materiaalikulujen kattamiseksi, voi olla aiheellista harkita kassien materiaaliksi tavallista polyesterikangasta. OPTIKASSI-hankkeen tutkimustulosten mukaan senkin pitäisi tulla pitempiaikaisessa käytössä muovikassia ekologisemmaksi (Mattila ym. 2009, 47). Tarkempi selvitys materiaalin vaikutuksista voisi kuitenkin olla silloin paikallaan.

Kierrätystä PET-materiaalista valmistettuja kankaita ei valitettavasti ole ihan helppo löytää. Japanilainen Teijin Fibers Ltd. Valmistaa tekstiilejä kierrätetystä PET-muovista (Teijin Fibers Ltd. 2008). Eurokankaasta löytyy joitain kuviollisia sisustuskankaita, jotka on tehty kierrätetystä PET-muovista. Myös ainakin ekologisiin työasuihin ja tuotteisiin erikoistuneen Touchpoint Oyn valikoimissa on myös kierrätys PET-kangasta, mutta kangasvaihtoehtojen hinnoista tai soveltuvuudesta lainakassiksi ei ole tietoa.

Ensisijainen valintani kassin prototyypin materiaaliksi olisi ollut kierrätetyistä PET-pulloista valmistettu harsomainen kangas. Koska sopivaa kierrätys PET-kangasta ei ollut prototyyppiä varten saatavilla, valitsin lainakassin prototyypin materiaaliksi samantyyppisen uusista materiaaleista tehdyn polyesterikankaan. Se valikoitui materiaaliksi, koska oli kevyttä, vaikutti kestävältä, oli edullista ja siitä oli saatava erilaisia väri vaihtoehtoja. Lisäksi kankaan voin pestä 30 asteessa.

4.3.3 Väri

Koska lainattava kassi on käyttöesine, jonka täytyy kestää kulutusta ja toistuvaa pesua, on sen värisuunnittelussakin otettava huomioon käytännöllisyyden vaatimukset. Kassin värityksen olisi myös hyvä olla sellainen, että hyvin monentyyppiset ihmiset kokisivat sen miellyttäväksi.

Taulukko 1. Kassin väri vaihtoehtojen vertailu

Väri	Plussat ja miinukset
Luonnonvalkoinen	<ul style="list-style-type: none"> +halpa +ei ympäristörasitetta värjäyksestä +sävy on hieman kellertävä ja epätasainen, joten pienet sotkut eivät näy -vaaleassa kassissa näkyy nopeasti lika ja se menee nuhruisen näköiseksi -helposti liian "halvan" näköinen
Kirkkaat perusvärit	<ul style="list-style-type: none"> +kirkkaan värisessä tai kirjavassa kassissa sotkut eivät näy niin helposti +mahdollisesti houkuttelevamman näköinen asiakkaalle +voisi olla useampi väri vaihtoehto tai vaihtuvat värit +raikas
Pastellivärit	<ul style="list-style-type: none"> +mahdollisesti houkuttelevamman näköinen asiakkaalle +voisi olla useampi väri vaihtoehto -vaaleassa kassissa lika näkyy nopeasti ja se menee nuhruisen näköiseksi -pastellisävyt jakavat mielipiteitä
Murretut värit	<ul style="list-style-type: none"> +käytännöllinen, sotkut eivät näy helposti +maanläheinen väriskaala -ei ehkä erotu edukseen kassalla
Musta	<ul style="list-style-type: none"> +käytännöllinen, sotkut eivät näy helposti +musta on monen suosikkiväri +mustan kanssa sopii moni sävy -musta väri jakaa mielipiteitä -värjämisestä aiheutuva ympäristörasitus
Kirkas valkoinen	<ul style="list-style-type: none"> +raikas ja puhdas väri +kirkkaan valkoisen kanssa sopii moni sävy -epäkäytännöllinen, kaikki lika näkyy heti kassissa -muuttuu liian nopeasti nuhruiseksi ja epähaluttavaksi

Eri väri vaihtoehtojen vertailu (Taulukko 1) helpottaa kassin värisuunnittelua. Taulukko osoittaa, että vaaleat värit putoavat vertailussa ensimmäisenä pois epäkäytännöllisyytensä takia, vaikka ne väriensä puolesta voisivatkin miellyttää kuluttajaa. Lisäksi värjäämätön luonnonvalkoinen puuvillakassi on helposti halvan näköinen. Jäljelle jäävistä

väreistä murrettu sävyt ovat käytännöllisiä, mutta eivät ehkä erotu edukseen kassalla. Musta on myös käytännöllinen väri, mutta jakaa mielipiteet ehkä liian vahvasti. Kirkkaat perusvärit siis nousevat vertailun kärkeen. Ne ovat kohtuullisen käytännöllisiä, lukuun ottamatta keltaista kirkkaissa väreissä lika ei näy niin helposti. Kirkkaat perusvärit myös miellyttävät monia ihmisiä, eivätkä yleensä aiheuta voimakkaita kielteisiä reaktioita (Arnkil 2008, 250).

Väri vaihtoehtojen vertailun pohjalta lähdin miettimään kassin väri vaihtoehtoja. Laskin kirkkaiksi perusväreiksi tässä yhteydessä esimerkiksi punaisen, sinisen, vihreän, keltaisen ja oranssin, mutta myös liilan ja turkoosin. Prototyypin materiaaliksi valitun polyesterekankaan väri vaihtoehdot olivat rajoitetut. Tarjolla olevista vaihtoehdoista valitsin prototyypin väreiksi tummansinisen, pinkin ja farkkusinisen.

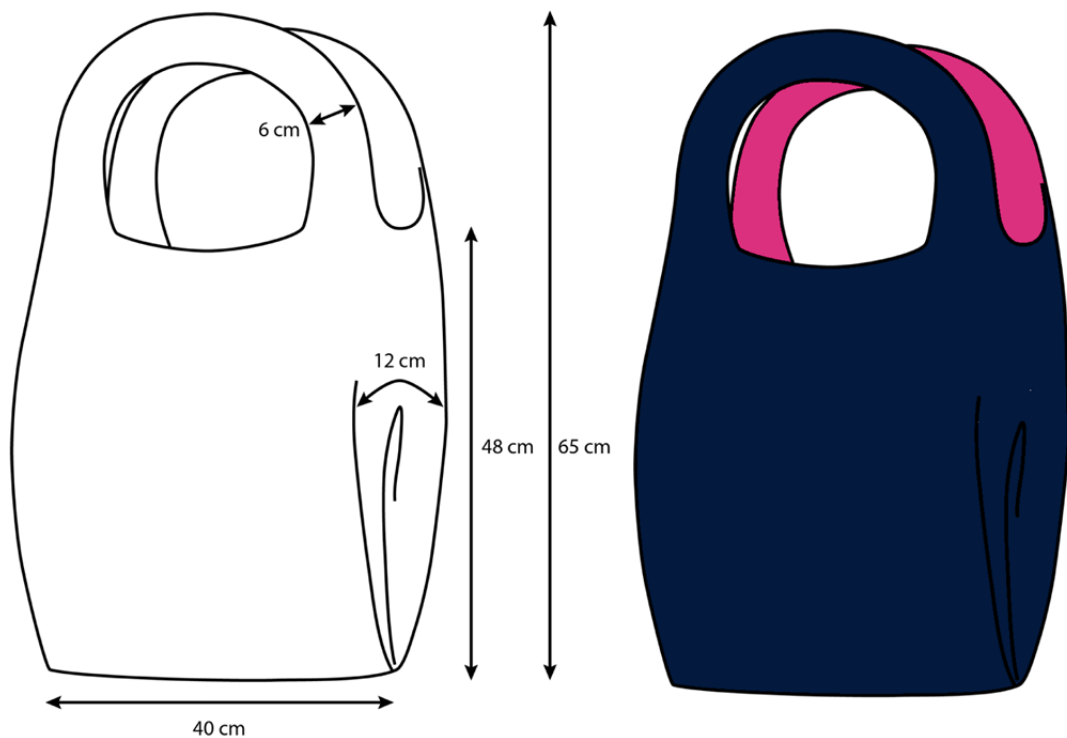
4.3.4 Malli

Lainakassin olisi tarkoitus toimia korvaavana vaihtoehtona muovikassille. Muovikassilla on monia hyviä ominaisuuksia tavalliseen kangaskassiin verrattuna. Se on suuri ja sivuvekkiensä ansiosta sinne mahtuu paljon tavaraa. Muovikassin kahvat on sijoitettu kassin ulkoreunoille siten, että paino jakautuu tasaisesti helpottaen kantamista. Tavallinen kangaskassi on yleensä suorakulmion mallinen ja paljon pienempi kuin muovikassi. Kantokahvat ovat monesti aika ohuet, jolloin ne joutuvat kovaan rasitukseen raskaita kassillisia kannettaessa.

Ollakseen käytännöllinen ostosten kuljettamiseen lainakassin täytyykin olla tarpeeksi suuri. Tämän vuoksi otin kassin prototyypin suunnitellessani mallikseni ruokakaupan muovikassin. Mittasin muovikassin eri osat ja tutkin sen mittasuhteita ja mallia. Näiden tietojen perusteella tein ensimmäisen prototyypin kassista. Koska kassin mallin täytyy olla tarpeeksi yksinkertainen sarjatuotantoa varten, oli ensimmäinen prototyyppi oikeastaan suurempi versio perinteisestä kangaskassista. Tein kassin kaksinkertaisesta valoverhokankaasta saadakseni siitä tarpeeksi kestävä, mutta silti kevyen. Kassin kestävyys on tärkeää, koska ruokaostokset ovat usein kulmikkaita ja painavia. Kevyt ja pienen tilaan menevä kassi taas on helppo kuljettaa mukana. Testasin prototyypin käyttämällä sitä ruokaostosteni ja muidenkin tavaroiden kantamiseen. Kassi kesti käyttöä

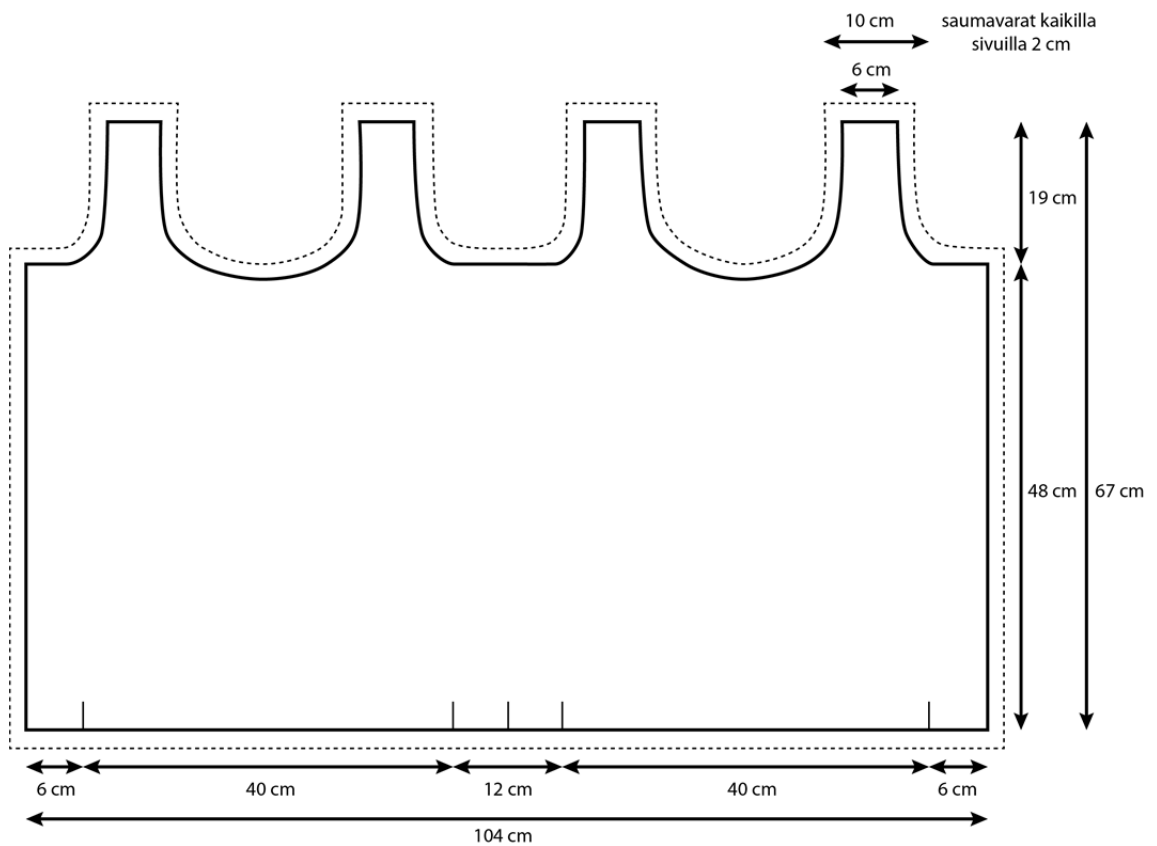
hyvin, mutta huomasin, että vaikka kassi oli suurempi kuin perinteinen kangaskassi, ei se vielääkään ollut tarpeeksi tilava. Aloin siis jatkokehittämään prototyyppiä.

Seuraavaan prototyyppiin halusin mukaan sivuvekit, jotka tekivät muovikassista niin tilavan. Aloin luonnostella uutta versiota kassista. Kehittelyn lähtökohtana pidin edelleen muovikassia, jonka mittasuhteiden mukaan suunnittelin kassia. Kahvojen inspiraatio löytyi toisesta kestokassimallista, jossa kahvat olivat suoraan kiinni kassin rungossa, eivätkä erillisinä sankoina, kuten kangaskassissa. Myös kassin ulkonäkö kehittyi samalla. Toinen prototyyppi oli kaksivärinen. Materiaalina on käytetty samaa harsomaista valoverhoa. Kuva 9 havainnollistaa kassin muotoa, mittoja ja värejä.



Kuva 9. Prototyyppi 2

Onnistuin pitämään kassin mallin kuitenkin ompelun kannalta aika yksinkertaisena. Kassissa on kaksi pitkää ommeltavaa saumaa, yksi alhaalla ja yksi toisella sivulla. Tämä on sama määrä, kuin tavallisessa kangaskassissa, jossa on yksi pitkä sauma kummallakin sivulla. Kuva 10 esittää kassin toisen prototyypin kaavan mittoineen. Sivuvekkien paikat on merkitty kaavan alareunaan. Saumavarat ovat joka sivulla 2 cm. Pätevä ompelija pystyy varmasti kuvien avulla ja prototyyppiä tutkimalla helposti näkemään, miten kassi olisi käytännöllisintä ommella.



Kuva 10. Prototyyppi 2 kaava

Koekäytössä prototyyppi kaksi osoittautui alustavasti varsin käytännölliseksi. Toisen prototyypin ympärysmitta on sama kuin muovikassilla, ja koekäytön perusteella se tuntuu vetävän vähintään yhtä paljon tavaraa kuin muovikassi. Parannettu kahvaratkaisu sopii hyvin käteen ja kassia on miellyttävä kantaa. Kuva 11 havainnollistaa prototyypin kehitystä. Vasemmanpuoleisen, ensimmäisen prototyypin vieressä ovat elintarvikkeet, jotka mahtuivat uudempaan prototyyppiin, mutta eivät ensimmäiseen versioon.



Kuva 11. Prototyypit 1 ja 2

Koska toisen prototyypin koekäyttöaika jäi varsin lyhyeksi, jatkuu sen koekäyttö arjessa opinnäytetyöprojektin valmistumisen jälkeen. Näin saadaan luotettavampaa tietoa kas-simallin todellisesta kulutuksenkestosta ja käytettävyydestä ja päästään kokeilemaan myös materiaalin pesunkestoa. Prototyyppi kahden materiaali on kuitenkin sama kuin ensimmäisessä prototyypissä, jota koekäytettiin pidempään. Ensimmäinen prototyyppi ei osoittanut koekäytössä kulumisen merkkejä, joten samankaltaisia tuloksia voidaan toivoa myös toiselta prototyypiltä.

5 Kassinlainauksen palvelumalli

5.1 Käyttäjäprofiilit

Asiakslähtöisessä palvelujen suunnittelussa asiakkaan tarpeet ja ongelmat ovat suunnittelun lähtökohtia. Tällöin on jo lähtökohtaisesti mietitty minkä tyyppiset asiakkaat saattaisivat olla palvelun mahdollisia tulevia käyttäjiä. (Kinnunen 2003, 118.) Palveluja suunniteltaessa olisikin hyvä tutkia asiakkaan nykyisiä toimintamalleja ja ottaa huomioon asiakkaalle tyypilliset tavat toimia ja ajatella eri tilanteissa, jotta palvelu pystytään sopeuttamaan mahdollisimman toimivalla tavalla asiakkaan nykyisiin tapoihin. Jos palvelun käyttäminen vaatii asiakkaalta suuria toimintatapojen muutoksia, laskee palvelun käyttämisen todennäköisyys. (Kinnunen 2003, 66, 68.) Asiakkaan on helpompi omaksumaa uuden palvelun vaatimat toimintatavat, jos ne noudattelevat asiakkaan luonnollisia toiminta- ja ajattelutapoja. Osa asiakkaan toimintatavoista liittyy kokonaisvaltaisesti hänen käyttäytymistapoihinsa ja arvoihinsa, ja osa on vakiintuneita opittuja rutiineja. (Kinnunen 2003, 66.) Koska ruokakaupassa käyminen on useimmille toistuvaa arkista toimintaa, liittyy siihen paljon tottumuksia ja rutiineja. Kassinlainausjärjestelmän olisikin hyvä istua asiakkaan rutiineihin mahdollisimman saumattomasti, jotta sen käyttö olisi vaivatonta ja miellyttävää ja näin asiakasta hyödyttävää toimintaa.

Käyttäjien toiminnan kartoittamisessa ja havainnollistamisessa voidaan käyttää apuna käyttäjäprofiileja, joilla kuvataan tietyn käyttäjäryhmän tavat käyttää palvelua. Käyttäjäprofiileilla pyritään kuvaamaan ihmisten toimintaa ja niitä voidaan käyttää suunnittelutyökaluina, joiden avulla pyritään ymmärtämään ja hallitsemaan käyttäjän toimintaa. Käyttäjäprofiilien luominen auttaa määrittelemään, mitkä asiat millekin käyttäjätypille ovat tärkeitä. Esimerkkejä käyttäjätyypeistä voisivat olla esimerkiksi penkoja, joka tutkii eri vaihtoehtoja tarkkaan ja ajan kanssa, pesiäjä, joka jää paikkaan pidemmäksi aikaa ja käyttää hyväkseen sen tarjoamia palveluja, sekä piipahtaja, joka tietää mitä etsii ja käy nopeasti hakemassa jonkin tietyn asian. (Koivisto 15.2.2012.)

Kestokassikyselyn vastauksista nousi selkeimmin esiin kolme ikäryhmää, 18-25-vuotiaat, 26-35-vuotiaat ja 56-65-vuotiaat. Näiltä ikäryhmiltä sain eniten vastauksia ja vastausten perusteella syntyivät käyttäjäprofiilit kolmesta eri-ikäisestä lainauspalvelun

mahdollisesta käyttäjästä. Hahmottelin käyttäjätyyppit, esimerkinomaiset ihmiset, jotka voisivat kuulua näihin ikäryhmiin ja yritin pohtia palvelua heidän näkökulmastaan. Miten he käyttäisivät palvelua ja miksi, mihin heidän ongelmaansa tai tarpeeseensa palvelu saattaisi vastata? Millaista olisi heidän ostokäyttäytymisensä? Entä minkälaiset arvot ja elämäntyyli heillä olisi? Tässä esitellään kyselyn vastausten joukosta esiin nousseet arkkityyppiset käyttäjäpersoonat.

Tyyppi 1 Anna-Maija Ahkera



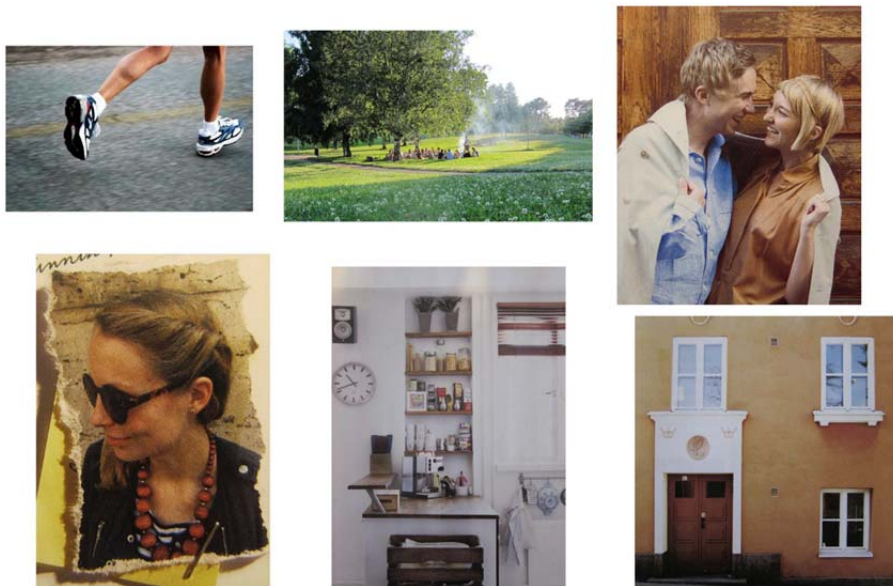
Kuva 12. Anna-Maija Ahkera. Kuvallähde: Maisemahotelli Keurusselkä, Yhteishyvä, Anna.

56-65-vuotias nainen pääkaupunkiseudulta. Hän laittaa kotona perussuomalaista kotiruokaa ja välttää valmisruokia. Anna-Maija suunnittelee viikon aterioita etukäteen ja tekee ostoslistan ennen kauppaan lähtöä. Hän saattaa kuitenkin tehdä heräteostoksia esimerkiksi tarjousten tai mielitekojen pohjalta. Anna-Maija käy kaupassa omalla autolla isossa marketissa kerran tai kaksi viikossa. Hänellä on omat kestokassit mukana, esimerkiksi iso Ikean sininen kassi.

Anna-Maija käyttää kestokasseja ympäristösyistä. Hän tekee arkipäivän pieniä ekotekoja, kuten lajittelee jätteet ja haluaa välttää muovikassien ostamista. Anna-Maija luki kestokassien lainauspalvelusta ruokakaupan kanta-asiakaslehdessä. Sen jälkeen hän muistaisi lainakassipalvelun huomattessaan kaupassa käydessään palvelusta kertovat tiedotteet. Ostoksien kuljetukseen Anna-Maija käyttäisi kuitenkin omaa kestokassiaan jos se olisi hänellä mukana. Anna-Maija voisi lainata kassin tarvitessaan lisätilaa omien

kassiansa lisäksi, ja hän saattaisi käyttää kerran lainaamiaan kasseja uudelleen seuraavilla kauppareissuilla tai palauttaa kassit kauppareissun yhteydessä. Anna-Maija lainaisi kassin vain, jos sen hinta olisi hänen mielestään kohtuullinen. Noin yksi euro olisi ylärajalle, mitä Anna-Maija olisi valmis maksamaan lainaamisesta. Hän saattaisi olla kiinnostuneempi kassien lainaamisesta, jos siitä saisi jotain etua, mutta kassin lainaaminen ei ole hänelle rahallinen kysymys, vaan enemmänkin arvovalinta. Edun saaminen voisi yhdistyä kaupan kanta-asiakaskortin käyttöön, koska Anna-Maija käyttää kaupan bonus-korttia.

Tyyppi 2 Niina Nautiskelija



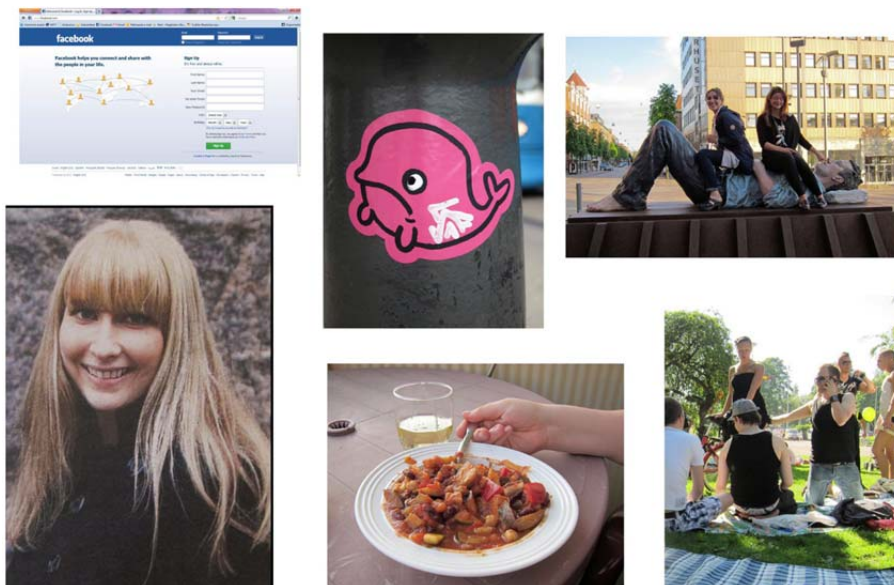
Kuva 13. Niina Nautiskelija. Kuvälähteet: Pupulandia, Trendi, Koti ja keittiö.

26-35-vuotias nainen pääkaupunkiseudulta. Niina asuu kerrostalossa raitiovaunumatkan päässä keskustasta. Hän arvostaa laatua ja yrittää kuluttaa järkevästi ja ostaa pitkäikäisiä tuotteita, mutta löytäessään mieleisen tuotteen hän on valmis maksamaan siitä. Niina on kiinnostunut ympäristöasioista ja yrittää arjen kulutuspäätöksillään vaikuttaa omaan ekologiseen jalanjälkeensä. Niina laittaa arkisin ruokaa kotona, mutta käy myös ulkona syömässä. Niina suunnittelee ruokaostoksiaan jonkin verran, mutta saattaa ostaa aterian ainekset myös hetken mieliteon pohjalta.

Niina ottaa yleensä kauppaan mennessään oman kangaskassin mukaan. Unohtaessaan kassin kotiin hän ostaa muovipussin. Hän käy kaupassa yleensä kävellen muutaman kerran viikossa. Niinakin huomaa lainakasseista kertovan jutun selatessaan kaupan

kanta-asiakaslehden läpi ja kuulee palvelusta myös ystävältään. Unohdettuaan kangaskassin kotiin, Niina voisi lainata kassin muovikassin ostamisen sijaan. Niina käyttäisi kassia tulevillakin kauppareissuilla, kunnes palauttaa sen siirtyessään taas kangaskassiinsa. Hän voisi lainata myös käydessään kaupassa pikaisesti kotimatalla, jolloin hänellä ei ole omaa kassia mukana. Niina olisi valmis maksamaan kassista noin euron verran. Jos Niina olisi epävarma kassin lainaamisen käytännöllisyydestä, voisi edunsaaminen lainauksesta tehdä siitä kiinnostavampaa. Muuten eduilla ei hänelle olisi suurta merkitystä. Niina saattaisi pitää kassin käyttökertojen laskemista kassiin kiinnitetyn viivakoodin avulla tuoreena ja kätevästä ideana.

Tyyppi 3 Outi Opiskelija



Kuva 14. Outi Opiskelija. Kuvälähde: HS Nyt.

18-25-vuotias nainen pääkaupunkiseudulta. Outi asuu kerrostaloyksiossä lähiössä hyvien julkisen liikenteen yhteyksien päässä. Vaikka opiskelijabudjetti rajoittaa välillä tekemisiä, ei Outi aina laske niin tarkkaan paljonko kuluttaa. Outi ei jaksaa käyttää kovin paljoa aikaa ruoanlaittoon, vaan tekee helppoa ja edullista perusruokaa tai ostaa valmisruokia. Hän muistaa kauppaan mennessään mitä peruselintarvikkeita puuttuu, muttei muuten suunnittele aterioitaan kovin pitkälle.

Outilla on yleensä kaupassa oma kangaskassi mukana. Jos ostoksia on paljon tai kassi on jäänyt kotiin hän ostaa muovikassin. Outi kiinnostuu lainauspalvelusta kun saa kuul-

la siitä ystävältään. Ilman omaa kassia kaupassa käydessään Outi olisi valmis lainaamaan kassin. Panttia hän olisi valmis maksamaan kassista noin puolitoista euroa. Kasseja saattaa kertyä kotiin useampia ja Outi palauttaa ne kerralla kun niitä on liikaa, tai hän tarvitsee rahaa. Edun saaminen lainauksesta saattaisi tehdä siitä Outille kiinnostavamman vaihtoehdon jos hän olisi epävarma lainaamisen hyödyistä, mutta muuten ei lisäeduilla olisi paljoakaan vaikutusta.

Yhteistä kaikille käyttäjätyleille on, että he käyttävät palvelua tarpeeseen, yleensä silloin kun oma kestokassi on jäänyt kotiin tai he tarvitsevat lisää kassitilaa. Palvelun ydinasia olisikin, että olisi kassoilla lainattavana silloin kun asiakas niitä tarvitsee, ja että lainaus toimisi sujuvasti ostosten maksamisen yhteydessä. Myös kassien palauttamisen pitäisi olla helppoa. Tärkeää olisi myös, että lainakassit olisivat tarpeeksi isoja, kestäviä ja suhteellisen miellyttävän näköisiä.

5.2 Kassin kierto

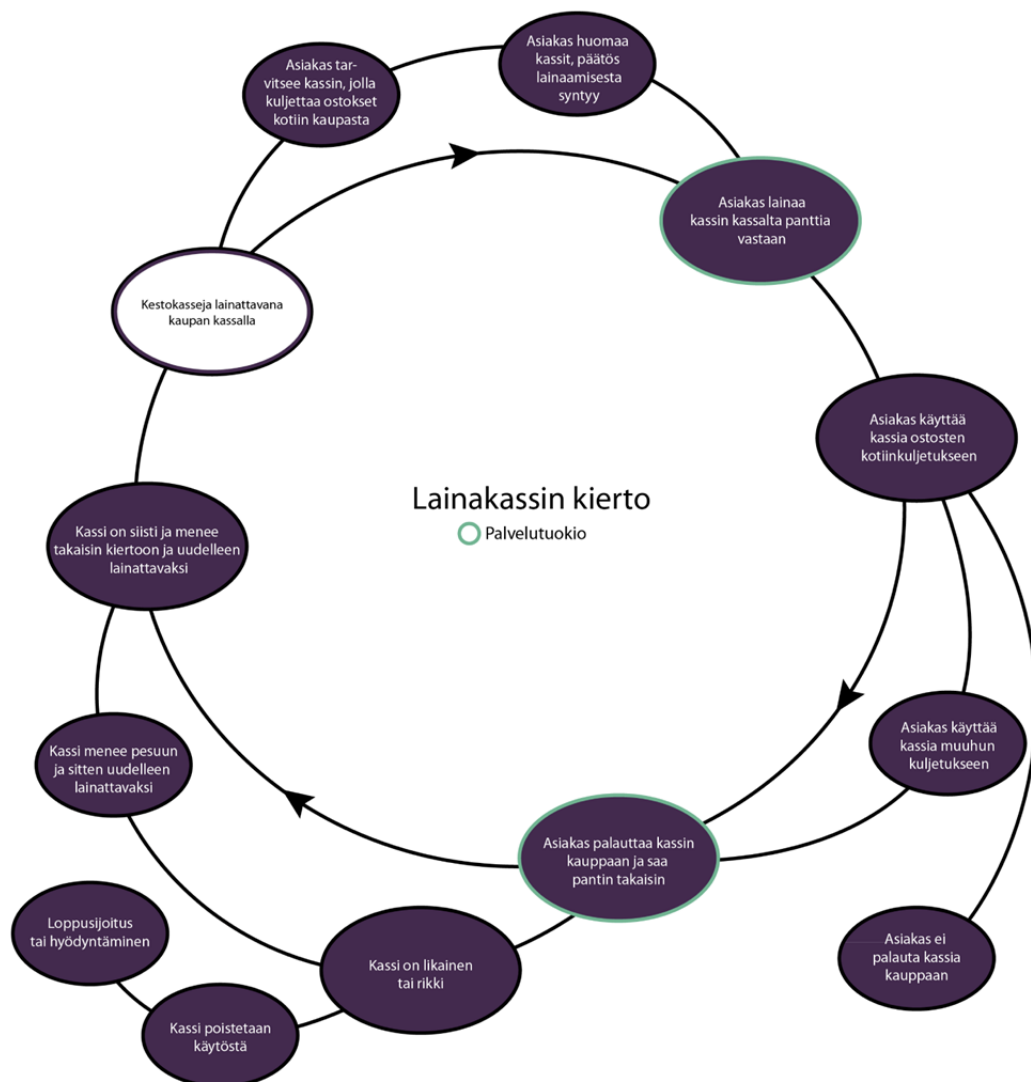
Kestokassien lainausjärjestelmän tarkoitus olisi saada ihmiset lainaamaan kassi panttia vastaan kertakäyttöisen kassin ostamisen sijaan. Tarkoitus olisi tarjota ihmisille helppo ja kätevä vaihtoehto ostosten kotiin kuljettamiseen. Kestokassikyselyn vastausten pohjalta tehty käyttäjäprofilointi viittaisi siihen, että ihmiset käyttäisivät lainauspalvelua tarpeeseen, vaikka hieman eri syistä, eli he lainaisivat kassin vaihtoehtona muovikassin ostamiselle. Olennaista palvelussa on, että se on helposti saatavilla kassalla silloin kun asiakas niitä tarvitsee, ja että lainaus toimii sujuvasti.

Tarpeiksi, joihin lainauspalvelu pyrkii vastaamaan, voidaan tässä tapauksessa määritellä muutamia erilaisia asioita. Näihin kuuluvat asiakkaan tarve kuljettaa ostokset kaupasta kotiin, eli sitä kautta tarve jonkinlaiselle kassille tai kasseille ja asiakkaan halu välttää kertakäyttöisten muovipussien ostamista.

Kestokassin tarkoitus on kiertää kaupasta panttia vastaan kuluttajan käyttöön ja häneltä taas takaisin kaupalle uudelleen lainattavaksi. Tähän kiertokulkuun mahtuu väliin monia vaiheita, jotka kaikki vaikuttavat palvelun onnistumiseen. Kuva 15 auttaa havainnollistamaan lainakassin kiertoa, jota avataan yksityiskohtaisemmin tekstissä. Lainausmalli lähtee liikkeelle siitä, että kasseja on lainattavana kaupan kassalla samassa

paikassa muiden kassivaihtoehtojen kanssa. Asiakas tarvitsee kassin ostosten kuljetukseen ja tekee päätöksen siitä, millaisen kassin ottaa.

Jotta asiakas päätyisi ottamaan lainakassin kertakäyttöisen kassin sijaan, täytyy hänen jo mitä luultavimmin olla etukäteen tietoinen kassien lainausmahdollisuudesta. Lainaustalvasta tiedotus on siis täytynyt tapahtua jo aikaisemmin, kassalla siihen ei enää ole aikaa. Kassahenkilöstön olisi kuitenkin hyvä osata kertoa asiakkaalle lyhyesti lainaustalvasta jos ensimmäistä kertaa palvelua käyttävä asiakas haluaa vielä varmistaa, että on ymmärtänyt palvelun ajatuksen oikein. Kassahenkilöstö täytyy joka tapauksessa perehdyttää lainaustalvasta toimintaan, ja asiakkaiden neuvonta voitaisiin ottaa esiin tässä yhteydessä.



Kuva 15. Lainakassin kierto

Jos asiakkaan tarve kassille ja kassin hinta ja saatavuus kohtaavat, asiakas lainaa kassin kassalta ja maksaa pantin ostosten maksun yhteydessä. Asiakkaan kanssakäyminen kassahenkilön kanssa muodostaa yhden palvelun palvelutuokioista. Palvelu konkretisoi-
tuu asiakkaalle kassin ja sen mahdollistaman ostosten kotiinkuljetuksen muodossa.

Lainakassin rekisteröinti uloslainatuksi voisi tapahtua samaan tapaan kuin muidenkin kassivaihtoehtojen. Jos lainattavat kassit halutaan yksilöidä, voitaisiin tämä tehdä esimerkiksi viivakoodin avulla, jolloin viivakoodi luettaisiin kassia lainatessa. Viivakoodi voi olla kiinni esimerkiksi kassin sivusaumassa. Kassien yksilöinnille ei ehkä kuitenkaan ole tarvetta, varsinkaan jos lainattavat kassivolyymit ovat suuria.

Lainattuaan kassin asiakas kuljettaa ostoksensa kotiin siinä. Jotta tavaroiden kantaminen olisi asiakkaalle miellyttävää, tai ainakin yhtä sujuvaa kuin ostoksien kuljettaminen muovikassissa, on kassin oltava käytännöllinen, eli kestävä ja tarpeeksi suuri. Jos lainakassi osoittautuu hyväksi, asiakas saattaa käyttää sitä uudelleen tulevilla ruokakaup-
pakäynneillä tai muuhun tavaroiden kuljetukseen.

Joskus voi käydä niin, ettei asiakas koskaan tule palauttaneeksi kassia kauppaan. Syy-
nä voi olla esimerkiksi se, että asiakas kokee kassin niin käytännölliseksi, että ottaa sen omaan käyttöönsä, tavallaan ostaa kassin omakseen. Tai kassi on voinut mennä rikki tai liian likaiseksi käytössä. Jos mahdollista, pantin olisikin hyvä kattaa kassit kulut, sekä häviämisen, että huollon kannalta. Pantin suuruus riippuu osittain kuitenkin myös asiakkaiden halukkuudesta sen maksamiseen.

Jos kassi taas hajoaa asiakkaan käytettyä sitä vain pari kertaa, saattaa hän todennä-
köisesti viedä kassin takaisin, reklamoida kaupalle ja vaatia panttia takaisin. Tällöin kaupan tehtävänä on tietysti korjata tilanne mahdollisimman tehokkaasti, eli palauttaa asiakkaalle pantti, pahoitella ja jos kyseessä on selvästi kassin valmistusvirhe, mahdollisesti selvittää asiaa kassien toimittajan kanssa. Ripeällä ja asiallisella toiminnalla voi-
taneen edesauttaa sitä, että asiakkaalle jää kaupan toiminnasta ja ehkä jopa palvelun käytöstä positiivinen mielikuva ongelmasta huolimatta.

Kun asiakas päättää, ettei hänellä enää sillä hetkellä ole tarvetta lainakassille, hän pa-
lauttaa kassin kauppaan ja saa panttirahat takaisin. Kassin palauttamiseen on useam-

pia vaihtoehtoja. Asiakkaan kannalta kätevintä olisi, että hän voi palauttaa kassin kassalle ostosten maksutapahtuman yhteydessä ja saada pantin takaisin joko hyvityksenä ostosten loppusummasta tai käteisenä. Riskinä kassalle palauttamisessa on tietysti se, että palautus hidastaa kassalla asiointia ja näin pidentää jonotusaikoja. Kassan taakse pitäisi myös todennäköisesti saada jokin paikka, johon myyjät laittavat palautuneet kassit. Palautus kassalle saattaisi ehkä olla kaupankin kannalta helpointa, koska silloin kasseille ei tarvitsisi perustaa erillistä palautuspistettä, johon ehkä tarvittaisiin henkilökuntaa. Jos kassit taas lainataan ulos yksilöidysti kassissa olevan viivakoodin avulla, voisi niiden palautuksen hoitaa pullonpalautuksen tapaan, jolloin asiakas palauttaisi kassin lukemalla sen viivakoodin jollain automaatilla. Hän saisi palautuksesta kuitin, jolla voi lunastaa panttisarjan kassalta. Kassin palautus, tapahtui se kassan tai automaatin kautta, on toinen palvelutuokio, jossa palvelu tapahtuu.

Kaupan kassalta palautuneet lainakassit viedään takahuoneeseen, jossa ne lajitellaan. Hyväkuntoiset ja puhtaat kassit viedään takaisin kassoille uudelleen lainattavaksi, mistä ne lähtevät uudelleen kierto. Huonokuntoiset ja likaiset kassit lajitellaan erikseen. Likaiset kassit lähetetään pestäväksi. Pesu voisi tapahtua keskitetysti alihankintana. Mahdollisuuksien mukaan kassit voitaisiin pesettää esimerkiksi pienissä yksityisissä pesuloissa, näin parantaen niiden työllisyyttä. Pesun jälkeen puhtaat ja sileät kassit palautuisivat kauppoihin uudelleen kierto. Jos kassi on rikki, esimerkiksi kahva on lähes irti, saumat ovat ratkenneet tai kankaassa on reikiä tai suuria tahroja, kassi laitetaan poistoon. Käytöstä poistettavat kassit hävitetään kaupan muun energijakeen tai sekajätteen mukana. Toinen vaihtoehto olisi tutkia mahdollisuutta kerätä kassit keskitetysti ja käyttää niitä uusien kestokassien materiaalina, tai kierrättää niitä joksikin muuksi tuotteeksi, kuten täytämateriaaleiksi. Jos kassien lainauspalvelu ei ole kovin laajalle levinnyttä, voi kierrätys kuitenkin tulla liian kalliiksi. Tällöin hävittäminen energijakeen mukana on hyväksyttävä vaihtoehto, jos kassia on kuitenkin käytetty lukuisia kertoja ennen poistoa.

Lainakassien ekologinen ja eettinen valmistus olisi tärkeää koko lainausjärjestelmän uskottavuuden kannalta. Kassit tulisivat valmistaa Suomessa tai sen lähialueilla kuljetusmatkojen minimoimiseksi ja paikallisen työllisyyden tukemiseksi ja valmistavien tahojen työntekijöiden reilu kohtelu tulisi varmistaa.

5.3 Oheispalvelut ja osallistaminen

Jonkinlaisen edun saaminen kassin lainaamisesta kiinnosti noin puolia vastaajista. Yksi tapa palkita ja sitouttaa kassin lainaajia ja käyttäjiä voisi olla soveltaa kasseihin yhdysvaltalaisten markettien viivakoodi-menetelmää. Kauppa jakaa asiakkailleen kortteja, joissa on viivakoodi. Kun asiakkaalla on oma kauppakassi mukana, hän näyttää viivakoodia lukijalle kassalla ja aina tietyn käyttömäärän, esimerkiksi viiden kerran jälkeen asiakas saa kortilla pienen alennuksen.

Viivakoodiajatus voisi soveltaa lainakasseihin kahdella eri tapaa. Molemmissa tapauksissa viivakoodi olisi suoraan kiinni kassissa, sen sivusaumaan ommellussa lapussa. Näin viivakoodi kulkisi aina luontevasti kassin mukana. Aina kun asiakas käyttäisi lainakassia, viivakoodi luettaisiin ja tietyin väliajoin, esimerkiksi viiden tai kymmenen käyttökerran välein asiakas saisi jonkin edun. Etu voisi olla esimerkiksi alennusta jostain tietystä, vaikka kuukausittain vaihtuvasta tuotteesta, keräilymerkkejä, tai alennusta ostosten loppusummasta. Etu voisi olla joko kassikohtainen, eli edun saisi aina, kun kassia on käytetty tietty kertamäärä riippumatta käyttäjästä, tai käyttäjäkohtainen, jolloin kassien käyttökerrat rekisteröityisivät esimerkiksi käyttäjän kanta-asiakaskortin tilille riippumatta siitä mitä lainakassiyksilöä asiakas käyttää. Yhdestä kassista saisi aina yhden käyttökerran, eli jos asiakkaalla olisi käytössä useampi kassi, hän saisi pisteen jokaisesta.

Edun ollessa kassikohtainen kassin lainaamiseen tulisi mukaan sattuma-elementti, koska kassin panttia vastaan lainaava asiakas ei voi etukäteen nähdä kassista montako kertaa sitä on käytetty ja montako kertaa kassia täytyy vielä käyttää edun saamiseksi. Tämä saattaisi parhaassa tapauksessa lisätä kuluttajien kiinnostusta käytetyn näköisenkin kassin lainaamiseen, koska ikinä ei voisi tietää, olisiko juuri sitä käytetty jo lähes etuun oikeuttava määrä. Osasta kuluttajia kassin käyttömäärään sidottu etu saattaisi kuitenkin tuntua turhautavalta, jos omalla kassin käytöllä ei voisi paljoa vaikuttaa edun saamiseen, paitsi pitämällä ja käyttämällä koko ajan samaa kassia.

Toinen tapa sitouttaa ja osallistaa asiakkaita lainakassien aktiivisempaan käyttöön olisi kin sitoa kassien käyttökerrat kuluttajaan, joka kassia käyttää. Tämä voisi tapahtua esimerkiksi kaupan omia kanta-asiakasjärjestelmiä hyödyntämällä. Asiakas voisi käyttää bonuskorttia kassalla normaaliin tapaan ja kun lainakassien viivakoodit luettaisiin kas-

salla, käyttökerrat kirjautuisivat asiakkaan kanta-asiakaskortille. Kun käyttökertoja ker-
tyisi riittävä määrä, asiakas saisi edun. Tällöin ei olisi väliä mitä lainakassiyksilöä asia-
kas käyttäisi, vaan hän voisi sujuvasti lainata ja palauttaa kestokasseja tarpeensa mu-
kaan.

Lainauksen yhteyteen voisi halutessaan ehkä vielä liittää jonkin muunkin lisäpalvelun,
esimerkiksi osa kassin pantin hinnasta voisi olla lahjoitusta hyväntekeväisyyteen jollekin
järjestölle, kuten esimerkiksi Amnestylle.

6 Yhteenveto

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi kestokassien lainauksen palvelumalli elintarvike-
liikkeille ja lainattava kassimalli, josta tehtiin myös käytettävä prototyyppi (Kuva 16).
Kestokassien lainausjärjestelmän tarkoituksena oli tarjota ruokakaupan asiakkaalle kes-
tävämpi vaihtoehto kertakäyttöisen muovikassin ostamiselle. Koen saavuttaneeni opin-
näytetyölle asettamani tavoitteet ainakin suurimmalta osin, sillä onnistuin omasta mie-
lestäni lainauspalvelun suunnittelun lisäksi myös löytämään perusteita sille, että kassin
lainaaminen panttia vastaan voisi olla ekologinen vaihtoehto kertakäyttöisen muovikas-
sin ostamiselle. Lainausjärjestelmä ei tietenkään varsinaisesti ratkaise muovikassien
käytön synnyttämän jätemäärän tuottamia ongelmia, mutta tarjoaa asiaan yhden rat-
kaisuvaihtoehdon.



Kuva 16. Kassi matkalla kaupasta kotiin

Opinnäytetyötä tehdessäni pääsin tutustumaan itselleni uuteen muotoilun alaan, eli palvelumuotoiluun. Olin työtä aloittaessani epävarma siitä, onko järkevää lähteä tekemään opinnäytetyötä aiheesta, josta itsellä ei ole vielä pohjatietoa. Tutustuttuani palvelumuotoilun teorioihin ja erityisesti käytyäni WeeGeessä kuuntelemassa Mikko Koiviston luentoa palvelumuotoilusta, alkoi minusta kuitenkin tuntua, että kyseessä ei olekaan niin monimutkainen asia, vaan palvelumuotoilussa on loppujen lopuksi kyse palvelujen suunnittelusta ihmislähtöisesti käyttäjän tarpeet huomioon ottaen. Käyttäjän näkökulma ja suunnittelijan empatia ovat tärkeitä. Tämä asia selkeni minulle työtä tehdessäni. Tekemäni tutkimus auttoi minua ymmärtämään paremmin palvelun mahdollisia käyttäjiä ja tämä ymmärrys oli olennaista rakentaessani lainauspalvelua.

Pääsin myös syventämään tietojani kestävästä kehityksestä ja eri materiaalien ympäristövaikutuksista, erityisesti muovikassien ja PET-muovin osalta. Tuoretta lähdemateriaalia löytyi hyvin. Eri materiaalien ympäristövaikutusten vertailu on kuitenkin vaikeaa, koska niistä on tehty lukuisia tutkimuksia, joista löytyvät tiedot ovat erilaisia ja ympäristövaikutusten kokonaisarvioinnissa on monta muuttuvaa tekijää, jotka pitäisi ottaa huomioon. Tekemäni johtopäätökset olenkin tehnyt parhaan arvioni mukaisesti lähdemateriaalien antamia tietoja verraten. Yllättävää oli, että tutkimusta tehdessäni paljastui, ettei ruokakaupan kierrätysmuovista tehty kassi ole huono vaihtoehto kauppakassiksi. Sen sijaan ekologiseksi mielletty puuvillakassi oli oikeasti kestävä valinta vain, jos sitä käytetään reilusti yli sata kertaa. Kestävän kehityksen teoriat ja arvot toimivat koko opinnäytetyön arvopohjana antaen suuntaviivat työskentelylle.

Opinnäytetyön aihetta valitessani en ollut kuullut kenenkään muun kuin Helsingin kaupunginkirjaston lainanneen kestokasseja. Itse päädyin ajatukseen pohdittuani, voisiko jotain kertakäyttöistä korvata jollain kestävällä. Tutkimustyötä tehdessäni törmäsin kuitenkin pantillisen lainakassin ajatukseen erään tutkimuksen yhteydessä. Suomalaisen ostokasseja kartoittaneessa OPTIKASSI-hankkeessa oli kaupalle ja teollisuudelle suunnattuihin kehitysehdotuksiin listattu lyhyesti myös pantillisen kestokassin mahdollisuus (Mattila ym. 2009, 48). Koen silti, että vaikka ajatus pantillisesta kestokassista onkin näin esitetty jo aiemmin, olen opinnäytetyössäni pystynyt kehittämään ajatusta pidemmälle ja tuomaan sen lähemmäs toteutuskelpoisuutta.

On ollut palkitsevaa päästä syventymään aiheeseen, joka koskettaa itseäni ja tehdä työtä omien arvojeni mukaisesti. Palvelumuotoiluun tutustuminen on ollut erityisen kiinnostavaa, koska arvelen, että palvelumuotoilun avulla voidaan tulevaisuudessa pyrkiä kehittämään monentyyppisiä kestävämpiä ratkaisuja.

Tulevaisuutta ajatellen olisi kiinnostavaa päästä esittelemään kestokassien lainausjärjestelmää johonkin suurista suomalaisista elintarvikeliikeketjuista ja saada heiltä palautetta ajatuksesta ja sen toteutettavuudesta. Kassinlainausjärjestelmästä ei välttämättä koidu kaupalle suoraan voittoa. Järjestelmän ylläpito maksaa. Kassien hankinta ja huolto aiheuttavat kustannuksia, samoin kuin henkilökunnalle lainausjärjestelmästä aiheutuva työ. Myös palautumatta jääneet kassit lisäävät kustannuksia. Kasseista perittävä pantti ei välttämättä riitä kattamaan kaikkia kustannuksia. Etuna kaupalle voi kuitenkin nähdä sen asiakkailleen tarjoaman ympäristöystävällisemmän palvelumuodon, kestokassien lainausjärjestelmän, jonka avulla se voi erottautua muista kaupoista. Kuluttajilla on tänä päivänä kiinnostusta ympäristöasioita kohtaan, jolloin yritysten ympäristöasioihin panostaminen koetaan positiivisena asiana. Palvelumalli on suunniteltu yleisellä tasolla, mutta on sovellettavissa elintarvikeliikkeiden erilaisiin tarpeisiin ja se voidaan halutessa liittää vaikkapa kaupan olemassa olevaan kanta-asiakasjärjestelmään.

Kestokassien lainaaminen muovikassien ostamisen sijaan ei ratkaise liiallisen kuluttamisen aiheuttamia ongelmia, mutta se voi ehkä toimia pienenä askeleena kestävämpään suuntaan. Muovikasseihin liittyy myös tietynlaista symbolista arvoa ja ihmiset kokevat niiden välttämisen mielekkäänä, arjen pienenä ekotekona. Ihmisten toimintamallit ja ajatukset muuttuvat kuitenkin hitaasti. Erilaisia tavarain lainaus- ja vaihtopalveluja löytyy jo internetistä ja autonkin voi lainata käyttöönsä silloin kun sitä tarvitsee. Kynnyskysymyksenä ei ehkä ole niinkään tarjonta, vaan ihmisen suhde omistamiseen. Pienen ja arkipäiväisen asian, kuten ostokassin, lainaaminen voi auttaa tasoittamaan tietä ajattelutavan muutokselle. Ehkä kaikkea ei tarvitsekaan ostaa, vaan joitain asioita on kätevämpää lainata. Ehkä lainaan tänään kestokassin ruokakaupasta ja huomenna akkuporakoneen tavarain lainauspalvelusta. Ja vuoden päästä voin ehkä lainata auton.

Lähteet

Arnkil, Harald 2008. Värit havaintojen maailmassa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Fletcher, Kate 2008. Sustainable fashion and textiles: Design journeys. London: Earthscan.

Fuad-Luke, Alastair 2009. Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world. London: Earthscan.

Helsingin kaupungin ympäristökeskus 19.2.2012. Ympäristömerkit. Kaupunkilaisen ympäristöopas. [verkkodokumentti] <<http://www.hel2.fi/ympk/julkaisut/oppaat/ympopas/ymparistomerkit.htm>> Luettu 19.2.2012.

Helsingin Sanomat 26.3.2010. Maailman väkiluku nousemassa 7 miljardiin – ilmastonmuutos kiihtyy. HS.fi. [verkkodokumentti] <<http://www.hs.fi/ulkomaat/artikkeli/Maailman+v%C3%A4kiluku+nousemassa+7+miljardiin+%E2%80%93+ilmastonmuutos+kiihtyy/1135254964042>> Luettu 9.4.2012.

Kauppa.fi 7.2.2012. Pirkka panostaa designiin. [verkkodokumentti] <http://www.kauppa.fi/ajankohtaista/uutiset/pirkka_panostaa_designiin_22212> (Luettu 3.3.2012)

Kinnunen, Ritva 2003. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.

Koivisto, Mikko 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. [verkkodokumentti] <http://www.muova.fi/documents/key20120106130513/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf> Luettu 6.1.2012.

Koivisto, Mikko 15.2.2012. Palvelumuotoilu käyttäjälähtöisten palvelujen mahdollistajana. Luento näyttelykeskus WeeGee:ssä Espoossa.

Kuluttajavirasto 29.6.2011. Eko-ostaja: Joutsenmerkki myönnetään vain ympäristön parhaimmistolle. Kuluttajavirasto.fi. [verkkodokumentti] <<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparistomerkit/joutsenmerkki/>> Luettu 19.2.2012.

Mattila, Tuomas & Kujanpää, Marjukka & Myllymaa, Tuuli & Korhonen, Marja-Riitta & Soukka, Risto & Dahlbo, Helena, 2009. Ostokassien ilmastovaikutusten vähentäminen. Helsinki: Suomen ympäristökeskus. [verkkodokumentti] <<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=97581>> Luettu 29.3.2012.

Moritz, Stefan 2005. Service design. Practical acces to an evolving field. Köln: Köln International School of Design KISD. Saatavilla osoitteessa <http://stefan-moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf> Luettu 6.1.2012.

Niinimäki, Kirsi 2011. From disposable to sustainable: the complex interplay between design and consumption of textiles and clothing. Helsinki: Aalto yliopiston taideteollinen korkeakoulu.

Patagonia 31.3.2012. Common Threads Garment Recycling Program. Patagonia.com. [verkkodokumentti] <http://www.patagonia.com/pdf/en_US/common_thread_exec_summary.pdf> Luettu 31.3.2012.

Reware 31.3.2012. Rewoven: sustainable fabrics for a new world. [verkkodokumentti] <http://www.rewarestore.com/tech_recycled_pet.html> Luettu 31.3.2012.

Slow Food 9.4.2012. About us. [verkkodokumentti] <http://slowfood.com/international/1/about-us?-session=query_session:587081A409fd0173F7nGF20AB70A> Luettu 9.4.2012.

Suojanen, Ulla 1997. Vihreät tekstiilit. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Teijin Fibers Ltd. 2008. EcoCircle. [verkkodokumentti] <<http://www.teijinfiber.com/english/products/specifics/eco-circle.html>> Luettu 10.4.2012.

Tilastokeskus 16.3.2009. Ruokaostoksia tehdään useassa kaupassa. [verkkodokumentti] <http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art_2008-12-15_005.html> Luettu 6.4.2012.

Worldometers 9.4.2012. Real time world statistics. [verkkodokumentti] <<http://www.worldometers.info/fi/>> Luettu 9.4.2012.

WWF 2006. Living planet report 2006. [verkkodokumentti] <http://www2.wwf.fi/wwf/www/uploads/pdf/living_planet_report_2006.pdf> Luettu 10.4.2012.

Ympäristöministeriö 1.2.2011. Mitä on kestävä kehitys. [verkkodokumentti] <<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=280280>> Luettu 7.1.2012.

Öko-Tex 20.2.2012. Issue of certificates. Oeko-Tex.com. [verkkodokumentti] <http://www.oeko-tex.com/OekoTex100_PUBLIC/content.asp?area=hauptmenue&site=entzertifizierung&cls=02> Luettu 20.2.2012.

Kuvalähteet

Anna 38/2011. Oletko sinä keski-ikäinen?, s.32-33.

Koti ja keittio 9/2011. Nokkelasti puettu minikoti, s.128, 130.

Maisemahotelli Keurusselkä 12.1.2010. Teemalomalle. [verkkodokumentti] <http://www.fontana.fi/tmp_keurusselka_site_0.asp?sua=3&lang=1&s=374> Luettu 7.4.2012.

HS Nyt 14-15/2012. Designpääkaupunki, s.7.

Pupulandia 16.6.2009. Hikistä touhua tuo juokseminen. [verkkodokumentti] <<http://pupulandia.indiedays.com/2009/06/16/hikista-touhua-tuo-juokseminen/>> Luettu 7.4.2012.

Trendi 8/2010. Kampauskoulu, s.80.

Trendi 8/2010. Sovinnolla, s.41.

Yhteishyvä 4/2012. Kannattaa kysyä, s.93.

Kestokassin lainauskysely

Kestokassin lainaus kysely

Riikka Saarela/Metropolia Ammattikorkeakoulu
riikka.saarela@metropolia.fi

1. Perustiedot (valitkaa yksi vaihtoehto)

Ikä

- 18-25 26-35 36-45
 46-55 56-65 yli 65

Sukupuoli

- nainen
 mies

Missä päin Suomea asutte?

- pääkaupunkiseudulla Etelä-Suomessa
 Länsi-Suomessa Itä-Suomessa Pohjois-Suomessa

Minkälaisessa ympäristössä asutte?

- kaupungissa
 taajamassa
 maaseudulla

Kuinka usein käytte ruokakaupassa?

- harvemmin kuin kerran viikossa
 1-2 kertaa viikossa
 noin joka toinen päivä
 lähes joka päivä

Minkälaisessa ruokakaupassa käytte yleensä?

- automarket (citymarket, prisma tai muu iso ruokakauppa, johon pääsee kätevimmin autolla)
 k-supermarket, s-market (iso ruokakauppa, johon pääsee hyvin julkisilla, kävellen, pyörällä)
 lähikauppa (siwa, k-market, valintatalo, sale tms. pienempi kauppa)

Millä käytte yleensä kaupassa?

- omalla autolla
 julkisilla kulkuvälineillä
 pyörällä
 kävellen

Missä yleensä kuljetatte ostokset kotiin ruokakaupasta?

- ostan kaupasta muovikasseja
 ostan kaupasta paperi- tai biohajoavia kasseja
 tuon oman kangaskassin, muovikassin tai muun kestokassin mukana

2. Kassin lainaamisesta (valitkaa yksi vaihtoehto)

Voisitteko kuvitella lainaavanne kestokassin ruokakaupasta panttia vastaan?

- kyllä
 en
 ehkä

Minkälaisesta ruokakaupasta voisitte lainata kassin?

- automarket (citymarket, prisma tai muu iso ruokakauppa, johon pääsee kätevimmin autolla)
 k-supermarket, s-market (iso ruokakauppa, johon pääsee hyvin julkisilla, kävellen, pyörällä)
 lähikauppa (siwa, k-market, valintatalo, sale tms. pienempi kauppa)

Paljonko olisitte valmis maksamaan panttia kassista (jos pantin saa takaisin kun palauttaa kassin)?

- 0-0,5 €
 0,5-1 €
 1-1,5 €
 1,5-2 €
 2-3 €

Olisitteko valmis lainaamaan kassin, joka ei ole uusi, mutta on siistissä kunnossa?

- kyllä
 ei
 ehkä

Olisiko kassin lainaaminen ja palauttaminen teistä kiinnostavampaa, jos siitä saisi jotain etua (esimerkiksi keräilyleimoja, joilla saa alennusta)?

- kyllä
 ei
 ehkä

Olisiko kassin lainaaminen ja palauttaminen teistä kiinnostavampaa, jos niiden ympärille olisi rakennettu jonkinlainen yhteisö (esimerkiksi kassin historiaa voisi seurata internetissä)?

- kyllä
 ei
 ehkä

Palautattehan vastauksenne 20.3.2012 mennessä sähköpostilla osoitteeseen riikka.saarela@metropolia.fi.

Kiitos osallistumisestanne!