

**Mari Puranen ja Satu Uusipaikka**

**LIKELAHJAPERHEEN SUUNNITTELU CENTRIA  
TUTKIMUS JA KEHITYKSELLE**

**Opinnäytetyö  
KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU  
Puutekniikan koulutusohjelma  
Toukokuu 2012**



## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Ylivieska	<b>Aika</b> Toukokuu 2012	<b>Tekijä/tekijät</b> Mari Puranen ja Satu Uusipaikka
<b>Koulutusohjelma</b> Puutekniikka		
<b>Työn nimi</b> Liikelahjaperheen suunnittelu Centria tutkimus ja kehitykselle		
<b>Työn ohjaaja</b> Kaija Arhio ja Pauliina Mattila		<b>Sivumäärä</b> [43]
<b>Työelämäohjaaja</b> Virve Antinoja		
<p>Opinnäytetyömme aineena oli suunnitella Centrian Tutkimus ja kehitys - yksikölle liikelahjaperhe ja valmistaa suunnittelemistamme tuotteista prototyypit.</p> <p>Työmme tavoitteena oli luoda moniosainen tuoteperhe, josta löytyy eri hintaluokan tuotteita.</p> <p>Työssämme tutkittiin liikelahjaperinnettä ja lahjojen antamista erikulttuurin vaikutuspiireissä.</p> <p>Työmme tuloksena syntyi uusi liikelahjaperhe, johon kuuluu kaksi erilaista kelloa, lasinalunen, leikkuulauta, pannunalunen, servietinpidikkeet, kaksi erilaista serviettitelinettä ja kaksi erilaista tuikkukippoa.</p>		
<b>Asiasanat</b> [liikelahja, liikelahjakulttuuri, prototyyppi, suunnittelu, tuotesuunnittelu]		

**ABSTRACT**

<b>CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b>	<b>Date</b> May 2012	<b>Author</b> Mari Puranen and Satu Uusipaikka
<b>Degree programme</b> Wood Technology		
<b>Name of thesis</b> Designing business gifts for Centria research and development		
<b>Instructor</b> Kaija Arhio and Pauliina Mattila		<b>Pages</b> [43]
<b>Supervisor</b> Virve Antinoja		
<p>Subject of our thesis was to design different kind's business gifts and produce prototypes from those designs for Centria research and development unit.</p> <p>The goal was to create multipart gift family with products from different price category's.</p> <p>In our work we studied business gift traditions and ways of giving gifts in different cultures.</p> <p>We designed and produced a new business gift family which includes two different kinds of clocks, coaster, trivet, napkin rings, two different kind's napkin holders and candle holders.</p>		

**Key words**

[Business gift, business gift culture, prototype, design, product design]

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**SISÄLLYS**

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>TYÖN TAVOITTEET</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>LIKELAHJOJEN PERINTEET</b>	<b>3</b>
3.1	Liikelahjakulttuurit ja perinteet yleisesti	4
3.2	Liikelahjakulttuurit ja perinteet Suomessa	5
3.3	Eurooppalaiset liikelahjakulttuurit ja perinteet	5
3.3.1	Ruotsi	5
3.3.2	Norja	6
3.3.3	Venäjä	6
3.3.4	Puola	7
3.3.5	Englanti	7
3.3.6	Ranska	7
3.3.7	Saksa	8
3.3.8	Slovakia	8
3.4	Islamilainen liikelahjakulttuuri ja perinteet	8
3.4.1	Turkki	9
3.4.2	Saudi-Arabia	9
3.5	Liikelahjakulttuurit ja perinteet muualla maailmassa	10
3.5.1	Kiina	10
3.5.2	Yhdysvallat	11
<b>4</b>	<b>CENTRIA Tutkimus ja kehitys</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>CENTRIAN LIKELAHJAPERHEEN TOTEUTTAMINEN</b>	<b>13</b>
5.1	Suunnittelu	13
5.1.1	Ideointi ja vertailu	13
5.1.2	Toteutettavat mallit	15
5.2	Valmistaminen	15
5.3	Testaus	18
5.4	Kustannuslaskelma	18
<b>6</b>	<b>PAKKAUKSEN SUUNNITELU</b>	<b>26</b>
<b>7</b>	<b>RATKAISU JA SEN ARVIOINTI</b>	<b>27</b>
7.1	Salaatinottimet	27
7.2	Kynäteline	27
7.3	Kynäkotelo	27
<b>8</b>	<b>YHTEENVETO</b>	<b>28</b>

**LÄHTEET**

**KUVIOT**

KUVIO 1.	Puista Bisnestä 2011-seminaarin puhujalahja	14
KUVIO 2.	Suomi-kellon piirtovaihe	16
KUVIO 3.	Viitekehys tuotteen kehityksen eri vaiheista	17
KUVIO 4.	Tuotteiden pintakäsittelyä parafiiniöljyllä.	18
KUVIO 5.	Luonnos kynätelineestä	30
KUVIO 6.	Luonnos maitopurkinkotelosta	31
KUVIO 7.	Luonnos kynäkotelosta	32
KUVIO 8.	Luonnokset salaatinottimista ja spagettikauhasta	33

KUVIO 9. Luonnos matkapuhelintelineestä	34
KUVIO 10. Luonnoksia salaatinottimista, tuikkukupeista, kynäkotelosta ja muista tuotteista	35 36
KUVIO 11. Lasinaluset	37
KUVIO 12. Suomikello	38
KUVIO 13. Lehtikello	39
KUVIO 14. Suomi servietteline ja lehti servietteline	40
KUVIO 15. Lehti serviettipidike	41
KUVIO 16. Suomi leikkuulauta ja lehti pannunalunen	42
KUVIO 17. Lehti tuikkukuppi ja Suomi tuikkukuppi	43

## **TAULUKOT**

TAULUKKO 1. Centrian puulaboratorion koneiden vuokrahinnat	19
TAULUKKO 2. Centrian puulaboratorioon tilattavien liimapuulevyjen hintoja	19
TAULUKKO 3. Lehtikellon ja Suomikellon kustannuslaskelmat	20
TAULUKKO 4. Lasinalusten ja lehtipannunalusen kustannuslaskelmat	21
TAULUKKO 5. Suomileikkuulaudan kustannuslaskelma	22
TAULUKKO 6. Lehtiserviettipidikkeiden kustannuslaskelma	23
TAULUKKO 7. Lehti- ja Suomiserviettelineiden kustannuslaskelmat	24
TAULUKKO 8. Lehti- ja Suomituikkukipon kustannuslaskelmat	25

## 1 JOHDANTO

Työn aiheena oli suunnitella Centrian Tutkimus ja kehitys - yksikölle liikelahjaperhe ja valmistaa suunnitelluista tuotteista prototyypit. Työ lähti liikkeelle Centrian Tutkimus ja kehitys – yksikön tarpeesta saada yhteneväinen linja tuotteille. Tähän saakka liikelahjoina on annettu yksittäisiä tuotteita, joita ovat suunnitelleet pääasiassa Centrian puulaboratorion henkilökunta. Lahjoina on ollut mm. puisia koristelautasia, puisia kynätelineitä ja puisia sokerikkoja lusikoineen. Tuotteilla ei kuitenkaan ole ollut yhtenäistä linjaa.

Ensimmäisessä luvussa tutkitaan liikelahjaperinteitä ja tapoja eri maiden ja kulttuurien näkökulmasta. Esimerkkinä on valittu tärkeimpiä maita Euroopasta ja muualta maailmasta. Osalla käsitellyistä maista on erilaisia yhteyksiä ja yhteistyötoimintaa Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun kanssa ja osa maista on valittu kirjoittajien oman mielenkiinnon mukaan. Eri maiden liikelahjaperinteitä ja tapoja lähdettiin selvittämään, koska koettiin, että tietämys eri maiden tavoista ja kulttuureista on todella tärkeä osa liikesuhteiden luomisessa ja ylläpidossa. Maiden tapojen tunteminen myös osoittaa liikekumppanille, että häntä ja hänen maataan arvostetaan.

Toisessa luvussa esitellään Centrian tutkimus ja kehitys – yksikköä, Centrian tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa, yhteistyötä eri yritysten ja yhteisöjen kanssa, sekä käydään lyhyesti läpi Centrian tarjoamia messu ja tapahtuma toiminoja ja koulutuspalveluita.

Kolmannessa luvussa kerrotaan liikelahjaperheen suunnittelusta luonnostelusta valmistukseen, sekä kuvataan tuotantoon päässeitten tuotteiden valmistusta prototyyppien osalta. Luvussa käydään myös läpi jokaisen valmistetun tuotteen kustannuslaskelmat kymmenen kappaleen sarjalle.

Neljännessä luvussa selvitetään erilaisia paketoimisvaihtoehtoja ja niiden merkitystä tuotteelle ekologisuuden ja käytännöllisyyden kannalta. Seitsemännessä luvussa kerrotaan mitkä tuotteet ovat lopulta päätyneet tuotantoon. Lähteinä opinnäytetyössä on käytetty mm. Centrian tutkimus- ja kehityksen Internet-sivuja, muita Internet-lähteitä ja kirjallisuutta.

## 2 TYÖN TAVOITTEET

Tavoitteena oli suunnitella ja luoda uusi liikelahjaperhe, jonka osia Centrian tutkimus ja kehitys - yhteisöön kuuluvat voisivat antaa ja jakaa yhteistyötä tekeville yrityksille ja yksityisille toimijoille. Liikelahjaperheen tuotteille pyrittiin pitämään yhteneväinen linja, ja tarkoituksena oli saada luotua mahdollisimman monta erilaista ja erihintaluokkaista tuotetta. Toisena tavoitteena oli valmistaa suunnitelluista tuotteista yksi tai useampi prototyyppi ja testata niiden toimivuus käytännössä.

Suunnittelun yhteydessä tutustuttiin myös liikelahjaperinteeseen, lahjojen antamiseen ja antamistapoihin eri kulttuureissa. Lisäksi selviteltiin mahdollisia pakkausvaihtoehtoja lahjojen kuljettamisen ja säilyttämisen kannalta, sekä kuinka pakkaus vaikuttaa itse lahjan arvoon ja kokonaisvaikutelmaan.

### 3 LIKELAHJOJEN PERINTEET

Persoonallisesti ja hyvällä maulla valitut liikelahjat ovat kautta aikojen kuuluneet hyviin kauppatapoihin ja perinteisiin. Lahjaa valittaessa tulee miettiä, mitä kyseinen lahja kertoo lahjan antajasta ja yrityksestä, sekä millaisen suhde lahjan saajan ja antajan välillä on. Liikelahjat ovat nykypäivänä niin kutsuttuja mainoslahjoja, ja näin ollen osa yrityksen kokonaisvaltaista markkinointiviestintää. (Profile Promotion 2012.) Hyvän liikelahjan tarkoitus on auttaa luomaan uusia ja vahvistaa vanhoja liikesuhteita (Ofergo 2011).

Liikelahjat ryhmitellään yleensä neljään eri ryhmään. Ryhmät ovat mainoslahjat, myynninedistämistuotteet, hyvän liikesuhteen ylläpitämiseksi annettavat tuotteet ja niin kutsutut lahjatavaroiden aateli. Lahjojen ryhmät määräytyvät niiden valmistusmääristä ja arvosta. Mainoslahjat ovat yleensä halpoja tuotteita, joita valmistetaan paljon ja jaetaan suurille ryhmille, kun taas parhaimpia lahjoja jaetaan vain asiakasyritysten liikkeenjohdolle. (Ofergo 2011.)

Hyvän liikelahjan tulisi olla käytännöllinen, tyylikäs, omaleimainen, positiivisesti mieleen jäävä. Ennen kaikkea sen tulisi muistuttaa saajaa antajasta, antajan kotimaasta, yrityksestä tai yrityksen tuotteesta (Ofergo 2011). Ulkomailla liikelahjat mielletään yleensä henkilökohtaisiksi lahjoiksi, joten niissä ei tulisi käyttää yrityksen tunnusta. Ainakin tunnuksen tulisi olla mahdollisimman pieni ja huomaamaton. Suomessa liikelahjat mielletään usein lahjoiksi yritykselle, eikä henkilökohtaiseksi lahjaksi lahjan saajalle, kun taas ulkomailla voidaan antaa lahja myös asiakkaan puolisolle. Liian henkilökohtaisia lahjoja, kuten vaatteita, parfyymejä tai tiettyjä kukkia, kuten punaisia ruusuja tulisi aina välttää, koska ne voidaan kokea liian intiimiksi.

Tämän luvun esimerkkimaiksi on valittu tärkeimmät Eurooppalaiset maat, kuten Saksa, Ranska ja Venäjä, sekä muita maita. Osalla käsitellyistä maista on erilaisia yhteyksiä ja yhteistyötoimintaa Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun kanssa ja osa maista on valittu kirjoittajien oman mielenkiinnon mukaan.



### **3.1 Liikelahjakulttuurit ja perinteet yleisesti**

Joissain maissa kuten Puolassa ja Venäjällä on hyvin tyypillistä antaa liikelahjoja jo ensimmäisessä liiketapaamisessa, kun taas joissain maissa niitä ei odoteta kuin vasta liiketuttavuuden syvennettyä. Yritystunnuksen käyttöä liikelahjoissa tulee miettiä, koska esimerkiksi Ranskassa ja Italiassa niitä ei koeta hyväksi, varsinkin jos ne ovat liian räikeästi esillä. (Roberts 2012.)

Vierailtaessa maassa, joka on tunnettu paikallisesti tuotetuista tuotteista, tuotteita ei viedä lahjana, varsinkaan jos kyseinen tuote on tuotettu muualla. Esimerkkinä ranskalaiselle tai italialaiselle liiketuttavalle ei tulisi viedä viiniä, joka on tuotettu Ranskan tai Italian ulkopuolella. Myöskään Venäjälle tai Puolaan ei kannata viedä vodkaa, koska näillä mailla on omat tunnetut vodka merkkinsä. (Roberts 2012.)

Toimistotarvikkeet ovat aina hyvä lahjaidea, mutta tuotteiden tulee olla laadukkaita eikä halpoja. Hyviä toimistotarvikkeita ovat mm. laadukkaat kynät ja kynäkotelot, käyntikorttipidikkeet, nahkaiset muistikirjat ja kalenterit sekä salkut. Liköörit ja makeiset ovat myös hyviä lahjoja. Esimerkiksi suklaata voidaan antaa myös kiitoksenosoituksena avunannosta projekteissa tai illallisesta. (Roberts 2012.)

### **3.2 Liikelahjakulttuurit ja perinteet Suomessa**

Suomessa liikelahjoja ei odoteta ensimmäisillä vierailuilla, mutta jos vierailut tapahtuvat säännöllisin väliajoin, liikelahjan anto koetaan tarpeelliseksi ja hyvien tapojen mukaiseksi (Roberts 2012). Suomessa liikelahjoja jaetaan yleensä erilaisten tapahtumien, kuten messujen ja näyttelyiden yhteydessä. Kyseiset liikelahjat ovat perinteisesti kyniä, makeisia, jäärapoja ja vesipulloja, joissa on esillä yrityksen tunnus.

Erityisiä sesonkiaikoja yrityslahjojen antamisessa ovat kesä ja joulukuu. Yksilöllisiä, käytännöllisiä ja persoonallisia, eli niin sanottuja kalliimpia liikelahjoja annetaan Suomessa hyvälle liiketuttaville ja yritysjohtajille. Parhaimpina pidettyjä liikelahjoja ovat mm. vuolukivituotteet, teräksinen taskumatti, joulukinkku, muurinpohjapannu, kuksa ja

erilaiset konserttiliput. (Ofergo 2011.) Myös suomalaiset design-tuotteet kuten Arabia ja Marimekko, ovat arvostettuja yrityslahjoja.

### **3.3 Eurooppalaiset liikelahjakulttuurit ja perinteet**

Eurooppalaisessa kulttuurissa liikelahjaa ei anneta ensimmäisillä tapaamisilla, vaan liikesuhteen annetaan kehittyä, koska lahjan antaminen koetaan henkilökohtaisena asiana. Usein liikelahja annetaan sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen tai pitkän projektin päättyessä. Eurooppalaisessa kulttuurissa lahjat annetaan niin sanotusti yllätyksenä, ja persoonalliset lahjat ovat kaikista suosituimpia. Suomalaisista lahjoista suosittuja ovat suomalaiset design-tuotteet ja elintarvikkeet, kuten hillot, porjalosteet ja kalatuotteet. (Ofergo 2011.) Lahjan sijasta voidaan myös isännöidä illallinen tai viedä liiketuttava teatteriin (Roberts 2012).

#### **3.3.1 Ruotsi**

Ruotsissa ollaan hyvin tarkkoja liikelahjoissa, koska liian ylelliset tai kalliit lahjat voidaan kokea lahjuksena. Liikelahjan arvo voi olla maksimissaan 400 kruunua, eli noin 45 euroa. Pienet ja tyylikkääät lahjat, kuten kirjat, pienet koriste-esineet, musiikki tai makeiset, ovat hyviä lahjoja. (Mikluha 1995, 115.)

Ruotsissa voidaan antaa pieniä lahjoja, kun yritetään solmia uusia liiketuttavuuksia. Hyviä lahjoja ovat mm. yrityksen tunnuksella varustetut toimistotarvikkeet. Ruotsissa on myös tapana viedä ulkomaille oman kaupungin tuottamia elintarvikkeita, kuten juustoja tai hilloja. Myös illallisen tarjoaminen liikekumppaneille on suosittua. Ruotsissa on tärkeämpää vaalia hyviä liikesuhteita laadukkaalla ja hyvällä palvelulla kuin ylellisten lahjojen lähettämällä. Nykypäivänä on kuitenkin suosittua lähettää tilausten ohessa pieniä lahjoja, kuten yrityksen tunnuksella varustettuja kyniä ja suklaata tai muita makeisia. (Saraçoğlu 2012)

### 3.3.2 Norja

Norjassa ei ole tapana antaa liikelahjoja liikesuhteen alkuvaiheessa, koska se voidaan kokea epäilyttävänä. Norjassa on hyvin samankaltainen liikelahjakulttuuri kuin Suomessa, eli lahjoja voidaan antaa sopimuksen syntymisen jälkeen, kiitoksen osoituksena tai merkkipäivänä. Hyviä lahjoja ovat makeiset, alkoholi ja harrastukseen liittyvät varusteet. (Ofergo 2011.)

### 3.3.3 Venäjä

Venäläisessä kulttuurissa liikelahjat ovat erittäin tärkeitä, ja niitä annetaan vieraille ja myös silloin, kun itse vierailaan jossain. Lahjoja ei välttämättä anneta ensimmäisellä tapaamisella, vaan odotetaan, kunnes liikesuhde on hiukan kehittynyt ja liikekumppani on opittu tuntemaan, koska lahja on ystävyuden osoitus. Lahjat myös annetaan pois lähdetessä eikä heti tavattaessa. Venäjällä lahjan saaminen velvoittaa vastalahjan antamiseen eikä lahjaa välttämättä oteta vastaan, jos ei ole tarjota jotain vastalahjaksi. (Ofergo 2011.)

Venäjällä lahjoja annetaan runsaasti, eli mieluummin liikaa kuin liian vähän, mutta kuitenkin kohtuuden rajoissa. Arvostettuja lahjoja ovat mm. kosmetiikka, erätuotteet, musiikki, makeiset, design-tuotteet, laadukkaat solmiot ja huivit sekä kirjat. Venäjällä arvostetaan suomalaisia design-tuotteita ja herkkuja, kuten suomalaista suklaata, liköörejä ja kahvia. (Ofergo 2011.)

Myös kukkia voidaan viedä lahjaksi, ja myös miehet voivat viedä niitä toisilleen. On tärkeää muistaa, että Venäjällä ei koskaan anneta keltaisia kukkia, koska ne symboloivat uskottomuutta, eroa ja vääryyttä. Kukkia annetaan aina pariton määrä, paitsi jos kyseessä on suruvalittelu. (Mikluha 1995. 134–135.)

### **3.3.4 Puola**

Puola kuuluu niihin Euroopan maihin, missä liikelahjaa odotetaan ja niitä voidaan antaa jo ensimmäisillä liiketapaamisilla (Roberts 2012). Lahjoina suositaan makeisten ja omalle maalle tyyppillisten esineiden antamista. Puolassa kulutetaan paljon paikallista vodkaa, ja se on hyvin laadukasta, joten sitä ei tulisi koskaan antaa liikelahjana. Kuitenkin hyvä konjakki, viski tai liköörit ovat hyviä lahjaideoita. (Ofergo 2011.)

### **3.3.5 Englanti**

Englanti kuuluu maihin, joissa liikelahjoja ei yleensä anneta, mutta niistä voi kuitenkin olla hyötyä pitkään jatkuneen liikeyhteistyön ylläpitämisessä. Varsinaisten liikelahjojen sijasta Englannissa suositaan lounaiden ja päivällisten tarjoamista tai iltaa teatterissa, mutta myös pieni symbolinen lahja voi olla paikallaan. Hyviä lahjaideoita ovat pienet esineet, jotka liittyvät vastaanottajan harrastuksiin. Tällainen on tyylikäs toimistotarvike, kuten nimellä varustettu kynä tai muistikirja, suomalainen lasi tai keramiikka tai suomalaiset elintarvikkeet, kuten lakkahillo. Englannissa ei tulisi antaa raidallisia solmioita liikelahjoiksi, koska jokaisella miehellä on oma koulusolmionsa. (Roberts 2012.)

### **3.3.6 Ranska**

Ranskassa liikelahjat ovat välineitä myynninedistämässä, mutta niitä ei välttämättä anneta liiketapaamisissa, vaan niiden anto painottuu jouluun ja uuteen vuoteen. Ranskalaiset eivät koe liikelahjojen antoa lahjontana, mutta liian kalliiden lahjojen antoa tulisi välttää. Hyviä lahjaideoita ovat mm. laadukkaat toimistotarvikkeet, ranskankielinen kirjallisuus, taidekeramiikka, musiikki ja makeiset. (Ofergo 2011.) Ranskalaiselle ei tulisi koskaan viedä viinejä tai juustoja, koska Ranska on tunnetusti näiden tuotteiden tuottaja (Mikluha 1995, 112). Yrityksen tunnuksella varustetut esineet ovat hyväksyttäviä, mutta tunnus ei saa olla liian näkyvästi esillä (Ofergo 2011).

### **3.3.7 Saksa**

Kuten naapurimaassaan Ranskassa ei Saksassa odoteta liikelahjojen antamista. Liian kalliit lahjat voidaan kokea epämiellyttäväiksi ja lahjonnaksi, mutta pienet symboliset lahjat ovat tervetulleita. Saksassa liikelahjoja annetaan vasta liiketuttavuuden kehityttyä ja hyviä lahjaideoita ovat yrityksen tunnuksella varustetut kalenterit, muistikirjat ja kynät. Myös suomalaisia design-tuotteita tai herkkuja voidaan lahjoittaa, jos kyseessä on jo pitempään kestänyt liiketuttavuus. Liikelahjojen anto painottuu pääasiassa joulun. (Ofergo 2011.)

### **3.3.8 Slovakia**

Slovakia kuuluu maihin, joissa on tapana antaa liikelahjoja ja niiden antaminen on joskus välttämätöntä. Slovakiassa voidaan myös muistaa liikekumppaneita suurina juhlapäivinä tai merkkipäivinä. Ensimmäisillä liiketapaamisilla on tapana antaa jotain pientä omalle maalle tyypillistä ja myöhemmin liikelahjana voidaan antaa laadukkaita viinejä, konjakkeja, savukkeita tai muita ylellisyysesineitä. Slovakiassa suositetaan paikallista böömiläistä lasia, joten suomalaisen lasin antamista ei suositella, mutta muut suomalaiset design-esineet ovat haluttuja. (Mikluha 1995, 120–121.) Slovakialaiset eivät pidä liian makeista likööreistä tai viineistä, joten niiden vieminen ei aina ole kannattavaa.

## **3.4 Islamilainen liikelahjakulttuuri ja perinteet**

Islamilaisessa kulttuurissa on hyvin tärkeää tietää, millaisia lahjoja ei tule antaa, koska uskonto määrittelee tarkkaan mikä on hyväksyttävää ja mikä ei. Tärkeintä on muistaa, että muslimille ei tulisi koskaan lahjoittaa alkoholia tai tuotteita, jotka sisältävät missään muodossa porsasta tai muita kiellettyjä raaka-aineita. Taide-esineiden annossa tulee olla tarkka, koska ihmisvartalon kuvaaminen ei ole hyväksyttävää. Myöskään esineet, joissa on koiran kuva, eivät ole hyviä lahjaideoita. Pyhän Koraanin mukaan vasen käsi on saastainen, joten lahja tulee aina ojentaa ja vastaanottaa oikealla tai kummallakin kädellä.

### **3.4.1 Turkki**

Turkissa liikelahjoja ei välttämättä anneta ensimmäisillä liiketapaamisilla, mutta pienet lahjat kuten makeiset voivat olla tervetulleita. Monesti lahjojen anto painottuu uuteen vuoteen, mutta ei joulun, koska muslimit eivät juhli joulua. Hyviä lahjaideoita ovat kahvimukit, laadukkaat toimistotarvikkeet, kuten kynät tai lahjan saajan nimellä varustettu muistilehtiö ja makeiset. Turkkilaiset ovat yleisiä paikallisista leivonnaisista ja makeisista, joten niitä ja turkkilaista teetä yleensä tarjotaan liiketapaamisissa. (Çakır 2012)

### **3.4.2 Saudi-Arabia**

Saudi-Arabiassa liikelahjoja ei odoteta, mutta niitä pidetään suuressa arvossa. Liikelahjoja ei perinteisesti anneta ensimmäisellä tapaamisella, vaan toisella tai kolmannella liiketapaamisella tai sopimuksen syntymisen jälkeen. Tapana on antaa pieniä lahjoja kiitoksena lounaasta tai illallisesta. Maan tapoihin kuuluu, että lahjaan vastataan samanarvoisella vastalahjalla, joten lahjan arvolla on väliä. Saudiarabialaiset arvostavat taidetta, musiikkia ja kirjoja. Kyseisiä lahjoja valittaessa tulee kuitenkin ottaa huomioon islam ja sen rajoitukset. (Mikluha 1995, 222–223.)

Hyviä liikelahjoja Saudiarabialaiselle liikekumppanille ovat persoonalliset tuotteet, jotka kuvastavat lahjan antajan kotimaata tai yritystä. Suomalaiset design-tuotteet ovat myös hyviä lahjaideoita. Toimistotarvikkeita lahjoitettaessa tulee tuotteiden olla laadukkaita, koska mainoslahjat eivät ole hyväksyttäviä. (Mikluha 1995, 223.)

## 3.5 Liikelahjakulttuurit ja perinteet muualla maailmassa

### 3.5.1 Kiina

Kiinalaisessa kulttuurissa lahjoilla ja niiden antamisella on suuri merkitys. Lahjoja annetaan muistoksi, palkkioksi, takaisinmaksuksi tai osoittaman arvonantoa tai kiitollisuutta. Lahjalla myös viestitetään että lahjan saajan ja vastaanottajan välinen ystävyys säilyy. Kiinassa lahjan antaminen ei välttämättä edistä liikesuhteita mutta sen antamatta jättäminen voidaan kokea negatiivisesti. (Mikluha 1995, 173.)

Ensitapaamisilla voidaan antaa pieniä lahjoja, kuten avaimenperiä, t-paitoja, kasseja, muistiinpanolehtisiä, sekä kyniä ja arvokkaammat lahjat annetaan vasta neuvotteluiden päätyttyä. Kiinassa voidaan myös antaa liikelahjoja kiinalaisena uutena vuotena. (Mikluha 1995, 174.)

Liikelahjojen antaminen on laitonta Kiinassa, mutta pienten, symbolisten ja yrityksen logolla varustettujen lahjojen anto on hyväksyttävää. Kiinassa on olemassa kahdenlaisia täysin laillisia liikelahjoja ja ne ovat liikekumppanille järjestettävät juhlat ja toinen on symbolinen ”vieraalta isännälle”-lahja. (Mikluha 1995, 173.)

Liikelahjojen antaminen on hyvin vakava asia Kiinassa, joten liian kalliita ja arvokkaita lahjoja ei tule antaa. Lahjan vastaanottaminen merkitsee aina vastalahjan antamista, ja jos kiinalaisella ei ole antaa mitään takaisin, saattaa hän kieltäytyä lahjan vastaanottamisesta. On myös hyvä kertoa lahjasta etukäteen, koska vastaanottaja ei välttämättä ole varautunut yllätyslahjaan. Vastalahjan tulee myös olla samanarvoinen, kuin saadun lahjan, joten liian kalliin ja arvokkaan lahjan antaminen tai sen antaminen julkisesti voi johtaa kasvojen menettämiseen, mikä on pahinta mitä kiinalaiselle voi sattua. (Mikluha 1995, 175.)

Lahjaa valittaessa tulee huomioitava, että sen arvon tulee olla alle 10 euroa, koska kalliimmat lahjat tulee antaa edelleen omalle danwille tai työyksikölle (Mikluha 1995, 174). Työskenneltäessä ryhmässä on tapana antaa pieni lahja ryhmän jokaiselle jäsenelle ja hiukan arvokkaampi lahja ryhmän johtajalle (Mikluha 1995, 175).

Hyviä lahjaideoita ovat oman yrityksen toimintaan liittyvät tai sen valmistamat tuotteet, matkamuistot lahjan antajan maasta, yrityksen logolla varustetut käyttöesineet, suomalaiset postimerkit ja yrityksen historiasta kertova englanninkielinen kirjallisuus yksikön johtajan omistuskirjoituksella varustettuna. Parhaita lahjaideoita ovat pääasiassa tuotteet jotka ovat halpoja länsimaissa, mutta harvinaisia Kiinassa. (Mikluha 1995, 176.)

### **3.5.2 Yhdysvallat**

Liikelahjojen antaminen ei ole kovin yleistä Yhdysvalloissa, mutta niitä voidaan antaa sosiaalisissa tilaisuuksissa, kuten neuvottelun päätyttyä. Yhdysvalloissa arvostetaan enemmän lahjan henkilökohtaista sanomaa, kuin sen varsinaista sisältöä. Henkilökohtaisten lahjojen antaminen tulisi aina tapahtua silloin, kuin muita henkilöitä ei ole läsnä. Koska liikelahjojen antaminen ei ole yleistä ei tule loukkaantua jos lahjan saajalla ei ole antaa vastalahjaa. Joskus vastalahja saadaan vasta kotiin palattua tai seuraavalla tapaamisella. Amerikkalaiset voivat myös antaa lahjoja liikekumppaneilleen suurina merkkipäivinä, kuten jouluna. (Ofergo 2011.)

Hyviä liikelahjoja ovat mm. nahkakantiset muistikirjat, kansiot tai kalenterit, sekä kirjoitusvälineet ja paperipainot. Myös laadukkaat viinit ja muut alkoholituotteet ovat hyviä lahjaideoita. Muita arvostettuja tuotteita ovat vieraan omasta kotimaasta muistuttavat tuotteet, sekä vieraan yritykseen liittyvät tai sen valmistamat tuotteet. Liian halvat ja ei laadukkaat tuotteet eivät ole hyviä lahjaideoita, varsinkaan jos niissä on yhtiön logo näkyvästi esillä. Myöskään liian henkilökohtaisia lahjoja kuten hajuvesiä, vaatteita tai meikkejä ei tule antaa, mutta huivit ja kankaiset nenäliinat ovat hyväksyttäviä lahjoja. (Ofergo 2011.)



#### **4 CENTRIA Tutkimus ja kehitys**

Centria tutkimus ja kehitys – aputoiminimen alla toteutetaan työelämälähtöinen Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminta.

Centrian-yksiköt toimivat alueellisina verkostoina kolmessa ammattikorkeakoulun yksikössä. Centrian toiminta perustuu tehokkaaseen teknologian ja osaamisen soveltamiseen, jonka parissa työskentelee vuosittain erilaisissa tutkimus- ja kehitystehtävissä noin 100 asiantuntijaa. (Centria 2012)

Centria tutkimus ja kehitys toteuttaa soveltavia tutkimus-, kehitys- ja innovaatioprojekteja yhteistyössä alueen yritysten ja yhteisöjen kanssa. Yhteiset TKI-hankkeet antavat mahdollisuuden soveltaa ammattikorkeakoulun monialaista osaamista käytäntöön ja saattaa Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa opiskelevia nuoria osaajia yhteistyöhön yritysten sekä Centrian asiantuntijoiden kanssa jo opiskeluaikana. (Centria 2012)

Centria tarjoaa messu- ja tapahtumapalveluita sekä kotimaisille että kansainvälisille messuille. Messupalveluiden tarjontaan kuuluu mm. messuosaston varaus ja vuokraus, osaston suunnittelu ja rakentaminen, näyttelytavaroiden kuljetus messupaikalle ja yrityksen tuotteiden esittely messuilla. (Centria 2012)

Centrian koulutuspalvelut järjestävät eri alojen ammattilaisille, yrityksille, yhteisöille ja itsensä kehittämistä kiinnostuneille monipuolista ja korkeatasoista täydennys-koulutusta. Tavoitteena on asiakkaiden ammattitaidon kehittäminen ja osaamisen ylläpitäminen. Koulutusta pidetään investointina, joka parantaa kilpailukykyä niin alueellisella, valtakunnallisella kuin kansainvälisellä tasolla. Ammattikorkeakoulun asiantuntijajoukkoa hyödynnetään palveluiden suunnittelussa ja tarjonnassa. (Centria 2012)

## 5 CENTRIAN LIKELAHJAPERHEEN TOTEUTTAMINEN

### 5.1 Suunnittelu

Suunnittelu osiossa kerrotaan tuoteperheen ideoinnin ja suunnittelun lähtökohdista. Kappaleessa käydään läpi myös toteutukseen asti menneet tuotteet ja tuotteet joita ei toteutettu. Alussa suunnittelua pyrittiin hahmottamaan viitekehyksellä tuotteen kehityksen eri vaiheista (KUVIO 5). Viitekehyksessä käsiteltiin mm. tarve, suunnittelu ja valmiin tuotteen pakkaus.

Suunnittelussa pyrittiin kehittämään kaksi erilaista tuoteperhettä joista toinen on suunnattu kotimaisille yhteistyökumppaneille ja yrityksille ja toinen tuoteperhe suunniteltiin vietäväksi ulkomaisille yhteistyökumppaneille ja yrityksille. Kotimaisille yhteistyökumppaneille suunniteltiin Lehti-tuoteperhe ja ulkomaalaisille yhteistyökumppaneille suunniteltiin Suomi-tuoteperhe.

#### 5.1.1 Ideointi ja vertailu

Liikelahjaperheen suunnitteluprosessi sai pohjan aikaisemmin suunnitellun koivunlehdenmallisen leikkuulaudan pohjalta (KUVIO 1). Leikkuulauta suunniteltiin puhujalahjaksi Puista Bisnestä 2011- seminaarin esittelijöille. Puista Bisnestä 2011- seminaarin puhujalahjaan haettiin tuolloin inspiraatiota ja ideoita kiertelemällä eri sisustusalan kauppoja ja muita sisustus- ja lahjatavaraliikkeitä. Lisäksi tietoa etsittiin Internetistä jo aiemmin toteutettujen ja myynnissä olevien tuotteiden perusteella.

Opinnäytetyön suunnittelussa käytettiin samaa lehtimallia, kuin Puista Bisnestä puhujalahjassa ja sen ympärille suunniteltiin paljon erilaisia tuoteperheen osia. Tavoitteena oli suunnitella kestäviä ja käytännöllisiä tuotteita, jotka ovat melko yksinkertaisia sekä helppo ja nopea valmistaa.



KUVIO 1. Puista Bisnestä 2011 puhujalahja

Parhaimmat ideat varastoitettiin mieleen ja luonnosteltiin erilaisia versioita mahdollisista tuotteista. Kahdella ihmisellä kun ei ajatusmaailma voi täysin samanlainen olla, vaikka kyseessä olisi sama tuote, saatiin aikaiseksi moninainen kirjo samaisestakin tuotteesta. Aluksi luonnostelmat olivat nopeita hahmotelmia mahdollisista tuotteista (KUVIO 11), joista sitten valittiin muutamia tuotteita joita ruvettiin hahmottelemaan tarkemmin. Valmistukseen asti ei päässeitä tuotteita olivat mm. kynäteline (KUVIO 6), maitopurkkikotelo (KUVIO 7), kynäkotelo (KUVIO 8), spagettikauha ja salaatinottimet (KUVIO 9) ja matkapuhelinteline (KUVIO 10).

Myöhemmin kootessa tuoteperhettä valittiin parhaimmat ja toteutuskelpoiset tuotteet asiakkaan toiveiden ja kommenttien pohjalta. Lisäksi saatiin opinnäytetyön tilaajalta muutama lisäidea tuotettavista tuotteista ja toinen mahdollisen tuoteperheen ideapohja, joka voitaisiin toteuttaa muuntamalla hieman aikaisempia tuoteideoita. Ohjaajien kanssa käydyssä palaute palaverissa tultiin siihen tulokseen, että lehti-tuoteperhe on toimiva ja kaunis, joten se päätettiin toteuttaa. Palaverissa myös kävi ilmi, että haluttaisiin myös tuote joka on suunnattu erityisesti ulkomaille vietäväksi ja tästä toiveesta kehittyi suomi-tuoteperhe. Suomi-tuoteperhe päätettiin toteuttaa pääosin samalla lailla, kuten lehti-

tuoteperhe. Osaan tuotteista tuli liitoksia ja haluttiin, että ne olisivat ja pysyisivät mahdollisimman huomaamattomia. Mietittiin myös erilaisia ratkaisuja, joilla voitaisiin säästää tuotantokustannuksissa.

### **5.1.2 Toteutettavat mallit**

Toteutettaviksi tuotteiksi valittiin suomikello (KUVIO 13), lehtikello (KUVIO 14) lehtilasinaluset (KUVIO 12), suomileikkuulauta (KUVIO 17), lehtipannunalunen (KUVIO 17), lehtiserviettipidikkeet (KUVIO 16), suomi- ja lehtiserviettitelineet (KUVIO 15), sekä suomi- ja lehtituikkukipot (KUVIO 18). Tuoteperheiden osiksi valittiin tuotteita, jotka ovat käytännöllisiä ja joissa niiden käyttötarkoitus on selvä. Koska tarkoitus oli luoda tuoteperhe jota voidaan luontevasti kerryttää sen eri osilla, päädyttiin kehittämään osia joiden käyttö tapahtuu pääasiassa keittiössä, kuten leikkuulauta, pannunalunen, serviettipidikkeet ja telineet, sekä lasinaluset. Myös kellojen ja tuikkukuppien käyttötarkoitus on selkeä, eikä käyttäjä voi erehtyä niiden käyttötarkoituksesta. Materiaalina käytettiin koivusta valmistettua 20 mm paksuista sormijatkettua liimapuulevyä, koska tuoteperheen osissa on käytetty aiheena koivunlehteä. Lisäksi koettiin, että koivu symboloi vahvasti kotimaisuutta.

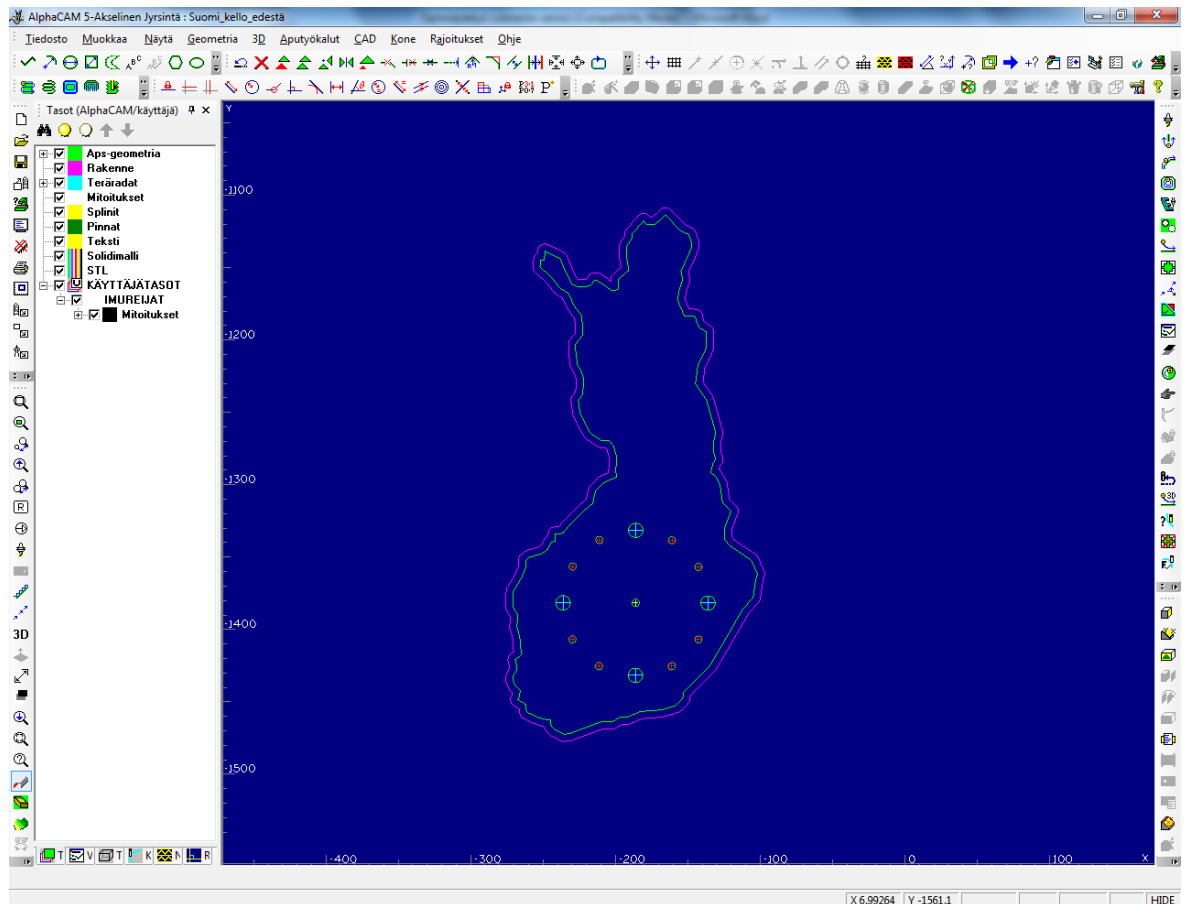
## **5.2 Valmistaminen**

Prototyyppien valmistaminen tapahtui CNC-koneella, niin että se jyrssi kappaleiden aihiot liimapuulevyihin. Jyrsimisen jälkeen aihiot irrotettiin levyistä leveänauhahiomakoneella, minkä jälkeen ne viimeisteltiin hiomalla käsin ja pintakäsitteltiin parafiiniöljyllä. Kaikkien prototyyppien valmistus tapahtui samalla tavalla, paitsi serviettitelineiden koska niihin liimattiin vielä lisäksi välikappaleet, jotka yhdistävät serviettejä tukevat reunat.

### **5.2.1 Prototyyppien valmistaminen**

Tuoteperheen osien valmistaminen alkoi mitoituksen ja muotojen määrittämisellä. Tuotantoon tulevista osista tehtiin piirustukset Alphacam-ohjelmalla (KUVIO 2).

Alphacam valittiin siksi, että sen avulla saatiin tehtyä helposti myös valmiit ohjelmat CNC-koneelle.

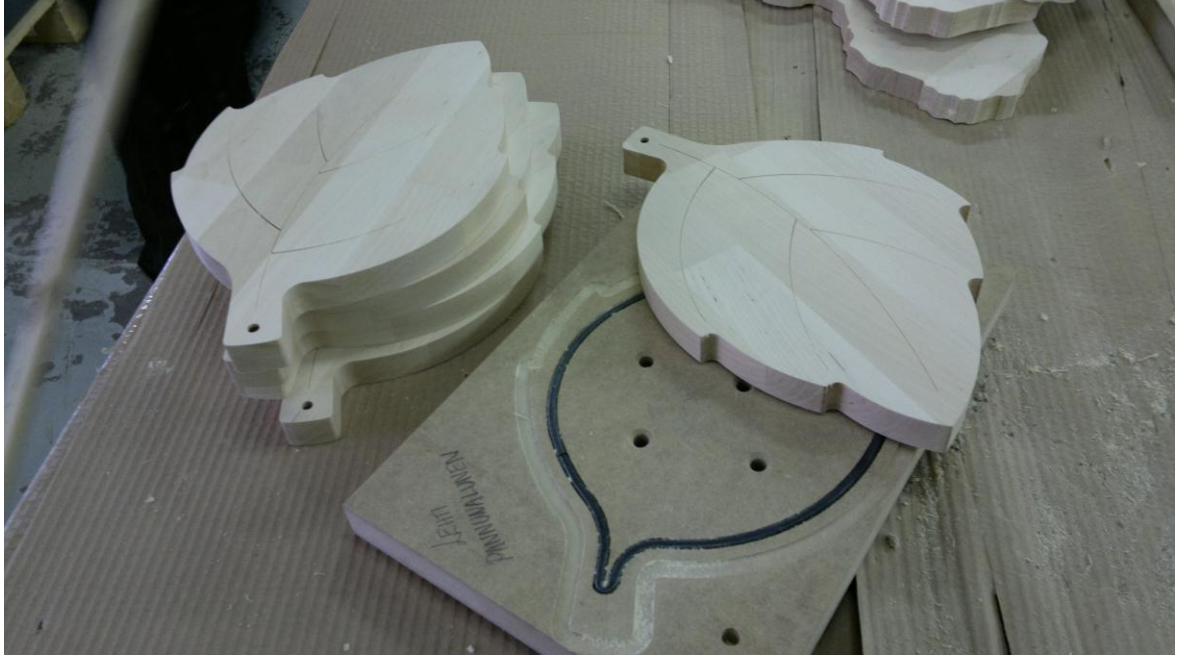


KUVIO 2. Suomikellon piirtäminen Alphacam ohjelmalla.

Kun materiaali 20 mm:n koivuinen sormijatkettu liimapuulevy oli tiedossa, aloitettiin sen työstäminen oikeisiin paksuuksiinsa. Ohuempi paksuus, 12 mm, saatiin höyläämällä liimapuulevy ensin tasohöylällä, jonka jälkeen levy hiottiin lopulliseen paksuuteensa tasohiomakoneella. Liikelahjojen ahiot sahattiin oikeisiin mittoihinsa pöytäpyörösahalla, eli sirkkelillä.

Osalle liikelahjaperheen tuotteista jouduttiin valmistamaan malline, eli jigi MDF-levystä (KUVIO 3). Mallineeseen ajettiin kappaleen muodosta riippuen ura 6 mm:n paksulla tappijyrsinterällä, johon ajon jälkeen lisättiin musta kumitiiviste, jonka tarkoituksen oli estää paineilman karkuun pääsy ja näin ollen aihion irtipääsy kappaletta työstettäessä. Mallineeseen porattiin myös 5-8 kappaletta 8 mm:ä halkaisijaltaan olevaa läpivientireikää, josta paineilma pääsi imemään aihion kiinni mallineeseen. Lisäksi tarvittiin kaksi 8 mm:ä

halkaisijaltaan olevaa reikää muotin kohdistukseen CNC-koneen pöytätasolla. Mallineita tarvittiin siksi, että osa tuotteista ajettiin täyteen 20 mm paksuuteen. Malline kiinnitti CNC-koneella kappaleet paineilman avulla pöytään ja ehkäisi pöytään asti ajamisen. Mallineita pystytään käyttämään tuotteiden valmistukseen jatkossa.



KUVIO 3. Lehtipannunalusia ja niiden valmistuksessa käytetty malline.

Seuraavassa vaiheessa ajettiin tuotteet, jotka vaativat mallineen käytön, eli kellot ja pannunaluset. Loput tuoteperheen osista voitiin ajaa pelkkien aihoiden ollessa kiinni CNC-koneen työstöpöydällä. Osia ei ajettu täyteen syvyyteen, vaan ne jätettiin 1-2 mm kiinni aihioon. Tuotteet irrotettiin aihioistaan tasohiomakoneen avulla. Kaikkien tuotteiden reunoja hiottiin hieman, jotta niissä ei olisi teräviä reunoja.

Pintakäsittelyaineena käytettiin parafiiniöljyä (KUVIO 4). Öljy on väritöntä ja käsittely syvensi hieman puun sävyä. Öljy suojaa puupintaa kosteudelta ja helpottaa puhtaana pitoa, lisäksi se on myrkytöntä ja luontoystävällistä. Öljyn tehtävä on imeytyä syvälle puun syihin ja estää näin ollen muiden aineiden, kuten kosteuden ja lian pääsyn puun sisään.



KUVIO 4. Tuotteiden pintakäsittelyä parafiiniöljyllä.

Centria tutkimus ja kehitys kustansi valmistamiseen tarvittavat materiaalit, tarvikkeet ja pintakäsittelyaineet.

### 5.3 Testaus

Jokaisesta tuotteesta valmistettiin yksi tai useampi prototyyppi, joita testattiin käytännössä. Tuotteiden testauksesta otettiin myös valokuvia, jotka löytyvät liite osiosta. Testattuja ominaisuuksia olivat mm. kellojen reikien oikea kohdistus ja tuikkukippojen lasien sopivuus.

### 5.4 Kustannuslaskelma

Kustannuslaskelmat laskettiin jokaiselle tuotantoperheen osalle, eli suomi- ja lehtikelloille (KUVIO 3), lehtilasinalusille ja lehti pannunalusille (KUVIO 4), suomileikkuulautoille (KUVIO 5), lehtiserviettipidikkeille (KUVIO 6), suomi- ja lehtiserviettitelineille (KUVIO 7) ja suomi- ja lehtituikkukipoille (KUVIO 8). Kustannuslaskelmat sisältävät kymmenen

kappaleen tuotantoerän valmistamisen, koneiden vuokrat, työn osuuden, tarvittavat materiaalit ja raaka-aineet.

Oheisissa taulukoissa on esitetty hieman yleistä hintatietoa Centrian puulaboratorion laitevuokrista ja tilattavissa olevista sahatavaran hinnoista. Koneiden hinnat sisältävät laitevuokran, sähkönkulutuksen, koneen käyttäjän palkan ja siinä on mukana arvonlisävero (TAULUKKO 1). Sahatavaran hinnat sisältävät tilatun materiaalin ja rahdin Centrian puulaboratoriolle arvonlisäveroineen (TAULUKKO 2).

Työstövaiheet kaikilla tuotteilla olivat lähes samat. Työstö alkoi katkaisemalla aihiot oikeisiin mittasuhteisiinsa. Lasinalusten, servietinpidikkeiden ja serviettitelineiden valmistuksessa tarvittiin lisäksi tasohöylää ja tasohiomakonetta ohuemman paksuuden aikaansaamiseksi. Liikelahjat ajettiin muotoihinsa CNC-koneella, jonka jälkeen ne hiottiin käsihiomakoneella ja käsiteltiin parafiiniöljyllä.

Parafiiniöljyn hinta oli kauppakeskus Kärkkäisellä 6,90 € / 0,5 litraa. Kellojen kustannuslaskelmissa käytettiin verkkokauppa Sinellistä tilattuja kellonkoneisto ja viisari-paketteja, joiden yksittäishinta verkkokaupassa oli 6,00 €, sisältäen koneiston ja viisarit. Tuikkukippoihin käytetyt tuikkulasit tilattiin CCHobby-verkkokaupasta. Tuikkulaseja myytiin 48 kappaleen paketissa hintaan 24,00 € ja tilattaessa kolme pakettia 20,00 € / paketti. Hinta laskettiin kolmen paketin tilaushinnan mukaan, koska se tuli edullisimmaksi.

TAULUKKO 1. Laitteiden vuokrat

Laite	Vuokra €/tunti
CNC	90
Leveänauhahiomakone	60

TAULUKKO 2. Materiaalit

Materiaali (liimapuulevy)	€/m <sup>2</sup>
20mm KOIVU täysisauvainen	66
20mm KOIVU sormijatkettu	46



TAULUKKO 3. Lehtikellon ja Suomikellon kustannuslaskelmat

TUOTE	Lehtikello	Suomikello
<b>AIKA min/työvaihe</b>		
<b>Sirkkeli</b>	5	5
<b>Höyläys</b>	x	x
<b>Tasohionta</b>	x	x
<b>CNC</b>	50	50
<b>Tasohionta</b>	x	x
<b>Hionta</b>	10	10
<b>Lisäosien laitto</b>	10	10
<b>Liimaus</b>	x	x
<b>Pintakäsittely</b>	10	10
<b>TYÖNSUMMA</b>	<u>73,33</u>	<u>73,33</u>
<b>AIHIO</b>	434 mm*294mm	352 mm*166 mm
<b>10 kpl sarja m<sup>2</sup></b>	<u>1,28</u>	<u>0,59</u>
<b>MATERIAALI</b>		
<b>20mm KOIVU täysisauvainen 66 €/m<sup>2</sup></b>	1,28 m <sup>2</sup> *66€	0,59 m <sup>2</sup> *66€
<b>SUMMA</b>	<u>84,48</u>	<u>38,94</u>
<b>20mm KOIVU sormijatkettu 46 €/m<sup>2</sup></b>	1,28 m <sup>2</sup> *46€	0,59 m <sup>2</sup> *46€
<b>SUMMA</b>	<u>58,88</u>	<u>27,14</u>
<b>LISÄOSAT</b>		
<b>Koneisto+viisarit</b>	6 €*10 kpl= <u>60</u> €	6 €*10 kpl= <u>60</u> €
<b>Lasit</b>		
<b>Parafiiniöljy 6,90 €/ 0,5 l</b>	<u>0,69</u>	<u>0,55</u>
<b>LOPPUSUMMA täysisauvainen</b>	<b><u>218,5</u></b>	<b><u>172,82</u></b>
<b>LOPPUSUMMA sormijatkettu</b>	<b><u>192,9</u></b>	<b><u>161,02</u></b>

TAULUKKO 4. Lasinalusten ja lehtipannunalusen kustannuslaskelmat

TUOTE	Lasinaluset 2kpl	Lehtipannunalunen
<b>AIKA min/työvaihe</b>		
<b>Sirkkeli</b>	5	5
<b>Höyläys</b>	2,5	x
<b>Tasohionta</b>	2,5	x
<b>CNC</b>	50	25
<b>Tasohionta</b>	10	x
<b>Hionta</b>	10	10
<b>Lisäosien laitto</b>	x	x
<b>Liimaus</b>	x	x
<b>Pintakäsittely</b>	12	10
<b>TYÖNSUMMA</b>	<u>78</u>	<u>66,65</u>
<b>AIHIO</b>	126 mm*104 mm	310 mm*213 mm
<b>10 kpl sarja m<sup>2</sup></b>	<u>0,13</u>	<u>0,6</u>
<b>MATERIAALI</b>		
<b>20mm KOIVU täysisauvainen 66 €/m<sup>2</sup></b>	0,13 m <sup>2</sup> *66€	0,6 m <sup>2</sup> *66€
<b>SUMMA</b>	<u>8,58</u>	<u>39,6</u>
<b>20mm KOIVU sormijatkettu 46 €/m<sup>2</sup></b>	0,13 m <sup>2</sup> *46€	0,6 m <sup>2</sup> *46€
<b>SUMMA</b>	<u>5,98</u>	<u>27,6</u>
<b>LISÄOSAT</b>		
<b>Koneisto+viisarit</b>		
<b>Lasit</b>		
<b>Parafiiniöljy 6,90 €/ 0,5 l</b>	<u>0,41</u>	<u>0,41</u>
<b>LOPPUSUMMA täysisauvainen</b>	<b><u>86,99</u></b>	<b><u>106,7</u></b>
<b>LOPPUSUMMA sormijatkettu</b>	<b><u>84,39</u></b>	<b><u>94,66</u></b>

TAULUKKO 5. Suomileikkuulaudan kustannuslaskelma

<b>TUOTE</b>	<b>Suomileikkuulauta</b>
<b>AIKA min/työvaihe</b>	
<b>Sirkkeli</b>	5
<b>Höyläys</b>	x
<b>Tasohionta</b>	x
<b>CNC</b>	25
<b>Tasohionta</b>	x
<b>Hionta</b>	10
<b>Lisäosien laitto</b>	x
<b>Liimaus</b>	x
<b>Pintakäsittely</b>	10
<b>TYÖNSUMMA</b>	<u>66,65 €</u>
<b>AIHIO</b>	352 mm*166 mm
<b>10 kpl sarja m<sup>2</sup></b>	<u>0,59</u>
<b>MATERIAALI</b>	
<b>20mm KOIVU täysisauvainen 66 €/m<sup>2</sup></b>	0,59 m <sup>2</sup> *66€
<b>SUMMA</b>	<u>38,94 €</u>
<b>20mm KOIVU sormijatkettu 46 €/m<sup>2</sup></b>	0,59 m <sup>2</sup> *46€
<b>SUMMA</b>	<u>27,14 €</u>
<b>LISÄOSAT</b>	
<b>Koneisto+viisarit</b>	
<b>Lasit</b>	
<b>Parafiiniöljy 6,90 €/ 0,5 l</b>	<u>0,55 €</u>
<b>LOPPUSUMMA täysisauvainen</b>	<u>106,14 €</u>
<b>LOPPUSUMMA sormijatkettu</b>	<u>94,34 €</u>

TAULUKKO 6. Lehtiserviettipidikkeiden kustannuslaskelma

<b>TUOTE</b>	<b>Lehtiserviettipidikkeet 6kpl</b>
<b>AIKA min/työvaihe</b>	
<b>Sirkkeli</b>	5
<b>Höyläys</b>	2,5
<b>Tasohionta</b>	2,5
<b>CNC</b>	120
<b>Tasohionta</b>	10
<b>Hionta</b>	15
<b>Lisäosien laitto</b>	x
<b>Liimaus</b>	x
<b>Pintakäsittely</b>	20
<b>TYÖNSUMMA</b>	<u>210,00 €</u>
<b>AIHIO</b>	205 mm*200 mm
<b>10 kpl sarja m<sup>2</sup></b>	<u>0,41</u>
<b>MATERIAALI</b>	
<b>20mm KOIVU täysisauvainen 66 €/m<sup>2</sup></b>	0,41 m <sup>2</sup> *66€
<b>SUMMA</b>	<u>27,06 €</u>
<b>20mm KOIVU sormijatkettu 46 €/m<sup>2</sup></b>	0,41 m <sup>2</sup> *46€
<b>SUMMA</b>	<u>18,86 €</u>
<b>LISÄOSAT</b>	
<b>Koneisto+viisarit</b>	
<b>Lasit</b>	
<b>Parafiiniöljy 6,90 €/ 0,5 l</b>	<u>0,69 €</u>
<b>LOPPUSUMMA täysisauvainen</b>	<u>267,75 €</u>
<b>LOPPUSUMMA sormijatkettu</b>	<u>229,55 €</u>

TAULUKKO 7. Lehti- ja Suomiserviettitelineiden kustannuslaskelmat

<b>TUOTE</b>	<b>Lehtiserviettiteline</b>	<b>Suomiserviettiteline</b>
<b>AIKA min/työvaihe</b>		
<b>Sirkkeli</b>	7	7
<b>Höyläys</b>	2,5	2,5
<b>Tasohionta</b>	2,5	2,5
<b>CNC</b>	50	50
<b>Tasohionta</b>	10	10
<b>Hionta</b>	15	15
<b>Lisäosien laitto</b>	x	x
<b>Liimaus</b>	10	10
<b>Pintakäsittely</b>	10	10
<b>TYÖNSUMMA</b>	<u>91,33</u>	<u>91,33</u>
<b>AIHIO</b>	154 mm*232 mm	208 mm*303 mm
<b>10 kpl sarja m<sup>2</sup></b>	<u>0,36</u>	<u>0,63</u>
<b>MATERIAALI</b>		
<b>20mm KOIVU täysisauvainen 66 €/m<sup>2</sup></b>	0,36 m <sup>2</sup> *66€	0,63 m <sup>2</sup> *66€
<b>SUMMA</b>	<u>23,76</u>	<u>41,58</u>
<b>20mm KOIVU sormijatkettu 46 €/m<sup>2</sup></b>	0,36 m <sup>2</sup> *46€	0,63 m <sup>2</sup> *46€
<b>SUMMA</b>	<u>16,56</u>	<u>28,98</u>
<b>LISÄOSAT</b>		
<b>Koneisto+viisarit</b>		
<b>Lasit</b>		
<b>Parafiiniöljy 6,90 €/ 0,5 l</b>	<u>0,55</u>	<u>0,55</u>
<b>LOPPUSUMMA täysisauvainen</b>	<b><u>115,64</u></b>	<b><u>133,46</u></b>
<b>LOPPUSUMMA sormijatkettu</b>	<b><u>108,44</u></b>	<b><u>120,86</u></b>

TAULUKKO 8. Lehti- ja Suomituikkukipon kustannuslaskelmat

TUOTE	Lehtituikkukippo	Suomituikkukippo
<b>AIKA min/työvaihe</b>		
<b>Sirkkeli</b>	5	5
<b>Höyläys</b>	x	x
<b>Tasohionta</b>	x	x
<b>CNC</b>	25	25
<b>Tasohionta</b>	10	10
<b>Hionta</b>	10	10
<b>Lisäosien laitto</b>	1	1
<b>Liimaus</b>	x	x
<b>Pintakäsittely</b>	10	10
<b>TYÖNSUMMA</b>	<u>49</u>	<u>49</u>
<b>AIHIO</b>	159 mm*120 mm	188 mm*91 mm
<b>10 kpl sarja m<sup>2</sup></b>	<u>0,19</u>	<u>0,17</u>
<b>MATERIAALI</b>		
<b>20mm KOIVU täysisauvainen 66 €/m<sup>2</sup></b>	0,19 m <sup>2</sup> *66€	0,17 m <sup>2</sup> *66€
<b>SUMMA</b>	<u>12,54</u>	<u>11,22</u>
<b>20mm KOIVU sormijatkettu 46 €/m<sup>2</sup></b>	0,19 m <sup>2</sup> *46€	0,17 m <sup>2</sup> *46€
<b>SUMMA</b>	<u>8,74</u>	<u>7,82</u>
<b>LISÄOSAT</b>		
<b>Koneisto+viisarit</b>		
<b>Lasit</b>	<u>5,7</u>	<u>5,7</u>
<b>Parafiiniöljy 6,90 €/ 0,5 l</b>	<u>0,35</u>	<u>0,35</u>
<b>LOPPUSUMMA täysisauvainen</b>	<b><u>67,59</u></b>	<b><u>66,27</u></b>
<b>LOPPUSUMMA sormijatkettu</b>	<b><u>63,79</u></b>	<b><u>62,87</u></b>

## 6 PAKKAUKSEN SUUNNITTELU

Pakkauksen suunnittelu oli tärkeä osa liikelahjan suunnittelun jälkeen, sillä liikelahjan arvoa mitataan ensimmäisenä pakkauksen ulkonäön perusteella. Näin ollen pakkauksen ulkonäkö vaikuttaa oleellisesti liikelahjan arvoon. Pakkauksella on myös useita tehtäviä jotka liittyvät oleellisesti tuotteen suojelemiseen, markkinointiin ja logistiikkaan.

Hyvä ja laadukas pakkaus suojelee tuotetta kosteudelta, iskuilta ja muilta ulkoisilta rasituksilta. Kaunis ja hyvistä raaka-aineista valmistettu pakkaus viestittää lahjan saajalle minkä arvoinen lahja on ennen kuin lahjaa on edes avattu, eli kallista lahjaa ei tulisi pakata liian vaatimattomasti eikä halpaa lahjaa liian koristeellisesti. Pakkaus tulisi suunnitella käyttötarkoituksen mukaan niin, että tyhjää tilaa on mahdollisimman vähän, pakkaukset on helppo säilyttää ja että tuote on helppo ottaa mukaan eikä sen kuljettaminen vie liikaa tilaa.

Pakkaussuunnittelun tärkeä lähtökohta oli pakkauksen käyttötarkoitus, joka vaikutti materiaalien ja painomenetelmien valintaan sekä pakkauksen ulkonäköön ja muotoon. Sunnittelussa otettiin huomioon koko pakkausketju. Fiksusti suunniteltu pakkaus on helppo kuljettaa, varastoida, koota ja täyttää. Käyttämällä materiaalit tarkkaan hyväksi ja suunnittelemalla tuotannon tehokkaaksi saadaan myös säästettyä asiakkaan kustannuksia ja ympäristöä.

Pakkauksen raaka-aineeksi valittiin pahvin, koska se koetaan ekologisemmaksi, kuin esimerkiksi muovi ja nykyaikana ekologisuutta ja tuotteiden ympäristöystävällisyyttä arvostetaan. Pakkaukset myös suunniteltiin kanttisiksi, jotta niiden pinoaminen, varastoiminen ja kuljettaminen olisivat mahdollisimman helppoa. Väriksi valittiin punaisen, koska se edustaa Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun ja Centrian värejä.

## **7 RATKAISU JA SEN ARVIOINTI**

Suunnittelun ideointivaiheen loppuun saatiin monta erilaista luonnosta (liitteet) mahdollisesti toteutettavista tuotteista. Kaikki eivät kuitenkaan olleet Centrian puulaboratoriolla toteutuskelpoisia tuotteita, joten tässä luvussa kerrotaan mitkä tuotteet eivät päätyneet tuotantoon ja miksi.

### **7.1 Salaatinottimet**

Salaatinotinten muoto oli se ratkaiseva tekijä, mikä karsi ne pois valmistettavien liikelahjojen listalta. Muotojen piirtäminen Alphacam-ohjelmalla ja otinten työstäminen CNC-koneella olisi vienyt kauan aikaa ja niiden toteutus olisi ollut monimutkaista. Mahdollisimman hyvän viimeistelyn aikaansaamiseksi olisi ottimien hiominen pitänyt tehdä käsin ja siihen olisi kulunut liian kauan aikaa. CNC-koneella työstäminen olisi lisännyt huomattavasti valmistuskustannuksia.

### **7.2 Kynäteline**

Kynäteline olisi ollut vaikea toteuttaa suunnitellulla tavalla. Muotojen piirtäminen Alphacam-ohjelmalla ja työstäminen CNC-koneella olisi vienyt aikaa, jos oltaisiin haluttu saada mahdollisimman hyvää työstöjälkeä ja vähentää työaikaa käsin hiomisen osalta. Näin ollen CNC-koneella työstäminen olisi lisännyt huomattavasti valmistuskustannuksia.

### **7.3 Kynäkotelot**

Centrialla on aiemmin ollut varsin hyvä kynäkotelomalli, jonka tuotanto on jossain vaiheessa lopetettu. Nykyään on kuitenkin tullut uusi kynämalli, jolla on valmiina muovinen kotelo, joten puisen kynäkotelon valmistamiseen ei nähty tarvetta.



## 8 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella liikelahjaperhe Centrian tutkimus ja kehitykselle, sekä valmistaa prototyypit valituista tuotteista. Suunnittelun tuloksena syntyi lehti-tuoteperhe ja suomi-tuoteperhe, joista lehti-tuoteperhe on suunnattu kotimaisille yrityksille ja yhteistyökumppaneille ja suomi-tuoteperhe ulkomaisille yhteistyökumppaneille.

Centrian toiveena oli saada yhtenäiset tuoteperheet jotka muodostuvat erilaisista osista, joita voidaan antaa lahjoina aina osa kerrallaan. Tuotteiden tuli myös olla eriarvoisia. Tärkeä kriteeri tuotteille oli se, että niiden käyttötarkoitus olisi selvä lahjan saajalle.

Lahjojen suunnittelussa päädyttiin suunnittelemaan tuotteita, joita voidaan käyttää ruuan valmistuksessa ja esillepanossa. Kyseisiä tuotteita ovat mm. suomileikkuulauta, lehtipannunalunen, lehtilasinaluset, lehtiserviettipidikkeet ja suomi- ja lehti serviettitelineet. Suomi-tuoteperheeseen ei valmistettu pannunalusta, lasinalusia tai serviettipidikkeitä, koska tuotteista olisi tullut hiukan epäkäytännöllisen kokoisia mittasuhteiden takia.

Tuoteperheisiin haluttiin myös liittää sisustuksellisia elementtejä, kuten kellot ja tuikkukupit. Nämä tuotteet päätettiin valmistaa molempiin tuoteperheisiin.

Tuotteiden suunnittelun ja valmistuksen lisäksi tutkittiin myös eri maiden liikelahjakulttuureita ja perinteitä. Tällä lähestymistavalla haluttiin saada aikaan uudenlainen ajattelutapa liikelahjoja valittaessa, koska eri maiden tapojen tunteminen on tärkeää liikesuhteiden ja yhteistyön solmimisessa ja niiden ylläpidossa.

Opinnäytteen teko koettiin mielekkääksi ja sen tekemisen yhteydessä saatiin tietää paljon uusia asioita eri maiden kulttuureista ja tavoista. Myös arvostus liikelahjojen suhteen kasvoi. Jatkokehittelyä voitaisiin tehdä uusien tuotteiden parissa ja laajentaa kyseisiä tuoteperheitä.

## LÄHTEET

Çakır G. 2012. Laatu­pää­lik­kö. Termo Makina San. ve Tic. A.S. Haastattelu 9.4.2012.

Centria 1. Centria tutkimus ja kehitys. Www-dokumentti.  
Saatavissa:<http://centria.cou.fi/Default.aspx>. Luettu 11.3.2012.

Mikluha, Arja, Lahjat ja liikelahjat eri maissa, 1995, Tampere, Tammer-paino

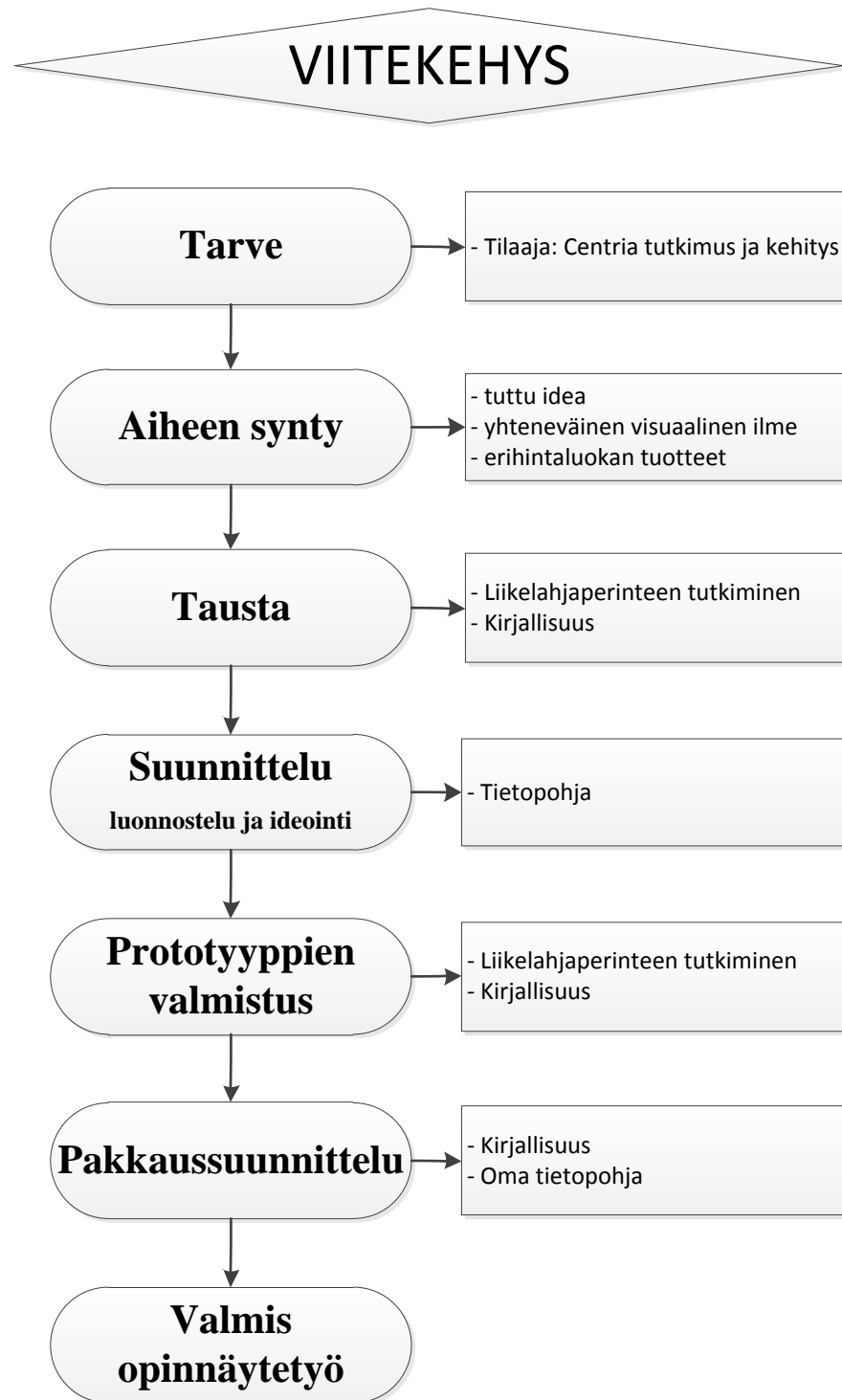
Ofergo. Liikelahjat, suomalainen ja eurooppalainen liikelahjakulttuuri, sekä tietoa ja vinkkejä liikelahjojen valinnassa ulkomaille mentäessä. Www-dokumentti.  
Saatavissa:[http://www.ofergo.fi/ajankohtaista/tiesitko\\_taman\\_liikelahjoista/](http://www.ofergo.fi/ajankohtaista/tiesitko_taman_liikelahjoista/). Luettu 11.3.2012.

Profile Promotion. Liikelahjat, mainoslahja ja yrityslahjat. Www-dokumentti.  
Saatavissa:<http://www.profile-promotion.fi/liikelahjat/>. Luettu 11.3.2012.

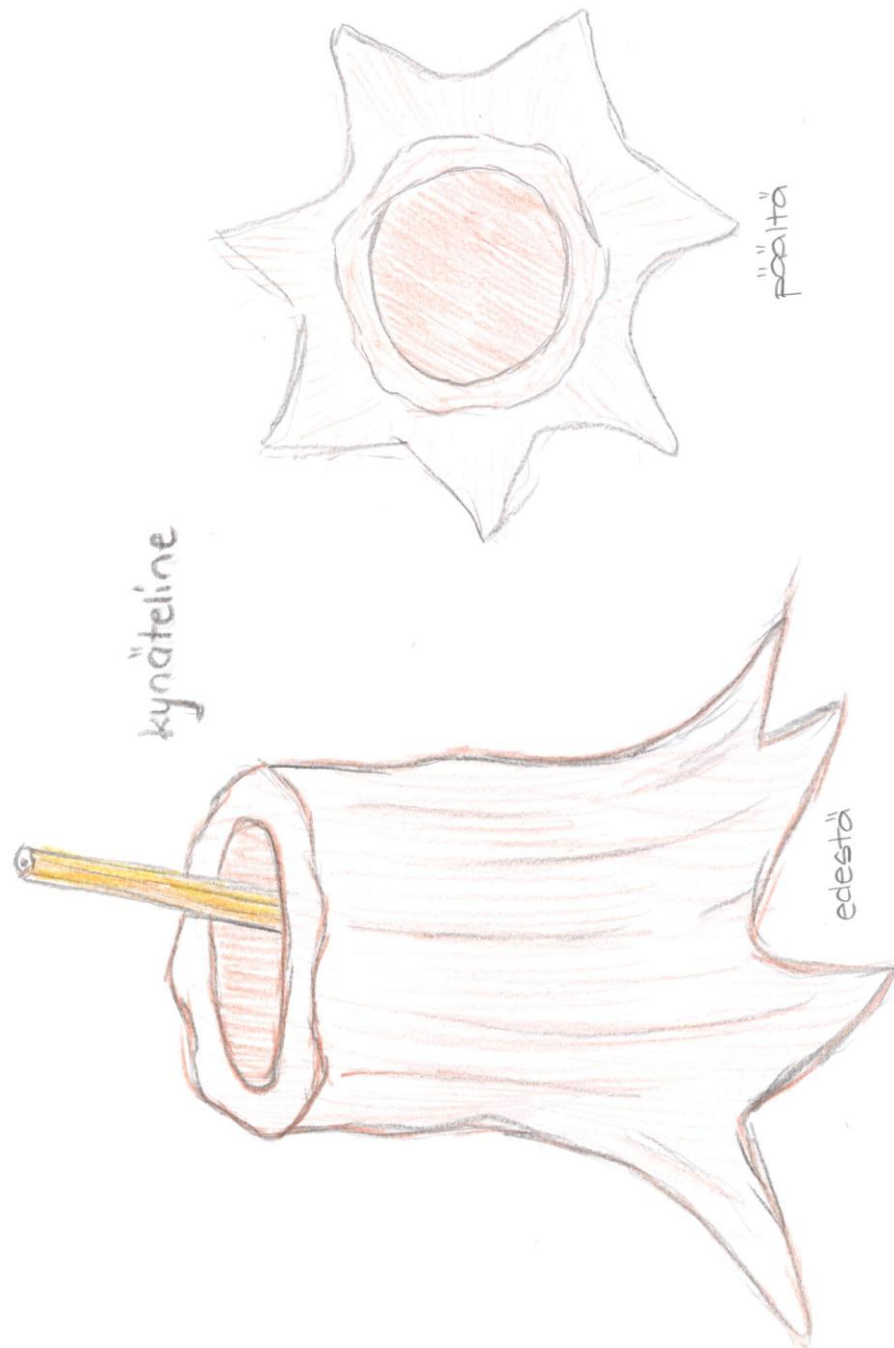
Roberts K. International gift giving overview. Www-dokumentti.  
Saatavissa:[http://cyborlink.com/besite/international\\_gift\\_giving.htm](http://cyborlink.com/besite/international_gift_giving.htm). Luettu 11.3.2012.

Saraçoğlu E. 2012. Tutkija puutekniikan alalla. SP Ruotsin Tekninen Tutkimusinstituutti.  
Haastattelu 29.4.2012.

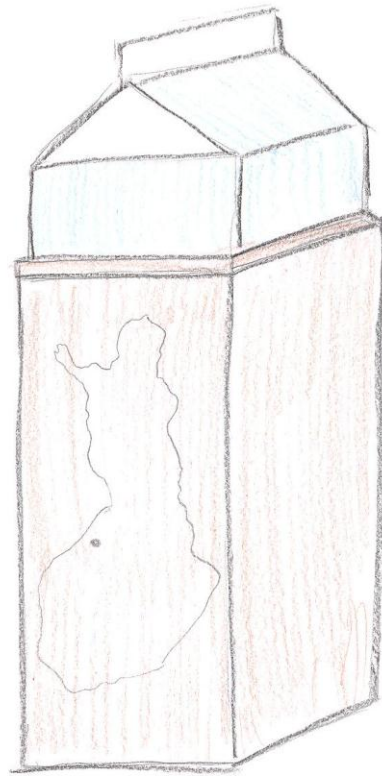
## KUVIOT



KUVIO 5. Viitekehys tuotteen kehityksen eri vaiheista



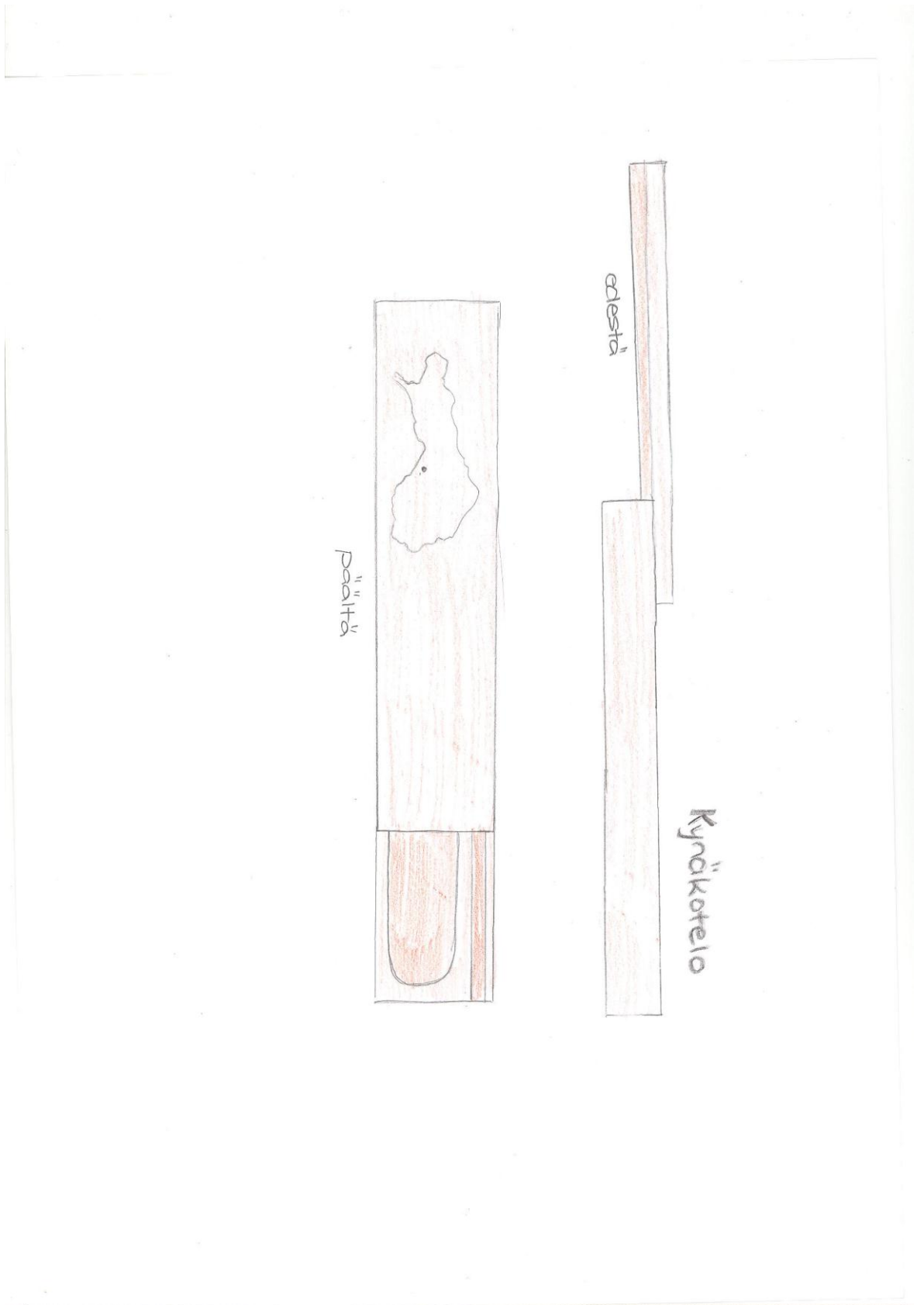
KUVIO 6. Luonnos kynätelineestä



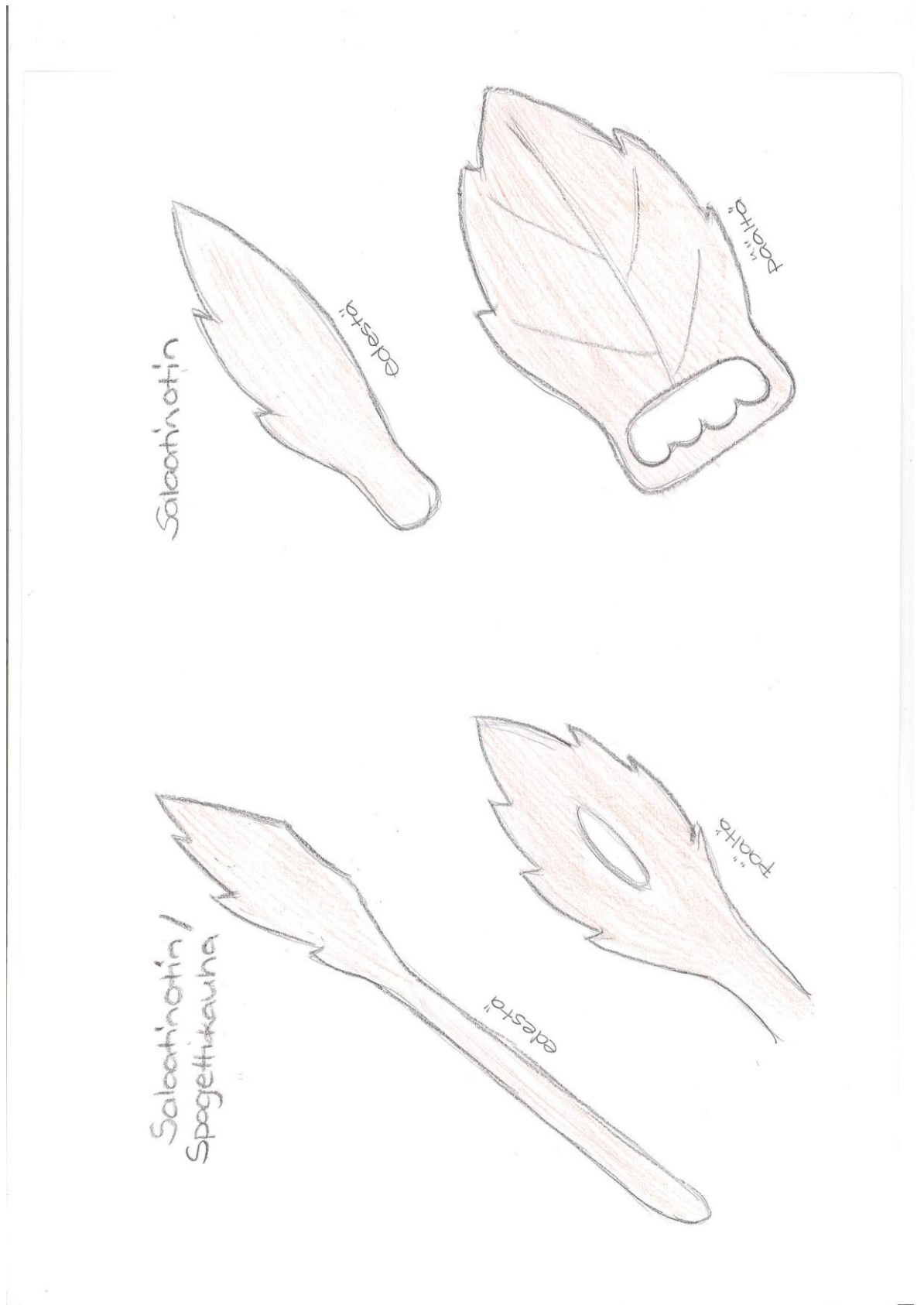
Maitopurhinkotelo



KUVIO 7. Luonnos maitopurhinkotelosta

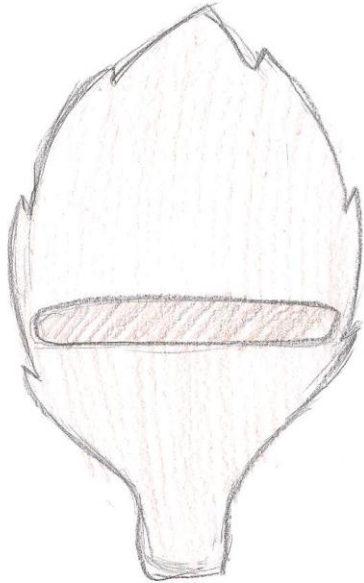


KUVIO 8. Luonnos kynäkotelosta

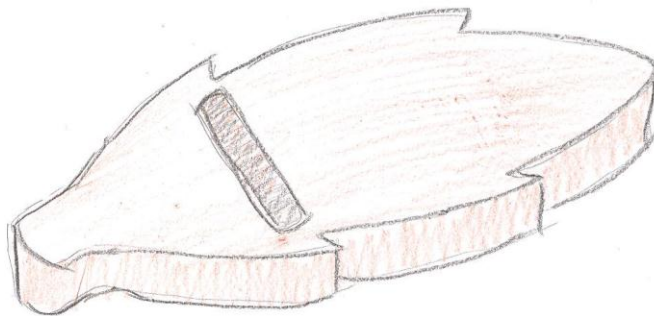


KUVIO 9. Luonnokset salatinottimista ja spagettikauhasta

Matkapuhelinteline



päältä



sivusta

KUVIO 10. Luonnos matkapuhelintelineestä







KUVIO 12. Lasinaluset





KUVIO 13. Suomikello



KUVIO 14. Lehtikello



KUVIO 15. Suomi serviettiteline ja lehti serviettiteline





KUVIO 16. Lehti serviettipidike



KUVIO 17. Suomi leikkuulauta ja lehti pannunalunen



KUVIO 18. Lehti tuikkukuppi ja Suomi tuikkukuppi