

Anu Martikkala

Kannatustuotteita Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistykselle
Case: äitiyspakkaus kissanpennuille

Opinnäytetyö

Kevät 2014

Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminnan ja kulttuurinyksikkö

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Lifestyle-muotoilu

Tekijä: Anu Martikkala

Työn nimi: Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistykselle kannatustuotteita: case äitiyspakkaus kissanpennulle

Ohjaaja: Vuokko Takala-Schreib ja Merja Juppo

Vuosi: 2014 Sivumäärä: 55 Liitteiden lukumäärä: 4

Opinnäytetyön tavoite oli suunnitella Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistys ry:lle tuote- ja palvelumuotoilukonsepteja, joista yksi keskeisistä kehitettävistä konsepteista oli äitiyspakkaus kissanpennulle.

Opinnäytetyön produktiivista osuutta varten toteutettiin tiedonhankinta, jossa suoritettiin strategisten ryhmien analyysi jossa kartoitettiin kilpailijoita ja heidän tuotevalikoimiaan kannatustuotteissa.

Tiedonhankintaan kuului myös perehtyminen nonprofit-organisaatioiden toimintaan. Tiedonhankinnan tuloksista koottiin muotoilun tavoitteet, joiden lisäksi konseptien kehittelyn tueksi ja ideointia varten toteutettiin osallistavan suunnittelun nonstop-työpaja.

Asiantuntijan näkökulmaa äitiyspakkauksen sisällöstä selvitettiin avoimen haastattelun avulla, sen tuloksia analysoitiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla. Kuluttajien tarpeiden ja toiveiden kartoittamista varten toteutettiin julkinen kysely.

Produktiivisen osion tuloksena syntyi kaksi pakkauskonseptia, joiden teemat on rakennettu suunnittelemani kuosien ympärille. Muotoiluprosessi eteni mindmap ideoinnista, hahmomalleista 3D-mallinnoksiin.

Avainsanat: kannatustuote, nonprofit-organisaatio, osallistava suunnittelu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design

Degree programme: Design

Specialisation: Lifestyle Design

Author/s: Anu Martikkala

Title of thesis: Design of support products for Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistys: case prenatal package for kittens

Supervisor(s): Vuokko Takala-Schreib and Merja Juppo

Year: 2014

Number of pages: 55

Number of appendices: 6

The aim of the thesis was to design for Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistys ry (animal protection association) product and service design concepts, such as a prenatal-package for kittens.

The productive part of the thesis contains a strategic group analysis of the competition in the field of products that support associations. I also studied the strategic marketing of non-profit organizations.

The productive part of the thesis consists of applying a nonstop workshop with a co-design method.

A professional's opinion about the package was gathered by means of a n open interview, the results of which were analysed with content analysis.

As a result of the thesis, two different package concepts were created.

Keywords: supporting product, nonprofit-organization, co-design

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	7
1 JOHDANTO	1
2 TOIMEKSIANTO.....	2
3 SEINÄJOEN SEUDUN ELÄINSUOJELUYHDISTYS RY.....	3
4 ELÄINSUOJELU	5
5 KANNATUSTUOTTEET.....	7
5.1 Nonprofit-organisaatiot.....	7
5.2 Strategisten ryhmien analyysi kannatustuotteista	8
5.2.1 Valintaperusteet	9
5.2.2 Kannatustuotteita omaan käyttöön.....	12
5.2.3 Toisenlainen lahja/palvelu.....	13
5.2.4 Omalle lemmikkieläimelle.....	14
6 KYSELY KULUTTAJIEN TARPEISTA	16
6.1 Kyselyn tavoitteet	16
6.2 Kyselyrunko	16
6.3 Kyselyn tulosten analysointi	17
7 OSALLISTAVAN SUUNNITTELUN NONSTOP-TYÖPAJA	20
7.1 Osallistava suunnittelu	20
7.2 Työpajan suunnittelu	21
7.3 Tehtävien esittely ja analysointi.....	23
8 ASiantuntijahaastattelu	27
9 MUOTOILUPROSESSI.....	29
9.1 Muotoilun tavoitteet	29
9.2 Ideoita Kelan äitiyspakkauksen avulla.....	30
9.3 Ideointia mind map -menetelmällä	31

9.4 Ideoista tuotekonsepteiksi.....	33
9.4.1 Äitiyspakkaus kissanpennuille.....	34
9.4.2 Pop cat äitiyspakkaus konsepti	35
9.4.3 Pillipiipari äitiyspakkaus konsepti	37
9.4.4 Vauvakirja kissanpennulle.....	41
9.4.5 Protojen valmistus.....	43
9.4.6 Konsepteissa toteutuneet muotoiluntavoitteet.....	44
9.4.7 Toimeksiantajan arvio konsepteista	45
10 YHTEENVETO.....	47
LÄHTEET	48
LIITTEET	Error! Bookmark not defined.

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1 Strategiset ryhmät.....	11
Kuvio 2 Omaan käyttöön.....	12
Kuvio 3 Toisenlainen lahja	13
Kuvio 4 Lemmikille	14
Kuvio 5 Ostetut kannatustuotteet	17
Kuvio 6 Työpajan suunnittelu	21
Kuvio 7 Tehtäväpöydän ulkoasun suunnittelu.....	22
Kuvio 8 Ensimmäiset tehtävät.....	23
Kuvio 9 Kolmannen tehtävän kuosivaihtoehdot	24
Kuvio 10 Piillipiipari -kuosin kehitys	25
Kuvio 11. Muotoilun tavoitteet	29
Kuvio 12 Vuoden 2014 äitiyspakkaus	30
Kuvio 13 Mind map	32
Kuvio 14 Pop cat pakkauskonsepti	35
Kuvio 15 Mittapiirroskuva pakkauksesta	36
Kuvio 16 Pop cat äitiyspakkaus konseptin esityskuva	37
Kuvio 17 Pillipiipari äitiyspakkauksen kehitysprosessi	38
Kuvio 18 Pillipiipari pakkauskonsepti	39
Kuvio 19 Kantokorin muuntuvuus pediksi	40
Kuvio 20 Mittapiirroskuva kantokorista.....	40
Kuvio 21 Pillipiipari äitiyspakkaus konseptin esityskuva	41
Kuvio 22 Esimerkkisivuja vauvakirjaan	42
Kuvio 23 Valmistetut protot	43
Kuvio 24 Organisaation näkyvyys	44
Kuvio 25 Toteutuneet muotoiluntavoitteet.....	44
Taulukko 1 Kannatustuotteet	10
Taulukko 2 Hyvä ja huono kannatustuote	18

Käytetyt termit ja lyhenteet

Eläinten viikko Teemaviikko, jota vietetään vuosittain 4.- 10. lokakuuta (Eläinten viikko, [viitattu17.3.2014]). Teemaviikon ensimmäinen päivä on Maailman Eläinten päivä ja eläinten suojeluyhityksen Fransiskus Assisilaisen muistopäivä. Ajan saatossa eläintenviikosta on tullut tunnettu tapahtumien viikko. Yleensä eläinten rokotukset ja lääkäritarkastukset kannattaa sijoittaa kyseiselle viikolle, sillä eläinlääkärikäynnit saa silloin mahdollisesti edullisemmin.

Nonprofit-organisaatio Tarkoittaa organisaatioita, joiden tärkein tehtävä ei ole tuottaa voittoa tai rahallista hyötyä omistajilleen (Seija Bergström, Arja Leppänen 2009, 494). Toiminta on usein vastikkeetonta eli jos kaupallinen yritys tarjoaa maksua vastaan tuotetta tai palvelua niin nonprofit-toiminnan vastike maksulle voi olla hyvä mieli.

1 JOHDANTO

Työssä tavoiteena on suunnitella Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistykselle tuote- ja palvelumuotoilukonsepteja, joista yksi keskeisistä kehitettävistä konsepteista on äitiyspakkaus kissanpennulle.

Konseptien suunnittelua varten toteutetaan tiedonhankinta, joka liittyy yhdistyksien non-profit-toimintaan ja kuluttajien mieltymyksiin. Yhdistyksiin perehdytään toteuttamalla strategisten ryhmien analyysi, jossa kartoitetaan kilpailijoita ja heidän tuotevalikoimiaan.

Opinnäytetyön käyttäjälähtöisyys otetaan huomioon kuluttajille suunnatun kyselyn ja osallistavan suunnittelun workshopin avulla. Tiedonhankinnan tarkoituksena on etsiä vastauksia tutkimuskysymyksiin, joita ovat:

- millainen on hyvä kannatustuote
- minkälaisia kannatustuotteita on tällä hetkellä
- minkälaisia tuotteita asiakkaat haluaisivat

Projektin lähtökohtana on oma kiinnostukseni yhteistyökumppanini toimintaan ja eläimille tarkoitettujen tuotteiden suunnitteluun. Lisäksi haluan oppia lisää konseptisuunnittelusta ja erilaisista tutkimusmenetelmistä, joita tulen tarvitsemaan työelämässä valmistumisen jälkeen.

2 TOIMEKSIANTO

Toimeksiantona oli suunnitella tuote- ja palvelumuotoilukonsepteja Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistykselle. Yksi keskeisimmistä kehitettävistä konsepteista on äitiyspakkaus lemmikkieläimille.

Konseptien materiaalivalinnat voidaan jakaa kahteen ryhmään: yhdistyksen saamiin lahjoituksiin ja tuotteita varten erikseen hankittuihin. Lahjoituksiin kuuluvat esimerkiksi erilaiset pyyhkeet, lakanat ja peitteet. Toiseen ryhmään kuuluvat materiaalit ovat suunnittelijan vapaammin päätettävissä.

Muotoiluprosessin alussa toteutettavan tiedonhankinnan tulokset ja kuluttajien mielipiteet ohjaavat työtä ideointiin ja luonnosteluun, jonka jälkeen konsepteja jatkokehitetään eteenpäin. Opinnäyetyön produktiivisen osion tavoitteena on tuottaa konsepteista hinta-arviot, esityskuvia ja prototyyppejä mahdollisista tuotteista.

3 SEINÄJOEN SEUDUN ELÄINSUOJELUYHDISTYS RY

Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistys ry on Suomen suurimman eläinsuojelujärjestön SEYn jäsenyhdistys, joka pyrkii parantamaan eläinten asemaa toimialueellaan (Toiminta, [viitattu 15.1.2014]). Yhdistyksen tavoitteena on pyrkiä lisäämään ihmisten tietämystä eläimistä ja niiden hyvinvoinnista, sekä myös auttaa hylättyjä eläimiä.

Ssesy ry toimii koko Etelä-Pohjanmaalla kaikkiaan 19 kunnan alueella. Yhdistyksen toiminta perustuu täysin vapaaehtoistyöhön ja sen saamat lahjoitukset menevät lyhentämättöminä eläinten hyväksi.

Toimintaa käsittelevän verkkosivun mukaan yhdistyksellä ei ole käytössään löytöeläintaloa, joten sen toiminta perustuu sijaiskotitoimintaan ja yhteistyöhön sijaiskotien kanssa. Sijaiskotitoimijat allekirjoittavat kotihoitosopimuksen ja he ovat vastuussa hoitoon ottamansa eläimen hyvinvoinnista. Ssesy ry:llä on sijaiskodeissaan monia eläimiä, pääsääntöisesti kissoja. Yhdistyksen tarkoituksena on löytää uusi pysyvä koti löydetyille eläimille ja se huolehtii aina ennen uuteen kotiin luovuttamista, että eläimen terveydentila on hyvä.

Löytöeläimen hankkimisprosessi etenee yhdistyksen kanssa seuraavasti:

1. Yhteydenotto yhdistykseen
2. Sopimukseen tutustuminen
3. Tapaaminen
4. Harkinta-aika
5. Eläimen noutaminen sijaiskodista, jonka yhteydessä täytetään luovutussopimukset ja maksetaan sijaiskodille eläimestä aiheutuneet kulukorvaukset.

Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistys veloittaa kissanpennusta 70 euroa, aikuisesta naaraskissasta 120 euroa ja uroskissasta 100 euroa kattaakseen eläimen kulut. Kuluilla tarkoitetaan eläimen hoitoon, lääkärikäynteihin ja tutkimuksista koituneita menoja. Korvaus eläimestä tuo myös takuuta yhdistykselle siitä, että kissan hankkija on vakavissaan ja vastuullinen lemmikin omistaja.

Hakijan hankkiessa kissan yhdistykseltä hän saa kulukorvausta vastaan takuuta eläimen terveydentilasta ja mahdollisuuden tukea yhdistyksen toimintaa.

Eläinsuojeluyhdistys hankkii varoja hylätyille eläimille kannatustuotteiden myynnin lisäksi kampanjoimalla. Esimerkiksi tällä hetkellä on käynnissä Studio Streetin ja Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistyksen yhteinen kampanja, jossa he keräävät kodittomille eläimille tarvikelahjoituksia (Suuri eläintarvike keräys, [viitattu 17.3.2014]). Lahjoituksia, joille yhdistyksellä on käyttöä, voivat olla lemmikkien ruoka, kissanhiekka ja lääkkeet, kuten madotuslääke. Yhdistys ottaa myös vastaan tarvikkeita kuten kuppeja, petejä, pantoja, harjoja ja kuljetuslaatikoita.

Eläinten hyväksi Ssesy järjestää aika ajoin myös tapahtumia, kuten esimerkiksi hotelli Sorsanpesällä 8.3.2014 pidetty hyväntekeväisyyspäivä. Tapahtumassa kerättiin rahaa eläinten hyväksi muun muassa arpojen, leivonnaisten ja kirpputoritavaran myynnin kautta. Hyväntekeväisyystapahtumassa oli myös illalla esiintyjä, joiden tulot lahjoitettiin löytöeläimien hyväksi.

Yhdistyksien keskeisellä sijalla on lasten ja nuorten kanssa toimiminen. Tämän toiminnan avulla on mahdollista ennaltaehkäistä mahdollisia eläinsuojeluongelmia. Nuorisotoimintaan kuuluvat esimerkiksi kouluvierailut sekä Eläinten viikon koululaisille tarkoitetut tieto- ja tehtäväpaketit, jotka lisäävät nuorten tietämystä eläimistä ja eläintensuojelusta. SEY tuottaa Eläinten viikolle maksuttoman aineistopakettin, jota voi tilata esimerkiksi opetustarkoituksiin.

Eläinsuojelutietoutta järjestö pyrkii lisäämään vapaaehtoisten eläinsuojeluneuvojien kautta. Eläinsuojeluneuvojaan voi olla yhteydessä, mikäli epäilee jonkun kohtelevan huonosti eläimiä, jolloin neuvojat käyvät tarkistamassa eläintenpitopaikan ja vakavissa tapauksissa asiat siirretään viranomaisten hoidettaviksi. Vuositasolla kyseisiä käyntejä tehdään noin 2 000 eläintenpitopaikkaan ja neuvoja eläinongelmissa annetaan noin 20 000 kertaa (Sey toimii, [viitattu 17.3.2014]).

Lisäksi eläinsuojeluyhdistykset pyrkivät edistämään eläinsuojelunäkemyksiä yhteistyöllä muiden eläinten hyvinvointitoimijoiden kanssa. Näitä toimijoita ovat esimerkiksi kenneljärjestöt, luonnonsuojelujärjestöt, maatalousalan järjestöt ja Evira.

4 ELÄINSUOJELU

Aihetta tutkiessani löysin todella paljon erilaisia näkökulmia ja suhtautumistapoja eläimiin. Esimerkiksi Altolan mukaan (2010, 206-207) Aristoteles (384-322 eaa.) katsoi, että ihmiset ovat täydellisempiä olentoja kuin eläimet ja hän väitti, että tästä syystä eläinten funktiona on palvella ihmisten etuja. Darwinin opit taas esittivät, että ihminen oli yksi eläin muiden joukossa ja että eläimet olivat kognitiivisia olentoja ja näin ollen omaisivat erilaisia älykkyyden muotoja.

Mielestäni ihmiset mieltävät eläinten arvon edelleenkin monella erilaisella tavalla. Kärjistetysti ajateltuna esimerkiksi elämymatkailua harjoittava henkilö voi nähdä koiran enemmänkin työntekijänä tai -välineenä, kun taas eläkeläinen voi pitää seurakoiraansa omana lapsenaan. Näkemyksistä riippumatta vastuu ja eläinsuojelulaki koskee meitä kaikkia.

Lemmikkieläimen hankinta perustuu mielestäni osalla hoivaamisvietin tyydyttämiseen ja toisille niillä on selvä käyttötarkoitus, esimerkiksi maatilalla tarvitaan kissa pitämään hiiret ja rotat loitolla. Eläimen hankkiminen kuitenkin herättää kysymyksiä ihmisten vastuuden tunteesta ja siitä, osataanko ajatella realistisesti huomista pitemmälle.

Esimerkiksi omassa lapsuudessani kissojen leikkauttaminen ei ollut yhtä yleistä kuin nykyään. Steriloimisen ajateltiin vaikuttavan negatiivisesti kissan luonteeseen. Tällä lailla asia oli ainakin minun lähipiirissäni. Eli kaikki kietoutuu kasvatukseen, ympäristöömme ja joltain osin trendeihin eli mitkä asiat ovat eniten esillä ja mihin panostetaan. Nykypäivänä esimerkiksi kesäkissat ovat surullinen esimerkki siitä, että ihmiset eivät edelleenkään jaksakaan harkita lemmikin hankkimista ja sen tuomaa vastuuta.

Kissat ovat SEY:tä ja suomalaisia eläinsuojelijoita eniten työllistävä eläinlaji (SEY ja kissa, [viitattu 25.1.2014]). Löytöeläintaloihin ja eläinsuojeluyhdistysten hoitoon päätyy vuosittain tuhansia kissoja. SEY:n arvion mukaan jopa 20 000 kissaa hylätään tai lopetetaan ei-toivottuina Suomessa joka vuosi.

Syitä siihen, että juuri kissoja päätyy suuria määriä löytöeläinkotien hoiviin voisi mahdollisesti olla niiden lisääntymistehokkuus ja kissojen kasvanut suosio lemmikkieläimenä. Kissojen suuri suosio lemmikkieläimenä johtunee Turusen mukaan (2011, 125) siitä, että ne ovat kooltaan pieniä, viihtyvät yksineläjinä ja lain salliessa ulkoilevat yksinkin, hankkivat ruuankin itse ja tietenkkin seuralaishyöty.

Suurin syy lienee kuitenkin se, että leikkaamattomia kissoja liikkuu ja lisääntyy vapaasti luonnossa suuria määriä. Turusen (2011, 125) mukaan on arvioitu että yksi kantanaaras ja sen jälkeläiset jälkeläisineen voisivat ihanteellisissa oloissa tuottaa 400 000 yksilöä seitsemän vuoden aikana.

5 KANNATUSTUOTTEET

5.1 Nonprofit-organisaatiot

Nonprofit-organisaatioita voi toimia hyvin laajasti eri elämänalueilla Vuokon (2004, 16–17), Bergströmin ja Leppäsen (2009, 494) mukaan näitä alueita ovat esimerkiksi:

- kulttuuri ja virkistys (teatteri, museot ja harrasteseurat)
- terveys ja sosiaaliala (sairaalat, terveyskeskukset ja hoitolaitokset)
- koulutus ja tutkimus (peruskoulutus ja työväenopistot)
- ympäristö (luonnonsuojelu)
- hyväntekeväisyys (kummitoiminta)
- kansainvälinen toiminta (opiskelijavaihto)
- uskonnollinen toiminta (kirkko ja seurakunnat)
- työelämä ja asuminen (työmarkkinajärjestöt)
- politiikka (oikeuslaitos ja kuluttajasuojelu).

Rahoitusmalli Vaikka kyseiset organisaatiot eivät toimi rahan vuoksi ja koko toiminta perustuisi vapaaehtoistyöhön, niin silti aina syntyy kuluja ja kustannuksia. Pirjo Vuokon (2004, 21) mukaan näitä rahoitusmalleja on kolme: yksityinen jäsenorganisaatio, valistus ja hyväntekeväisyysjärjestöt ja julkisen sektorin nonprofit-organisaatiot.

Yksityinen jäsenorganisaatio -mallissa on taustaorganisaatio jolla on jäsenyhdistyksiä ja näiden yhdistyksien jäsenmaksuilla katetaan kulut ja ylläpidetään organisaation toimintaa. Tämän lisäksi yhdistys saattaa saada tukea muista lähteistä kuten omalta kunnaltaan.

Valistus ja hyväntekeväisyysjärjestöt Vuokon mukaan (2004, 22) valistavat, kouluttavat, edistävät tiettyä toimintaa ja tukevat apua tarvitsevia esimerkiksi katastroofikohteet. Esimerkiksi Suomen Punainen Risti kuuluu tähän ryhmään. Julkiset rahoittajat, kuten raha-automaattiyhdistys, vapaaehtoistyöntekijät, lahjoittajat ja jäsenet, ovat tässä ryhmässä kantava voima tulosten saamiseksi.

Julkisen sektorin nonprofit-organisaatioiden rahoitus malli perustuu verotuloihin (Vuokko 2004, 23). Valtio ja kunnat keräävät verotuloja, joilla ylläpidetään julkisia palveluita, kuten terveydenhuoltoa tai peruskoulutusta. Organisaatio eroaa muista malleista siten, että se on pakollinen, kun taas muissa se perustuu kansalaisten omaan motivaatioon ja haluun auttaa ja tukea tiettyä toimintaa.

Organisaatiot voivat myös saada yrityksiltä tukea sponsorointina tai tekemällä yhteistyötä yritysten kanssa. Yritys voi esimerkiksi tuoda esiin ympäristövastuutaan lahjoittamalla osan jonkin tuotteen myyntihinnasta valitsemaansa suojelukohteeseen. Yritys voi myös tehdä tuotelahjoituksia tai toimia mediakumppanina ja markkinoida nonprofit-organisaatiota, jolloin he saavat näkyvyyttä.

Esimerkiksi WWF:n ja Nokian yhteistyökumppanuuden tavoitteita on, että he etsivät yhteistyössä uusia tapoja käyttää matkapuhelinteknologiaa ja matkaviestimiä luonnonsuojelutyössä keskittymällä erityisiin avainalueisiin (Nokia, [viitattu 2.2.2014]). Vesiriskialueilla yhteistyö keskittyy paikallisten yhteisöjen tiedonsaannin parantamiseen ja WWF:n kenttätyöntekijöiden auttamiseen luonnon monimuotoisuuden turvaamisessa.

Markkinointi herättää monenlaisia kysymyksiä ja mielipiteitä, kun se yhdistetään nonprofit-organisaation kanssa. Markkinointi ja mainonta on kuitenkin organisaatioille tärkeää toimintaa, jonka avulla järjestöt saavat näkyvyyttä. Näkyvyys taas tuo heille elintärkeitä tukijoita, jäseniä ja kannattajia.

5.2 Strategisten ryhmien analyysi kannatustuotteista

Strategisten ryhmien analyysin yksi tärkein hyöty on ymmärrettävyys. Se tarjoaa analysoijalle monipuolista informaatiota yhteyksien tekoon toimialan rakenteesta yrityskohtaisiin strategisiin sovelluksiin (Fleisher & Bensoussan 2003, 80). Strategisten ryhmien analysoinnissa käytin taulukointia saadakseni selkeän ja helppolukuisen lopputuloksen.

5.2.1 Valintaperusteet

Lähdin tutkimaan minkälaisia kannatustuotteita markkinoilla on tällä hetkellä. Otin tutkittavaksi organisaatioita, joiden toiminta keskittyy eläintensuojeluun, luonnonsuojeluun ja lastensuojeluun, kuten esimerkiksi kehitysmaiden apuun.

Taulukossa 2 on Eettiset lahjat -otsikon alla nimetty kannatustuotteita ja käsite Pientavara tarkoittaa heijastimia, kyniä, avaimenperiä, pinssejä ja edullisia tuotteita. Vaatteisiin ja asusteisiin kuuluvat t-paidat, hupparit, huivit ja pipot. Käyttötavaroiksi määritellään päivittäisessä käytössä olevat tuotteet ja esineet.

Design-kategoria tarkoittaa tuotteita, jotka on suunnitellut tunnettu henkilö. Esimerkkinä kategoriaan kuuluvasta tuotteesta on Eero Aarnion suunnittelema Pastilli-säästölipas Plan-kehitysyhteistyöjärjestölle.

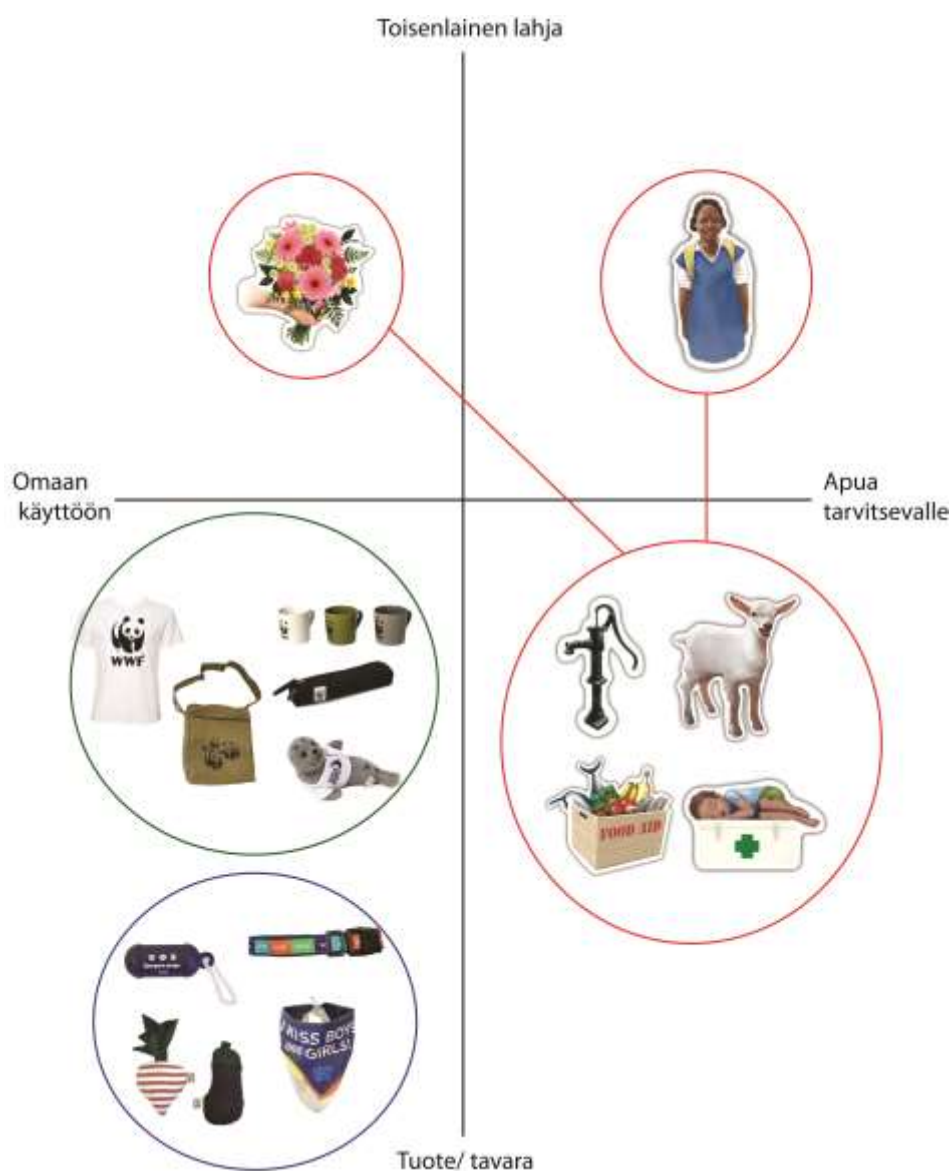
Toisenlainen lahja on palvelumuotoilua, jossa asiakas ostaa konkreettisen tuotteen sijasta hyvän mielen. Apua tarvitsevalle, Omaan käyttöön ja Omalle lemmikille -otsikoissa olen kartoittanut itse tuotteen/ palvelun käyttäjää ja sitä kenen käyttöön kannatustuote menee.

Taulukko 1 Kannatustuotteet

Eettiset lahjat: Organisaatio:	Kortit	Kalenterit ja kirjat	Pientavara	Korut	Vaatteet ja asusteet	Käyttö- tavarat	Yhtyy- lahjat	Taide/ Design	Apua tarvitseville	Toisenlainen lahja	Omaan käyttöön	Oma- lemmille
SPR	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
PLAN	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
NEL	*	*	*		*				*	*	*	
Unicef	*	*	*		*		*		*	*	*	
World vision									*	*		
Kirkon ulkomaanapu									*	*		
Peta	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Vipuriin kassat ry					*				*	*	*	
Hisy	*	*	*		*				*		*	
WSPA	*	*	*		*	*			*		*	
Kulturi ry		*	*		*				*	*	*	
Oikeutta eläimille		*							*		*	
WWF	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
SET	*	*	*		*	*			*	*	*	
Antimalla	*	*	*	*	*			*	*		*	

Rahalahjoitusmahdollisuus oli kaikilla organisaatioilla ja taulukosta voidaan huomata, että kalentereita, kirjoja, pientavaraa ja asusteita on monella organisaatiolla kannatustuotetarjonnassa. Organisaatioiden toiminta oli selvästi näkyvillä kannatustuotteissa logopainatuksena.

Huomasin organisaatioita tutkiessani ihmisille ja eläimiin kohdistuvien järjestöjen eroavaisuuksia. Muun muassa taulukosta näkyy, että ihmisiin kohdistuvilla yhdistyksillä on kaikilla toisenlainen lahja kannatusmuotomahdollisuus ,kun taas eläinyhdistyksillä vain puolella.



Kuvio 1 Strategiset ryhmät

Taulukosta 1 sain analysointiakseleiksi toisenlainen lahja ja tuote tai tavara sekä omaan käyttöön ja apua tarvitsevalle. Löysin kolme ryhmää, joita ovat omaan käyttöön kannatustuotteita, toisenlainen lahja/ palvelu ja omalle lemmikkieläimelle suunnatut tuotteet (Kuvio 1).

5.2.2 Kannatustuotteita omaan käyttöön



Kuvio 2 Omaan käyttöön
(WWF Suomen verkkokauppa [viitattu 23.1.2014]).

Tähän ryhmän kuuluvat kannatustuotteet, joita organisaation tukija voi ostaa itselleen ja saada rahalleen vastineeksi konkreettisen tuotteen. Ryhmässä tukijan/asiakkaan ostopäätökseen voi myös liittyä hyvän mielen lisäksi tarve tai mieltymys tuotetta kohtaan. Kuviossa 2 on ryhmään kuuluvia esimerkkejä WWF:n verkkokaupasta.

SPR eli Suomen Punainen Risti on yksi Suomen suurimmista kansalaisjärjestöistä (Tutustu Punaiseen Ristiin, [viitattu 23.1.2014]). Punaisen Ristin tehtävänä on auttaa apua eniten tarvitsevia kotimaassa ja ulkomailla.

SPR auttaa ihmisiä katastrofien ja onnettomuuksien sattuessa, kriisitilanteissa, tukee viranomaisia turvapaikanhakijoiden vastaanottamisessa ja työllistää pitkäaikaistyöttömiä. Järjestö kannustaa ihmisiä hoitamaan terveyttään ja pitämään huolta toisistaan.

WWF on vuonna 1961 perustettu maailmanlaajuinen ympäristöjärjestö, jonka tavoitteena on innostaa ihmisiä ja yhteisöjä toimimaan ympäristön suojelemiseksi (WWF järjestönä, [viitattu 23.1.2014]). Järjestö on edelläkävijä luonnon- ja ympäristönsuojelussa ja heidän periaatteitansa on että, ihmisen ja luonnon hyvinvointi kulkee käsi kädessä, joten heidän toimintaansa liittyvät myös ihmiset.

5.2.3 Toisenlainen lahja/palvelu



Kuvio 3 Toisenlainen lahja
(Toisenlainen lahja, [viitattu 23.1.2014]).

Toisenlaiset lahjat kannatusmuodosta löysin teemoja minkälaiseen tarkoitukseen lahjoittaja voi rahansa kohdistaa (Kuvio 3):

- 1. Koulutus ja oikeudet
- 2. Toimeentulo ja maatalous
- 3. Terveys ja lääkkeet
- 4. Ruoka
- 5. Vesi
- 6. Ystävyys

Kannatusmuotona on rahalahjoitus, jossa lahjoittaja voi kohdistaa tukensa johonkin tiettyyn kohteeseen. Esimerkiksi lahjoittaja voi tukea naisten yrittäjyyttä ja koulutusta kohdistamalla lahjoituksensa Kirkon Ulkomaanapu organisaation naisten pankkiin.

Toisenlainen lahja -tarjoajia kuvastavat mielestäni parhaiten World Vision ja Kirkon Ulkomaanapu. Esimerkiksi Koulutus ja oikeudet -teemaan Kirkon Ulkomaanavun toisenlainen lahja voi olla koulupuku lapselle tai lukutaito-opetusta (Lahjat, [viitattu 2.2.2014]). Toimeentulo ja maatalous –teemassa lahja voi olla esimerkiksi kasvimaata tai vuohi, joka auttaa perheitä ulos köyhyyden kierteestä sillä se on

edullinen eläin ja lisääntyy helposti. Ystävyyttä voi olla halaus, rakkautta tai kiitos, joka lähetetään omalle ystävälle ja se välittyy tilaajan kautta kehitysmaahan asti.

Suomen World Vision on 1983 vuonna perustettu kristillishumanitaarinen kehitysyhteistyöjärjestö, joka edistää lasten elinoloja ja oikeuksia (Suomen World vision, [viitattu 2.2.2014]). Toiminnan rahoituksesta yli puolet tulee kummeilta ja yksityisiltä tukijoilta sekä yhteistyökumppaneilta. Toisen puolen rahoittaa Suomen ulkoasiainministeriö, jonka kumppanuusjärjestö Suomen World Vision on (Toiminnan rahoitus, [viitattu 2.2.2014]).

Kirkon Ulkomaanapu on perustettu syyskuun 25. päivä vuonna 1947, jolloin Suomen luterilainen kirkko liittyi virallisesti kirkkojen kansainvälisen avun verkostoon (Historia, [viitattu 2.2.2014]). Organisaatio on Suomen suurin kehitysyhteistyöjärjestö ja toiseksi suurin humanitaarinen avun antaja. Järjestö toimii yli 20 maassa ja painottuu sinne missä hätä on suurin. Kirkon Ulkomaanapu tekee työtä kaikkein köyhimpien ihmisten kanssa uskontoon, etniseen taustaan tai poliittiseen vakaumukseen katsomatta.

5.2.4 Omalle lemmikkieläimelle



Kuvio 4 Lemmikille
(Peta Catalog, [viitattu 23.1.2014]).

Kannatustuotteita -ryhmätuotteita lahjoittaja voi ostaa omalle lemmikkieläimelleen käytettäväksi. Kuviossa 4 näkyy Petan tarjoamia kannatustuotteita lemmikkieläimelle.

Peta on maailman suurin eläintenoikeuksia puollustava järjestö, jolla on noin 3 miljoonaa jäsentä ja tukijaa (About Peta, [viitattu 2.2.2014]). Petan toimii koe-eläimien, turkis- ja vaateteollisuuden, viihdeteollisuuden ja laboratorio aloilla kärsivien eläinten puolesta .

Peta on mielestäni huomionut kannatustuotevalikoimassaan eri ikäpolvia ja molemmille sukupuolille löytyy omat heille suunnatut tuotteet. Tämän lisäksi lemmikkieläimille on oma valikoima hyödyllisiä tuotteita.

6 KYSELY KULUTTAJIEN TARPEISTA

6.1 Kyselyn tavoitteet

Kyselyitä Huotarín (2003, 31) mukaan käytetään yleensä silloin, kun kohderyhmästä halutaan kerätä tietoa laajalla otoksella, jolloin haastattelu ei ole järkevä menetelmä. Kyselyssä tarvittavia tietoja ovat faktat, kuten ikä, sukupuoli ja asuinpaikkakunta. Tarkempaa muotoilua kysymyksiltä vaaditaan, kun selvitetään kohderyhmän asenteita, arvoja tai makumieltymyksiä.

Kyselyn tavoitteena oli selvittää kyselyyn osallistuneiden ihmisten mielipiteitä kannatustuotteista sekä määrittää vastausten perusteella millaisia kannatustuotteita kuluttajat haluaisivat.

Suunnittelun jälkeen tein kyselyn Webropol kyselylomake -sovellukseen, jonka jälkeen sain kyselylomakkeestani linkin, jonka lähetin Ssesy:n sihteerille, joka jakoi linkin yhdistyksen jäsenille, yhdistyksen kotisivuille ja heidän facebook-sivulleen. Jaoin linkkiä, myös muiden eläinsuojeluyhdistysten facebook-sivuille, kuten Helsingin eläinsuojeluyhdistys ja eläinsuojelukeskus Tuulispää.

6.2 Kyselyrunko

Kyselyn alussa esitetään taustakysymyksiä vastaajien sukupuolesta, iästä, asuinpaikkakunnasta ja lemmikkieläinten omistuksesta. Näiden kysymysten avulla hahmotetaan mahdollista kohderyhmää.

Toisen osan kysymysten avulla selvitetään, mikä on vastaajien mielestä paras tapa tukea eläinsuojeluyhdistyksiä.

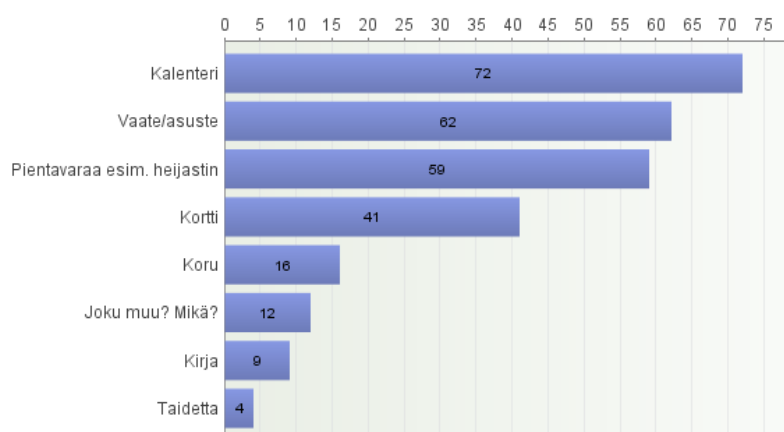
Kolmannessa osiossa keskitytään vastaajien mielipiteisiin hyvän kannatustuotteen ominaisuuksista ja ostopäätökseen vaikuttaviin asioihin. Kysely jakautuu kahteen osaan riippuen siitä, onko vastaaja ostanut kannatustuotteita vai ei.

Huotarin, Laitakari-Svårdin, Laakson ja Koskisen(2003, 35) mukaan suljettujen kysymysten ongelmana on vastausten perustelumahdollisuuksien puuttuminen, mikä voi aiheuttaa sen, että olennainen tieto jää saavuttamatta. Koska suurin osa kyselyn kysymyksistä sisältää vaihtoehtoista valitsemista, tärkeää tietoa haluttiin myös kerätä avoimen kysymyksen avulla. Siksi kyselyn viimeisessä kohdassa vastaajat voivat halutessaan kuvailla omin sanoin millainen olisi hyvä kannatustuote ja millainen on huono kannatustuote.

6.3 Kyselyn tulosten analysointi

Kyselyyn vastasi 209 henkilöä, joista enemmistö oli naisia. Suurin osa vastaajista oli iältään 26-35 -vuotiaita. Eniten vastaajia oli Etelä-Pohjanmaan ja Uudenmaan alueelta. Vastanneista suurin osa omistaa lemmikkieläimiä ja vastanneista noin neljännes kuuluu joihinkin eläinsuojeluyhdistykseen.

Vastanneista noin 35 % on tehnyt rahalahjoituksia, eläinten sijaiskotitoimintaan on osallistunut noin 13 %, kummitoimintaan noin 4 %, vapaaehtoistyötä on tehnyt hieman alle viidennes. Noin 32 % ei ole osallistunut rahallisesti tai tukenut yhdistyksien toimintaa ja jotain muuta on tehnyt noin 31 %. Avoimen vastauksen yleisimmät vaihtoehdot olivat ruokalahjoitukset, eläimen adoptointi ja kannatustuotteiden ostaminen.



Kuvio 5 Ostetut kannatustuotteet

Vastaajien mielestä tehokkaimpia tapoja tukea apua tarvitsevia ovat kohteelle suoraan menevä apu kuten ruokapaketit, vapaaehtoistyö ja rahalahjoitukset. Kissat, koirat, kaikki eläimet ja jyrsijät olivat selvästi mieluisimpia tuettavia eläinlajeja. Yli puolet vastanneista on ostanut kannatustuotteita ja ostetuimpia kannatustuotteita ovat (kuvio 5) kalenterit, vaate/ asusteet, pientavara ja kortit.

Kohdassa, jossa pyydettiin vastaajia asteittamaan kannatustuotteiden ominaisuuksia tärkeysjärjestykseen asteikkona 1 = ei ollenkaan tärkeä ja 5 = erittäin tärkeä, vastanneiden mielestä erittäin tärkeitä ominaisuuksia ovat käytännöllisyys ja yhdistyksen ideologian näkyminen tuotteessa.

Toiseksi tärkeimpiä ominaisuuksia olivat ulkonäkö, väri, hinta ja ekologisuus. Suunnittelijaa ja merkkiä pidetään vastausvaihtoehdoista vähiten tärkeänä ominaisuutena.

79 vastaajaa ei ole ostanut kannatustuotetta ja suurin syy ostamattomuuteen oli ettei sopivaa tuotetta ole löytynyt. Kysyttäessä mitä mahdollisia tuotteita he voisivat tulevaisuudessa, ostaa suosituimpia olivat pientavarat, vaatteet/ asusteet ja kalenterit.

Taulukko 2 Hyvä ja huono kannatustuote

Hyvä kannatustuote:		Huono kannatustuote:	
Tuote	Ominaisuudet	Tuote	Ominaisuudet
Kangaskassi	Käytännöllinen	Pinssit	Kertakäyttöinen
Tuubihuivi	Tarpeellinen	Kynät	Epäkäytännöllinen
T-paita	Pitkäikäinen	Koriste-esineet	Kallis
Pipo	Hauska		Ruma
Pyyhkeet	Kaunis		Huono laatu
Patalaput	Kestävä		Tylyä
Pehmolelu	Edullinen		Ideologia ei näy
Muki			
Korut			
Pinssit			
Avaimenperä			
Heijastin			
Kalenteri			
Eläintarvikkeita			
Heijastinliivi			
Kaulapanta			
Lelu lemmikille			

Kyselyn lopussa vastaajat saivat vapaasti kuvailla omin sanoin, millainen olisi hyvä ja millainen huono kannatustuote. Taulukko 2 sisältää kahdesta viimeisestä

avoimesta kysymyksestä kerättyjä vastauksia hyvistä ja huonoista kannatustuotteista ja niiden ominaisuuksia. Hyvän kannatustuotteen ominaisuuksina vastaajat pitivät käytännöllisyyttä, tarpeellisuutta, pitkäikäisyyttä, kestävyyttä ja edullisuutta. Ulkonäöllisiä ominaisuuksia vastaajien mielestä hyvällä kannatustuotteella olisi hauskuus ja kauneus.

Tuotteena suosituin oli käyttöesineet ja tavarat, jotka ovat mukana ja käytössä päivittäisessä elämässä. Pientavara kuten heijastimet, avaimenperät, korut ja pinssit olivat osan vastaajan mielestä hyviä kannatustuotteita, koska ne ovat pieniä ja halpoja. Omalle lemmikkieläimelle suunnatut tarvikkeet kuten lelut, pedit, heijastinliivit ja kaulapannat sopisivat usean vastanneen mielestä hyväksi kannatustuotteeksi.

Huonon kannatustuotteen ominaisuuksia olivat kertakäyttöisyys, epäkäytännöllisyys, huono laatu ja se, ettei organisaation ideologia tule ilmi tuotteen ulkoasussa. Huonoimpina kannatustuotteina pidettiin pinssejä, kyniä ja koriste-esineitä. Kyniä suurin osa vastaajista piti huonona tuotteena, koska niitä saa ilmaiseksi useasta paikasta, joten niihin on jo kyllästytty.

7 OSALLISTAVAN SUUNNITTELUN NONSTOP-TYÖPAJA

7.1 Osallistava suunnittelu

Osallistava suunnittelu kuuluu Haningtonin (2003, 15) mukaan innovatiivisiin tutkimusmenetelmiin, jotka ovat hyödyllisiä erityisesti suunnitteluprosessin alkuvaiheessa. Innovatiivisiin tutkimusmenetelmiin kuuluvat esimerkiksi suunnittelutyöpajat ja muut luovat tilanteet, joissa käyttäjät osallistuvat ajatustensa ja ideoidensa avulla visuaalisen materiaalin tuottamiseen ja muokkaamiseen. Luovien tilanteiden avulla tutkitaan esimerkiksi käyttäjien arvoja, tunteita ja haaveita. Visuaalisia menetelmiä hyödyntämällä voidaan saada selville myös sellaisia piirteitä, joita käyttäjä ei tietoisesti ajattele, tai joita hänen on sanallisesti vaikea kuvailla.

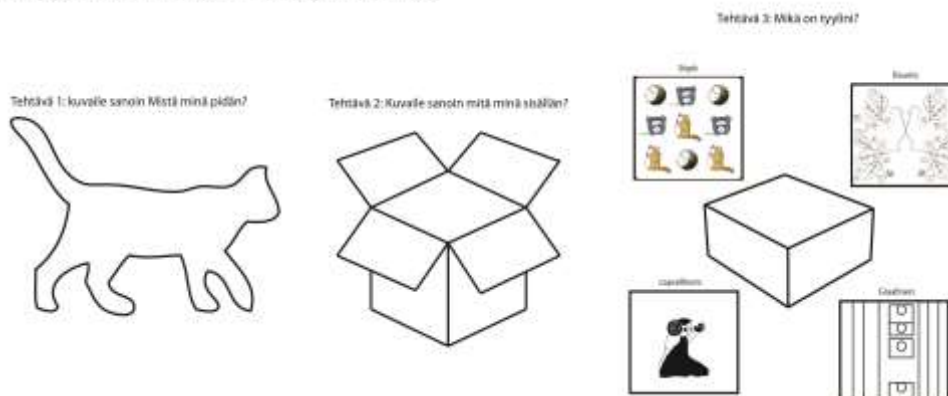
Mattelmäen (2006, 70–71) mielestä jo itsessään osallistavan suunnittelun sisällön suunnittelu on suunnittelijaa inspiroivaa toimintaa, koska se yhdistää muotoilutyön tutkimuksen tekemiseen ja antaa uusia näkökulmia käyttäjätutkimukseen ja suunnitteluprosessiin. Tämän ansiosta suunnittelija saa mahdollisuuden soveltaa osaamistaan uudessa ympäristössä, mikä samalla inspiroi lähestymään käyttäjiä.

Osallistava suunnittelu toteutettiin nonstop-työpajana Seinäjoenseudun eläinsuojeluyhdistyksen järjestämässä hyväntekeväisyystapahtumassa 8.3.14 Hotelli Sorsanpesässä. Työpajaan ihmiset saivat osallistua 12.00-17.00 välisenä aikana. Pidin työpajan yhdistyksen järjestämässä tapahtumassa, koska siellä tavoitin parhaiten kohderyhmän eli ihmiset, jotka ovat kiinnostuneita eläinsuojeluyhdistyksen toiminnasta. Tapahtuman ansiosta tavoitin laajan ikäryhmän ja saan näin ollen monenikäisten ihmisten ajatuksia hyvästä kannatustuotteista.

Nonstop-työpaja koostui kolmesta tehtävästä, arvioin yhden tehtävän tekemiseen käytettävän ajan olevan noin kymmenen minuuttia. Suunnittelin työpajaani varten tiedotteen tapahtumaan tuleville ihmisille (Liite 2).

7.2 Työpajan suunnittelu

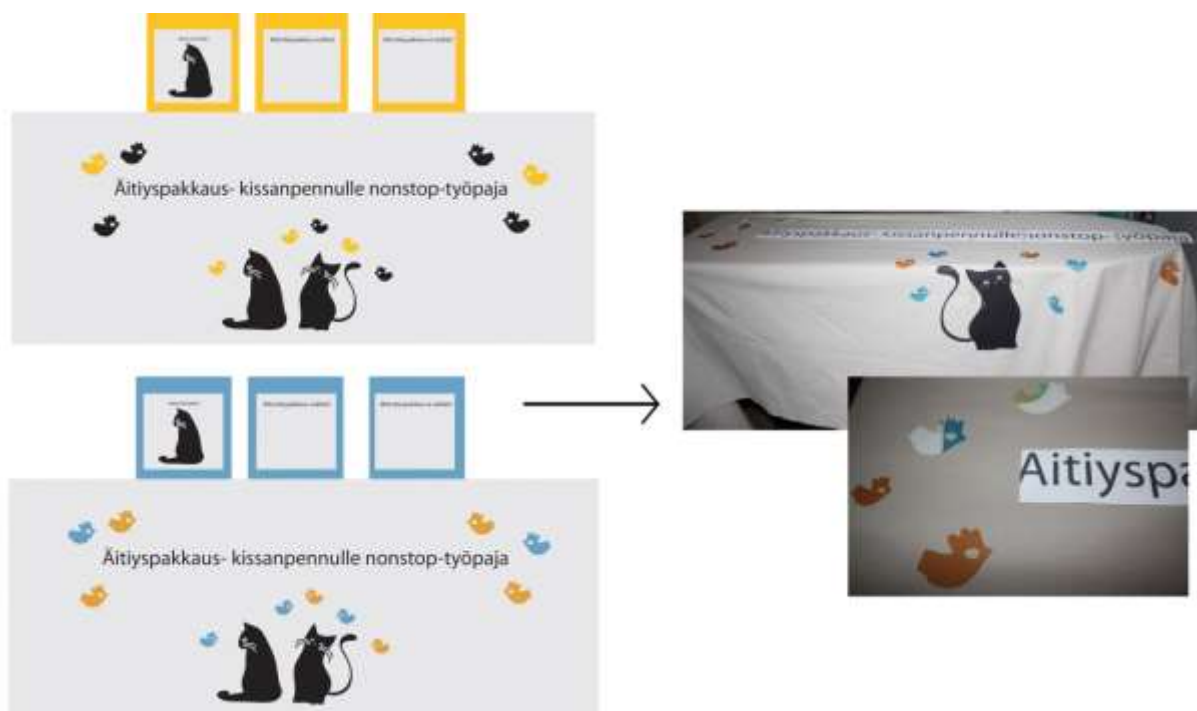
Työpajan suunnittelu : Äitiyspakkaus kissanpennulle



Kuvio 6 Työpajan suunnittelu

Kuviossa 6 on ensimmäisiä ideoitani työpajan tehtävistä. Ensimmäisen tehtävän kautta hain osallistujien ideoita käyttäjän eli kissan mieltymyksistä. Toisessa tehtävässä halusin osallistujilta ajatuksia Äitiyspakkaus kissanpennulle -konseptin sisällöstä. Kolmannessa tehtävässä osallistujille jaettaisiin tyhjet leivosrasiat, joihin he voisivat liimata, leikata, värittää ja kirjoittaa äitiyspakkauksen ulkonäöstä. Ajatuksenani oli, että osallistujille jaettaisiin suunnittelemistani kuosikonsepteista kuvakollaaseja, joita he saisivat käyttää tehtävää varten.

Keskustelin Ssesyn sihteerin kanssa ja hän ehdotti, että pitäisin työpajan yhdistyksen järjestämän tapahtuman yhteydessä. Mielestäni työpajan järjestäminen tapahtumassa kuulosti mielenkiintoiselta ja sopivalta, sillä saisin mielipiteitä eläinsuojelusta kiinnostuneilta, kannatustuotteita ostavilta ja yhdistyksessä jo olevilta ihmisiltä. Työpajan runkoa muokkasinkin keskustelumme jälkeen ja mietin, mikä voisi toimia tapahtumassa. Muutin kolmannen tehtävän toteutusta, koska se veisi liikaa tilaa ja joutuisin hankkimaan materiaaleja tehtävän tekemistä varten niin paljon.



Kuvio 7 Tehtävöpöydän ulkoasun suunnittelu

Saatuani tiedon että pidän työpajan tapahtumassa, suunnittelin tehtävieni esitystapaa ja työpöytää. Tein hahmotelmia Adobe Illustrator -ohjelmalla pöydän ulkoasusta (Kuvio7). Sain ajatuksen käyttää pöytäliinaan silittettäviä siirtokuvia, minkä ansiosta työpöydällä ei ollut irtonaisia papereita, jotka ihmisten liikkuaessa rypistyisivät ja liikkuisivat väärille paikoille. Kuvassa oikealla kuva siirtokuvan valmistusvaiheesta.

Kävin hotelli Sorsanpesällä tapahtumaa edeltävänä iltana varaamassa tehtäviä varten pöydän. Huomasin, että tehtävät veivät todella paljon tilaa, joten karsin kissojen mieltymyksiin liittyvän tehtävän pois.

7.3 Tehtävien esittely ja analysointi

Lopullisessa nonstop-työpajassa oli kolme tehtävää. Ensimmäisessä tehtävässä halusin kerätä vastaajien ajatuksia siitä, mitä tavaroita tai esineitä heidän mielestä äitiyspakkauksessa pitäisi olla (Kuvio 8). Tehtävään osallistui 38 ihmistä.

Vastaajien mielestä äitiyspakkauksen viisi sisällöllisesti tärkeintä asiaa olivat ruoka, kissanhiekkalaatikko, lelu, viltti ja ohjeita kissanpennun hoitoon. Suurin osa vastaajista mainitsi tärkeäksi pienet ruoka-annospussit, joiden avulla omistaja voisi kokeiluttaa kissanpennulla eri makuja. Pienille ja karvaisille leluille on vastaajien mielestä aina käyttöä, sillä niiden avulla kissanpentu saa virikkeitä ja tyydyttää saalistusviettiään. Ohjeita ja infoa vastaajat kaipasivat muun muassa kissanpennulle välttämättömistä tarvikkeista, eli tarkistuslista uuden pennun omistajalle voisi olla hyödyllinen.



Kuvio 8 Ensimmäiset tehtävät

Toisessa tehtävässä kysyttiin, mitkä ovat vastaajien mielestä turhia tavaroita äitiyspakkauksessa. Avasin tehtävää antamalla ihmisille esimerkin: kissan peti voisi mahdollisesti olla turha äitiyspakkaukseen omien kokemuksieni kautta, sillä omat kissani eivät ole koskaan mieltyneet niille ostamiini makuualustoihin. Tehtävään osallistui 18 vastaajaa.

Kolme turhinta tavaraa äitiyspakkauksessa vastaajien mielestä olivat ruokakupit, pannat ja isot lelut. Useat vastaajista pitivät ruokakippoja turhina, koska kaikilta löytyy kotoa astioita, joita voidaan käyttää kissanpentua ruokkiessa. Pannat koettiin turhina, koska kissanpentu kasvaa niin nopeasti, että niiden käyttöikä olisi joka tapauksessa niin lyhyt.

Ensimmäiset tehtävät olivat mielestäni onnistuneita, koska ne herättivät keskustelua. Monen osallistujan oli helpompi sanoa ääneen tuotteita kuin kirjoittaa niitä paperille. Toisessa tehtävässä monelle vastaajalle piti avata tehtävää ja jälkikäteen mietin, että suuremmalla tilalla ja ajalla tehtävään olisi voinut lisätä vaihtoehtoisia pakkauksia tai tuotteita, joista vastaajat olisivat voineet nimetä tärkeimmät äitiyspakkaukseen.

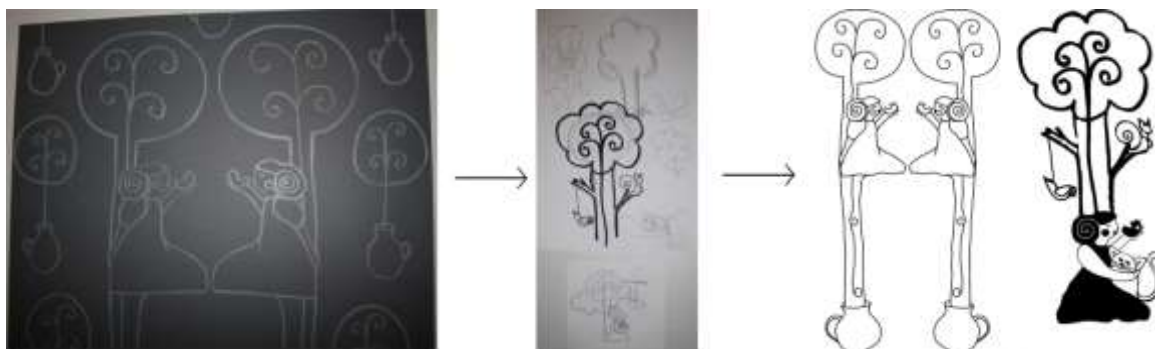
Kuva poistettu

Kuvio 9 Kolmannen tehtävän kuosivaihtoehdot

Kolmannessa tehtävässä pyysin vastaajia äänestämään kuvion 9 kuoseista heille mieluisimman. Tehtävän toteutustapa oli äänestysluontoinen. Pöydällä oli kuosivaihtoehdot A4-paperilla pystyssä ja niiden vieressä oli kupit, joihin vastaaja sai pudottaa helmen. Tehtävän äänestykseen osallistui 182 ihmistä. Eniten ääniä sai pop cat -kuosi, toiseksi tuli pillipiipari, kolmanneksi paraati ja vähiten ääniä (23) sai cat nouvea.

Pop cat -kuosin suunnittelin työpajaan valmistuksen yhteydessä, kun otin opinnäytetyöraporttia varten valokuvia, joita lähdin muokkaamaan Adobe

Photoshop -ohjelmalla. Kuosista halusin sarjakuvamaisen, koska sitä olisi helppo lähteä muokkaamaan äitiyspakkauksen tuotteisiin. Kyseinen kuosi sai työpajassa eniten ääniä, 79 kpl. Huomasin kuosin miellyttävän eri ikäpolvia ja molempia sukupuolia. Useat lapset mainitsivat, että he äänestivät kuosia, koska he pitivät kissoista. Aikuiset miehet puolestaan pitivät sarjakuvatyylisestä ja hauska tekstistä.



Kuvio 10 Piillipiipari -kuosin kehitys

Piillipiipari -kuosin työtön olin suunnitellut koulutukseni aiemmalle printtisuunnittelu kurssille. Kuviossa 10 vasemmalla on Piillipiipari –kuosi ennen sen muokkaamista. Kuosin olin toteuttanut kartongille väri lyijykynillä. Lähdin muokkaamaan sitä luonnostelemalla ja lisäsin siihen muun muassa eläimiä.

Kuosi sai toiseksi eniten ääniä ja suurin osa äänestäjistä oli naisia. Kuosia äänestäneet ihmiset mainitsivat pitävänsä graafisesta ja selkeästä tyylistä. Kuosin kuva-aiheesta pidettiin myös paljon. Ihmiset, jotka pitivät retrotyylisistä kuoseista, valitsivat tämän kuosin ja kehitysajatuksiksi sain heiltä väri vaihtoehtojen muokkausta retrompaan. Työpajan ansiosta sain kuosin jatkokehitykseen ideoita liittyen sen kuva-aiheeseen.

Paraati -kuosia suunnitellessani mietin kannatustuotteita, joita voisi myydä tiettyinä aikoina ja kyseistä kuosia voisi myydä esimerkiksi eläinten viikolla. Kuosi tuli kolmanneksi äänestyksessä ja useat pitivät siitä, koska siinä esiintyi muitakin eläimiä. Paraatin äänestäjät pitivät kuosin tunnelmasta ja mainitsivat siinä olevan jotain kiehtovaa.

Cat nouveau -kuosista halusin koristeellisen ja ylellisen. Kuvioaiheeksi valitsin kukat, lehdet ja kävyt, koska halusin tarjota vastaajille äänestys vaihtoehdon jossa

kuviot eivät ole niin selkeästi esittäviä. Kuosi tuli äänestyksessä viimeiseksi ja se sai 23 ääntä.

Kolmanteen tehtävään oli helppo saada ihmisiä osallistumaan sen yksinkertaisuuden vuoksi. Tehtävä ei vienyt paljoa aikaa ja osallistujat tunsivat, että he saavat vaikuttaa äänestämällä. Tehtävä oli mielestäni onnistunut, koska siihen osallistujille tuli hyvä mieli ja itse sain selville suosikkikuosit, joita lähteä jalostamaan tuotekonsepteihin.

8 ASIANTUNTIJAJAHAASTATTELU

Kyselyn ja osallistavan suunnittelun työpajan pohjalta kokosin äitiyspakkaukseen kuuluvia tavaroita. Halusin kuitenkin vielä asiantuntijan mielipiteitä pakkauskonseptiini ja äitiyspakkauksen sisältöön. Haastattelua varten suunnittelin haastattelurungon. Tarkempi haastattelusuunnitelma ja kysymysrunko löytyy liitteestä 3. Haastattelumuotona käytin avointa haastattelua, joka tuki mielestäni parhaiten tutkimustarkoituksiani.

Avoimessa haastattelussa haastattelijat Hirsijärven, Remeksen ja Sajavaaran mukaan (2004, 198) selvittelee haastateltavan ajatuksia, mielipiteitä, tunteita ja käsityksiä sen mukaa, kuin ne tulevat vastaan keskustelun kuluessa. Avoin haastattelu on haastattelumuodoista lähimpänä keskustelua ja tämän vuoksi haastattelun edetessä aiheet voivat muuttua.

Haastateltavana henkilönä oli lemmikkitarvikemyyjä. Hän näkee työssään päivittäin konseptin kohderyhmää ja on tekemisissä lemmikkieläimiin liittyvien tuotteiden kanssa, joten häntä voidaan mielestäni pitää sopivana asiantuntijana arvioimaan ideoitani.

Hän myös pystyy kertomaan hinta-arviota siitä, paljonko asiakas on valmis sijoittamaan tuotteeseen. Esittelin haastateltavalle kokoamaani sisältöluetteloa, jossa hänen mielestään kolme tärkeintä asiaa olivat laadukas ruoka, kissanhiekka ja asiakkaan informointi.

Asiakkaitaan haastateltava itse informoi mainitsemalla esimerkiksi jouluaikana kissataloudessa jättämään pois lahjapaperinauhat tai huolehtimaan, että ne menevät roskiin. Yleisimpiä asioita, mitä kissat syövät hänen asiakkaidensa mukaan ovat laturin johdot. Useasti omistajat tekevät asioista vaikeita, vaikka terve maalaisjärki toimisi paljon paremmin. Esimerkiksi yleisiä huolen aiheita, joihin kuluttaja kiinnittää huomiota, ovat kissan syömättömyys tai janon puute. Yksinkertaisesti lemmikillä ei vain aina ole nälkä tai jano. Vaikka näitä asioita voisi ajatella itsestään selviksi, voisi tällaisiin yksinkertaisiin ongelmiin keskittyvä ohjekirja olla hyödyllinen.

Haastateltava myös mainitsi, että kissan omistajan pitäisi huolehtia sisäkissan liikunnasta, koska se edistää suolentoimintaa. Usein lihava kissa tuntuu sylissä mukavalta ja sen painolla leuhkitaan, mutta se ei ole terveellistä, niin kuin ei ihmisellekään, eli leikki ja kissan aktivointi on hyvästä. Käsittelyn opettaminen, kuten kynsienleikkuu on tärkeää, koska sisäkissa ei pääse samalla tavalla teroittamaan kynsiä, kuin ulkokissa. Kissa on myös hyvä totuttaa harjaukseen takkujen välttämiseksi.

Haastateltavan mielestä laadukas ruoka on tärkeimpiä asioita , johon kuluttajia kannattaa opastaa. Kissojen lisä- ja väriaineellisia ruokia voidaan verrata siihen, että ihminen kävisi joka päivä syömässä pikaruokaa.

Pyysin haastateltavan mielipidettä kuluttajien toiveesta kissanruokalajitelmasta äitiyspakkaukseen, mutta hänen mukaansa kissan maha menee helposti sekaisin uudessa kodissa erilaisia ruokia vaihdeltaessa. Kissat muutenkin suosivat rutiineja, ja niiden mieltymyksiin vaikuttaa ruoan suhteen enemmän haju- kuin makuaisti. Yksi laadukas kissanruoka sopisi siksi paremmin äitiyspakkaukseen. Mielestäni tämä näkökulma korostaa kuluttajien hyvien aikeiden ja kissanhoidon puutteiden tuomaa ristiriitaa, joten kissanhoidon perusteista informointi voisi olla erittäin hyödyllistä.

Laadukkaalla kissanhiekalla saatetaan ennalta ehkäistä kissan tarpeiden tapahtuminen väärin paikkoihin, laadukas kissanhiekka ei haise ja jotkut kissat ovat erittäin tarkkoja hiekkansa laadusta. Tarkasti koottu äitiyspakkauksen sisältö voi siis nopeuttaa kissan sopeutumista uuteen kotiin ja samalla lievittää eläimen kokemaa stressiä.

9 MUOTOILUPROSESSI

9.1 Muotoilun tavoitteet

	SSESY	Kuluttajat	Asiantuntijat	Eläimet
Tuotteet	- kannatus tuotteelta	- laadukas - kestävä materiaali - pitkä käyttöikä - edullinen	- laadukas - kuluttajan informointi	- kissanpentun perustarpeet
Tyylit	- organisaation ideologia näkyy - lahjoituksen hyödyntäminen - strategiset ryhmät	- organisaation ideologia näkyy - toivotut tuotteet - osallistava suunnittelu		
Muut tekijät	- kierätys materiaalit	- osallistava suunnittelu - kysely	- Kelan äitiyspakkaus	

Kuvio 11. Muotoilun tavoitteet

Muotoilun tavoitteet (Kuvio 11) täydentävät toimeksiantoa ja auttavat hahmottamaan suunnittelun lähtökohtia. Mielestäni kuvioista on helppo havaita suunnitteluprosessiin vaikuttavat tekijät, esimerkiksi mitä vaatimuksia tai toiveita toimeksiantajalla tai kuluttajalla on tuotteeseen liittyen. Lyhyesti ilmaistuna se on tiivistelmä kirjallisen osion tuloksista ja lopullisten konseptien tulisi vastata mahdollisimman moneen kuviossa esitellyistä näkökulmista.

Muotoilun tavoitteet myös auttavat käynnistämään ideointivaiheen. Esimerkiksi kyselyn avoimien kysymysten kautta sain vahvistusta ideaan kannatus tuotteisiin sovellettavien kuosien suunnittelusta. Russelin (2011, 25) mukaan kuosien tarkoituksena ei ole parantaa tuotteen käytettävyyteen liittyviä ominaisuuksia, vaan niiden avulla nostetaan tuotteen houkuttelevuutta kuluttajien silmissä. Käyttäjänä kissanpentu tuskin välittää minkälainen koristus hänen pedissään on, mutta kuosi vaikuttaa kuluttajaan eli pedin ostajaan. Tämä korostaa muotoiluprosessin käyttäjälähtöisyyttä, kissan perustarpeiden lisäksi tuotteen on vedottava myös lemmikin omistajaan.

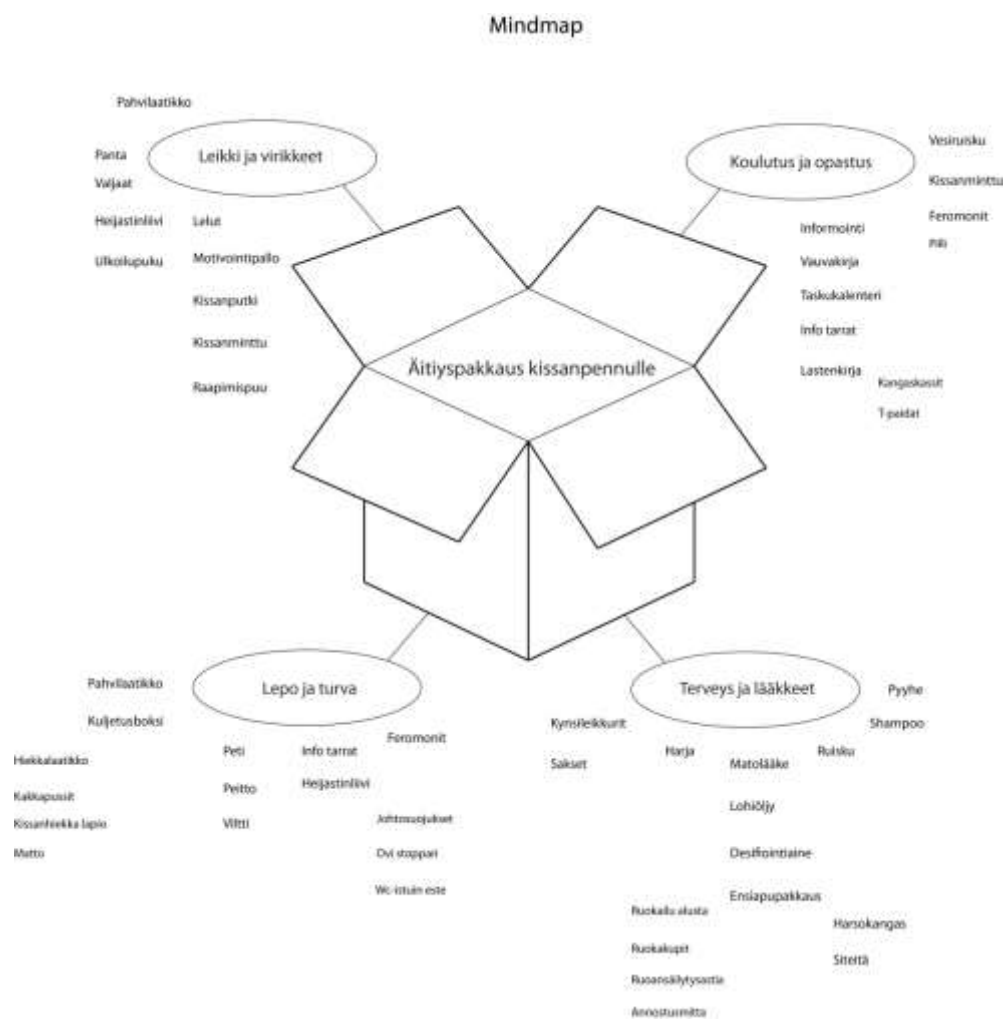
valittavien tuotteiden kustannukset voivat enintään olla 140 euroa. Tuotteiden valintaan vaikuttavat ja huomioitavia asioita ovat tuotteen hinta ja laatu (Äitiyspakkauksen tuotteiden hankinta, [viitattu 18.3.2014]). Pakkaukseen valittujen tuotteiden toimittajien kanssa Kela tekee kirjalliset hankintasopimukset. Pakkaamisen ja postittamisen asiakkaalle hoitaa ulkopuolinen yritys jonka kanssa Kelalla on sopimus.

Kelan äitiyspakkauksessa on lapsen lisäksi huomioitu myös äiti. Tästä sain ajatuksen, että pakkauksessa voisi olla tuotteita pennun omistajaa ajatellen, esimerkiksi keksipurkki, johon voisi laittaa rahaa äkillisiä menoja varten.

Kelan äitiyspakkauksen tarkoituksena on, että se voi toimia vauvan ensimmäisenä vuoteena. Tätä ajatusta voisi myös soveltaa kissanpennulle suunnatussa pakkauksessa se voisi toimia ensipetinä. Pakkausta voisi myös käyttää kissanpennun ensivessana, raapimalaatikkona, turvapaikkana tai kantoboksina.

9.3 Ideointia mind map -menetelmällä

Mind map, eli käsitekartta on hahmotelma, jossa sijoitetaan keskelle ideoinnin kohde, kuva tai sana, jota lähdetään purkamaan (Buzan 2006, 12.). Mind map -menetelmän avulla voidaan säilyttää, järjestää ja priorisoida tietoa, käyttäen avainsanoja ja -kuvia. Jokainen avainsana ja -kuva tuo mieleen tiettyjä muistoja ja herättää uusia ajatuksia ja ideoita.



Kuvio 13 Mind map

Sain strategisista ryhmistä Toisenlainen lahja -kategoriasta ajatuksen lähteä purkamaan ajatuksiani mindmapiin määrittelemällä pääteemat, tuotteiden käyttötarkoitukseen (Kuvio 13).

Leikki ja virikkeet -teemaan kuuluu kissan viihtyvyys, aktiivisuus ja leikkiminen. Koulutus ja opastus -teemaan kuuluu kissan opettamista helpottavat asiat ja myös omistajan opastaminen toimimaan kissansa hyväksi.

Lepo ja turva tarkoittaa kissan viihtyvyyttä ja turvallista oloa, mutta mietin teemaan lisäksi tuotteita, jotka auttaisivat kissan turvaamista vaaroilta, joita se ei itse tiedosta. Esimerkiksi wc-istuineste, ettei kissanpentu putoa pönttöön. Terveys ja lääkkeet -teemassa mietin tuotteita, joita tarvitaan kissan yleisterveyden hoitoon ja ensiapuun.

9.4 Ideoista tuotekonsepteiksi

Mindmapista poistin sisällöllisesti turhat tuotteet käyttäen asiantuntijahaastattelusta ja osallistavan suunnittelun työpajasta saatuja tuloksia.

Leikki ja virikkeet -katekoriaasta poistin ulkoilupuvun ja heijastinliivin, koska ne eivät ole välttämättömiä tuotteita kissalle suunnatussa pakkauksessa. Raapimapuun korvasin raapimismatolla tuotteen muodon ja koon vuoksi.

Koulutus ja opastus -teemassa yhdistin ohjekirjan sisältöön vauvakirjan, informointi, infotarrat ja lastenkirjan. Ensimmäisiä ajatuksiani oli että ohjekirja olisi taskukalenteri, mutta vauvakirja tuotteena sopisi mielestäni paremmin lapselle ja hänen kissanpennulleen kuin taskukalenteri. Feromonisuihkeet ovat kalliita ja poistin ne. Sisällöllisesti ajattelin muistaa kissan omistajaa t-paidalla ja kangaskassilla, mutta poistin ne ja korvaaviksi tuotteiksi vaihdoin keksipurkin ja säilytyspussin.

Lepo ja turva -teemassa poistin maton, johtosuojukset, ovistopparin ja wc-istuimen esteen, koska ne eivät ole tarpeellisia ajatellen teemaa kissan näkökulmasta.

Terveys ja lääkkeet -kategoriasta poistin ruokailualustan, ruokakupit, ruoan säilytysastian ja annostusmitan, koska työpajan tulosten pohjalta vastaajat kokivat tuotteet turhiksi. Shampoon, lohiöljyn, desifiointiainen ja matolääkkeet korvasin kissanhiekalla ja laadukkaalla kissanruoalla.

Asiantuntijahaastattelun kautta sain kustannusarvion ja pakkauksen kattohinnan määrittelemiseen tukea ja arviota siitä, mitä kuluttajat ovat valmiita maksamaan ostaessaan uudelle kissalleen tarvittavat tuotteet. Kattohinnan määrittämiseen hankin pakkauksen tuotteiden hintatietoja lemmikkieläintarvikemyymälöiden verkkosivuilta.

Pakkauksen kokoa suunnitellessani otin huomioon, kuinka paljon tuotteet vievät tilaa. Otin suunnittelussa myös huomioon pakkauksen mahdollisen käyttötarkoituksen. Esimerkiksi jos pakkaus on tarkoitettu uudelle kissalle ensipediksi pakkauksen tulee myös soveltua käyttötarkoitukseensa. Jos pakkaus toimii kissan ensivessana, pakkauksenreunojen tulisi olla tarpeeksi matalat.

Pakkauksen tuotteet hankitaan kilpailuttamalla jolloin äitiyspakkauksen sisällölle määritellään kattohinta, paljonko pakkauksen tuotteet saavat enintään tulla maksamaan.

9.4.1 Äitiyspakkaus kissanpennuille

Tuotekonsepti sai alkunsa, kun haimme kissanpennun Seinäjoen seudun eläinsuojeluyhdistykseltä. Ajatus siitä, että itse olisin saanut pakkauksen, jossa on kaikki mitä tarvitsen pennun hoitoon, herätti alunperin idean opinnäytetyöni aiheeseen.

Uuden tulokkaan tutustuminen vanhempaan kissaamme oli myös ennalta-arvaamaton tilanne, joten yhtenä lähtökohtana voisi pitää uuden kissan totuttamista laumaan. Ssсын kissojen hoidosta kertovalla sivustolla (Uuden kissan tuominen laumaan, [Viitattu 1.3.2014]) esitellään esimerkiksi kissojen tutustumisprosessi ja hajujen välittämisen tärkeys, joten äitiyspakkauksessa voitaisiin huomioida myös tällainen näkökulma. Konsepteja suunnitellessa otan myös huomioon kissainfot, eli miten informoida tuotteen kautta ihmisiä toimimaan kissan hyväksi.

9.4.2 Pop cat äitiyspakkaus konsepti

Konseptin kuosiksi valitsin eniten ääniä saaneen Pop catin, koska huomasin osallistavassa työpajassa kyseisen kuosin miellyttävän niin naisia kuin miehiäkin.

Pakkauksen tuotteiden valmistuksessa hyödynnettäisiin yhdistyksen saamia lahjoituksia. Konseptin käyttäjät olisivat yhdistyksen omat sijaiskodit, yhdistykseltä kissan hakevalle mukaan ja mahdollisesti myös tapahtumissa pieniä eriä myytäväksi kannatustuotteena.

Kuva poistettu

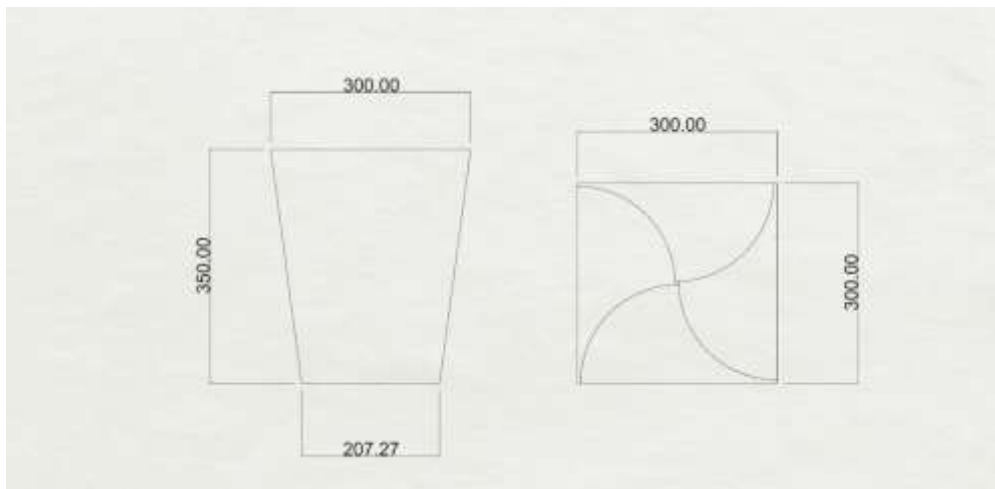
Kuvio 14 Pop cat pakkauskonsepti

Pakkaus on materiaaliltaan pahvia ja pakkauksen tarkoituksena olisi tuotteiden säilytyksen ja suojaamisen lisäksi mahdollista käyttää kissan leikkipaikkana, kuten kuviossa 14 on esitetty.

Kustannukset pyrittäisiin konseptissa pitämään alhaisina ja sisällöltään pakkauksessa olisi juuri ne tavarat mitä kissanpentu tarvitsee ensimmäisinä päivinä uudessa kodissaan. Konseptin hinta-arvio olisi 40 – 60 euroa.

Pakkauskonsepti sisältäisi seuraavat tuotteet:

- ruokaa
- kissanhiekkaa
- vauvakirja
- viltti
- leluja
- peti



Kuvio 15 Mittapiirroskuva pakkauksesta

Kuviossa 15 näkyy pakkauksen mittapiirroskuvat sivusta ja päältä katsottuna. Pakkauksen mittoja suunnitellessani otin muun muassa huomioon tuotteiden vievän tilan ja että kissa mahtuisi laatikkoon, kun se käännetään.

Kuva poistettu

Kuvio 16 Pop cat äitiyspakkaus konseptin esityskuva

Tein toimeksiantajalle äitiyspakkaus konseptistani esityskuvan (kuvio 16). Esityskuvassa esittelen konseptistani seuraavat asiat:

- käyttäjän
- sisällön
- hinta-arvion
- käyttötarkoituksen.

9.4.3 Pillipiipari äitiyspakkaus konsepti

Konsepti on rakennettu Pillipiipari -kuosin ympärille, sen idea kehittyi osallistavan suunnittelun työpajan kautta. Vastaajat valitsivat kuosin toiseksi parhaaksi ja moni vastaajista mainitsi, että kuvan tyttö muistuttaa äitihahmoa kissalle. Tästä ajatuksesta mietin konseptia, joka olisi tunteellinen ja rakkaudella valmistettu juuri tälle tietylle kissalle.

Kuva poistettu

Kuvio 17 Pillipiipari äitiyspakkauksen kehitysprosessi

Kuviossa 17 näkyy Pillipiipari äitiyspakkauksen kehitysprosessia. Luonnostelin pakkauksen rakennetta Adobe Illustrator -ohjelmalla, jonka jälkeen hahmottelin pakkauksiin kuosiani. Lopullisen konseptin työstin rino 3D-ohjelmalla.

Konsepti on suunnattu ensimmäisen kissan hankkijalle ja äitiyspakkauksen tarkoitus olisi helpottaa käyttäjän ostotilannetta tarjoamalla valmista tuotepakettia.

Konseptin hinta-arvio olisi 200 - 300 euroa eli huomattavasti korkeampi kuin ensimmäisessä pakkauksessa. Konseptissa keskityttäisiin tarjoamaan käyttäjälle laadukkaita ja pitkäikäisiä tuotteita, jolloin pakkauksen sisällöstä olisi kissalle myös vanhempanakin käyttöä.

Kuva poistettu

Kuvio 18 Pillipiipari pakkauskonsepti

Kuviossa 18 on Pillipiipari -kuosilla koristeltu kissan kantokori ja kissanhiekkalaatikko. Kantokori on valmistettu koivuvanerista johon kuosi on maalattu sabluunan avulla. Hiekkalaatikko on materiaaliltaan muovia, joka soveltuu mielestäni parhaiten käyttötarkoitukseen.

Pakkauksessa olisi seuraavat tuotteet:

- ruokaa
- kissanhiekkaa
- vauvakirja
- kuljetuskori
- hiekkalaatikko
- hiekkalapio
- leluja
- peti
- viltti
- valjaat
- harja/ kampa
- kynsisakset
- keksipurkki

Kuva poistettu

Kuvio 19 Kantokorin muuntuvuus pediksi

Kuviossa 19 on esitetty kantokorin muuntuvuus kissan pediksi. Kuviossa oikealla yksityiskohtakuvia lukitusmekaniikasta. Pedin reunassa on ura ja kantokorin toisessa osassa on uraan menevä valkoinen kumista valmistettu nauha. Pedin reunaan on tehty leikkauksia, vanerin joustavuutta lisäämään.

Kuva poistettu

Kuvio 20 Mittapiirroskuva kantokorista

Kuviossa 20 näkyy mittapiirrokset kantokorista sivusta ja edestä katsottuna.

Kuva poistettu

Kuvio 21 Pillipiipari äitiyspakkaus konseptin esityskuva

Kuviossa 21 esityskuva jonka esittelin toimeksiantajalleni.

9.4.4 Vauvakirja kissanpennulle

Tuotekonseptin tarpeellisuus äitiyspakkauksen sisältönä tuli esille tutkimusmenetelmissäni, kuten järjestämässäni osallistavan suunnittelun työpajassa osallistuneet vastaajat esittivät useita toiveita ohjekirjasta, joka opastaisi uutta kissanomistajaa kissanhoitoon ja käsittelyyn.

Asiantuntijahaastattelussakin esiintyi näkökulma, joka korostaa kuluttajien hyvien aikeiden ja kissanhoidon puutteiden tuomaa ristiriitaa, joten kissanhoidon perusteista informointi voisi olla erittäin hyödyllistä. Alla on keräämiäni teemoja infokirjaan:

- kissan elämänkaari
- lisääntyminen
- vaarat
- ruokinta
- hiekkalaatikko
- rokotukset
- kissan käyttäytyminen.

Osiossa esiteltäisiin kissan elämänkaari eli kissan ikäkaudet. Osiossa voisi myös käsitellä kissan käyttäytymistä sen tullessa tiettyyn, ikään esimerkiksi uhmaikä.

Lisääntyminen -osiossa käsiteltäisiin kissan kastroinnin ja sterilisaation ajankohtaisuudesta ja vaikutuksista kissan käyttäytymiseen. Vaarat -osioon olisi kerätty esimerkiksi yleisaineita tai kasveja, joille kissat ovat allergisia.

Ruokinta -otsikon alla kerrottaisiin kissan luontaisesta ravinnosta ja sen vaikutuksista kissaan, kuten esimerkiksi liikalihavuuden aiheuttajat. Asiantuntijahaastateltava mainitsi asiakkaiden usein kummastelevan kissojen juomattomuutta tai syömättömyyttä, joten sivulla olisi hyvä käsitellä kyseisiä asioita.

Hiekkalaatikko -sivulla käsiteltäisiin hiekkalaatikon hyviä sijoituspaikkoja, kissanhiekoista ja ongelmista, kuten esimerkiksi mahdollisia vastauksia siihen miksi kissa tekee tarpeet väärään paikkaan.

Rokotukset sivulla käsiteltäisiin muun muassa rokotusaikoja ja mitä tauteja vastaan kissoja yleensä rokotetaan kuten esimerkiksi kissarutto ja kissaflunssa.

Kuva poistettu

Kuvio 22 Esimerkkisivuja vauvakirjaan

Ohjekirjaan voisi lisätä sivuja, joihin omistaja voisi kirjata oman kissansa kehityksen ja kasvamisen. Näin ohjekirja muuttuisi vauvakirjaksi ja mahdollistaisi

omistajan kissatietouden oppimisen. Kuviossa 22 on esimerkkisivuja siitä, millaisia asioita omistaja voisi kissastaan kirjaan kertoa. Esimerkiksi kuvassa oikealla on sivu, johon omistaja voi elintarvikeväreillä painattaa muistoksi kissansa pentutassunjäljet.

Osallistavan suunnittelun työpajan pohjalta vauvakirjassa olisi hyödyllistä olla tarvike -tai hankinta listaa siitä, mitä uudella kissanpennun omistajalla olisi hyvä hankkia. Lisää esimerkkisivuja vauvakirjasta löytyy liitteestä 6.

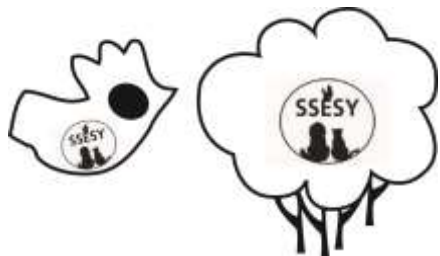
9.4.5 Protojen valmistus

Opinnäytetyöni alkuvaiheessa olin suunnitellut, että valmistaisin yhdistykselle protopakkauksen, mikä helpottaisi havainnollistamaan minkälainen tuleva äitiyspakkaus olisi. Käytin kuitenkin paljon aikaa äitiyspakkaus konseptien mallintamiseen rino 3D-ohjelmalla. Aika ei riittänyt valmistamaan laadukasta protopakkausta, mutta mielestäni esityskuvani onnistuivat ja ne toimivat pakkausta esitellessä yhtä hyvin, kuin protomalli pakkauksesta.

Kuva poistettu

Kuvio 23 Valmistetut protot

Äitiyspakkaus konseptieni tuotteista valmistin protot viltistä ja peti alustasta (kuvio 23). Protojen tarkoitus oli esittää toimeksiantajalle, miltä tuote voisivat näyttää ja miten kuosiani voisi niissä hyödyntää.



Kuvio 24 Organisaation näkyvyys

Käytin protojen kuosin valmistuksessa samaa tekniikkaa kuin osallistavan suunnittelun työpajaan valmistamassani pöytälinnassa. Protojen avulla mietin miten kuosia ja yhdistyksen logoa voisi yhdistää, että organisaatio tulisi esille tuotteissa (kuvio 24).

9.4.6 Konsepteissa toteutuneet muotoiluntavoitteet

	SSESY	Kuluttajat	Asiantuntijat	Eläimet
Tuotteet	- kannatus tuotteita ✓	- laadukas ✓ - kestävä materiaali ✓ - pitkä käyttöikä ✓ - edullinen ✓	- laadukas ✓ - kuluttajan informointi ✓	- kissanperheen perustarpeet ✓
Tyylit	- organisaation ideologia näky ✓ - lahjoitusten hyödyntäminen ✓ - strategiset ryhmät ✓	- organisaation ideologia näky ✓ - toivotut tuotteet ✓ - osallistava suunnittelu ✓		
Muut tekijät	- kienätyks materiaalit ✓	- osallistava suunnittelu ✓ - kysely ✓	- Kelan äitiyspakkaus ✓	

Kuvio 25 Toteutuneet muotoiluntavoitteet

Kuviossa 25 on toteutuneet muotoiluntavoitteet ilmoitettu vihreällä merkillä. Toimeksiantajan kautta saadut muotoiluntavoitteet toteutuvat seuraavalla tavalla:

- Äitiyspakkaus toimii kannatus tuotteena
- organisaation ideologia näky kuosin ja logon yhdistämisellä

- Pop cat pakkauksen sisällössä hyödynnetään lahjoituksia.

Kuluttajien toiveita laadukkaasta, kestävästä ja pitkäikäisestä tuotteesta toteutuivat Pillipiipari pakkauskonseptissa, kun taas muotoiluntavoite edullisuus esiintyy Pop cat pakkauskonseptissa.

Asiantuntijan näkökulmat laadukkuudesta ja kuluttajien informoinnista otettiin huomioon kaikissa konsepteissa. Vauvakirja konseptissa perusidea pohjautuu kuluttajien informointiin ja opastukseen. Asiantuntijan näkökulma konsepteissa näkyy, myös pakkausten kustannusarvioissa.

Eläimen perustarpeet on otettu huomioon äitiyspakkausten tuotesisällössä. Pop cat äitiyspakkauksessa on, myös huomioitu näkökulma kissan kotiutumisesta uuteen kotiin. Näkökulma sisältää tutustumisprosessin ja hajujen välittämisen tärkeyden, joka esiintyy konseptissa käyttäjän eli sijaiskodin kautta.

9.4.7 Toimeksiantajan arvio konsepteista

Esittelin valmiit äitiyspakkaus konseptit toimeksiantajalle 25.4.2014. Suunnittelin tilaisuutta varten esityksen, jossa käytiin konseptit yksitellen läpi. Esitystä varten valmistelin esityskuvat vauvakirjan esimerkkisivuista, protoista ja pakkauskonsepteista.

Toimeksiantajan mielestä vauvakirja kissanpennulle konsepti toimisi hyvin kannatustuotteena, joka tukisi organisaation toimintaa ja ideologiaa. Toimeksiantaja piti sivusta, johon kirjoitettaisiin kissan elämänkaaresta, koska yhdistykseltä kissoja hakevat ihmiset yleensä ovat myös kiinnostuneita kissojen tarinoista ja taustasta. Kyseinen tieto myös helpottaa ymmärtämään kissojen käyttäytymistä esimerkiksi silloin, kun kissalla on huonoja kokemuksia koirista ja jos tämä on tiedossa, niin kissaa ei luovuteta paikkaan, jossa on koiria.

Vauvakirjasta lähdetään tekemään jatkokehittelyä, kustannusarvioita ja miettimään, mikä olisi edullisin valmistustapa.

Protoista esittelin esityskuvat, joista toimeksiantaja piti paljon. Erityisesti vilttiproto herätti kiinnostusta, ja minulle ehdotettiin, että voisin järjestää työpajan, jossa valmistettaisiin äitiyspakkaukseen kyseistä tuotetta. Työpajaan kutsuttaisiin vapaaehtoisia, jotka olisivat innokkaita osallistumaan tuotteiden valmistukseen, kuten kuosin painantaan ja vilttien ompeluun.

Esitin Pop cat äitiyspakkaus konseptin ja toimeksiantaja piti hinta-arviota korkeana ja keskustelimme vaihtoehtoista miten hintaa saataisiin alemmas. Konseptissa voitaisiin esimerkiksi hyödyntää sponsoreilta saatuja ruoka- ja kissanhiekkalahjoituksia, jotta hintaa voitaisiin laskea alemmas. Pop cat äitiyspakkauksen toimeksiantaja kuitenkin haluaisi viedä eteenpäin ja valmistuttaa siitä pienen erän.

Pillipiipari äitiyspakkaus konseptissa toimeksiantaja piti sen monipuolisuudesta ja hänen mielestään se on selvästi erilainen muihin markkinoilla oleviin tuotteisiin verrattuna. Yhdistykselle kustannukset pakkauksessa olisivat liian korkeat, mutta hän kannusti minua viemään konseptia eteenpäin esimerkiksi lemmikkieläinmyymälöihin.

Toimeksiantaja myös ehdotti kantokoriin kehitysehdotuksen, jossa hiekkalaatikko mahtuisi sen sisälle niin, että se olisi esimerkiksi eläinlääkärikäynnin jälkeen helppo puhdistaa.

Mielestäni saamani palaute oli erittäin positiivista ja se kannustaa minua viemään ideoitani eteenpäin. Lisäksi odotan innolla kesällä järjestettävää äitiyspakkaustyöpajaa, jossa pääsen näkemään opinnäytetyöni tulokset ja omalla tavallani tukemaan Ssesyn toimintaa.

10 YHTEENVETO

Opinnäytetyöni kautta opin paljon tutkimusmenetelmistä ja niiden soveltamisesta omaan muotoiluprosessiini.

Osallistavan suunnittelun menetelmät olivat minulle uusia, mikä toi haasteita tehtävien suunnitteluun ja valmisteluun. Haasteista huolimatta sain pitämäni nonstop-työpajan tuloksista erittäin paljon ideoita pakkauskonseptien kehittelyyn.

Toimeksiantajalta sain apua verkkokyselyni jakamiseen ja osallistavan suunnittelun työpajan sain pitää yhdistyksen järjestämässä tapahtumassa. Edellä mainittujen asioiden ansiosta sain kyseisiin tutkimusmenetelmiin paljon vastaajia ja hyviä tuloksia.

Opin opinnäytetyötä tehdessäni Rhinocerus 3D-ohjelmasta ja tuotteiden mallintamisesta paljon. Oppimaani voin hyödyntää tulevissa muotoiluprojekteissani, kuten esimerkiksi asiakkaalle esitettävien esityskuvien valmistuksessa.

Avoimen haastattelun, kuluttajille suunnatun kyselyn ja osallistavan suunnittelun työpajan tulokset olivat avainasemassa muotoilun tavoitteiden hahmottamisessa, koska opinnäytetyön toimeksiannossa minulle annettiin melko vapaat kädet. Mielestäni onnistuin hyödyntämään keräämäni tietoa erittäin hyvin, sillä käyttäjätiedon pohjalta asetetut muotoilun tavoitteet täyttyivät suunnitteluprosessin aikana. Tämän ansiosta olen mielestäni onnistunut suunnittelemaan sellaisia äitiyspakkaus konsepteja, jotka vastaavat toimeksiantajan, kuluttajien, asiantuntijoiden ja myös eläinten tarpeisiin.

LÄHTEET

Teokset ja verkkolähteet

About Peta. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. Peta. Saatavana:
<http://www.peta.org/about-peta/>

Altola, T. 2010. Eläimet yhteiskunnassa: Eläinten asema filosofian historiassa.
 Teoksessa: J. Räikkä (toim.) Yhteiskuntafilosofia. Kuopio: Unipress, 206–207.

Bergström, S., Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Buzan, T. 2006. Mind mapping: kick-start your creativity and transform your life. [Verkkokirja]. Essex: BBC Active. [Viitattu 15.12.201]. Saatavana:
<http://www.google.fi/books?id=P0TB52MZPDwC&printsec=frontcover&hl=fi#v=onepage&q&f=false>

Eläinten viikko. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.3.2014]. SEY Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto ry. Saatavana: http://www.sey.fi/elainten_viikko

Fleisher, C. S. & Bensoussan, B.E. 2003. Strategic and Competitive Analysis: Methods and Techniques for Analyzing Business Competition. New Jersey: Prentise Hall.

Hanington, B. 2003. Methods in the Making: A Perspective on the State of Human Research in Design. Teoksessa: Design Issues: Vol 19, no 4. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.

Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J. & Koskinen, I. 2003. Käyttäjäkeskeinen tuotesuunnittelu. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 74.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Historia. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. Kirkon Ulkomaanapu. Saatavana:
http://www.kirkonulkomaanapu.fi/fi/kirkon_ulkomaanapu/historia/?id=26

Lahjat. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. Kirkon Ulkomaanapu. Saatavana:
<http://www.toisenlainenlahja.fi/lahjat/>

Mattelmäki, T. 2006. Muotoiluluotaimet. Tampere: Teknologiainfo Teknova Oy.

- Nokia. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. WWF. Saatavana:
<http://wwf.fi/yritykset/yhteistyokumppanimme/paayhteistyokumppanimme/Nokia-1015.a>
- Russel, A. 2011. The Fundamentals of Printed Textile Design. Lausanne: AVA Publishing.
- Sey toimii. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.3.2014]. Sey. Saatavana:
http://www.sey.fi/sey_toimii
- SEY ja kissa. [Verkkosivu]. [Viitattu 25.1.2014]. Sey. Saatavana:
http://www.sey.fi/kissatieto/sey_ja_kissa
- Suomen World vision. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. World vision. Saatavana:
<http://www.worldvision.fi/suomen-world-vision>
- Suuri eläintarvike keräys. [Verkkosivu]. [viitattu 17.3.2014]. Studio street Oy. Saatavana: <http://studiostream.fi/2014/suuri-elaintarvikekerays/>
- Toiminta. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.1.2014]. Ssesy. Saatavana:
<https://ssesy-fi.directo.fi/>
- Toiminnan rahoitus. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. World vision. Saatavana:
<http://www.worldvision.fi/suomen-world-vision/toiminnan-rahoitus>
- Tutustu punaiseen ristiin. [Verkkosivu]. [Viitattu 23.1.2014]. punainenristi. Saatavana: <http://www.punainenristi.fi/tutustu-punaiseen-ristiin>
- Turunen, S. 2011. Lemmikkielämää: Ihmisen eläinsuhde ja eläinten hyödyntäminen. Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus.
- Uuden kissan tuominen laumaan. [Verkkosivu]. [Viitattu 1.3.2014]. Sey. Saatavana:
http://www.sey.fi/kissatieto/kissaa_hankkimassa/uuden_kissan_tuominen_laumaan
- Vuokko, P.2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOY
- WWF järjestönä. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.2.2014]. WWF. Saatavana:
<http://wwf.fi/jarjesto/>
- Äitiysavustus ja äitiyspakkaus. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.3.2014]. Kela. Saatavana:
http://www.kela.fi/raskaus_aitiysavustus-ja-aitiyspakkaus
- Äitiyspakkauksen tuotteiden hankinta. [Verkkosivu]. [viitattu 18.3.2014]. Kela. Saatavana: <http://www.kela.fi/tuotteiden-hankinta>

Kuvalähteet

Toisenlainen lahja. [Verkkosivu]. [Viitattu 23.1.2014]. Kirkon Ulkomaanapu.
Saatavana: <http://www.toisenlainenlahja.fi/lahjat/>

WWF Suomen verkkokauppa. [Verkkosivu]. [Viitattu 23.1.2014]. WWF. Saatavana:
<http://www2.wwf.fi/osta/>

Peta Catalog. [Verkkosivu]. [Viitattu 23.1.2014]. Peta. Saatavana:
<http://www.petacatalog.com/index.php?p=home>

Äitiyspakkaus. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.3.2014]. Kela. Saatavana:
<http://www.kela.fi/aitiyspakkaus>