

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma / Kielet ja kulttuuri

Viivi Hiekkänen

LIKELAHJAT KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULUSSA

Opinnäytetyö 2013

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

HIEKKANEN, VIIVI

Liikelahjat Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa

Opinnäytetyö

41 sivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

Toukokuu 2013

Avainsanat

liikelahjat, ammattikorkeakoulut, tapakulttuuri, liikesuhteet

Tämä opinnäytetyö selvittää Kymenlaakson ammattikorkeakoulun nykyiset liikelahjat ja antaa ideoita uuteen ekologiseen kierrätysmateriaalista tehtyyn, helposti mukana kuljetettavaan ja moneen kulttuuriin sopivaan liikelahjaan. Nykyiset lahjat kartoitetaan ja uusia ideoita perustellaan liikelahja- ja kulttuuritietoutteen pohjautuen. Uudet ideat jaetaan ekologisiin, käteviin ja paikallisiin lahjoihin sekä koulun omana tuotantona toteutettaviin lahjoihin.

Liike-elämässä jaetaan lahjoja eri tilanteissa ja eri kohderyhmille. Tässä työssä ryhmitellään liike-elämässä käytettävät lahjat ja määritellään sallitut ja kielletyt lahjat lakeihin ja ohjeistuksiin nojautuen. Hyvän lahjan ominaisuudet käydään läpi. Työ huomioi myös eri kulttuurien erityispiirteet lahjojen valitsemisessa.

Työssä käydään läpi Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liikelahjaohjeita ja kriteerejä lahjoille ja toimipistekohtaiset eroavuudet lahjakäytännöissä. Yhden ainoan kaikki kriteerit täyttävän lahjan ideointi voi olla mahdoton tehtävä, mutta määriteltyjen kriteerien ja ideoiden pohjalta on mahdollista lähteä suunnittelemaan koulun omana tuotantona toteutettavaa liikelahjaa.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Degree Programme for Multilingual Management Assistants

HIEKKANEN, VIIVI

Business Gifts in KyUAS

Bachelor's Thesis

41 pages

Supervisor

Päivi Korhonen, Senior Lecturer

Commissioned by

Kymenlaakso University of Applied Sciences

May 2013

Keywords

business gifts, University of Applied Sciences, customs and etiquette, business relations

The subject of this thesis is business gifts in Kymenlaakso University of Applied Sciences. This thesis covers the current business gifts and gives suggestions for new gift ideas. The work also gives information about business gifts in general and cultural differences.

The aim of this thesis was to find out the current business gifts in Kymenlaakso University of Applied Sciences and outline a new business gift that is made from recycled material, easy to carry along, and suitable for different cultures. This thesis groups the gifts used in business and discussed the allowed and forbidden gifts in certain cultures. The attributes of a suitable business gift were also defined in the research.

The current gifts are described and new gift ideas are made based on business gift knowledge and customs and etiquette. The instructions and criteria of business gifts and differences between campuses in Kymenlaakso University of Applied Sciences were also found out.

The main conclusion of the research is that producing an appropriate business gift for every situation may be an impossible task. By following the criteria and suggestions in the research it was possible to begin developing a suitable gift for various situations. The research gives basic criteria for a designer to produce an actual business gift for Kymenlaakso University of Applied Sciences.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	AIEMPI TUTKIMUS	7
3	LAHJAT YRITYSMAAILMASSA	8
	3.1 Mainoslahjat	9
	3.2 Liikelahjat	10
	3.3 Lahjukset	10
	3.4 Korruptio	11
	3.5 Palkitseminen	12
4	KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULUN NYKYISET LAHJAT	13
	4.1 Ohjeet lahjoista	13
	4.2 Lahjalista	14
	4.3 Oma suunnittelu	15
	4.4 Sopivuus	16
	4.5 Toimipisteiden erot	17
5	KANSAINVÄLISYYS	18
	5.1 Lahjakulttuuri eri maissa	19
	5.2 Huomioitavaa eri kulttuureista	20
	5.3 Kulttuurien arvojärjestelmät	22
6	UUDEN LAHJAN IDEOINTI	23
	6.1 Hyvän liikelahjan ominaisuudet	24
	6.2 Koulun oma tuotanto	25
	6.3 Ekologiset lahjat	26
	6.4 Kätevät lahjat	29
	6.5 Kymenlaakson alue	30
	6.6 Paikallisuoka	32
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUSAIHEET	33

1 JOHDANTO

Assistentin ja sihteerin työtehtäviin kuuluu usein liikelahjojen pohtimista. Liikelahjoihin vaikuttavat trendit, ja niillä muistutetaan yrityksestä ja korostetaan yrityksen arvoja. Lahjoja jaetaan sekä yhteistyökumppaneille että yrityksen henkilökunnalle. Liikelahjoja valitessa täytyy huomioida vastaanottajan kulttuuri ja mieltymykset ja pyrkiä luomaan miellyttävä muisto yhteisöstä tai yrityksestä. Liikelahjaa voidaan verrata käyntikorttiin, joka auttaa muistamaan yrityksen tai yhteisön, mutta liikelahjan vaikutus on pidempi. Huonosti valittu tai kulttuuriin soveltumaton liikelahja voi jopa katkaista hyvin alkaneen liikesuhteen, joten on tärkeää perehtyä etukäteen vierailumajaan ja sen kulttuuriin erityispiirteisiin.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun nykyiset käytössä olevat liikelahjat ja ideoida uusi, ekologinen, kevyt ja helposti mukana kuljetettava liikelahja joka soveltuu mahdollisimman monelle vastaanottajalle moneen eri kulttuuriin. Työssä huomioidaan myös eri kulttuurien erilaiset käytännöt liikelahjoissa ja tapakulttuuriset erikoisuudet keskittyen niihin maihin, jossa Kymenlaakson ammattikorkeakoululla on yhteistyökumppaneita.

Suorittaessani syventävää harjoittelujaksoa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin toimialalla, lajittelin vanhoja opinnäytetöitä ja sain idean omaan työhöni. Lisäksi luetteloin osana harjoittelua Kasarminmäellä varastossa olevat liikelahjat ja kasasin kiitoslahjakasseja vierailijaryhmälle, joten ammattikorkeakoulun liikelahjat ovat minulle tuttuja.

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu eli KyAMK on Kaakkois-Suomessa toimiva ammattikorkeakoulu jonka toimipisteet sijaitsevat Kotkassa ja Kouvolassa. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu on osakeyhtiö, jonka omistavat Kotkan ja Kouvolan kaupungit sekä Iitin kunta. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu muodostaa yhdessä Mikkelin ammattikorkeakoulun kanssa korkeakoulukonsernin, jonka emoyhtiö on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu Oy. (Organisaatio 2013.)

KyAMK:ssa kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin toimialalla on 1500 opiskelijaa, sosiaali- ja terveystieteiden toimialalla 830 opiskelijaa ja tekniikan ja liikenteen toimialalla 2020 opiskelijaa. (Toimialat ja osaamisalat 2011.)

KymiDesign&Business on Kymenlaakson ammattikorkeakoulun kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin toimialan osaamis- ja innovointiyksikkö. Yksikkö liittyy korkeakoulutuksen elinkeinoelämän toimintoihin ja auttaa yritystä esimerkiksi erottumaan kilpailijoista, markkinoinnissa ja tuote- ja yrityskuvan määrittelyssä. (KymiDesign&Business 2011.)

LCCE eli Learning and Competence Creating Ecosystem, Oppimisen ja Osaamisen Ekosysteemi tavoittelee yrittäjämäisistä toimintatavoista pysyvää osaa ammattikorkeakoulun toiminnan osaksi. Prosessin tarkoituksena on saada opiskelijat kiinnostumaan yrityksen perustamisesta jo opiskeluaikana ja auttaa käytännön järjestelyissä. (LCCE-yrittäjyysprosessi 2010.)

Logotyyppi eli logo on yrityksen, tavaramerkin tai brändin käyttämä kirjaintyyppiin perustuva nimen kirjoitustapa. Liikemerkki ja logo muodostavat yhdessä yrityksen tunnuksen. Liikemerkkiä voidaan käyttää yksin vain, kun tiedetään, että se osataan yhdistää yritykseen.

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun tunnus muodostuu vihreästä liikemerkistä ja mustasta Kymenlaakson ammattikorkeakoulu-logotyypistä (Kymenlaakson ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto 2009). Alkuperäisen sinivihreän logon on suunnitellut vuonna 1996 järjestetyssä suunnittelukilpailussa graafisen suunnittelun opiskelija Aki Rätty. Logoa on uudistettu muutaman kerran ja nykyinen vihreä logo on graafisen suunnittelun opettajan Kata Lyytikäisen (nyk. Heiskanen) päivittämä. (Kymenlaakson ammattikorkeakoulun viestintäpalvelut 2013.)

Public relations (PR) eli tiedotus- ja suhdetoiminta on markkinointiviestinnän osa, jolla kehitetään yhteistyötä yrityksen ja yrityksen sidosryhmien kesken. Tiedotus- ja suhdetoiminnan osat ovat ulkoinen ja sisäinen tiedottaminen.

2 AIEMPI TUTKIMUS

Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa on suunniteltu liikelahjoja opinnäytteinä ja pohdittu liikelahjoja muun muassa osana liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmia. Esimerkiksi muotoilun koulutusohjelmasta valmistunut Heidi Korhonen on suunnitellut opinnäytetyönään ekologisen liikelahjan Kouvolan kaupungille. Tuotemuotoilijaksi valmistunut Iina Ojala on tutkinut liikelahjakonseptin jatkokehitystä Cursor Oy:lle.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmasta valmistuneen Paula Kovasen opinnäytetyö ”Sidosryhmien muistaminen huomionosoituksin valtionhallinnossa - jatkotoimintasuositukset Valtiokonttorille” selvitti, miten sidosryhmiä muistetaan valtionhallinnossa. Muitakin töitä liiketalouden koulutusohjelmista löytyy.

Ammattikorkeakoulujen liikelahjoja on tutkittu aiemmin Jyväskylän ammattikorkeakoulun vaatetusalan koulutusohjelmassa. Raija Mäkelä suunnitteli opinnäytetyönään ”Mikä sopii Jyväskylän ammattikorkeakoulun liikelahjaksi” kriteerit liikelahjamalliston suunnitteluun ja uusintaan. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun henkilöstön palkitsemista on tutkittu aiemmin opinnäytetyönä nyt jo lakkautetussa kansainvälisen assistentin koulutusohjelmassa, joten tämä opinnäytetyö keskittyy vain liikelahjoihin.

3 LAHJAT YRITYSMAAILMASSA

Laadukas liikelahja on kuin käyntikortti, mutta se muistetaan pidempään. Liikelahjoilla vahvistetaan vanhoja liikesuhteita ja avustetaan uusien solmimisessa. Lahjat voidaan ryhmitellä mainoslahjoihin, myynninedistämisesineisiin, hyvän liikesuhteen ylläpitämiseen tarvittaviin tuotteisiin ja arvokkaisiin lahjatavaroihin. (Mikluha 2000, 41–42.)

Mainoslahjoja, kuten kyniä ja avaimenperiä jaetaan suuria määriä. Myynninedistämisesineet, esimerkiksi sateenvarjot, annetaan kädestä käteen. Hyvää liikesuhdetta ylläpidetään korkealaatuisilla merkkitarvikkeilla. Suurin osa joululahjoista on tätä ryhmää. Arvokkaita lahjatavaroita jaetaan määrällisesti vähän ja tarkkaan valitulle kohderyhmälle. (Mikluha 2000, 41–42.)

Liikelahjat ovat osa markkinointiviestintää. Markkinointiviestintä koostuu mainonnasta, myyntityöstä, myynninedistämisestä ja tiedotus- ja suhdetoiminnasta (Kilpailu- ja kuluttajavirasto). Markkinointiviestintä kohdistuu yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin ja sen tarkoituksena on aikaansaada kysyntää joko välillisesti tai suoraan (Vuokko 1993, 15). Markkinointiviestintä, jonka tarkoituksena on edistää myyntiä, on markkinoinnin kilpailukeino. Muut markkinoinnin kilpailukeinot ovat tuote, hinta ja jakelu. Lisäksi ihmiset, prosessit ja fyysinen ympäristö vaikuttavat myös kilpailukeinoina.

Verotuksessa liikelahjat luetaan edustusmenoihin, joista 50 prosenttia on verovähennyskelpoisia. Vähennettävä osuus lasketaan puolittamalla yrityksen edustusmenojen yhteismäärä. Yksittäisellä edustusmenolla ei ole kohtuullisuusvaatimusta. Edustusmenoja ovat asiakkaisiin, liiketuttaviin ja muihin elinkeinotoimintaan liittyviin henkilöihin kohdistuvat menot, joilla pyritään luomaan uusia liikesuhteita tai ylläpitämään vanhoja tai muuhun toiminnan edistämiseen. Edustusmenojen ei kuitenkaan edellytetä suoraan johtavan sopimuksen syntymiseen tai muuhun tulokselliseen toimintaan. (Verohallinto 2011.)

Yrityksen omaan henkilökuntaan liittyviä menoja kuten merkkipäivälahjoja ja pitkäaikaisesta palveluksesta annettavia lahjoja ei pidetä edustuslahjoina. Yrityksen työntekijöille tarjotut matkat eivät myöskään ole edustusmeno. Henkilökuntamenot ovat yleensä verovähennyskelpoisia kokonaisuudessaan ja niitä käsitellään palkkamenoina tai muina tulonhankkimismenoina. (Verohallinto 2011.)

Mainoslahjojen verovähennyskelpoisuus edellyttää, että lahja on tavanomainen. Verohallinnon ohjeen mukaan tavanomaisia mainoslahjoja ovat esimerkiksi tuotenäytteet ja yrityksen merkkipäivää juhlistavat lahjat. Mainoslahja on arvoltaan vähäinen. Yrityksen oma tuote voi toimia myös mainoslahjana. Arvokkaampi edustuslahja eli liikelahja on valittu vastaanottajaa ajatellen yksilöllisemmin. (Verohallinto 2011.)

3.1 Mainoslahjat

Mainoslahjojen tehtävä on muistuttaa yrityksestä tai tuotteesta. Näkyvän logon tai liikeremkin käyttöä ei aina tarvita, koska pelkkä värikin voi toimia lahjoittajan symbolina. Logo voi olla mahdollisimman huomaamaton ja sijaita esimerkiksi tuotteen pohjassa tai pakkauksessa. (Mikluha 2000, 43.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu hyödyntää mainoslahjoja messuilla ja muissa tilaisuuksissa, joissa on paljon väkeä. Mainoslahjoja jaetaan silloin, kun ajatellaan, etteivät pelkät esitteet tuo tarvittavaa huomiota. Mainoslahjat ovat hinnaltaan edullisia, joten niitä voidaan jakaa tarvittaessa isojakin eriä. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

3.2 Liikelahjat

Liikelahjalla halutaan ilahduttaa vastaanottajaa ja muistuttaa lahjan antajasta. Hyvä maku liikelahjoissa on tärkeää. Osa yrityksistä kokee hyvien lahjojen valitsemisen niin hankalaksi, että lahjoja ei anneta ollenkaan. (Mikluha 2000, 42.)

Liikelahjoja käytetään osana yrityksen markkinointia muistuttamassa yrityksestä, hyvistä liikesuhteista ja lahjan antajasta. Lahja on mainoslahjaa arvokkaampi ja sitä on harkittu tarkoin. Välillä liikelahja on valittu juuri vastaanottajaa ajatellen. Yrityksen logo tai liikemerkki voi olla liikelahjoissakin esillä, mutta sen pitää olla huomaamaton eikä se saa estää esineen käyttöä. Liikelahjoja annetaan yritysvierailuilla, henkilökunnalle läksiäis- ja merkkipäivälahjoina ja kiitoksena palveluksista tai vieraanvaraisuudesta. (Aittoniemi 2000, 102–103.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa liikelahjojen jako on valikoitua, ja pääasiassa niitä jaetaan edustustilaisuuksissa. Liikelahjoja annetaan esimerkiksi yritysvierailuilla, kansainvälisessä vaihtotyössä ja muissa yhteistyökumppaneille tärkeissä tilanteissa. Liikelahjojen suunnittelussa halutaan painottaa KyAMK:n omaa tuotantoa ja kymenlaaksolaista tai suomalaista alkuperää. Tuotteet on merkitty KyAMK:n logopainatuksella tai tarralla. Lahjan arvo määrää sen, kuinka harkitusti ja valikoidusti niitä jaetaan. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Liikelahjat luovutetaan ohjeen mukaan aina KyAMK:n lahjakassissa. Lahjan mukaan voidaan liittää ammattikorkeakoulun virallinen tervehdys-, onnittelu-, tai kiitoskortti. Korteista on saatavilla sekä suomen- että englanninkielinen versio. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

3.3 Lahjukset

Lahjukset on perinteisesti hyväksytty tietyissä kulttuureissa, mutta länsimaissa niiden antaminen ja vastaanottaminen on rangaistava teko. Lahjomiseen kiinnitetään nykyään enemmän ja enemmän huomiota ympäri maailmaa. Useassa maassa lahjojen antaminen valtion virkamiehille aiheuttaa kielteistä suhtautumista tai se voi olla kokonaan laitonta. Lahjan ja lahjuksen ero voi olla todella pieni ja lahjan voivat lopulta määritellä vain lahjanvaihdon osapuolet. Jos lahjan saaja ei joudu tekemään kompromisseja henkilökohtaisissa tai yrityksen eduissa, on kyseessä lahja. Lahjus on avointa suostut-

telua. Esimerkiksi sopimuksen solmimisesta palkinnoksi tarjottu yrityksen tarjoama loma on lahjus. (Mikluha 2000, 31–33.)

Suurien ja arvokkaiden lahjojen antaminen saatetaan kokea lahjonnaksi. Lahjan antamisen ajankohtakin vaikuttaa siihen, mielletäänkö lahja lahjukseksi. Ensitapaamisella annettu lahja voidaan käsittää lahjukseksi esimerkiksi arabimaissa. Lahja ei saa olla niin arvokas, että vastaanottaja hämmentyy siitä. (Mikluha, 2000, 31–35.)

Jos liikelahjaksi halutaan antaa kallis matka tai arvokas esine, voidaan kääntyä verottajan puoleen ja kysyä, soveltuuko aiottu lahja tavanomaiseksi liikelahjaksi (Aittoniemi 2000, 102). Tällaiset lahjat kannattaa harkita tarkkaan, ettei niitä luulla lahjuksiksi. Liian arvokkaat lahjat vaikuttavat myös yrityksen tulokseen, kun edustusmenot kasvavat kohtuuttomiksi. Lahjan antotapa vaikuttaa myös siihen, onko se lahja vai lahjus. Lahja annetaan avoimesti esimerkiksi työyhteisön edessä ja lahjus kahden kesken. Toisin kulttuurikin vaikuttaa siihen, missä tilanteissa lahjat annetaan.

Suomen laki kieltää lahjonnan. Laki ei kuitenkaan määrittele tarkkaa rajaa lahjan muuttumisesta lahjukseksi. Rikoslaki kieltää virkamiesten ja kansanedustajien lahjominen ja törkeän rikoksen tunnusmerkkinä on huomattava etu tai lahja. Lahjusepäilyjä tutkivat valtakunnansyyttäjät ja eduskunnan oikeusasiamies. Lahjukset on kielletty myös elinkeinoelämässä. Heinäkuuhun 2006 asti elinkeinoelämässä lahjominen oli asianomistajarikos, mutta nykyään lahjomisepäilyistä voi ilmoittaa kuka vain. (KEPA 2007.)

Myös kansainväliset sopimukset pyrkivät lahjonnan vähentämiseen. OECD:n jäsenmaiden sopimus kieltää virkamiesten lahjonnan kansainvälisissä liikesuhteissa. Jäsenmaiden on määriteltävä lainsäädännössään rangaistus lahjontarikoksista. (KEPA 2007.) Joissain maissa lahjontaa katsotaan läpi sormien, vaikka se olisikin kiellettyä, mutta ulkomaalaisen ei kannata turvautua lahjontaan ensimmäisenä ongelmanratkaisukeinona.

3.4 Korruptio

Lahjuksia laajempi ilmiö on korruptio. Sillä tarkoitetaan vallan väärinkäyttöä yksityisten toimijoiden eduksi ja sitä esiintyy lähes kaikkialla, eniten hallinnossa ja talouselämässä. Korruptioksi määritellään se, kun virkamies tai poliitikko käyttää julkisia varo-

ja omiin kuluihinsa, tuomioistuimelta voi ostaa päätöksen tai opettaja kirjoittaa kiitetävän todistuksen rahaa vastaan. (KEPA 2007.)

Suomi on yksi maailman vähiten korruptoituneista maista. Suomessa korruptioksi voidaan lukea suhdeverkostot, eli ”hyvä veli”-järjestelmät, joissa rahan sijasta vaikuttavat suhteet (KEPA 2007). Pienessä maassa valtaapitäviä on vähän, ja samat henkilöt tekevät päätöksiä sekä julkisella vallalla että omissa yrityksissään. Jääväyksestä ei aina ole tarkkoja ohjeita, tai niitä ei osata noudattaa.

3.5 Palkitseminen

Työntekijä voi saada lahjoja omana merkkipäivänään, yrityksen merkkipäivänä tai hyvästä työsuorituksesta. Suomessa verovapaita lahjoja ovat vain merkkipäivälahjat ja muut tavanomaiset lahjat. Merkkipäiviksi katsotaan työntekijän 50- ja 60-vuotissyntymäpäivä, hääpäivä ja eläkkeellejäämis- tai työstäeroamispäivä. Verotuksessa merkkipäiväksi hyväksytään myös mittavan työprojektin valmistumispäivä. Tavanomaisia lahjoja ovat muun muassa joululahjat. (Mikluha 2000, 30–31.)

Lahjan verovapaus edellyttää lahjan kohtuullista arvoa. Parin viikon bruttopalkan arvoinen lahja on kohtuullinen merkkipäivälahja, mutta häälahjan on oltava arvoltaan vähäisempi. Verovapaus edellyttää, että lahjan on oltava esine. Rahana saatu lahja on aina verotettavaa, vaikka lahjan antaisi helposti rahaksi muutettavassa muodossa, kuten lahjakorttina tai pörssiosakkeina. Jos lahjakortti annetaan nimetyn esineen ostamiseen, se ei ole veronalaista palkkaa. Matka merkkipäivälahjana ei ole veronalainen, kunhan sen arvo on kohtuullinen. Lahjansaajan puolison matkakulujen maksaminenkin on verovapaata. (Mikluha 2000, 30–31.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun henkilökuntaa palkitaan muun muassa ansiomerkein. Merkit ovat hopeisia pinssejä, joihin upotetaan korukivi. Kuva-aiheena on Kymenlaakson maakuntakukan kurjenmiekan juurisolukko (Korkeakoulun ansiomerkkejä jaettiin kolmannen kerran 2001). Kymenlaakson ammattikorkeakoulun palkitsemiskäytäntöjä on tutkittu aikaisemmin opinnäytetyönä, joten tämä opinnäytetyö keskittyy vain liikelahjoihin.

4 KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULUN NYKYISET LAHJAT

Kymenlaakson ammattikorkeakoululla on liike- ja mainoslahjoja eri tilanteisiin ja erilaisille vastaanottajille soveltuviksi. Osa lahjoista on isokokoisia tai painavia, joten niitä on haastavaa kuljettaa mukana kansainvälisissä yhteyksissä. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on määritellä uusi liikelahja, joka soveltuu moniin eri kulttuureihin, on helposti mukana kuljetettava, ekologinen, kierrätysmateriaalia ja mahdollisesti opiskelijan tai opiskelijaryhmän suunnittelema ja toteuttama.

Joulutervehdys on yleinen tapa muistaa yhteistyökumppaneita. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu lahjoittaa joulukortteihin varatut hyväntekeväisyyteen ja lähettää jouluterveiset yhteistyökumppaneilleen kotisivuillaan julkaistavalla nettijoulukortillaan. Vuoden 2012 lahjoitus hyväntekeväisyyskohteeseen oli järjestyksessään kahdestoista. Koulutusta tuottavana organisaationa KyAMK haluaa edistää lahjoituksellaan lasten ja nuorten hyvinvointia tai kestäväää kehitystä. (Joulutervehdysvarat lasten hyvinvointiin 2012.)

4.1 Ohjeet lahjoista

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun henkilökunnan intranetissä on ohjeet siitä, kuinka liikelahjojen ja mainoslahjojen kanssa toimitaan. Henkilökunnalla on oikeus jakaa työssään tarvittaessa yhteistyökumppaneille mainos- ja liikelahjoja (Ohje henkilökunnalle 2012).

Liike- ja mainoslahjoja saa tilata vain KyAMK:n viestintäpalveluista. Näin varmistetaan lahjojen yhtenäisyys, oikea tilaustarve ja ettei vanhentuneita tuotteita jaeta, jos niiden ulkoasu muuttuu. Henkilökunnalle lahjojen varastoiminen omaan työtilaan ei ole sallittua, koska halutaan pitää kirjaa tuotteiden määrästä. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun graafisessa ohjeistossa määritellään ammattikorkeakoulun visuaalinen ilme ja sen soveltaminen eri yhteyksiin. Ammattikorkeakoulun virallinen tunnusväri on tarkasti määritelty vihreän sävy. Tehosteväriä saa käyttää sinistä. Koulun liikemerkin saa erottaa tunnuksesta vain viestintäpalveluiden luvalla. Ohjeistossa määritellään eri toimialoille omat tehosteväriinsä, joita saa käyttää virallisten tunnusvärien ohessa. Kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin tehostevä-

rit ovat oranssi ja violetti, sosiaalialan punainen ja keltainen, tekniikan, metsän ja liikenteen toimialan värit ovat tumman sininen ja vaalean vihreä ja koulutus- ja työelämäpalvelujen turkoosi ja tumman harmaa. (Kymenlaakson ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto 2009.) Liike- ja mainoslahjoissa käytetään ammattikorkeakoulun tunnusväriä ja tunnusta, mutta tehostevärien käyttämistä ja tuotteiden valikoimista niiden värisiksi voisi pohtia.

4.2 Lahjalista

Intranetin ohjeen mukaan ajantasaista liikelahjalistaa säilytetään asian- ja asiakirjahallinnan työväline TWebissä. Lista on merkitty lahjojen käyttötarkoitus ja lahjan arvo. Listaa päivitetään usein. Lahjat on jaettu mainoslahjoihin ja liikelahjoihin. Liikelahjoissa on vielä kolme eri ryhmää arvon mukaan, eli 10–20 euroa, 20–25 euroa ja 25–30 euroa. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Listassa ammattikorkeakoulun mainoslahjoiksi on määritelty messukäytössä jaettaviksi esimerkiksi avainnauhoja, karkkirasioita, avaimenperiä ostoskärrypoletilla, laastarirasioita, pehmoheijastimia, lippalakkeja, putkihuiveja, bandanahuiveja omalla printillä ja magneettisia kirjanmerkkejä. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Yritys- ja yhteistyötapaamisissa jaetaan mainoslahjoina lakritsia omalla logolla varustetussa paketissa ja Avukas-rasioita lääkkeille. Liikelahjoina yritys- ja yhteistyötapaamisissa jaetaan muistikortteja, Iittalan lasia ja keramiikkaa, CD-levyjä, kirjoja, Kapu-kahvimittoja ja diagonaalipilkkionkia. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Arvokkaampia liikelahjoja ovat Kymenlaakso-kirja, Iittalan tarjoiluvälineet ja keramiikka, Koivio-kori ja puinen Onnellinen muna -niminen käyntikortti- tai valokuvapidike. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Henkilöstö voi käyttää työssään ammattikorkeakoulun omaa muistitikkua, paperipidikettä, magneettista kirjanmerkkiä ja koulun logolla varustettuja muovitaskuja ja muita toimistotarvikkeita, kuten kuulakärkikyniä ja esitekansioita. Logo löytyy myös kännykkäkoruista ja magneeteista. KyAMK:n logopinssit on tarkoitettu vain henkilökunnalle, ei jaettaviksi. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Kirjat ovat suosittuja liikelahjoja. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu jakaa Kouvolaa-aiheisia kirjoja ja kansainvälisissä yhteyksissä Suomesta kertovia kirjoja. Hyvälaatuiset kuvateokset antavat hyvän kuvan maasta. LCCE-prosessista kertovaa Kohti oppimisen ja osaamisen ekosysteemiä -kirjaakin jaetaan. Erityisesti kansainvälisessä vaihtotyössä jaetaan lahjoina suomalaista klassista musiikkia sisältäviä CD-levyjä. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Suomi tunnetaan designistaan ja ammattikorkeakoulu tahtoo myös osaltaan edistää suomalaisen suunnittelun käyttöä. Liikelahjoina on Iittalan ja Marimekon tuotteita, kuten lasia ja keramiikkaa. Väreiksi on valittu KyAMK:n tunnusväriä vihreää, valkoista ja turkoosia. Arvokkaampia lahjanantotilanteita varten on Iittalan salaattiottimia, vateja ja Aalto-kulhoja. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

4.3 Oma suunnittelu

Koivio-sisustuskori, Laululintu-koriste, diagonaalipilkkionki ja kahvimitta ja pussinsulkija-yhdistelmä Kapu ovat kaikki opiskelijoiden tai vastavalmistuneiden suunnittelema liikelahjoja. Koulun osaamista ja aloittelevien muotoilijoiden uraa halutaan näin edistää. Oma suunnittelu tuo liikelahjoihin kaivattua persoonallisuutta.

Muotoilijaksi valmistuneen Katri Tiirikaisen Laululintu-sarjan koriste-esine on omalla tavallaan osa kukkopilliperinnettä. Lintu on suunniteltu Kermansavelle, joka on osa Tulikivi Oyj:tä. Laululintuja on kahta eri kokoa ja sarjaan kuuluu myös Keinulintu. (Tulikivi 2008.)

Koivio-sisustuskori, koivusta tehty koottava sisustuskori, on KyAMK:sta muotoilijaksi valmistuneen lappeenrantalaisen Jussi Helven suunnittelema ja sitä valmistaa CWP Coloured Wood Products Oy, jossa hän toimii tuotantopäällikkönä. (Mikämuka vei lappeenrantalaisen muotoilun parempiin piireihin 2009.)

Muotoilijaksi valmistuneen Ari Topin diagonaalipilkkionki on päätyntä myyntiin asti. Pilkkiongen taustalla on hauska tarina siitä, kuinka tuote kehittyi kielilävistyksestä valmiiksi tuotteeksi. Toppi on perustanut ARTmuotoilu Oy:n, jonka valikoimiin pilkkionki kuuluu. (Kipinä - tarinoita yrittäjyydestä 2012.)

Kapu-kahvimitta ja pussinsulkijayhdistelmä on Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa opiskelleen muotoilija Teemu Karhusen suunnittelema ja osa Hiledesignin tuotevalikoimaa (Opintieltä urapolulle 2010). Liikelahjoina jaettavat Iittalan Artik-sarjan tarjoiluvälineet ja kakkulapio ovat KyAMK:n entisten opiskelijoiden Laura Partasen ja Arto Kankkusen suunnittelema. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

Avukas-lääkerasia, lääkkeiden viikkoannoksen säilytysrasia, on Sunrise Cosmeticsin tuote, joka on suunniteltu yhdessä tuotekehitys- ja muotoiluyksikkö Kymidesignin kanssa (Kymidesign menestyi alihankintamessuilla 2002).

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu on tehnyt yhteistyötä Kouvolan Lakritsin kanssa. Omalla logolla on teetetty pahvisia rasioita, jotka sisältävät lakritsia. Paikalliset maut pääsevät näin hyvin esille. Pakkauksen ulkoasu on KyAMK:n viestintäpalveluiden suunnittelema. Liikelahjoina jaetaan myös Pandan ja Fazerin tuotteita.

4.4 Sopivuus

Laaja valikoima erilaisia liike- ja mainoslahjoja mahdollistaa parhaan lahjan valitsemisen eri tilanteisiin. Lahjoja on mahdollista myös yhdistellä esimerkiksi kiitoslahjaksi, joissa voi olla esitteiden ja kynien lisäksi vaikkapa lakritsipaketti ja ammattikorkeakoulun logolla varustettu huivi. Samasta lahjakassista voidaan tehdä myös erikielisiä versioita.

Suomessa liikelahjoina hyödynnetään paljon suomalaisten menestyneiden yritysten, kuten Iittalan ja Marimekon tuotteita. Tuotteet ovat laadukkaita ja monelle vastaanottajalle soveltuvia, mutta voisin kuvitella, että paljon liikelahjoja vastaanottaville henkilöille kertyy vuosien saatossa melkoinen kokoelma lasia ja keramiikkaa. Liiallinen persoonallisuus liikelahjoissa on toisaalta myös haastavaa, koska ihmisten mieltymykset ovat erilaisia.

Useilla ihmisillä on lääkitys johonkin sairauteen, mutta lääkerasian antaminen liikelahjana on mielestäni outoa. Vastaanottaja voi tulkita, että hän on lääkityksen tarpeessa esimerkiksi mielipiteidensä tai huonomuistisuutensa vuoksi. Tosin voihan rasiaan säilöä myös vitamiineja tai ilman reseptiä saatavia lääkkeitä tai vaikka koruja, joten loukkaavuus on tulkinnanvaraista.

Kirjassaan *Lahjat ja liikelahjat eri maissa* Arja Mikluha ehdottaa, että liikelahjoja valitessa pitäisi käyttää enemmän mielikuvitusta. Lahjan saajan harrastukset tulisi selvittää. Yritykset eivät kuitenkaan teetä selvitystä harrastuksista kovinkaan usein, vaikka vaivannäkö kannattaisi. (Mikluha 2000, 41.)

Nykyään yhteisöllisen median verkostoista kuten Facebookista ja LinkedInistä on saatavilla valtavasti tietoa liikekumppaneiden henkilökohtaisista profiileista, joten harrastusten selvittäminen onnistuisi ilman suoraa kysymistä henkilöltäkin. Lain yksityisyyden suojasta työelämässä mukaan työnantajan tulee kuitenkin kerätä henkilötiedot suoraan työntekijältä, ellei työntekijä ole antanut lupaa tietojen keräämiseen muualta, joten voisi olettaa tämän koskevan myös yhteistyökumppaneita (Tietosuojavaltuutetun toimisto 2006).

Liike-elämässä yleisenä harrastuksena pidetään muun muassa golfia, mutta pelitarvikkeet voivat osoittautua hyödyttömiksi, jos lahjan saaja ei ole ikinä viheriölle astunut. Kenties suomalaisessa liike-elämässäkin olisi hyvä aloittaa liikeneuvottelut small talkilla harrastuksista ja muusta yksityiselämästä. Tiedot harrastuksista ja kiinnostuksista voisi kerätä asiakasrekisterin yhteyteen, mutta henkilötietolaki velvoittaa keräämään vain oleellisen tiedon, pitämään sen ajantasaisena ja suojaamaan tiedot asianmukaisesti (Henkilötietolaki 1999).

4.5 Toimipisteiden erot

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liikelahjoja säilytetään Kotkassa Metsolan kampuksella ja Kouvolassa Kasarminmäen kampuksella. Liikelahjavalikoimissa on pieniä eroja, mutta valikoima päivittyy usein joten erot saattavat olla tilannekohtaisia. Esimerkiksi helmikuussa 2013 päivitetystä listasta Kotkassa ei ollut ollenkaan mainoslahjaksi tarkoitettuja laukkukoukkuja. Tekniikan ja liikenteen toimialan opetukseen keskittyneessä toimipisteessä saattaa olla myös enemmän miehiä yhteistyökumppaneina, joten laukkukoukkuja ei katsota tarpeellisiksi. Kasarminmäellä ei ollut helmikuussa 2013 saatavilla kaikkia lasisia ja keraamisia liikelahjoja. Esimerkiksi riihimäkeläisen Lasismien ilmapuntari puuttui valikoimasta. Se soveltuisi mielestäni hyvin monille eri vastaanottajille. Ihmetystä tosin herättää osuuskunnan valitsema nimi. Mielleyhtymä rasismiin voi olla monelle liikaa.

Liike- ja mainoslahjoissa yhteyshenkilöinä toimii Metsolan kampuksella infon henkilökunta ja Kasarminmäen kampuksella yhteyshenkilönä on Camilla Grönlund. Uusista liike- ja mainoslahjoista päättää viestintäpalveluiden henkilökunta. Liike- ja mainoslahjat ovat saatavissa vain viestintäpalveluista. Henkilökunta voi tilata liike- ja mainoslahjoja sisäisen postin kautta. (Ohje henkilökunnalle 2012.)

5 KANSAINVÄLISYYS

Kymenlaakson ammattikorkeakoululla on yhteistyöoppilaitoksia 27 eri maassa. Koulu on mukana erilaisissa vaihto-ohjelmissa, jotka mahdollistavat opiskelijoiden ja opettajien lukukausimaksuttomat koulutukset ja yhteistyöhankkeet. Partnerioppilaitokset eri maanosissa tarjoavat mahdollisuuden kansainvälistymiseen. Liiketaloutta pystyy opiskelemaan yhteistyöoppilaitoksissa Belgiassa, Espanjassa, Hollannissa, Iso-Britanniassa, Italiassa, Itävallassa, Kiinassa, Kreikassa, Kroatiassa, Latviassa, Liettuassa, Norjassa, Puolassa, Ranskassa, Ruotsissa, Saksassa, Sveitsissä, Tshekin tasavallassa, Unkarissa ja Venäjällä. Muilla osaamisaloilla on omat yhteistyöoppilaitoksensa, joista osassa on mahdollista opiskella myös liiketalousalaa. (Partnerioppilaitokset 2013.)

Kansainvälisyys toteutuu myös erilaisina luennoitsijavierailuina Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa. Syksyisin Kasarminmäen kampuksella järjestettävä International Week on osa kotikansainvälistymistä ja sillä halutaan korostaa kampuksen kansainvälistä ilmapiiriä. Viikko pitää sisällään luentoja ja erilaisia aktiviteetteja sekä myös vapaamuotoista ohjelmaa. Kasarminmäen kampuksella on paljon ulkomaalaisia opiskelijoita, joiden kulttuuriin on mahdollista tutustua opiskeluarjessa matkustamatta mihinkään. Kansainvälisellä viikolla on mahdollisuus tuoda esiin myös suomalaista paikalliskulttuuria esimerkiksi paikallisin ruoin. Osana viikkoa on järjestetty esimerkiksi tutustumisretkiä, saunomista ja makkaranpaistoa keskellä suomalaista luontoa. (International Week nostaa kansainvälisyyden esiin 2011.)

Lisäksi opiskelijat suorittavat harjoittelujaksoja ja erilaisia projekteja ulkomaisissa yrityksissä. Opiskelijat saavat arvokasta kokemusta kansainvälisiin tehtäviin ja kehittävät ammatillista osaamistaan, kielitaitoaan ja oppivat suhtautumaan avoimesti vieraisiin kulttuureihin. (Kansainväliset palvelut 2012.)

5.1 Lahjakulttuuri eri maissa

Maan kulttuuri määrittelee hyvät tavat lahjojen antamisessa ja vastaanottajan reagoinnin lahjaan. Paikalliset tavat on tiedettävä, ja niitä pitää myös noudattaa. (Hakala 2010.) Lahjanantokäytännöt vaihtelevat eri maissa. Uskonnollisissa maissa lahjoja annetaan juhlapyhien yhteydessä ja maissa, joissa uskonnolla ei ole suurta merkitystä lahjoja annetaan tiettyinä aikoina vuodesta. Tiettyjä tapahtumia kuten sopimuksen solmimista voidaan esimerkiksi juhlistaa lahjoin. Lahjat ovat tärkeä osa kansainvälisten liikesuhteiden muodostumista, joten niiden antamiseen liittyvät käytännöt on hyvä osata. Lait, soveliaat ja sopimattomat lahjat, paketointi ja oikea aika lahjan antamiselle on tärkeä selvittää. (Martin & Chaney 2006, 40–42).

Ulkomaille lahjaa mietittäessä on tärkeää, että lahja edustaa sen antajan kotimaata. Jos saajan harrastukset tiedetään, lahjan on hyvä liittyä niihin. Lahjan on tärkeää olla omassa maassa valmistettu, hyödyllinen ja sen on hyvä herättää keskustelua. Humoristisia lahjoja on tärkeää harkita tarkoin. Huumori on erilaista eri maissa eikä humoristiseksi tarkoitettuja lahjoja välttämättä ymmärretä. Tabut ja uskomukset on tärkeää huomioida. (Martin & Chaney 2006, 40–42).

Anna Hakalan mukaan Edvard Hall on jaotellut kulttuureja sen mukaan kuinka tärkeä rooli kontekstilla on viestinnässä. Ääripäät ovat korkean kontekstin kulttuurit ja matalan kontekstin kulttuurit. Korkea konteksti tarkoittaa yhteisöllisyyttä ja ihmissuhdekeskeisyyttä ja näissä kulttuureissa liikelahjat ovat tärkeitä. Esimerkiksi Japani ja Arabimaat ovat korkean kontekstin kulttuureja ja niissä viestintä on sanatonta ja sisältää paljon symbolisia viestejä. Liikeneuvottelut aloitetaan tutustumalla vastapuoleen, ja vasta kun ihmissuhde on luotu, voidaan aloittaa kaupanteko. Lahjoilla helpotetaan suhteen luomista ja suhdetta on tarkoitus vaalia loppuelämä. Korkean kontekstin kulttuureissa liikelahjoja odotetaan ja niiden merkitys on suuri. Henkilön status määrää lahjan arvon. Mitä arvokkaampi henkilö, sitä parempi ja arvokkaampi lahja. Lahjoihin liittyviä tabuja on korkean kontekstin kulttuureissa paljon. Lahjan ominaisuudet on tärkeää huomioida, ettei vastaanottaja loukkaannu. Esimerkiksi lahjan väri, alkuperä ja muoto on harkittava tarkoin. (Hakala 2010, 60–61).

Matalan kontekstin kulttuurit, kuten Yhdysvallat ja Skandinaavia, ovat sana- ja asiakaskeksisiä kulttuureja. Yksilöllisyyttä arvostetaan, ja liikesuhde halutaan muodostaa nopeasti eikä keskittyä ihmissuhteisiin. Matalan kontekstin kulttuureissa lahjan vas-

taanottaminen voi olla hämmentävää varsinkin silloin, kun lahja koetaan erityisen arvokkaaksi. Lahjan vastaanottaminen voi olla myös eettisesti haastavaa. (Hakala 2010, 60–61).

5.2 Huomioitavaa eri kulttuureista

Itä-Aasiassa lahjaa ei avata lahjan antajan katsoessa (Martin & Chaney 2006, 40–42). Japanissa lahjaa ei avata sen antajan edessä, koska se on merkki lahjan saajan ahneudesta, ja näin vältetään myös se, ettei antaja nolostu lahjan vaatimattomuudesta (Hakala 2010). Lahja vastaanotetaan molemmin käsin ja sitä ihastellaan ääneen. Lahjasta lähetetään kiitoskirje heti kotiin tullessa, mutta lahjoista, joissa on yrityksen logo, ei kiitetä. Yrityksen johtohahmon tehtävänä on kiittää lahjoista koko henkilöstön puolesta. Koko yhteisölle tarkoitettuja ja toimipaikkaan lähetettyjä lahjoja ei saa omia itselleen. Esimerkiksi Saksassa ja Meksikossa on sallittua avata saatu lahja heti. Lähi-idän maissa lahja esitellään muille ja osoitetaan näin, ettei se ole lahjus. (Martin & Chaney 2006, 40–42).

Joissain maissa lahjan väriin on kiinnitettävä huomiota. Valkoinen ja sininen ovat Kiinassa surun värejä ja valkoista käytetään muun muassa hautajaiskukissa. Brasiliassa purppura yhdistetään kuolemaan. Meksikossa keltainen, punainen ja valkoinen väri kukissa käsitetään merkiksi romanttisuudesta tai kuolemasta, joten näitä värejä on syytä välttää. Parillinen tai pariton määrä lahjaesineitä tai kukkia tarkoittaa eri maissa eri asioita, joten vältettävät luvut on hyvä selvittää etukäteen. Useissa maissa lahjaan vastataan lahjalla, joten vastalahjaksi soveltuvia esineitä on hyvä varata mukaan. (Martin & Chaney 2006, 40–42). Esimerkiksi punainen ja kulta ovat suosittuja värejä Aasiassa. Kiinassa numero 8 on onnen luku ja Japanissa numero 4 yhdistetään kuolemaan. (Hakala 2010, 60–61).

Veitsen, paperiveitsen tai muun teräaseen, mukaan lukien sakset, antaminen lahjaksi on merkki siitä, että lahjan antaja haluaa lopettaa suhteen. (Martin & Chaney 2006, 40–42.) Italiassa puukko lahjana symboloi verikostoa, ja Japanissa se tulkitaan käskyksi tehdä itsemurha. (Hakala 2010, 63.) Nenäliina yhdistetään suruun Etelä-Amerikassa ja monissa muissa kulttuureissa. Italiassa rintakoru ei sovellu lahjaksi, koska se yhdistetään suruun (Hakala 2010, 63). Alkoholi ja sikoihin ja koiriin liittyvät lahjat ovat kiellettyjä islamilaisissa kulttuureissa, ja lehmännahasta tehdyt tuotteet ovat epäsopivia Intiassa, koska lehmä on pyhä eläin. (Martin & Chaney 2006, 40–42).

Pöytäkello on Kiinassa huonon onnen symboli, koska sen äänneasu yhdistetään kuolemaan. Kiinassa ilmaisu ”pitää vihreää hattua” tulkitaan merkiksi uskottomasta puolisosta, joten vihreää väriä on syytä välttää (SunGlobe Oy). Toisaalta vihreä on myös luottamuksen ja onnen jumalan väri.

Solmio on yleinen lahja Suomessa, mutta moniin maihin se ei sovellu henkilökohtaisuutensa vuoksi. Arabimaihin solmio ei myöskään sovi. (Hakala 2010. 63). Esimerkiksi Jemenissä solmion asemesta käytetään asusteena perinteistä tikaria, jambiyaa, jota kannetaan vyöllä, joten solmiolle ei ole tarvetta.

Euroopassa liikelahjoja ei anneta ensimmäisellä tapaamisella. Lahja on hyvä antaa esimerkiksi vasta kun sopimus on solmittu. Yllätyslahjat ovat eurooppalaisille mieluisia ja persoonalliset lahjat suosittuja. Lahja ei saa olla liian halpa tai yrityksen logolla näyttävästi merkitty. Keski-Euroopassa pidetään elintarvikkeista liikelahjoina. Suomalaisia herkkuja, kuten poro- ja kalajalosteita, hyytelöitä ja hilloja pidetään eksoottisina, ja ne ovatkin hyviä lahjaideoita. (SunGlobe Oy.)

Yhdysvalloissa yrityksillä voi olla tarkat säännöt liikelahjojen vastaanottamisesta. Lahjan on tärkeä osoittaa hyvää makua. Lahjan henkilökohtainen viesti on sisältöä tärkeämpi. Liikelahja annetaan yleensä neuvotteluiden jälkeen, esimerkiksi päivällisellä tai muissa sosiaalisissa tilaisuuksissa. Henkilökohtaiset lahjat annetaan vastaanottajalle kahden kesken. Vastalahja voidaan antaa vasta seuraavalla tapaamisella tai se voidaan lähettää kotiin. Joululahja on merkki ystävydestä. Yrityksen tuotteita ja sen toimintaan liittyviä lahjoja arvostetaan, kuten myös vierailijan kotimaan tuotteita. Mainoslahjat ja muut logolla merkityt lahjat koetaan loukkaaviksi. (SunGlobe Oy.)

Venäjällä liikelahjoja annetaan paljon. Liikeneuvotteluihinkin viedään pieniä lahjoja ja niiden antaminen onnistuneiden neuvotteluiden jälkeen on sallittua. Venäläisille soveltuvia lahjoja ovat myös mainoslahjat. Lahjan vastaanottamisesta kieltäytyminen on hyvin loukkaavaa. Lahjan antaja odottaa usein vastalahjaa ja sen on hyvä olla yleinen eikä henkilökohtainen. Lahjat on usein tarkoitettu koko yritykselle. Ellei vastalahjan antamiseen ole varauduttu, pitää luvata palata asiaan myöhemmin ja toimittaa lahja jälkikäteen. Jos venäläiselle halutaan antaa henkilökohtainen lahja, sitä ei anneta julkisesti, ellei kaikille läsnä oleville ole samanarvoisia lahjoja jaettavaksi (Hakala 2010, 62, 131).

5.3 Kulttuurien arvojärjestelmät

Geert Hofstede on jaotellut kulttuurit neljän ulottuvuuden mukaan. Ulottuvuudet ovat valtaetäisyys, epävarmuuden välttäminen, yhteisöllisyys - yksilöllisyys ja maskuliinisuus - feminiinisyys. Hofsteden alkuperäiseen malliin on myöhemmin lisätty kaksi ulottuvuutta, lyhyen - pitkän tähtäimen orientaatio ja suvaitsevaisuus - pidättyväisyys (The Hofstede Centre). Kulttuuripiirteitä mitataan indeksillä. Mitä korkeampi luku, sitä enemmän kulttuurissa on kyseistä piirrettä. Eri ulottuvuuksia tarkastelemalla on mahdollista ymmärtää eri kulttuurien toimintatapoja ja kulttuuripiirteisiin vaikuttavia arvoja.

Valtaetäisyys tarkoittaa sitä, kuinka hyvin kulttuuri hyväksyy vallan epätasaisen jakautumisen. Suuren valtaetäisyyden maissa hyväksytään hierarkia ja kunnioitetaan vanhempia ihmisiä. Ikää arvostetaan, ja johtotason toimijoilla on etuoikeuksia ja heitä on vaikeaa lähestyä. Statussymbolit ja arvoaseman tunnukset ovat tärkeitä. Esimerkkinä suuresta valtaetäisyydestä ovat Venäjä, Aasian ja Etelä-Amerikan maat. Pieni valtaetäisyys tarkoittaa sitä, että maassa ei kunnioiteta statusta ja valtaa paljoakaan. Pienen valtaetäisyyden maissa on tasa-arvoiset oikeudet yhteiskunnallisesta asemasta, sukupuolesta ja iästä riippumatta. Valtaapitäviä on helppo lähestyä ja johtaja kuuntelee alaistensa mielipiteitä. Esimerkiksi Pohjoismaat ovat tällaisia. (Hakala 2010. 112–114).

Epävarmuuden välttäminen ilmenee tarpeena ennakoida yllättäviä tilanteita, ja menettelytavoista on oltava selkeät säännöt. Tuntematon tilanne on hankala ennakoida ja aiheuttaa stressiä. Erilaisuus on näille kulttuureille vaarallinen ominaisuus, ja poikkeava käytös tai poikkeavat ajatukset ovat väärin. Uudistuksista ei pidetä, ja yhteiskunta rakentuu tarkkojen lakien ja määräysten varaan. Tällaisia maita ovat Japani ja Venäjä. Epävarmuutta sietäviä maita ovat Ruotsi, Tanska ja Iso-Britannia. Epävarmuuden sietäminen on osa normaalia elämää, ja erilaisuus koetaan mielenkiintoisena ja hyväksyttynä. Poikkeavat ajatukset ja käyttäytyminen ovat siedettyjä, ja uudistuksiin suhtaudutaan innokkaasti. (Hakala 2010. 112–114).

Yhteisöllisessä kulttuurissa yksilö on aina jonkin ryhmän osa. Perhe, työyhteisö, ammattikunta, yritys ja kotipaikka vaikuttavat aina yksilöön. Ihmissuhteet ovat tärkeitä, ja yksityiselämään on sallittua puuttua. Yhteisöllinen kulttuuri pyrkii harmoniaan. Kasvojen menetys on häpeällistä koko ryhmälle. Lähiyhteisön etu on tärkeää esimer-

kiksi ylennyksiä jaettaessa. Yhteisöllisiä kulttuureja ovat esimerkiksi Aasian maat, Väli- ja Etelä-Amerikka, arabimaat ja Venäjä. Yksilöllinen kulttuuri korostaa yksilön etua. Yritykset pyrkivät nopeaan voittoon, ja talous edistää yksilön etuja. Tärkeämpää on suorittaa annettu tehtävä kuin ylläpitää suhteita. Mielenpitoisuuden ilmaisuun kannustetaan, se on oikeus ja jopa velvollisuus. Yksilöllisiä kulttuureja ovat Yhdysvallat, Iso-Britannia ja Pohjoismaat. (Hakala 2010. 112–114).

Kulttuurit, joissa maskuliinisuus on korkea, ovat arvoiltaan kovia. Arvoina ovat silloin itsensä korostus, isopalkkaisuus, tunnukset ja saavutukset. Aineelliset hyödykkeet, kuten raha, ovat arvostettuja. Uralla eteneminen on tärkeää. Korkean maskuliinisuuden maissa miesten etuoikeudet korostuvat, ja säännöt ja normit määrittävät elämää. Suoritusyhteiskunta on ihannoitu, ja johtajat ovat vahvoja. Miehet elävät perheelleen, ja heidän pitää pystyä huolehtimaan perheen toimeentulosta. Esimerkiksi Japani, Kiina ja Italia ovat korkean maskuliinisuuden maita. Feminiiniset kulttuurit ovat arvoiltaan pehmeitä, ja maskuliinisuus on vähäistä. Feminiinisissä kulttuureissa ihmiset ovat tärkeitä, ja suhteiden säilyttämiseen pyritään. Sekä miehet että naiset huolehtivat perheen toimeentulosta, ja ovat tasa-arvoisia. Johtajat pyrkivät ymmärtämään työntekijöitään, ja ihanteena on hyvinvointiyhteiskunta. Työllä halutaan ansaita toimeentulo, ja yhteistyökyky on arvostettua. Esimerkiksi Suomi ja muut Pohjoismaat ovat feminiinisiä kulttuureja. (Hakala 2010. 112–114).

6 UUDEN LAHJAN IDEOINTI

Uuden liikelahjan täytyy soveltua mahdollisimman monelle vastaanottajalle. Liikelahjayrityksiä on Suomessa rajattu määrä, joten hyväksi havaittu liikelahja ei ole räätälöitynäkin uniikki. Esimerkiksi elintarvikkeissa samankaltaisuus muiden toimijoiden kanssa ei ole haitaksi, koska tuote on tarkoitettukin kulutettavaksi, mutta käyttöesineissä on syytä kiinnittää huomiota ainutlaatuisuuteen ja tuotteen osaltaan luomaan yrityskuvaan. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun muotoilun koulutusohjelmassa on toteutettu toimeksiantoina liikelahjoja eri yrityksille, joten koulun omaa osaamista voisi hyödyntää ja markkinoida opiskelijoiden suunnittelemissa ja toteuttamissa liikelahjoilla laajemminkin. Tässä luvussa määritellään, mistä hyvä liikelahja muodostuu, ja huomioidaan kulttuurisia tekijöitä sekä muita lahjojen valintaan liittyviä huomionarvoisia asioita. Uudet liikelahjaehdotukset on jaoteltu koulun omaan tuotantoon so-

veltuviin ehdotuksiin, ekologisiin ja käteviin liikelahjoihin, Kymenlaakson alueen tuotteisiin ja paikallisiin elintarvikkeisiin, jotka voisivat soveltua liikelahjoiksi.

6.1 Hyvän liikelahjan ominaisuudet

Hyvä liikelahja ottaa huomioon saajan harrastukset ja kiinnostukset. Lahja ei saa olla liian ylellinen eikä kuitenkaan liian henkilökohtainen. Lahjan on hyvä olla sekä käytännöllinen että tyylikäs. Materiaalin täytyy olla kunnollista ja tuotteen laadukas ja kestävä. Omaleimaisuus on hyväksi, kuten myös sopiminen yrityskuvaan. Lahjan on hyvä jäädä pitkäksi aikaa mieleen ja siinä on oltava ideaa. (Mikluha 2000, 43.)

Ulkomaille suunnattu liikelahja ei saa olla liian arvokas, mutta sen täytyy olla laadukas. Lahjan on hyvä olla ainutlaatuinen tai ainakin vastaanottajan maasta vaikeasti saatava. Käytännöllisyys ja hyödyllisyys ovat arvostettuja ominaisuuksia. Hyvä lahja muistuttaa lahjan antajan kotimaasta tai yrityksestä. Liikematkaajat arvostavat liikelahjojen keveyttä ja kuljettamisen helppoutta, joten tuotteen tulisi olla pieni, vähän tilaa vievä ja särkymätön. (Mikluha 2000, 43.)

Liikelahjoissa on hyvä ottaa huomioon myös ekologisuus ja eettisyys. Lahja on hyvä pakata mahdollisimman vähäiseen pakkausmateriaaliin, mutta pakkauksen esteettisyys täytyy huomioida osana lahjaa. Pakkauksen on säilytettävä lahja ehjänä ja siistinä vastaanottajalle asti. Lahjan tulisi olla kierrätettävä tai kierrätysmateriaalista, mutta edustavuus on tärkeää pitää kuitenkin mielessä.

Osassa liikelahjoja on huomioitava myös turvallisuus. Turvallisuus- ja kemikaaliviraston (TUKES) mukaan elinkeinonharjoittajalla on vastuu siitä, että tuotteet, jotka jaetaan tai tarjotaan vastikkeetta, ovat turvallisia. Tuotteiden ominaisuuksiin ja merkin­ töihin on kiinnitettävä huomiota. Tuote on joko testattava turvalliseksi tai tuotteesta on pyydettävä turvallisuuden todistavat asiakirjat sen valmistajalta. Tuotteessa on oltava myös käyttöohjeet suomeksi ja ruotsiksi. (TUKES 2011.) Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liikelahjat hankitaan liikelahjayrityksiltä ja suoraan valmistajilta, mutta jos liikelahjoina käytettäisiin esimerkiksi opiskelijoiden suunnittelemaa ja valmistamia tuotteita, pitäisi turvallisuus varmistaa.

6.2 Koulun oma tuotanto

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun nykyisenä liikelahjana jaetaan suomalaista musiikkia CD-levyillä. Kouvolan Kasarminmäen kampuksella toimiva Kasarminmäen Laulajat -kuoro on esiintynyt koulun tapahtumissa, mutta kuoron toiminta on ollut viime aikoina tauolla. Jos kuorotoimintaa organisoitaisiin enemmän, olisi mahdollista, että kuorolta syntyisi joskus oma levy ja sitä voisi jakaa liikelahjana.

Viestinnän ja muotoilun koulutusohjelmista syntyy opiskelijatöinä jatkuvasti erilaisia graafisia tuotoksia. Niistä voisi kehittää liikelahjoiksi sopivia taidejulisteita tai grafiikkantöitä, mutta valmiiksi kehystettyjen töiden kuljettaminen kansainvälisissä yhteyksissä voisi muodostua haasteeksi. Yhteistyökumppanien täytyisi myös arvostaa grafiikkaa ja taidetta, jotta liikelahjan arvo ymmärrettäisiin. Vastaanottajan taidemaku voi olla hankala selvittää, joten teokset soveltuvat lahjaksi vain hyvin tunnetuille liikekumppaneille. Opiskelijoiden tekijänoikeudet täytyisi myös huomioida asianmukaisesti. Kuvataiteen läänintaiteilija Sirpa Hynninen kannusti Kymen Sanomissa ihmisiä ostamaan lahjaksi taidetta ja tukemaan näin suomalaista työtä sekä luovan alan yrittäjää (Taideteos on uniikki lahja 2012).

Game Design eli pelisuunnittelu on muotoilun koulutusohjelman osa, josta valmistuu osajia pelialan tarpeisiin. Alan osaamista voitaisiin tuoda esille myös liikelahjana, jos valmistuvia töitä, kuten pelidemoja, koottaisiin muistitikulle tai muulle tallennusvälineelle, ja mukaan liitettäisiin esimerkiksi sähköisessä muodossa oleva esite.

Patavahti eli kattilan ja kannen väliin asetettava pidike, joka estää kattilassa olevan keitoksen kuohumisen liedelle, on mahdollista valmistaa kokonaan suomalaisesta puusta. Suunnittelu voi olla lennokastakin, ja materiaalina puu mahdollistaisi kierrätysmateriaalin tai ylijäämäpalojen käytön. Liikelahjaksi pelkkä patavahti on melkoisen pieni, mutta mainoslahjaksi tai osaksi liikelahjaa se voisi sopia hyvin.

Kouvolaan tai Kotkaan vierailulle tuleville yhteistyökumppaneille voisi suunnitella paketillisen alueen yritysten kanssa yhteistyössä sovittuja alennuskuponkeja, jotka mahdollistaisivat omatoimisen tutustumisen alueeseen ja alueen yrityksiin. Opiskelijakunta Klaani voisi sopia yhteistyöstä yritysten kanssa, koska Klaani järjestee jo opiskelijaedut. Yhteistyötä voitaisiin tehdä esimerkiksi Kouvolan Ydinkeskusta ry:n ja Kotkan Yrittäjät ry:n kanssa. Kaupunkipyöräjärjestelmistä ja Mikkelin ammattikor-

keakoulun maksuttomista kampuspyöristä voitaisiin ottaa mallia, ja tarjota Kouvolaan ja Kotkaan tuleville yhteistyökumppaneille mahdollisuus tutustua kaupunkiin pyöräillen.

Kymenlaakson alueen toimijoiden kanssa voitaisiin kehittää yhteistyössä uusi liikelahjaidea. Esimerkiksi Kouvola Innovation, Kotkan – Haminan seudun kehittämissyhtiö Cursor, Kymenlaakson Kauppakamari, Kymen Yrittäjät ry ja Kaakkois-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus saattaisivat tietää sopivia yhteistyökumppaneita.

6.3 Ekologiset lahjat

Moni yritys ja yhteisö on päättänyt ottamaan mainoslahjavalikoimaansa kankaasta tai kuitukankaasta valmistettuja ekokasseja. Kassin kyljessä yrityksen logo tai slogan pääsee hyvin esille, ja ekokassin onnistunut visuaalinen ilme jatkaa alun perin mainosmateriaalina toimineen kassin käyttöikää sekä lisää yrityksen tunnettavuutta. Puuvillaista uutena hankittua kestokassia täytyy käyttää ahkerasti, että sen ilmastovaikutus neutraloituisi, mutta kierrätysmateriaalin ja kuitukankaan ilmastovaikutus on pienempi. Ellei kasseja haluta suunnitella itse, yritykset valmistavat liikelahjoiksi sopivia tuotteita. Esimerkiksi Ticket To The Moon valmistaa laskuvarjokankaasta ostoskassia, riippumattoja ja frisbeitä. Ostoskasseista on saatavilla esimerkiksi avaimenperäksi taittuva versio.

Suomalainen tekstiilialan yritys Globe Hope käyttää tuotteidensa materiaalina kierrätettyjä tekstiilejä. Materiaaliksi soveltuvat esimerkiksi mainoslippukangas, käytöstä poistetut julisteet, tietokoneiden piirilevyt ja käytöstä poistettujen näppäimistöjen näppäimet. Kierrätetystä materiaalista tehdään muun muassa laukkuja, koruja ja toimistotarvikkeita. (Globe Hope.) Kymenlaakson ammattikorkeakoulua markkinoidaan muun muassa messuilla ja mainosbannereilla, joten materiaalia kierrätettyihin liikelahjoihin löytyisi omasta takaa. Tietotekniikkaakin uusitaan tasaisin väliajoin.

Globe Hope tarjoaa mahdollisuuden tuotteidensa personointiin. Yrityksen tuotevalikoimaan kuuluu esimerkiksi Suomen kartan muotoisia piirilevystä tehtyjä avaimenperiä, rintakoruja ja magneetteja. (Globe Hope.) Tuotteita pystyisi personoimaan esimerkiksi merkitsemällä karttaan ammattikorkeakoulun toimipisteet. Jos Suomen kartta koetaan liian laajaksi, voisi Kymenlaakson alueen mallisen piirilevykorunkin kehittel-

lä. Yritys tekee vanhoista vetoketjuista rintarosseja, joista saisi koulun tunnusväriä vihreää ja esimerkiksi valkoista hyödyntäen yritysilmeeeseen sopivia.

Monet yritykset valmistavat tuotteita kierrätetystä lasista. Esimerkiksi joensuulaisen Ipaxin ECO kolmio-korvakorut soveltuisivat hyvin värinsä puolesta ammattikorkeakoulun liikelahjaksi, mutta muut yrityksen tuotteista eivät osoita mielestäni erityisen hyvää makua. (Hyväntekijä 2013.) Kierrätyslasiä liikelahjamateriaalina voisi kuitenkin hyödyntää.

Bambu on nopeakasvuinen ja kevyt materiaali. Liikelahjayritysten valikoimissa on muun muassa bambuisia muistitikkuja, laskimia ja avainnauhoja. Mainoskynät valmistetaan usein muovista, vaikka puisia vaihtoehtojakin olisi. Puu on myös miellyttävän tuntuinen materiaali. Esimerkiksi suomalainen OGG Finland on keskittynyt ympäristöystävällisiin toimistotarvikkeisiin ja liikelahjoihin. Muidenkin yritysten valikoimista ekologisia tuotteita löytyy. Materiaalien olisi hyvä olla suomalaisia, koska Kymenlaakson ammattikorkeakoulu pyrkii suosimaan paikallisia ja suomalaisia tuotteita.

Vedensäästöön on kehitelty monenlaisia liikelahjoja ja mainoslahjoja. Esimerkiksi hanaan asetettava vedensäännöstellijä ja suihkussa käytettävä tiimalasimallinen ajastin auttavat vedenkulutuksen havainnoinnissa sekä vähentämisessä. Ympäristötekoihin kannustava liikelahja kertoo yrityksen vastuullisuudesta, mutta jos yrityksessä ei toimita ollenkaan ympäristöä säästävasti, on mielestäni kyse vain viherpesusta. Tärkeää on miettiä, soveltuuko tällainen lahja yrityksen arvoihin.

Kouvolan ja Kotkan eläinsuojeluyhdistykset tarjoavat yksityishenkilöille mahdollisuuden tukea toimintaansa joko lahjoituksin tai toimimalla eläinkummina. Yhdistykset toimivat vapaaehtoisvoimin, joten voisi kuvitella, että yritysten lahjoitukset tai kummitoiminta sopisivat myös niille. Liikelahjaksikin eläinkummitoiminta saattaisi soveltua, koska se ei vaadi kummilta toimenpiteitä, ellei eläimen vaiheita haluta seurata jatkossa. Olettaisin, että löytöeläintoiminnan tukemisesta ei loukkaantuisi kukaan ainaakaan organisaationsa nimissä.

Erilaisilla kehitysapu- ja hyväntekeväisyysjärjestöillä on omia aineettomiin lahjoihin ja hyväntekeväisyyslahjoihin keskittyneitä palveluita. Esimerkiksi joululahjana on mahdollista tukea WWF:n työtä suomalaisen luonnon, kuten Itämeren tai saimaannor-

pan suojelussa. Lahjaksi on mahdollista hankkia myös vuohi, lehmä tai koulutus kehitysmaihin. Erikoisempiin lahjoihin lukeutuu muun muassa Käymäläseura Huussi ry:n mahdollisuus lahjoittaa kuivakäymälä tai käymälätarvikkeita Sambiaan.

Monet hyväntekeväisyyslahjoja markkinoivat yhdistykset tai toimijat ovat uskonnollisävytteisiä järjestöjä. On mahdollista, että lahjoitetut varat menevät myös lähetystyöhön. Liikelahjaksi hyväntekeväisyyslahjaa harkitsevan pitäisi huomioida lahjansaa- jaorganisaation arvot, ettei lahja muutu loukkaukseksi. Isojen järjestöjen toiminnan kulut ovat usein suuria, eivätkä lahjoitetut varat päädy kaikissa järjestöissä aiottuun kohteeseen. Yhteistyökumppaniksi olisi hyvä valita mahdollisimman läpinäkyvästi toimiva yhdistys. Esimerkiksi KEPA ry:n sivuilta löytyy lista eettisiä joululahjoja tarjoavista yrityksistä ja yhteisöistä (KEPA ry). Maissa, joissa liikelahjojen saaminen on statussymboli ja niitä arvostetaan, ei välttämättä ymmärretä aineettoman liikelahjan arvoa. Jos lahja välitetään uskonnollisen järjestön kautta, on eriuskoisen liikekumppanin loukkaantuminen taattu. Vastaanottaja pitäisi siis tuntea hyvin ja tietää hänen arvostavan kehitysyhteistyötä.

Majamoo Oy valmistaa muun muassa koivuvanerisia kattaustuotteita kehittämällään tekniikalla, joka mahdollistaa tuotteiden valmistamisen ilman näkyviä saumoja (Majamoo). Tuotteiden keveys ja aaltomaiset muodot soveltuisivat hyvin liikelahjoiksi. Majamoo tekee yhteistyötä lappeenrantalaisen CWP Coloured Wood Products Oy:n kanssa (CWP Coloured Wood Products Oy). CWP Oy:n Koivio-kori ja Onnellinenpuumuna ovat jo Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liikelahjavalikoimassa.

Lapuan Kankurit valmistaa esimerkiksi pellavasta ja villasta erilaisia tekstiilejä. Yritys tarjoaa myös yksilöllisiä liikelahjaksi soveltuvia tuotteita ja liikelahjakortteja, joita käyttämällä lahjan saaja voi itse valita haluamansa tuotteen. Yritys tarjoaa liikelahjoille paketointipalvelun ja mahdollisuuden toimittaa tuotteet suoraan lahjan saajalle. (Lapuan Kankurit.)

Jokipiin Pellavan kaikki tuotteet voidaan personoida yrityksen ilmeen mukaisiksi. Yritys tarjoaa pakkaus- ja toimituspalvelun myös suoraan lahjan saajalle. (Jokipiin Pellava.) Pellava on mielestäni liikelahjoihin hyvin soveltuva materiaali. Se on keveytensä vuoksi helppo kuljettaa mukana ja laadukkaasti tehdyissä tuotteissa puuvillaa yleisemmän oloista. Suomalaisille luonnonväriset pellavatuotteet voivat tuoda mieleen virolaiset matkamuistot, mutta materiaalia pystyy myös värjäämään.

Monet kaupunkilaiset ovat innostuneet kasvattamaan erilaisia yrttejä ja hyötykasveja parvekkeilla ja ikkunalaudoilla. On olemassa erilaisia istutusastioita ja valmiita kasvatuspaketteja, joita voisi hyödyntää myös liikelahjana. Joidenkin liikelahjayritysten valikoimista löytyy kasvien siemeniä omalla pakkauksella personoituna. Ne voisivat soveltua mainoslahjoiksi, koska siemenet eivät ole vielä yleistyneet mainoslahjoina liikaa.

Yleisesti annettuja liikelahjoja Suomessa ovat alkoholipullot. Yritykset antavat joululahjoiksi viinipulloja ja merkkipäivälahjoiksi viskiä tai konjakkia. Heidi Korhosen opinnäytetyönään suunnittelema ekologinen liikelahja Kouvolan kaupungille sisälsi linnunpöntön ja viinipullon etiketin. (Korhonen 2010.) Nykyään alkoholista kieltäytyminen on yleistynyt Suomessakin, joten esimerkiksi viinipullon antaminen liikelahjana absolutistille voi olla loukkaavaa. Pullon etiketti sinänsä on hyvä tapa personoida lahjaksi annettava tuote. Suomalainen erikoisuus, mahla, olisi mielestäni hyvä valinta liikelahjapullon sisällöksi. Koivusokeria eli ksylitolia sisältävää mahlaa on perinteisesti kerätty vain omiin tarpeisiin, koska se ei säily hyvin, mutta kaupalliset toimijat, kuten Nordic Koivu, ovat onnistuneet kehittämään myös kaupan hyllylle soveltuvan tavan säilöä mahlaa. Yrityksen tuotannosta suurin osa menee vientiin. (Nordic Koivu.)

Ilomantsilainen Hermannin Viinitila valmistaa kuohuviinejä, viinejä, liköörejä ja viinoja suomalaisista marjoista. Yritys tarjoaa tuotteiden personointia omalla etiketillä. (Hermannin Viinitila.) Suomalaiset maut saattavat olla liian erikoisia ulkomaille suunnatuiksi liikelahjoiksi, mutta suomalaisille pienten yritysten tuotteet saattavat soveltua paremmin. Alkoholin antamista lahjaksi kannattaa harkita kuitenkin tarkoin.

6.4 Kätevät lahjat

Liikelahjaksi soveltuvat myös hyödylliset lahjat. Autoa työssään tarvitseva arvostaisi varmaan kunnollista jääraappaa ja lumiharjaa, koska ne ovat kuluvia esineitä. Pienikokoinen ensiapulaukku on hyvä lahja paljon matkustavalle, sillä vahinkoihin on hyvä varautua etukäteen. Ensiapulaukusta voisi kehitellä kokousversion varakynineen, tahrannoistoliinoineen ja vaikkapa energiajuomatabletteineen. Sammutuspeitteille on suunniteltu perinteisen punaisen suojapussin oheen erilaisia sisustukseen soveltuvia suojapusseja, joihin pakattuna peite soveltuu myös liikelahjaksi.

Monissa töissä on tärkeää olla koko ajan tavoitettavissa, joten pattereilla toimiva matkapuhelimen hätälaturi saattaisi olla hyödyllinen. Paljon matkustavalle korvatulpat, silmäsuoja ja niskatyyny mukaan käsimatkatavaroihin soveltuvassa koossa ovat hyvää liikelahja.

Laadukas taskulamppu on monelle vastaanottajalle soveltuva lahja, joka on pienikokoisuutensa vuoksi helppo kuljettaa mukana. Lamputta on olemassa myös veivaamalla ladattavia ja usb-portista virtansa ottavia malleja. Jos lamppu vaatii toimiakseen pattereita, on syytä huomioida, että ne ovat yleisesti saatavilla olevaa mallia ja mieluummin vielä kohtuuhintaisia.

Lattiat ovat usein viileitä, ja vieraassa paikassa siisteystaso voi poiketa totutusta. Tohvelit tai aamutossut soveltuvat moneen kulttuuriin ja niistä voisi personoida yrityksen näköiset esimerkiksi logopohjalla. Liukuestesukissa on liukumista estävästä materiaalista tehty pohjakuviointi, jossa logoa voisi hyödyntää. Pitää kuitenkin miettiä, onko yrityksen oman logon muokkaaminen tallottavaksi kuitenkaan suotavaa.

Talvella lämpimistä maista ensimmäistä kertaa tuleville voitaisiin kehittää tervetuloa Suomeen -paketti, jossa voisi olla patterikäyttöiset kädenlämmittimet ja esimerkiksi villasukat ja esitteitä.

CamelBak valmistaa värikkäitä juomapulloja, joista on mahdollista juoda pystyasennossa pillin ja suukappaleen ansiosta. Pullo on helppo puhdistaa ja soveltuu useimpiin mukitelineisiin. Materiaali on laadukasta, eikä siitä tartu makua tai hajuja pullossa olevaan nesteeseen. (Talenco Trading Oy.)

Ruotsalaisen Sagaformin Suomi-kulho ja leikkuulauta soveltuvat sekä suomalaisille että ulkomaalaisille liikelahjaksi. Kulhon sisälle voi personoida irrotettavan kartan, jossa näkyy esimerkiksi yrityksen toimipisteiden sijainti ja perustietoja Suomesta. (Sagaform 2013.)

6.5 Kymenlaakson alue

Suomen maakunnilla on omia maakuntatunnuksia ja vaakunoita. Kymenlaakson maakuntakala on kuha, maakuntakukka kurjenmieikka, maakuntalintu punatulkku, maa-

kuntakivi rapakivi, maakuntanisäkäs saukko ja maakuntapuu tervaleppä. (Finnica Kymenlaakso 2004.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liikelahjoissa hyödynnetään jo nyt suomalaista puuta, joten tervaleppää voisi harkita uusien puutuotteiden materiaaliksi. Puusta ja muusta materiaalista voidaan tehdä myös uudenlaisia komposiittimateriaaleja, joista on mahdollista muotoilla tuotteita, johon pelkkä puu ei taivu. Rapakivi materiaalina ei kuulosta kovin hienolta, mutta graniitteihin kuuluva punertava kivilaji voisi soveltua pienten liikelahjojen materiaaliksi tai osaksi sitä.

Kurjenmiekkää hyödynnetään KyAMK:n ansiomerkkien lisäksi Kouvolan kaupungin pr-tuotteissa. Tuotteet on suunnitellut Anu Pentik ja kurjenmiekkä toimii niiden koristekuviona. Tuoteperheeseen kuuluu muki, kulho, lautanen ja seinälaatta. (Kurjenmiekat kukkivat Kouvolan pr-tuotteissa 2012.)

Pentik Oy:n keramiikkastudio sijaitsee Posiolla, mutta yrityksellä on tehtaanmyymälä muun muassa Kuusankoskella. Yritys tarjoaa räätälöityjä tuotteita yrityskäyttöön oman valikoimansa lisäksi. Pentik on tunnettu myös poroiheisista tuotteistaan, kuten kynttilänjaloista. (Pentik Yritysmyynti).

Vaikka poroja onkin vain Pohjois-Suomessa, myydään suomalaisissa matkamüstyömyymälöissä Hangosta Utsjoelle poroiheista tavaraa. Ulkomaisille yhteistyökumppaneille voisi harkita suomalaisuuteen liittyväksi miellettyjä poroiheisiä tuotteita. Poroihe on mielestäni liian lappilainen Etelä-Suomeen, mutta mielenkiintoisempi hirvi-vaara-varoituserkki on ulkomaalaisille eksoottinen kyltti, joka on myös tuotteistettu onnistuneesti.

Hirviiheisistä tuotteista esimerkkinä löytyy joensuulainen Matelin Lahja-aitta, joka käyttää printtinä tuotteissaan laajasti Suomeen levittäytynyttä hirveä (Matelin lahja-aitta). Mielestäni hirvi on suomalaisille yhteistyökumppaneillekin poroa sopivampi kuvitus. Tosin hirven kanssa kolaroinut ei välttämättä arvosta hirviiheisiä tuotteita.

Iitin käsityöläisten Uusia tuulia käsityörittämiseen -hankkeessa etsittiin matkamüstyökilpailu Muiston avulla uusia matkamüstyöjä, jotka soveltuisivat myös liikelahjoiksi. Kilpailutöiden täytyi liittyä iittiläiseen tai pohjoiskymenlaaksolaiseen luontoon, perinteeseen, historiaan tai nykypäivään. (Matkamüstyökisa etsii liikelahjoja Iitissä 2013.)

Järvenpään kaupunki järjesti kilpailun, jossa etsittiin kaupungin liikelahjoiksi soveltuvia lapasia. Nimikkolapasten täytyi kuvata kaupunkia ja voittajatyöstä oli tarkoituksena tehdä sekä liikelahja että paketti, joka sisältää lapasten neulomiseen tarvittavat materiaalit ja ohjeet. Lapasilla haluttiin tukea myös paikallisia käsityöyrittäjiä, jotka voisivat neuloa lapasia kaupungin tarpeisiin. Käsityöammattilaisten neulontatyön hinta on kallista, joten suunniteltiin myös neulontapiirien käyttämistä lapasten neulomisapuna (Nimikkolapasta Järvenpään arvolahja 2013). Jos Kymenlaakson ammattikorkeakoulusta löytyisi innokkaita neulojia neulomaan lapasia koulun liikelahjaksi, jäisi ainoastaan materiaalien hankinta koulun kustannettavaksi. Esimerkiksi neulontakahvilan järjestäminen voisi onnistua yhteistyössä Kaunisnurmen museokorttelin toimijoiden kanssa.

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun muotoilun toimialalla järjestetään jo nyt yhteistyökumppanien kilpailuja ja tuotteiden suunnittelukilpailuja, joten voisi miettiä soveltaisiko liikelahjan ideoiminen kilpailuksi. Kilpailussa pitäisi olla palkintona muutakin kuin opintopisteitä, ettei opiskelijoita käytettäisi ilmaistyövoimana. Toisaalta menestyksekkäät kilpailutyöt ja aktiivisuus opiskeluaikana auttavat työllistymisessä ja toimivat hyvänä markkinointikeinona.

6.6 Paikallisruoka

Kymenlaaksossa on paljon ruoka-alan yrityksiä. Suurin osa niistä on leipomoita, mutta myös juustoja, liha- ja kalajalosteita, mehuja, hilloja ja viinejä tuotetaan. Lähellä tuotetun ruoan arvostus on noussut viime vuosina. Oman maakunnan maut soveltuvat myös liikelahjoiksi. (Kymenlaakso on lähiruoan mekka 2011.)

Erityisesti suomalainen liikelahja on jouluisin annettava herkkukori. Koriin kerätään perinteisesti joulupöytää täydentäviä tuotteita, mutta glögin ja pipareiden ohelle voisi kehittää paikallisemmankin version. Ulkomaille elintarvikkeita vietäessä on syytä selvittää maakohtaiset tullimääräykset ja huomioida tuotteiden säilyvyys. Kaikissa maissa suomalaisia makuja ei välttämättä arvosteta, joten lahjan vastaanottajan maku olisi hyvä tuntea ennalta. Allergiat ja ruokarajoitteet on syytä huomioida. Laktoosi-intoleranssi on esimerkiksi hyvin yleinen Aasiassa.

Moni paikallinen yritys tuottaa erilaisia hilloja ja marjatuotteita. Ne soveltuvat monen kulttuuriin ja ovat ulkomaalaisille hyvin eksoottisia ja suomalaisia tuotteita. Isoja

hillopurkkeja ei kovin montaa matkalaukussa kuljeteta, mutta pakastekuivatut tai jauhetut luonnonantimet voisivat soveltua hyvinkin liikelahjoiksi. Suomalaisille yhteistyökumppaneille lahjoitettaviksi soveltuisivat lähitilojen mehut omalla etiketillä personoituna.

Suomalainen hunaja ja hunajatuotteet myydään usein paikallisesti. Luumäellä toimiva Mannerin hunajatuotteet valmistaa hunajaa ja jalostaa siitä erilaisia elintarvikkeita ja tuotteita. (Mannerin hunajatuotteet) Hunaja ei sovellu esimerkiksi vegaaniseen ruokavaliioon eikä kosher-säädöksiä noudattaville.

Kymenlaaksossa on paljon leipomoalan yrityksiä. Muun muassa Korian leipomo, Lapinjärven leipomo, Leipomo J. Martin, Pyhtään kotileipä ja Peltolan leipomo ovat pieniä paikallisia leipomoita. Tuoretuotteiden kuljettamisessa pitää huomioida tullisäädökset ja tuotteiden säilyvyys. Suomalaisille yhteistyökumppaneille ja Suomeen saapuville yhteistyökumppaneille paikallisia leipomotuotteita voisi harkita liikelahjoiksi.

Kymenlaaksossa tuotetaan myös leivän lisäksi vihanneksia, juureksia, kalaa, kananmunia ja lihatuotteita. Näiden tuotteiden säilyvyys vaihtelee ja soveltuvuutta liikelahjoiksi pitää punnita tarkkaan, mutta paikallisia erikoisuuksia säilyketuotteina voitaisiin myös harkita kansainvälisiin yhteyksiinkin.

Kouvolan Lakritsi Oy ja Lakumesta Oy valmistavat lakritsia, toffeita ja marmeladeja. Lakumesta Oy:llä on tuotevalikoimassaan valmiiksi kasattu tuotepaketti, joka sisältää laajan valikoiman yrityksen makeisia (Lakumesta Oy). Kymenlaakson ammattikorkeakoulu tekee jo yhteistyötä Kouvolan Lakritsin kanssa, mutta yhteistyötä voitaisiin laajentaa muihinkin tuotteisiin kuin lakritsiin. Lakritsi ja salmiakki ovat suomalaisten suosimia makeisia, jotka saattavat herättää ulkomaalaisissa ihmetystä voimakkaan makunsa ansiosta. Lakritsikasvia käytetään osana yskänlääkkeitä, mutta makeiseksi sitä ei yleensä mielletä. Paikallisista elintarvikkeiden valmistajista on mahdollista hakea tietoa osoitteesta www.aitojamakuja.fi.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUSAIHEET

Opinnäytetyöstä ei selviä lahjoja jakavan henkilökunnan mielipiteitä uusista ideoista. Henkilökunnan mielipiteiden selvittäminen olisi voinut olla hyväksi, koska osa ideoistani oli melkoisen lennokkaita. Toiveita uudesta lahjasta voisi kartoittaa, jos lahjaa

lähdetään suunnittelemaan muotoilun työnä. Maakohtaisia liikelahjakäytäntöjä olisi voinut selvittää laajemmin, mutta Kymenlaakson ammattikorkeakoululla on kansainvälisiä suhteita todella monessa maassa, eli työstä olisi tullut liian laaja. Kattavia liikelahjaoppaita on lukuisia, joten niiden tietojen avulla pärjää hyvin kansainvälisessä ympäristössä.

Työssä käytetyt lähteet ovat laajasti käytettyjä liikelahja- ja tapakulttuurioppaita, joita on päivitetty tasaisin väliajoin. Lähteinä olen käyttänyt lisäksi lakeja ja suosituksia perustellakseni liikelahjoiksi sopivien tuotteiden sopivuutta. Omien ideoideni lisäksi työssä esitellään eri liikelahjayritysten tuotteita, jotka soveltuvat määrittelemiini liikelahjakriteereihin. Työ tutkii liikelahjoja Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa, joten lähteinä on käytetty koulun sivujen materiaalia ja henkilökunnalle suunnattuja ohjeita. Koulun liikelahjat valitaan näiden ohjeiden mukaan, joten lähteet ovat ainakin tässä osuudessa luotettavia.

Yhden kaikille sopivan lahjan ideointi on mielestäni mahdotonta. Nykyisen liikelahjavalikoiman kaltainen, monia erilaisia ja erihintaisia tuotteita sisältävä valikoima antaa mahdollisuuden valita jokaiselle vastaanottajalle parhaiten soveltuvan lahjan. Annetuista lahjoista kerätään listaa liikelahjakaappien oviin, mutta listan päivittämistä sähköiseen muotoon ja listan pitämistä saaduista lahjoista voisi harkita, jos resurssit riittävät.

Mielipiteitä nykyisistä liikelahjoista voisi selvittää joko henkilökunnalta tai yhteistyökumppaneilta. Tosin lahjan antaminen ja kyselyn lähettäminen heti perään voi vaikuttaa hieman kummalliselta, joten kysely yhteistyökumppaneille pitäisi tehdä enemmänkin Kymenlaakson ammattikorkeakoulun imago tutkimuksena, ja yhdistää siihen kysymys tai kysymyksiä liikelahjoista. Laajempi kokonaisuus voisi palvella osaltaan monenlaisia opinnäytetöitä.

Tässä opinnäytetyössä syntyneitä ideoita voisi viedä muotoilun osaamisalan kanssa eteenpäin käytännön tasolla. Liikelahjoille määriteltyjen kriteerien pohjalta voisi lähteä suunnittelemaan uutta liikelahjaa esimerkiksi opinnäytetyönä tai muuna toimeksiantona. Kasarminmäen kampuksen monialaista osaamista tulisi näin hyödynnettyä.

Liikelahjoja työssään vastaanottava Kymenlaakson ammattikorkeakoulun henkilökunta voisi kertoa mielestään hyvistä liikelahjoista, ja tätä tietoa voitaisiin hyödyntää

myös oman organisaation lahjojen miettimisessä. Benchmarking eli vertailu alan parhaaseen käytäntöön auttaa ymmärtämään oman organisaation toimintaa, mutta pitää huomioida, ettei muilta oppiminen mene ideoiden varastamiseksi. Hyvistä lahjoista pitäisi muuttaa muutakin kuin väri.

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu ja Mikkelin ammattikorkeakoulu yhdistivät hallintoaan ja toimintojaan uudeksi osakeyhtiöksi, Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu Oy:ksi. Suomen nykyinen hallitus haluaa selkeyttää korkeakoulujärjestelmää ja muodostaa suurempia koulutusyksiköitä, joten vielä erillisinä oppilaitoksina toimivat koulut saatetaan jossain välissä yhdistää, jos nykyinen käytäntö jatkuu. Koulujen yhdistyessä markkinointimateriaali pitäisi uusia, ja tämä vaikuttaa myös liike- ja mainoslahjoihin. Jatkotutkimus on silloin paikallaan.

LÄHTEET

Aittoniemi, A., Salminen, K., & Yliniemi, M. 2000. Bisnesetiketti. Liike-elämän tapaja ruokakulttuuri. 2. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

CWP Coloured Wood Products Oy. Lahjatavarat. Saatavissa: <http://cwp.fi/en/node/14> [viitattu 14.4.2013].

Finnica Kymenlaakso. 2004. Kymenlaakson tunnukset. Saatavissa: <http://www.finnicakymenlaakso.fi/tunnukset/> [viitattu 29.3.2013].

Globe Hope. Personointi. Saatavissa: http://www.globehope.com/b2b_fi/brandays?__from_store=b2b_en [viitattu 2.4.2013].

Hakala, A. 2010. Bisnesetiketti. Tapakulttuuria meillä ja maailmalla. 2. uudistettu painos. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.

Henkilötietolaki. 22.4.1999/523

Hermannin Viinitila Oy. Saatavissa; <http://www.hermanninviinitila.fi/fi/hermanni/> [viitattu 1.4.2013].

The Hofstede Centre. Dimensions. Saatavissa: <http://geert-hofstede.com/dimensions.html> [viitattu 10.4.2013].

International Week nostaa kansainvälisyyden esiin. 2011. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa: http://www.kyamk.fi/Ajankohtaista/Mediatiedotteet/?news_id=670 [viitattu 29.3.2013].

Jokipiin Pellava. Liikelahjat. 2011. Saatavissa: <http://www.jokipiinpellava.fi/liikelahjat> [viitattu 3.4.2013].

Joulukorttivarat hyväntekeväisyyteen. 2012. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa: http://www.kyamk.fi/Ajankohtaista/Mediatiedotteet/?news_id=842 [viitattu 31.3.2013].

Kansainväliset palvelut. 2012. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://www.kyamk.fi/KyAMK/Yksik%C3%B6t/Kansainv%C3%A4liset%20palvelut/> [viitattu 30.3.2013].

KEPA 2007. Kumppani 12/2007. Saatavissa: <http://www.maailmankuvalehti.fi/node/858> [viitattu 30.3.2013].

KEPA ry. Eettiset joululahjat. Saatavissa: <http://www.kepa.fi/osallistu/eettiset-joululahjat> [viitattu 2.4.3013].

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Tietoa mainonnasta. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/markkinointiviestinta/> [viitattu 30.3.2013].

Kipinä - Tarinoita yrittäjyydestä. 2012. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa: www.kyamk.fi/folders/Files/Kirjasto/Kirjasto/Julkaisutoiminta/Kipin%C3%A4_Tarinoita%20yritt%C3%A4jyydest%C3%A4_web-1.pdf [viitattu 14.3.2013].

Korhonen, H. 2010. Ekologinen liikelahja Kouvolan kaupungille. Saatavissa: http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/14190/korhonen_heidi.pdf?sequence=1 [viitattu 1.4.2013].

Korkeakoulun ansiomerkkejä jaettiin kolmannen kerran. 2001. KyAMK:n verkkolehti Koskinen. Saatavissa: <http://www2.kyamk.fi/lehti/1301/sivu2.html> [viitattu 31.3.2013].

Kurjenmiekat kukkivat Kouvolan pr-tuotteissa. 2012. Kouvolan Sanomat. Saatavissa: <http://www.kouvolansanomat.fi/Online/2012/05/09/Kurjenmiekat+kukkivat+Kouvolan+pr-tuotteissa/2012213397004/4> [viitattu 29.3.2013].

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun organisaatio. 2013. Saatavissa:

<http://www.kyamk.fi/KyAMK/Organisaatio/> [viitattu 31.3.2013].

Kymenlaakso on lähiruoan mekka. 2011. Yle Kymenlaakso. Saatavissa:

http://yle.fi/uutiset/kymenlaakso_on_lahiruoan_mekka/5407551 [viitattu 29.3.2013].

KymiDesign&Business. 2011. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa:

<https://www.kyamk.fi/Ty%C3%B6el%C3%A4m%C3%A4lle/Projektit/KymiDesign%26Business/> [viitattu 2.4.2013].

Kymidesign menestyi alihankintamessuilla. 2002. KyAMK:n verkkolehti Koskinen.

Saatavissa: www2.kyamk.fi/lehti/1102/sivu2.html [viitattu 14.3.2013].

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun graafinen ohjeisto. 2009. Saatavissa:

<https://elack.kyamk.fi/TWeb/tfile?id=23258> [viitattu 2.4.2013].

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun viestintäpalvelut. 2013. Sähköposti 10.4.2013.

Lakumesta. Saatavissa: <http://www.lakumesta.fi/fi/Muut+tuotteet/4> [viitattu 2.4.2013].

Lapuan Kankurit. Liikelahjat. Saatavissa: <http://www.lapuankankurit.fi/fi/liikelahjat-%E2%80%93-helppo-valinta> [viitattu 3.4.2013].

LCCE-yrittäjyysprosessi. 2010. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa:

<https://www.kyamk.fi/Opiskelijalle/Yritt%C3%A4jyysopinnot/LCCE-yritt%C3%A4jyysprosessi> [viitattu 2.4.2013].

Majamoo Oy. Saatavissa: <http://www.majamoo.com/> [viitattu 3.4.2013].

Mannerin hunajatuotteet. Saatavissa:

<http://personal.inet.fi/koti/kalevi.manner/hunajatietoa.htm> [viitattu 2.4.2013].

Martin, J. & Chaney, L. 2006. Global Business Etiquette: a guide to international communication and customs. Westport: Praeger Publishers

Matelin lahja-aitta Saatavissa: http://www.matelinlahja-aitta.fi/keittiotekstiilit-hirvi-keittiotekstiilit-c-43_54.html [viitattu 29.3.2013].

Matkamuistokisa etsii liikelahjoja Iitissä. 2013. Kouvolan Sanomat. Saatavissa:
<http://www.kouvolanSanomat.fi/Online/2013/04/01/Matkamuistokisa+etsii+liikelahjoja+Iitiss%C3%A4/2013215454543/4> [viitattu 1.4.2013].

Mikluha, A. 2000. Lahjat ja liikelahjat eri maissa. 4. uudistettu painos. Jyväskylä:
Gummerus

Mikämuka vei lappeenrantalaisen muotoilun parempiin piireihin. 2009. Etelä-Saimaa
Saatavissa:
http://www.esaimaa.fi/page.php?page_id=8&news_id=200917709043&comAct=email
1 [viitattu 14.3.2013].

Nimikkolapasista Järvenpään arvolahja. 2013. Yle Helsinki. Saatavissa:
http://yle.fi/uutiset/nimikkolapasista_jarvenpaan_arvolahja/6493635 [viitattu
1.4.2013].

Nordic Koivu Ltd. Saatavissa: <http://www.nordickoivu.com/corporate/fin/> [viitattu
1.4.2013].

Ohje henkilökunnalle. 2012. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa:
<https://elack.kyamk.fi/TWeb/tfile?id=5120> [viitattu 29.3.2013].

Opintieltä urapolulle - Teemu Karhunen. 2010. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
Saatavissa:
<http://www.kyamk.fi/Hakijalle/Tarinoita%20opiskelusta%20ja%20urasta/Uratarinoita/Teemu%20Karhunen/> [viitattu 14.3.2013].

Partnerioppilaitokset. 2013. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa:
<http://kyamk.fi/Opiskelijalle/Kansainvalliset%20opinnot/Partnerioppilaitokset/>
/ [viitattu 30.3.2013].

Pentik Yritysmyynti. Saatavissa:
<http://www.pentik.com/fi/palvelut/yritysmyynti/Sivut/default.aspx> [viitattu
29.3.2013].

Sagaform. Pääkuvasto 2013. Saatavissa:

<http://viewer.zmags.com/publication/8c7aa7ea> [viitattu 7.4.2013].

SunGlobe Oy. Liikelahjakulttuuri eri maissa. Saatavissa:

<http://www.sunglobe.net/liikelahjakulttuuri-ulkomailla> viitattu 10.4.2013].

Suomalainen Hyväntekijä Osuuskunta. 2013. Ipax. Saatavissa:

http://www.hyvantekija.fi/index.php?option=com_virtuemart&category_id=0&page=s hop.browse&manufacturer_id=19&Itemid=1&limit=8&limitstart=0 [viitattu 2.4.2013].

Taideteos on uniikki lahja. 2012. Kymen Sanomat. Saatavissa:

<http://www.kymensanomat.fi/Online/2012/12/12/Taideteos+on+uniikki+lahja/2012314815920/4> [viitattu 3.4.2013].

Talenco Trading Oy. CamelBak Better Bottle. Saatavissa:

http://www.talenco.fi/tuote/53019_TP014/CamelBak+Better+Bottle+0,5L+ [viitattu 7.4.2013].

Tietosuojavaltuutetun toimisto. 2006. Saatavissa: <http://www.tietosuoja.fi/48526.htm> [viitattu 29.3.2013].

Toimialat ja osaamiset. 2011. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Saatavissa:

<http://www.kyamk.fi/KyAMK/Toimialat%20ja%20osaamiset/> [viitattu 31.3.2013].

Tulikivi. 2008. Saatavissa:

http://www.tulikivi.fi/uutiset/Kermansavi_antoi_kukkopillille_uudet_muodot [viitattu 14.3.2013].

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto TUKES. 2011. Saatavissa:

http://www.tukes.fi/Tiedostot/Kuluttajaturvallisuus/Mainos_%20liikelahjojen_turvallisuus.pdf [viitattu 30.3.2013].

Verohallinto. 2011. Edustusmenot verotuksessa. Saatavissa: http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Elinkeinoverotus/Tulon_veronalaisuus_ja_menon_vahenny skelpoisuus/Edustusmenot_verotuksessa%2815043%29 [viitattu 2.4.2013].

Vuokko, P. 1993. Markkinointiviestintä. Porvoo: Werner Söderström Osakeyhtiö