



KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMA JYVÄSKYLÄSSÄ

Minna Dahl

Minna Moilanen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2006



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

5.5.2006

Tekijä(t) DAHL, Minna MOILANEN, Minna	Julkaisun laji Opinnäytetyö			
	Sivumäärä 63	Julkaisun kieli suomi		
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salaisuus _____ saakka			
Työn nimi KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMA JYVÄSKYLÄSSÄ				
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma				
Työn ohjaaja(t) NIVES, Marja				
Toimeksiantaja(t) Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry				
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella, organisoida ja toteuttaa yleisötapahtuma Kansainvälisenä kuluttajan oikeuksien päivänä Jyväskylässä. Tapahtuma järjestettiin 15.3.2006 kauppakeskus Foru- missa Jyväskylän keskustassa. Tapahtuman tavoitteena oli tehdä tunnetuksi Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää ja lisätä kuluttajien tietoa jäte- ja ympäristöasioista. Kohderyhmänä olivat kaikki jyväskyläläiset kuluttajat.</p> <p>Vuonna 2006 päivän teemana oli oikeus puhtaaseen ympäristöön. Lisäksi tärkeinä aiheina tapahtu- massa olivat kuluttajan oikeudet ja vaikutusmahdollisuudet. Tapahtuma toteutettiin yhteistyössä Jyvä- seudun Kuluttajakompassi ry:n, Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osaston sekä Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnan kanssa.</p> <p>Tapahtumassa tehtiin haastatteluja ympäristöasioista ohikulkeneille kuluttajille. Tapahtumassa kerättiin myös kuluttajien ideoita jätteen synnyn ehkäisystä ja toimista ympäristön hyväksi. Haastattelujen tu- loksista voidaan todeta, että kuluttajien asenteet ympäristöasioita kohtaan ovat myönteisiä ja kuluttajat ovat tietoisia valintojensa vaikutuksista ympäristöön. Suullisen palautteen perusteella tapahtuman jär- jestelyt onnistuivat hyvin, mutta päivän aiheet eivät herättäneet suurta mielenkiintoa kuluttajissa.</p> <p>Opinnäytetyö on ajankohtainen, koska ympäristöasiat ovat pinnalla ja kuluttajan oikeuksista ja vaiku- tusmahdollisuuksista pitäisi keskustella enemmän, koska ne ovat tärkeitä asioita. Työstä voidaan poi- mia ideoita tulevien vuosien Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän suunnitteluun, sillä työssä käsitellään, mikä tapahtumassa onnistui ja mihin jäi parantamisen varaa.</p>				
Avainsanat (asiasanat) ekotehokkuus, kansainvälinen kuluttajan oikeuksien päivä, kuluttajan oikeudet, tapahtuman järjestä- minen				
Muut tiedot				

5.5.2006

Author(s) DAHL, Minna MOILANEN, Minna	Type of Publication Bachelor's Thesis			
	Pages 63	Language Finnish		
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____			
Title INTERNATIONAL CONSUMER RIGHTS DAY EVENT IN JYVÄSKYLÄ				
Degree Programme Degree Programme in Service Management				
Tutor(s) NIVES, Marja				
Assigned by Jyväskylä Region Consumer Compass				
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this bachelor's thesis was to coordinate, organize and implement an event on the International Consumer Rights Day in Jyväskylä. The event was realized on 15 March 2006 in the shopping center Forum in the centre of Jyväskylä. The aim of the event was to launch the International Consumer Rights Day and increase consumers' knowledge on waste and environmental issues. The target group were all consumers in Jyväskylä.</p> <p>The theme of the day was the Right To a Clean Environment. The consumer rights and possibilities to influence were also important topics. The event was realized in cooperation with Jyväskylä Region Consumer Compass, the Street and Park Unit of the Community Services in the City of Jyväskylä and Consumer Guidance Unit in the City of Jyväskylä.</p> <p>In the event interviews were made with the consumers about environmental matters. Ideas about waste prevention and actions for the environment were also collected. From the results of the interviews it can be pointed out that consumers' attitudes for environmental matters are positive and consumers are aware of the consequences of their choices to the environment. On the basis of the oral feedback the arrangements of the event were successful, but the topics of the day were not very interesting in the view of the consumers.</p> <p>The bachelor's thesis is actual, because the environmental topics are in the focus in the media and also the consumer rights and possibilities to influence needs more discussion, because those are important matters. The thesis is useful for organizing the International Consumer Rights Day occasion in the following years, because the thesis deals with what was successful and what needs improvement.</p>				
Keywords Ecological effectiveness, International Consumer Rights Day, consumer rights, organizing an event				
Miscellaneous				

SISÄLTÖ

1 IDEASTA TAPAHTUMAKSI.....	3
2 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	4
2.1 Yhteistyökumppaniverkoston muodostuminen.....	4
2.2 Suunnitteluprosessin kautta onnistuneeseen tapahtumaan.....	7
3 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMAN TEEMAT	17
3.1 Oikeus puhtaaseen ympäristöön.....	18
3.1.1 Jätteen synnyn ehkäisystä ekotehokkuuteen.....	19
3.1.2 Kuluttajien ekologiset asenteet.....	21
3.2 Kuluttajan oikeudet ja vaikutusmahdollisuudet.....	23
3.2.1 Kuluttajaneuvonta	23
3.2.2 Järjestötoiminta	24
4 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMA SUUNNITTELUN HUIPENTUMANA.....	26
5 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMAN ARVIOINTI.....	30
6 POHDINTA	36
LÄHTEET	41
LIITTEET.....	43
Liite 1. Julisteet.....	43
Liite 2. Ohjeistus	45
Liite 3. Haastattelulomake.....	46
Liite 4. Ekokuluttajatyypit	47

Liite 5. Tiedote	49
Liite 6. Tiedotteen aikataulu	50
Liite 7. Suur-Jyväskylän Lehden lehtijutut	51
Liite 8. Jyväskylän kaupungin viestimien peruslista	52
Liite 9. Alustava kirjallinen aikataulu.....	53
Liite 10. Todellinen aikataulu	54
Liite 11. Haastattelun tulokset.....	63

KUVIOT

KUVIO 1. Vallon ja Häyrisen strateginen kolmio	8
KUVIO 2. Vallon ja Häyrisen operatiivinen kolmio	10
KUVIO 3. Vallon ja Häyrisen onnistuneen tapahtuman tähti.....	16
KUVIO 4. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman tähtikuvio	17
KUVIO 5. Julisteet ja sermit tapahtumapaikalla.....	28
KUVIO 6. Heli Salonen kertoo järjestötoiminnasta kuluttajille	29
KUVIO 7. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän materiaalia.....	32
KUVIO 8. Haastattelutilanne kauppakeskus Forumissa	34
KUVIO 9. Ideataulu tapahtumapaikalla	35

1 IDEASTA TAPAHTUMAKSI

Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää on vietetty ympäri maailmaa vuodesta 1982 lähtien (Kansainvälinen kuluttajan oikeuksien päivä). Sen tarkoituksena on parantaa kuluttajien perusoikeuksien toteutumista. Suomessa päivää on vietetty vuosittain vain Helsingissä. Jyväskylässä päivä on huomioitu joinakin vuosina, mutta vastaavanlaista alusta loppuun asti organisoitua tapahtumaa ei ole järjestetty aiemmin.

Meille tarjoutui mahdollisuus suunnitella ja toteuttaa tapahtuma Kansainvälisenä kuluttajan oikeuksien päivänä 15.3.2006 Jyväskylässä paikallisille kuluttajille. Idea tapahtuman järjestämisestä lähti omasta kiinnostuksesta toiminnallista opinnäytetyötä ja tapahtuman järjestämistä kohtaan. Halusimme kokemusta tapahtuman suunnittelusta ja organisoinnista sekä lisätä sitä kautta omaa ammattitaitoamme.

Vuonna 2006 päivän teemana Suomessa oli oikeus puhtaaseen ympäristöön. Kuluttajaliiton johtava lakimies Tuula Sario osallistui syksyllä 2005 pohjoismaiseen kuluttajataapaamiseen, jossa suositeltiin vuoden 2006 aiheiksi tuoteturvallisuutta ja ympäristövalintaa. Tämän pohjalta suomalaiset kuluttaja- ja kotitalousjärjestöt päättivät suomalaiseksi teemaksi oikeuden puhtaaseen ympäristöön. (Aarnio 2005.)

Toimeksiantajaksemme ryhtyi Jyväskylän Kuluttajakompassi ry, joka on Suomen Kuluttajaliitto ry:n paikallisyhdistys. Se on perustettu vuonna 1991. Kuluttajakompassin mukaan lähtö oli luontevaa, koska paikallisten kuluttajayhdistysten toimintaan kuuluu järjestää tilaisuuksia ja tapahtumia kuluttajateemoista. Tapahtumamme oli ensimmäinen opinnäytetyön toimeksianto Kuluttajakompassilta ja sen toivottiin lisäävän paikallisen kuluttajayhdistyksen näkyvyyttä tapahtuman kautta.

Järjestämämme tapahtuman päätavoitteiksi nousivat Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tunnetuksi tekeminen ja kuluttajien tiedon lisääminen jäte- ja ympäristöasioista. Muiksi tärkeiksi tavoitteiksi muodostuivat kuluttajan oikeuksien ja vaikutusmahdollisuuksien esiin tuominen, kuluttajien asenteiden kartoittaminen ympäristöä kohtaan sekä julkisuuden saaminen paikallisissa tiedotusvälineissä. Kirjallisen raporttimme tavoitteena on antaa vihjeitä ja ideoita tulevien vuosien vastaavien tapahtumien järjestämiseen.

2 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

2.1 Yhteistyökumppaniverkoston muodostuminen

Selvitettyämme Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän teeman ryhdyimme suunnittelemaan tapahtuman sisältöä. Aloitimme suunnittelun tapaamalla toimeksiantajamme Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n sihteeri Marja Niveksen. Hänen kanssaan keskustelimme mahdollisista toiveista ja tarpeista, joita Kuluttajakompassi haluaisi tapahtumaan sisältyvän. Keskusteluissa kävi myös ilmi, että Kuluttajakompassin rooli ei ollut pelkästään toimia toimeksiantajana, vaan se oli myös tärkeä yhteistyökumppani tapahtumassa.

Oikeus puhtaaseen ympäristöön -teeman lisäksi Kuluttajakompassi halusi, että tapahtumassa nostettaisiin esiin myös kuluttajan oikeudet ja vaikutusmahdollisuudet, koska ne ovat tärkeitä kuluttajuuteen liittyviä aiheita. Tapahtumaan haluttiin saada mukaan sellaisia yhteistyökumppaneita ja asiantuntijoita, joiden toimialat liittyivät vahvasti Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän teemoihin. Ideana oli, että asiantuntijat vierailisivat tapahtumapaikalla ja toisivat omaa asiantuntemustaan kuluttajien keskuuteen. Lisäksi heidän avullaan tapahtumalle saataisiin näkyvyyttä ja markkina-arvoa. Asiantuntijoiden välityksellä halusimme saada tapahtumalle myös houkuttelevuutta ja uskottavuutta.

Tarvitsimme tapahtumaamme yhteistyökumppanin ympäristöalalta, koska päivän teema oli oikeus puhtaaseen ympäristöön. Otimme useisiin tahoihin yhteyttä, mutta vain yhdellä oli mahdollisuus lähteä täysipainoisesti mukaan. Tämä taho oli Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osasto. Sen yhteyshenkilönä toimi tiedottaja Terttu Nyberg, jonka kanssa pidimme aktiivisesti yhteyttä sähköpostin välityksellä ja tapasimme kasvotusten säännöllisin väliajoin.

Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimi on sitoutunut kehittämään parempaa kaupunkia ihmisille ja yrityksille elää ja toimia. Jatkuva myönteisten suhteiden kehittäminen kuntalaisiin takaa tiedonkulun ja vuorovaikutteisuuden. Yhdyskuntatoimen vastuualu-

een palvelut järjestetään mahdollisimman korkealaatuisina tasapainottaen kuntalaisten tarpeet, talouden mahdollisuudet ja kestävän kaupunkikehityksen vaatimukset. (Katu- ja puisto-osasto.)

Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osasto vastaa kaupungin kaduista, viheralueista, satamista, venepaikoista ja jätehuollosta. Se pyrkii toiminnallaan turvaamaan sujuvan ja turvallisen liikenteen, siistin ja viihtyisän ympäristön sekä katsoamisen kestävän kaupunkikuvan. (Emt.)

Nybergiltä saimme ympäristöön liittyvän aiheen, joka oli ”jätteen synnyn ehkäisy” -kampanja. Nybergin (2006a) mukaan kampanja oli ollut televisiossa ja radiossa esillä useaan kertaan, mutta nyt tapahtumamme kautta oli mahdollisuus jälleen tuoda asiaa esiin paikallisella tasolla ja herätellä kuluttajia miettimään omia kulutustottumuksiaan ympäristön kannalta.

Myös kuluttajan vaikutusmahdollisuudet olivat tärkeässä roolissa Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtumassa. Tämän takia Jyväskylän Kuluttajakompassi ry:n puheenjohtaja Heli Salonen halusi henkilökohtaisesti osallistua tapahtumaan ja tehdä sitä kautta tunnetuksi paikallisen kuluttajayhdistyksen toimintaa. Yhdistystoiminta on tärkeä osa kuluttajien vaikutusmahdollisuuksia, ja tämän takia aihe sopi hyvin tapahtumaamme.

Jyväskylän Kuluttajakompassi ry on perustettu vuonna 1991. Jäseniä Kuluttajakompassilla on ollut vuosittain noin 25. Vuodesta 2003 vuoteen 2005 oli Kuluttajakompassilla hiljaista aikaa, koska silloinen puheenjohtaja muutti pois paikkakunnalta ja sen myötä toiminta hiljeni. (Salonen 2006b.)

Jyväskylän Kuluttajakompassi ry:n uudeksi puheenjohtajaksi valittiin 31.1.2006 olleessa vuosikokouksessa Heli Salonen. Kuluttajakompassin painopistealueita vuonna 2006 ovat Kansainväliseen kuluttajan oikeuksien päivään osallistuminen, hintavertailujen tekeminen, teemaillat, jäsenhankinta, edustukset ja jäsenten osallistuminen koulutuksiin mahdollisuuksien mukaan. (Emt.)

Salosen (2006b) mukaan toimintavuoden aikana tehdään ainakin yksi hintavertailu yhteistyössä Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden kanssa. Tee-

mailtojen sisällöiksi on pohdittu asuntoteemaa ja itsehoitolääkkeiden tuloa ruoka-kauppoihin. Kuluttajakompassi pyrkii aktivoimaan tämänhetkisiä jäseniä osallistumaan toimintaan sekä hankkimaan uusia jäseniä etenkin nuorista aikuisista. Jäsenhankintakampanjaan kuuluu myös se, että pohditaan mahdollisuutta opiskelijajäsenmaksuun, joka olisi hieman edullisempi kuin normaali yhdeksän euron vuosittainen jäsenmaksu. Kuluttajakompassin jäseniä toimii vuonna 2006 Kuluttajaliiton toimintaryhmissä. He osallistuvat mahdollisuuksien mukaan myös valtakunnallisiin Kuluttajaliiton järjestämiin koulutustilaisuuksiin ja muihin tapahtumiin.

Toimeksiantajamme toiveen mukaisesti otimme yhteyttä Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvontaan. Kuluttajaneuvonta on jokaiselle kuluttajalle kuuluva oikeus, joten oli itsestään selvää, että se oli näkyvästi esillä Kansainvälisenä kuluttajan oikeuksien päivänä. Kuluttajaneuvonnan neuvontalakimies Iina Pakarinen lupautui osallistumaan tapahtumaamme. Tarkoituksena oli tuoda kuluttajaneuvonta lähelle kansalaisia ja kertoa sen tarjoamista palveluista ja mahdollisuuksista.

Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnan toiminta-ajatuksena on antaa yhteistyökunnissa asuville maksutonta neuvontaa ja kuluttajavalistusta sekä avustaa kuluttajia risti-riitatilanteissa elinkeinonharjoittajaan nähden. Toiminta-ajatukseseen kuuluu myös tarvittaessa ohjaus asianmukaiseen oikeussuojaelimeen. Lisäksi kuluttajaneuvonnan toimintaan kuuluvat kulutushyödykkeiden hintojen, laadun, markkinoinnin ja sopimusehtojen seuraaminen, muiden kuluttajaviranomaisten avustaminen ja vaikuttaminen kuluttajien aseman parantamiseksi. (Kuluttajaneuvonta 2006.)

Jyväskylän kaupunki hoitaa myös muiden kuntien kuluttajaneuvontaa. Näitä kuntia ovat Jyväskylän maalaiskunta, Hankasalmi, Korpilahti, Laukaa, Luhanka, Muurame, Petäjävesi ja Toivakka. Myös Jämsän kaupungin asukkaille annettiin neuvontaa tammikuun 2005 ajan. Johtavana kuluttajaneuvojana toimii Matti Kolehmainen ja neuvontalakimiehenä Iina Pakarinen. (Emt.)

Vuoden 2006 alussa ajankohtaiseksi aiheeksi puhtaan ja terveellisen ympäristön kannalta nousi ympäri maailmaa leviävä lintuinfluenssa. Myös Suomessa asiaan reagoitiin, ja lintujen julkiseen ruokintaan kiinnitettiin huomiota. Jyväskylän keskustan alueen viihtyisyydestä ja puhtaudesta huolehtii pääosin Jyväskylän Elävä Kaupunki-keskusta ry. Se on yhdistys, joka yrittäjien, kiinteistöjen omistajien ja kaupungin kanssa yhteistyössä tukee kaupunkiympäristön kehittämistä. Tavoitteena on tehdä Jyväskylä-

län keskustasta paikka, joka on viihtyisä ja esimerkkinä muille kaupungeille. Yhdistyksen toimisto sijaitsee kauppakeskus Jyväskeskuksessa Jyväskylän ydinkeskustassa. Toiminnanjohtaja Mari Pitkäsen lisäksi toimistossa työskentelee kaupungin keskus-taisännöitsijä Eero Perosvuo. (Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta.) Pitkäsen (2006) mukaan lintujen ruokinta pitäisi lopettaa Jyväskylän ydinkeskustassa ja näin edistää keskusta-alueen puhtautta sekä vähentää pelkoa lintuinfluenssasta. Tästä syystä otimme yhteyttä Pitkäseen ja hän lupautui tulemaan asiantuntijaksi tapahtumaamme. Lintujen ruokinnan kieltämisen lisäksi hän halusi nostaa puheenaiheeksi autottoman kävelykadun. Molemmat asiat liittyivät vahvasti puhtaaseen ja viihtyisään ympäristöön ja sopivat siksi tapahtumamme aiheiksi.

2.2 Suunnitteluprosessin kautta onnistuneeseen tapahtumaan

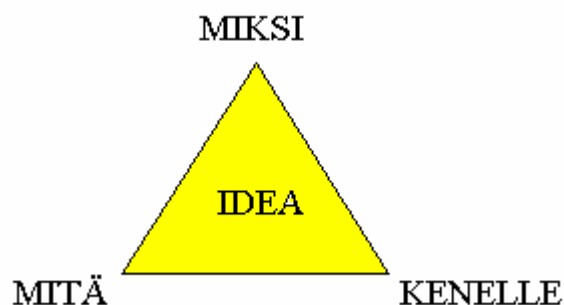
Yleisötapahtumat tuovat tervetullutta vaihtelua ja virkistystä kaupunkilaisille. Hyvin järjestetyssä yleisötapahtumassa sekä osallistujien että ympäristön hyvinvointiin liittyvät asiat ovat kunnossa. (Opas tapahtuman järjestäjälle.) Yleisötapahtumaa ideoidessa ja valmisteltaessa voidaan soveltaa toimintaidea-mallia, joka muodostuu seitsemästä erillisestä asiaryhmästä. Nämä asiat voidaan ilmaista seitsemällä kysymyksellä:

- Miksi? → tapahtuman tavoite
- Mitä? → tapahtuman sisältö eli tuote/palvelu
- Missä? → paikka
- Milloin? → ajankohta
- Kenelle? → asiakas- eli kohderyhmä
- Miten? → järjestävän yhteisön tapa toimia
- Mielikuva? → järjestävän yhteisön ja kumppaneiden imago.

Yleisötapahtuman onnistumisen kannalta edellä mainittujen elementtien pitää olla tasapainossa keskenään. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 35.)

Tapahtuman onnistumista voidaan tarkastella myös Vallon ja Häyrisen (2003, 120 – 121) kehittämien kuvioiden avulla. Heidän mukaansa onnistuneen tapahtuman järjestämiseen liittyy kaksi kolmiota: strateginen ja operatiivinen kolmio. Strategisen kol-

mion kolme kysymystä ovat *miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se järjestetään ja mitä järjestetään*. On mietittävä tarkkaan, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä halutaan viestittää. Kohderyhmän selvittäminen on myös hyvin tärkeää, jotta voidaan miettiä, miten parhaiten saadaan haluttu viesti perille. On pohdittava, mitä ollaan järjestämässä sekä millainen tapahtumasta tulee.



KUVIO 1. Vallon ja Häyrisen (2003, 120) strateginen kolmio

Tapahtuman järjestäjän on hyvä jo suunnittelun alkuvaiheessa asettaa tilaisuudelle ensisijaiset tavoitteet. Tavoitteiden sisäistäminen auttaa huomattavasti onnistuneen tapahtuman jatkosuunnittelussa ja toteutuksessa. Tavoitteiden määrittelemisen jälkeen on helpompi miettiä käytännön toimia, joilla asetetut tavoitteet pyritään saavuttamaan. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45.)

Tapahtuman järjestäjän on osattava vastata kysymykseen, miksi kyseinen tapahtuma järjestetään ja kenelle se on suunnattu. Mitä konkreettisempi tapahtuman tavoite on, sitä helpompaa on myös mitata tapahtuman onnistumista toteuttamisen jälkeen. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi näkyvyyden hankkiminen tai asiakassuhteiden lujittaminen. (Vallo & Häyrinen 2003, 28.)

Tapahtumaa suunniteltaessa tulee miettiä, mikä on tapahtuman viesti. Tärkeimmän eli pääviestin pitää olla selkeä ja helposti havaittava. Jotta viesti on yhdenmukainen, täytyy muistaa kertoa tapahtuman haluttu tavoite ja viestit kaikille tapahtuman järjestelyihin osallistuville yhteistyökumppaneille. Näin kaikki voivat toimia yhteisen tavoitteen mukaisesti. (Emt. 132 – 133.)

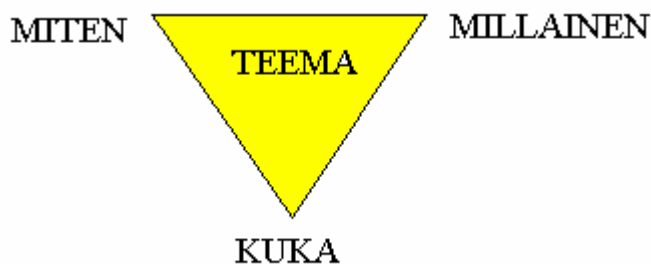
Oikeus puhtaaseen ympäristöön -teeman pohjalta ryhdyimme miettimään tapahtuman tavoitteita ja viestiä tarkemmin. Tapahtumamme päätavoite oli tehdä tunnetuksi Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää ja lisätä kuluttajien tietoa jäte- ja ympäristöasioista. Tärkeitä tavoitteita olivat myös kuluttajan oikeuksien ja vaikutusmahdollisuuksien esiin tuominen sekä vihjeiden antaminen tulevien vuosien vastaaville tapahtumille. Tapahtuman tarkoituksena ei niinkään ollut valistaa vaan herättää ajatuksia ja tarjota vaihtoehtoja kulutusvalintoihin. Tapahtumassa oli tavoitteena kartoittaa kuluttajien asenteita ympäristöä kohtaan ja saada julkisuutta paikallisissa tiedotusvälineissä.

Koko tapahtuman suunnittelu- ja organisointivaiheen ajan olimme säännöllisesti yhteydessä toimeksiantajaan ja yhteistyökumppaneihin. Yhteydenpito tapahtui lähinnä sähköpostitse, mutta pyrimme myös tapaamaan kaikkia osapuolia säännöllisesti kasvotusten. Mietimme yhdessä tapahtuman tavoitteita kunkin organisaation näkökulmasta ja tiedotimme muuttuneista suunnitelmista kaikille mukana olleille tahoille. Näin kaikilla osapuolilla oli mahdollisuus toimia asetettujen tavoitteiden mukaisesti kohti yhteistä päämäärää.

Kohderyhmä on äärimmäisen tärkeää pitää mielessä tapahtumaa suunniteltaessa.

Tapahtumaa ei järjestetä itselle vaan erikseen määritellylle kohderyhmälle (Vallo & Häyrynen 2003, 136). Kohderyhmän toiveet ja tarpeet pitää ottaa huomioon eikä ajatella vain omia kiinnostuksen kohteita. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivä tapahtuman kohderyhmäksi valittiin kaikki jyväskyläläiset kuluttajat. Emme halunneet rajata erityistä ryhmää esimerkiksi iän perusteella, sillä päivän teema kosketti kaikkia.

Operatiivisen kolmion, eli toteuttamiseen liittyvät, kysymykset ovat *miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman sisältö on ja kuka sen järjestää*. Tapahtuma tulee toteuttaa siten, että pohditaan, miten haluttu viesti saadaan perille ja miten tapahtuman idea ja teema näkyvät läpi koko tapahtuman. Tapahtuman sisältö riippuu sen tavoitteesta, kohderyhmästä ja halutuista viesteistä. Sisältöä mietittäessä tulee ottaa huomioon kohderyhmä. Jos sisältö on yli- tai alimitoitettu, osallistujat turhautuvat. Tämä tarkoittaakin sitä, että tapahtuman järjestäjän on tunnettava kohderyhmänsä tarkoin. Järjestäjällä on aina suuri vastuu ja tapahtuman onnistumisen kannalta järjestäjän rooli on äärimmäisen tärkeä. (Vallo & Häyrynen 2003, 122 – 124.)



KUVIO 2. Vallon ja Häyrisen (2003, 122) operatiivinen kolmio

Kaikki tapahtumat tarvitsevat alueen omistajan luvan. Luvan myöntäjänä voi olla esimerkiksi kaupungin katu- ja puisto-osasto, tonttiosasto, koulun rehtori tai yksityinen maanomistaja. Luvan antaja riippuu siitä, kenen omistamalla maalla tapahtuma järjestetään. (Opas tapahtuman järjestäjälle.) Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman **järjestämisaikaksi** haluttiin Jyväskylän ydinkeskusta, koska halusimme tapahtuman tavoittavan mahdollisimman paljon paikallisia kuluttajia. Ensin suunnitelmissa oli toteuttaa tapahtuma kävelykadulla, mutta ongelmaksi osoittautui tapahtuman ajankohta maaliskuussa ja sitä kautta mahdolliset huonot ja kylmät sääolosuhteet. Tästä syystä otimme yhteyttä kauppakeskus Forumin johtajaan Aki Tuikkaan, jonka avulla varasimme tilan Forumin yläaulasta. Kauppakeskus Forum sopi tapahtumalle, koska se sijaitsi keskeisellä paikalla Jyväskylän keskustassa ja luulimme, että valitun kohderyhmän tavoittaminen oli helppoa. Paikka oli tilava ja lisäksi se oli maksuton.

Tapahtuman **ajankohta** oli itsestäänselvyys, sillä Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää vietetään aina 15.3. Tärkeämpää oli miettiä, mihin vuorokaudenaikaan tavoittaisimme parhaiten jyväskyläläiset kuluttajat. Alkuun suunnittelimme, että tapahtuma kestäisi koko päivän, mutta tekemiemme havaintojen perusteella heti aamusta ei ole liikkeellä ihmisiä. Tästä syystä päätimme, että tapahtuman alkamisajankohta olisi kello 12 ja tapahtuma päättyisi kello 17.

Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman teemana olleet kuluttaja- ja jätteasiat mielletään usein negatiivisina eivätkä ne herätä mielenkiintoa kuluttajissa. Tapahtumamme onnistumisen kannalta oli tärkeää miettiä, **miten** herättäisimme kuluttajissa mielenkiintoa asioita kohtaan. Keräsimme ajankohtaisia ja mielenkiintoisia

materiaaleja. Suunnittelimme yhdessä Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osaston yhteyshenkilömme Terttu Nybergin kanssa, että tapahtumassa olisi esillä jätteen synnyn ehkäisy-aiheeseen liittyviä julisteita (Liite 1) ja esitteitä. Materiaalit löytyivät Jätelaitosyhdistys ry:n Internet-sivuilta, josta Nyberg tilasi ne. Hän tilasi kolme erilaista julistetta ja 500 kappaletta esitteitä. Julisteisiin tarvittavat sermit lainattiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan eli Maratan sekä liiketalouden koulutusyksiköstä. Tapahtumassa käytetyt pöydät saimme kauppakeskus Forumista ja niiden suojaksi tarvittavat pöytäliinat Maratan koulutusyksiköstä. Sieltä saimme myös kaiken muun tarvittavan materiaalin kuten kynät, nastat ja kirjoituslустat.

Hankimme kuluttajan oikeuksiin liittyviä materiaaleja eri tahoilta. Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnasta neuvontalakimies Iina Pakarinen toi kuluttajaneuvonnasta kertovia esitteitä. Saimme Kuluttajaliitosta taloussihteeri Sirpa Villan kautta Kuluttajauutiset -lehteä ja Kuluttaja -lehteä lehden markkinointipäällikkö Kirsti Värskältä. Keski-Suomen ympäristökeskukselta viestintäsihteeri Helena Kaakkolahti antoi muutamankankaisen kestokassin ja ympäristöön liittyviä esitteitä. Jyvässeudun Kuluttajakompassin ry:n puheenjohtaja Heli Salonen toi tapahtumaan järjestötoimintaa käsitteleviä oppaita ja liittymiskaavakkeita.

Asiantuntijavierailijoiden ja materiaalin ohella tapahtuma kaipasi jonkinlaisen ”porkkanan”, joten päätimme, että tapahtumassa tehtäisiin haastatteluja kuluttajille. Jokainen haastateltu saisi kankaisen kestokassin ja osallistuisi halutessaan arvontaan, jonka palkintona oli Kuluttaja -lehden vuosikerta. Kestokassit ja palkinnon kustansi toimeksiantajamme Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry. Haastatteluja tuli tekemään ensimmäisen vuoden kuluttajapalveluopiskelijoita Kuluttajakansalaisuuden haasteet – kursilta. Ohjeistimme opiskelijat tehtävään tapaamalla heidät ja laitoimme heille myös kirjallisen perehdytyksen sähköpostitse (Liite 2). He kiersivät kauppakeskus Forumissa ja tekivät haastatteluja ohikulkijoille. Jokainen heistä teki 5-6 haastattelua. Heidän tarkoituksenaan oli samalla kertoa vastaajille tapahtumasta ja ohjata kuluttajia tapahtumapaikalle.

Haastatteluja varten suunniteltiin lomake (Liite 3), joka koski Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää ja ympäristöteemaa. Tavoitteena oli selvittää ohi kulkevien kuluttajien kiinnostusta omaa ympäristöä kohtaan ja miten siihen voi vaikuttaa esimer-

kiksi päivittäisillä ostosvalinnoilla. Haastatteluista tehtiin leikkimielisiä eikä niiden tuloksista ollut tarkoitus tehdä vakavia tilastotietoja. Haastattelujen vastaukset pisteytettiin ja tuloksiksi saatiin kolme erilaista ekokuluttajamallia: ajatteleva, osallistuva ja satunnainen ekokuluttaja (Liite 4). Teimme ekokuluttajamallit A6-kokoisille papereille ja jokainen malli oli erivärisellä paperilla. Ajatteleva ekokuluttaja oli vihreällä paperilla, osallistuva keltaisella ja satunnainen ekokuluttaja oranssilla paperilla. Jokainen haastatteluun osallistunut sai muistoksi luonnekuvauksen siitä, millainen ekokuluttaja on.

Haastattelujen lisäksi päätimme kerätä tapahtumassa kuluttajien ideoita ja ajatuksia siitä, miten voi vähentää jätettä ja toimia ympäristön hyväksi. Tästä syntyi ajatus niin kutsutusta ideataulusta, johon kuluttajat saisivat kirjoittaa ehdotuksiaan. Päätimme kiinnittää ideatauluun opasteet, joissa luki ”näin minä toimin ympäristön hyväksi” ja ”näin minä vähennän jätettä”. Opasteiden tarkoituksena oli informoida kuluttajia ideataulun merkityksestä. Haastattelujen ja ideataulun tavoitteena oli kartoittaa kuluttajien ekokäyttäytymistä, mutta vieläkin tärkeämpänä tavoitteena, niiden tarkoitus oli saada ohikulkijat kiinnostumaan tapahtumastamme.

Kaikkien osallistujien kesken järjestettiin kilpailu, jotta mahdollisimman moni ohikulkija kirjoittaisi ehdotuksia ideatauluun. Kilpailussa palkittiin paras idea, josta pääpalkinnoksi voittaja sai Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan restonomipalveluilta 20 euron arvoisen lahjakortin koulutusyksikön ravintoloihin. Lisäksi kahdelle muulle hyvälle idealle annettiin palkinnoiksi Kuluttajan käsikirjat, jotka olimme saaneet Kuluttajaliitosta. Palkintoihin sisällytettiin myös ympäristökeskuksen kestokassit. Päätimme, että palkinnot lähetettäisiin postitse mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen.

Halusimme tapahtuman visuaalisesta ilmeestä siistin ja yhdenmukaisen. Käytimme kaikkiin opasteisiin vihreää paperia, koska vihreä mielletään puhtaan ympäristön väriksi. Esimerkiksi edellä mainitut opasteet ideataulussa olivat vihreäreunaiset. Pöytien päälle asetetut pöytäliinat tekivät pöydistä siistinnäköisiä.

Yleisötapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää, että sitä **markkinoidaan** onnistuneesti ja hyvissä ajoin, eli kunnollinen suunnittelu on hyvän lopputuloksen perusta.

Markkinoinnin tavoitteena on saada tapahtuma kaupaksi ja ihmisten tietoisuuteen. Tapahtuman markkinoinnin kannalta on keskeistä huomioida seuraavat asiat:

- kohderyhmä
- tapahtuman imago ja sisältö
- myyntikanava
- kilpailevat asiat
- ajankohta.

Tärkeintä markkinoinnissa on, että se suunnataan oikealle kohderyhmälle, oikealla imagolla, oikeaan hintaan ja oikeaan aikaan. (Kauhanen ym. 2002, 113.)

Tiedote käsittelee äskettäin tapahtunutta, juuri tapahtuvaa tai tulossa olevaa uutta asiaa. Lehdistötiedote on nopea tapa viestiä asioista laajasti ja samanaikaisesti suurelle määrälle joukkoviestimiä. (Ikävalko 1995, 105 - 106.) Hyvän lehdistötiedotteen tärkein ominaisuus on sen uutisarvo. Sen muita ominaisuuksia ovat selkeä asettelu, ymmärrettävä kieli, lyhyys sekä asioiden esittäminen tärkeysjärjestyksessä. (Åberg 2000, 163.)

Suunnitteluvaiheessa totesimme, että tiedote olisi paras markkinointikeino Kansainväliselle kuluttajanoikeuksien päivän tapahtumalle. Tiedote laadittiin Terttu Nybergin opastuksella (Liite 5). Tiedotteesta ilmeni tapahtuman järjestämispaikka, aika, asiantuntijat ja päivän sisältö. Tiedotteen tekemiselle laadittiin oma kirjallinen aikataulu (Liite 6), jotta tiedote muistettaisiin lähettää eri tiedotusvälineille ajoissa.

Halusimme markkinoida tapahtumaa ennakoon kuluttajille, joten lähetimme Keski-suomalaisen toimitukseen sähköpostia tiistaina 7.3.2006, jonka pohjana käytimme tehtyä tiedotetta. Tämän tiedotteen perusteella tapahtumasta kerrottiin lyhyesti keskiviikkona 15.3.2006 ilmestyneessä lehdessä Pulssi-palstalla. Samanlainen tiedote lähetettiin myös Suur-Jyväskylän Lehteen keskiviikkona 8.3.2006. Kansainvälisen kuluttajanoikeuksien päivän tapahtumasta kerrottiin Suur-Jyväskylän Lehden lauantaina 11.3.2006 ilmestyneessä numerossa Ensi viikko -palstalla sekä Uutislista -palstalla keskiviikkona 15.3.2006 (Liite 7).

Varsinainen tiedotusvälineille tarkoitettu tiedote lähetettiin eteenpäin kaksi päivää ennen tapahtumaa eli maanantaina 13.3.2006. Jakelukanavana käytettiin Jyväskylän kaupungin mediatiedotteiden peruslistaa (Liite 8), joten tiedote tavoitti kaikki paikalliset tiedotusvälineet. Tiistaina 14.3.2006 Radio Keski-Suomen toimittaja Tuija Melville tuli tekemään haastattelua Kansainvälisestä kuluttajan oikeuksien päivästä. Radiohaastattelu tuli ulos samana päivänä Tänään – ohjelmassa.

Aikataulun suunnittelulla on oleellinen osa onnistuneessa tapahtumassa. Aikataulu elää ja tarkentuu projektin etenemisen myötä, mutta sen pitää olla kaiken aikaa realistinen ja ehdottomasti kirjallinen. Aikataulutus menettää merkityksensä, jos siitä lipsutaan. (Kauhanen ym. 2002, 103.)

Saatuamme tietää, että järjestämme opinnäytetyönämme tapahtuman Kansainvälisenä kuluttajan oikeuksien päivänä, laadimme alustavan kirjallisen aikataulun (Liite 9), jota käytimme pohjana tapahtumaa suunniteltaessa. Suunnitelmasta näkyi viikoittainen aikataulu ja se, miten teorian kirjoittaminen ja tapahtuman käytännön suunnittelu kulivat käsi kädessä.

Heti suunnittelun alkuvaiheessa kävi ilmi, että tapahtuman järjestämisen aikataulu tulisi olemaan erittäin tiukka. Olimme saaneet opinnäytetyön aiheen marraskuun 2005 lopulla, mutta suunnittelu lähti kunnolla käyntiin vasta joululoman jälkeen tammikuussa 2006. Yleensä pienimuotoinenkin tapahtuma vaatii usean kuukauden, jopa vuosien suunnittelun, mutta Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman suunnitteluun ja organisointiin oli aikaa käytännössä vain kolme kuukautta.

Alustavan aikataulun mukaisesti aloitimme tapahtuman suunnittelun perehtymällä aiheeseen liittyvään teorialietoon. Tutustuimme tapahtuman järjestämisen oppaisiin ja teoksiin sekä ympäristöasiaan. Joulukuussa keskityimme vain tietopohjan kirjoittamiseen ja siihen, miten hyödyntäisimme teorialietoa tapahtuman järjestämisessä. Jo tuolloin huomasimme, että ajan puutteen takia yhteistyökumppaneiden ja tapahtuman tarkemman sisällön suunnittelu olisi pitänyt aloittaa aikaisemmin.

Tammikuun alussa jouduimme radikaalisti muuttamaan aikataulusuunnitelmaa. Teorian kirjoittaminen piti jättää myöhemmäksi ja tekeminen piti keskittää täysin tapahtuman sisällön, yhteistyökumppaneiden ja käytännön järjestelyjen suunnitteluun. Tam-

mikuun viimeisenä päivänä osallistuimme Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n vuosikokoukseen, jossa esittelimme omat ideamme Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman teemoista ja päivän ohjelmasta. Kokouksessa lyötiin lukkoon haastattelujen ja ideataulun tekeminen sekä muut käytännön järjestelyt. (Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry 2006.)

Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n vuosikokouksella oli suuri merkitys tapahtumamme suunnittelun ja organisoinnin kannalta. Kokous selkeytti koko tapahtuman sisällön ja sen, mitä toimeksiantajamme tapahtumalta kokonaisuudessaan odotti. Helmikuun aikana tapahtuman käytännön organisointi oli täydessä vauhdissa ja työtunteja kertyi todella paljon. Olimme yhteydessä lähes päivittäin toimeksiantajan ja yhteistyökumppaneiden kanssa ja tapahtumapäivän aikataulu ja materiaalit tarkentuivat. Lisäksi hankimme esitteitä ja kilpailuihin palkintoja eri tahoilta kuten Keski-Suomen ympäristökeskukselta ja Kuluttajaliitosta. Helmikuun puolen välin jälkeen tapahtumamme sai yhden yhteistyökumppanin lisää. Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtaja Mari Pitkänen lupautui tuolloin osallistumaan tapahtumaamme. Yhteydenotto Pitkäseen tapahtui melko myöhäisessä vaiheessa, sillä havaitsimme hänen toimialueensa liittyvän vahvasti tapahtumamme ympäristöteemaan. Tämän pohjalta halusimme hänet tapahtumapaikalle tuomaan oman asiantuntemusalueensa esille.

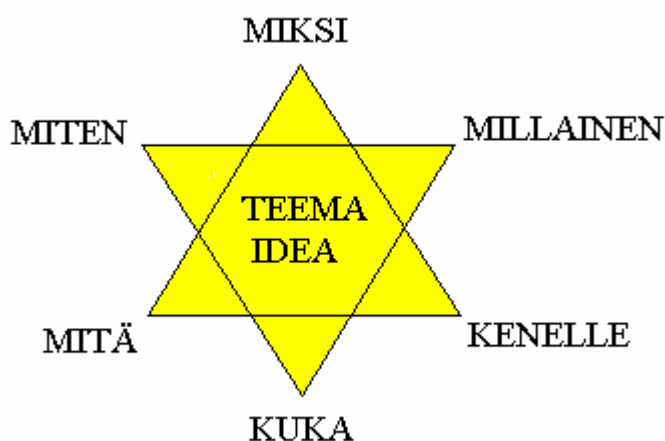
Maaliskuun alussa paneuduimme tapahtuman markkinointiin ja tiedottamiseen. Samaan aikaan sovimme myös käytännön asioista kuten siitä, miten tarvittavat materiaalit ja sermit toimitettaisiin tapahtumapaikalle. Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan vahtimestari Jouko Malinen lupasi auttaa meitä kuljettamaan sermit tapahtumapaikalle. Perekdytimme ensimmäisen vuoden restonomiopiskelijat haastattelujen tekemiseen ja kerroimme heidän tehtävänsä tapahtumassa. Muutama päivä ennen Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää kertosimme tapahtuman kulun ja varmistimme, että kaikki asiat olivat kunnossa.

Heti tapahtuman jälkeen kokosimme yhteen kuluttajilta saadun palautteen ja kirjassimme ylös omat ajatuksemme tapahtuman onnistumisesta. Analysoimme ideataulun ja haastattelujen tulokset ja teimme niistä yhteenvedot. Lisäksi suoritimme arvonnan haastateltujen kesken ja valitsimme ideataulun parhaat ehdotukset, jotka voittivat palkinnot. Postitimme palkinnot kaikille voittajille tapahtuman jälkeen seuraavalla viikolla. Maaliskuun lopussa tapasimme Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n puheenjohtaja

Heli Salosen ja Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osaston tiedottaja Terttu Nybergin, joiden kanssa kävimme läpi tapahtumaprosessin onnistumista kokonaisuudessaan. Muiden yhteistyökumppaneiden, eli Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnan neuvontalakimies Iina Pakarisen ja Elävä Kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtaja Mari Pitkäsen, kanssa olimme yhteydessä tapahtuman jälkeen vain sähköpostitse.

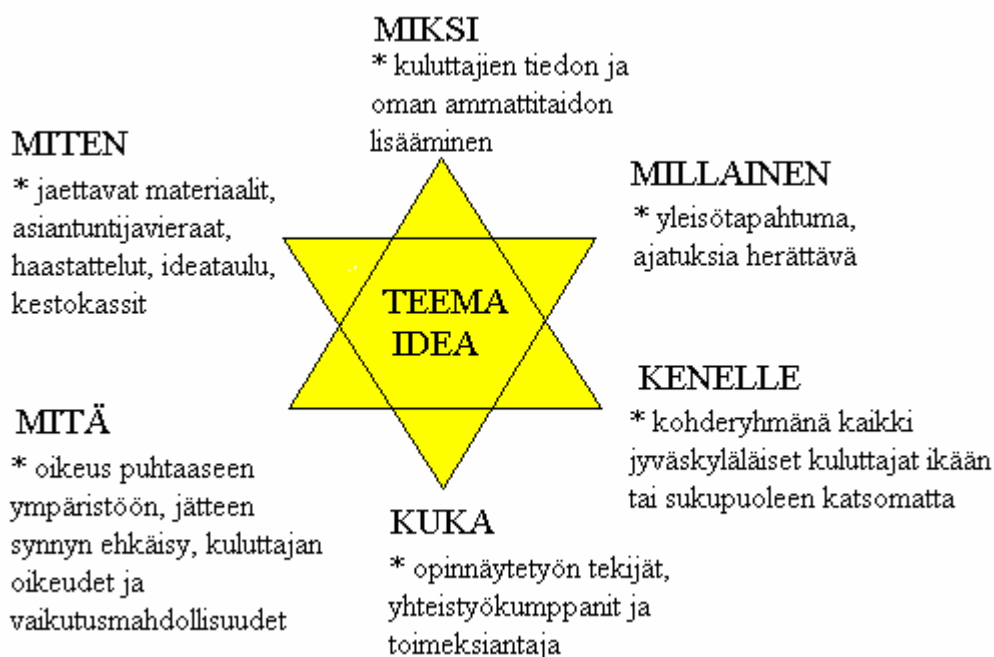
Alustava aikataulusuunnitelma (Liite 9) ja todellinen aikataulu (Liite 10) poikkesivat toisistaan todella paljon. Teoriapohjan kirjoittamisen ja tapahtuman suunnittelun samanaikainen toteuttaminen osoittautui lähes mahdottomaksi tehtäväksi. Tämä johtui siitä, että aikaa suunnitteluun ja toteutukseen oli todella vähän. Lisäksi aikataulussa pysymistä vaikeutti se, että meillä ei ollut tapahtuman järjestämisestä aikaisempaa kokemusta. Vaikka suunnitelma ja todellinen aikataulu poikkesivat toisistaan, tapahtuman suunnittelu ei kärsinyt siitä suuresti ja kaikki tarpeellinen oli koossa ajoissa.

Onnistuneen tapahtuman kuvio muodostuu näistä kahdesta edellä mainitusta kolmiosta, kun ne asetetaan päällekkäin. Niistä muodostuu tasapainoinen tähti, jossa on ainekset hyvälle tapahtumalle. Jos jokin osa-alue ei ole kunnossa, läsnäolijat aistivat sen tapahtuman tunnelmassa tai tunteessa, joka heille jää päällimmäiseksi tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2003, 124.)



KUVIO 3. Vallon ja Häyrisen (2003, 125) onnistuneen tapahtuman tähti

Onnistuneen tapahtuman tähdestä oli apua koko prosessin ajan suunnitellessamme Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtumaa. Tähti loi pohjan onnistuneelle tapahtumallemme, vaikka se muotoutui lopulliseen muotoonsa vasta hieman ennen tapahtumaa.



KUVIO 4. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman tähtikuvio

Kysymyksiin *miksi*, *kenelle* ja *kuka* löytyi vastaukset helposti, mutta *mitä*, *miten* ja *millainen* muodostivat ison yhtenäisen kokonaisuuden, jota oli vaikea erotella toisistaan. Suunnittelun edistyessä löysimme vastaukset kaikkiin kysymyksiin ja niiden perusteella muodostimme oman tähtikuviomme.

3 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMAN TEEMAT

Gullichsenin ja Niemen (1993, 6 - 8) mukaan kuluttajan pitää vaatia ja vaalia oikeuksia, jotka hänelle kuuluvat. Kuluttajan oikeuksia ovat:

- Oikeus kuluttajansuojaan
- Oikeus terveyteen ja turvallisuuteen
- Oikeus taloudelliseen turvallisuuteen
- Oikeus tietoon, neuvoon ja koulutukseen
- Oikeus puhtaaseen ympäristöön
- Oikeus vaikuttamiseen
- Oikeus eettisesti hyviin valintoihin.

Vuoden 2006 Kuluttajan oikeuksien päivän teemana oli oikeus puhtaaseen ympäristöön. Tämä oikeus on käsitteenä hyvin laaja eikä sen selittäminen yhdellä lauseella ole helppoa. Ennen tapahtumaa meidän tuli selvittää, mitä käsite oikeus puhtaaseen ympäristöön tarkoittaa. Tarkastelun myötä ympäristöteeman keskeisiksi asioiksi nousivat kestävä kehitys, ekotehokkuus ja kestävä kulutus. Lisäksi kuluttajien ekologisiin asenteisiin perehtyminen auttoi tapahtuman sisällön suunnittelua.

Ympäristöteeman ohella tapahtuman tärkeiksi sisällöiksi muodostuivat oikeus vaikuttamiseen ja tietoon, neuvoon sekä koulutukseen. Näihin oikeuksiin liittyvät vahvasti järjestötoiminta ja kuluttajaneuvonta, joiden tunnetuksi tekeminen ja jalkauttaminen kuluttajien keskuuteen olivat tärkeänä osana tapahtumaa.

3.1 Oikeus puhtaaseen ympäristöön

Oikeutta puhtaaseen ympäristöön voidaan pitää kaikille kuuluvana perus- ja ihmisoikeutena, vaikkei sitä olekaan kirjattu kansainvälisiin ihmisoikeussopimuksiin. Oikeudella puhtaaseen ympäristöön on selkeä suhde muihin ihmisoikeuksiin. Ihmisten perusoikeuksien suojeleminen edellyttää ympäristön tilan turvaamista sekä toisaalta ympäristön suojeleminen vaatii kansalaisten perusoikeuksien kunnioittamista. Puhuttaessa oikeudesta ympäristöön sivutaan väistämättä esimerkiksi oikeutta terveyteen, oikeutta ravintoon ja puhtaaseen juomaveteen. (Oikeus ympäristöön.)

Oikeus puhtaaseen ympäristöön koostuu kahdesta eri elementistä. Ensin on määriteltävä hyväksyttävä ympäristön taso ja toiseksi ne menettelyt, joiden avulla voidaan vaatia toimenpiteitä, jos ympäristön tila on vaarassa tai jos se heikkenee. Menettelyoi-

keuksilla tarkoitetaan esimerkiksi oikeutta saada tietoa ja ympäristökoulutusta sekä ilmaista julkisesti mielipiteensä. (Emt.)

Oikeus puhtaaseen ja terveelliseen ympäristöön on kirjattu jo noin sadan valtion perustuslakiin. Siihen voi sisältyä myös valtion velvollisuus estää ympäristön tilan heikkeneminen. Suomessa oikeudesta ympäristöön säädetään perustuslain 20. pykälässä. Sen mukaan vastuu luonnosta ja sen monimuotoisuudesta, ympäristöstä ja kulttuuriperinnöstä kuuluu kaikille. Julkisen vallan on pyrittävä turvaamaan jokaiselle oikeus terveelliseen ympäristöön sekä mahdollisuus vaikuttaa elinympäristöään koskevaan päätöksentekoon. (Emt.)

Euroopan unionissa ei ole määritelty kansalaisten oikeutta ympäristöön. EU:n ympäristöpolitiikka on koko ajan kuitenkin vahvistunut ja esimerkiksi oikeus saada ympäristötietoa on olemassa. YK:n ihmisoikeussopimuksissa ei myöskään ole mainittu oikeutta ympäristöön, sillä sopimukset ovat ajalta, jolloin ei vielä kiinnitetty samalla tavoin huomiota ympäristöasioihin kuin nykyään. Oikeus ympäristöön onkin kehittyvä oikeus. (Emt.)

3.1.1 Jätteen synnyn ehkäisystä ekotehokkuuteen

Suomen jätehuollosta säädetään jätelaissa, joka perustuu Euroopan unionin jätteitä koskevaan direktiiviin. Jätelain mukaan kaikessa toiminnassa on mahdollisuuksien mukaan huolehdittava siitä, että jätettä syntyy mahdollisimman vähän ja ettei jätteestä aiheudu merkittäviä ympäristö- tai terveyshaittoja. Lain mukaan jätehuollosta vastaa jätteen haltija ja käytännössä jätehuollon järjestämisestä ja valvonnasta huolehtivat kunnat tai kuntayhtymät. Jätelain mukaan jätteet tulee hyödyntää ensisijaisesti aineena eli käytännössä tämä tarkoittaa, että jätteet lajitellaan ja kierrätetään. Vasta toissijaisena käyttöarvona on jätteiden hyödyntäminen energiana eli polttamalla. (Ihminen terveellisessä ympäristössä 2001, 21.)

Kestävän kehityksen perusajatuksena on: mitä on jäljellä tänään, olisi sitä myös huomenna (Valmiuksia kuluttajille: Valmiuksia valintoihin 2003, 27). Kestävän kehityksen mukainen tuotantotoiminta edellyttää, että luonnonvaroja käytetään mahdollisimman vähän ja sekin, mikä käytetään, hyödynnetään mahdollisimman tehokkaasti. Eko-

tehokkuusajattelun tavoitteena on löytää ratkaisuja maapalloa uhkaaviin ympäristöongelmiin, niin maailmanlaajuisiin kuin paikallisiin. Kestävän kehityksen saavuttaminen edellyttää oleellista ekotehokkuuden lisäämistä, mikä merkitsee luonnonvarojen kulutuksen alentamista murto-osaan nykyisestä. (Rissa 2001, 10.)

Rissan (2001, 10–11) mukaan ekotehokkuudesta hyötyy koko kansantalous, sillä vähän luonnonvaroja kuluttaviin ja pitkälle jalostettuihin tuotteisiin sijoitetut rahat tuovat kansakunnalle selvästi enemmän hyvinvointia ja työpaikkoja kuin massatuotantoon sijoitetut. Ekotehokkuus merkitsee myös uudenlaista tuotannon ja kulutuksen suhdetta. Tavaroiden ostaminen ja myyminen eivät ole tulevaisuudessa enää välttämättömiä edellytyksiä kuluttajan tarpeiden tyydyttämiselle. Tuotteita korvataan yhä enemmän palveluilla.

Kulutushyödykkeitä hankittaessa pitäisi aina muistaa niihin käytetyt panokset. Konkreettisten tuotteiden yhteydessä on helppo nähdä niihin käytetyt resurssit, mutta esimerkiksi palveluiden yhteydessä se ei ole aina selkeää. Kestävän kehityksen kannalta nämä resurssit tulisi nähdä muutenkin kuin rahana, koska ne eivät välttämättä ole suoraan verrannollisia tuotteen hintaan. Resurssit olisi hyvä nähdä ennen kaikkea raaka-aineiden käyttämisenä. Kestävän kehityksen kannalta kaikkien raaka-aineiden käyttö onkin merkityksellistä. Kuluttajat olisi saatava tietoisiksi kahdesta tärkeästä asiasta. Ensinnäkin nykypäivän kuluttajien toimenpiteet ovat merkityksellisiä ympäristön tulevaisuuden kannalta. Toiseksi kuluttajan on tarkasteltava tuotteen ja palvelun koko elinkaarta, jotta hän voi tehdä ympäristötietoisia kulutusvalintoja. (Valmiuksia kuluttajille: Valmiuksia valintoihin 2003, 27 - 28.)

Elinkaariajattelussa pitää ottaa huomioon tiettyjä seikkoja, kun pohditaan tuotteen materiaaleja, valmistusta, käyttöä ja lopputilaa. Materiaalien suhteen tulee huomioida se, mitä vähemmän tuotteessa on materiaalia, sitä vähemmän se vaikuttaa ympäristöön. Materiaalien kierrätettävyyden ja tuotteen kuljetuskustannukset ovat myös hyvin tärkeitä seikkoja huomioitaviksi. Kuluttajan pitääkin ymmärtää tuotteen kokonaisvaikutus ympäristöön. (Emt. 28 - 29.)

Valmistamisen kannalta tulee havaita tuotteen tuotantoon käytetty energian määrä. Käytettäessä tuotetta käyttökustannukset tulee miettiä tarkkaan. Tuote, johon valmistuksen yhteydessä on käytetty paljon energiaa, saattaa käytössä kuitenkin olla ympä-

ristöystävällinen. Onkin tärkeää huomata, että mitä pidempi tuotteen keskimääräinen elinkaari on, sitä tärkeämmäksi tulee tuotteen ympäristöä kuormittava vaikutus. (Emt. 29 - 30.)

Kuluttajat voivat omalla käyttäytymisellään vähentää jätteen syntyä. Tärkeimpinä tavoitteina voidaan pitää kolmea R:ää, jotka tärkeysjärjestyksessä ovat:

- REDUCE (vähentäminen) – jätteen syntymisen vähentäminen eli palveluiden käyttö, lainaus, yhteiskäyttö, korjaus, ostamatta jättäminen
- REUSE (uudelleenkäyttäminen) – uudelleenkäyttö sellaisenaan eli esimerkiksi panttipullon tai kirpputoritavaran käyttäminen
- RECYCLE (kierrättäminen) – uusiokäyttö raaka-aineena eli kierrätys, kuten uusiopaperin valmistaminen.

Kaksi ensimmäistä R:ää ovat jätteiden välttämistä, joka on äärimmäisen tärkeä tavoite tällä hetkellä. Vasta tämän jälkeen tulee kierrätys eli jätteiden uusiokäyttö raaka-aineena. (Vähä-Jaakkola 1999, 13.)

3.1.2 Kuluttajien ekologiset asenteet

Ekotehokkuus kulutusvalinnoissa on tärkeä askel luonnonvarojen säästämiseen. Kestävän kulutuksen viitoittamalle tielle auttavat tuotteista palveluihin siirtyminen, tuotteiden monikäyttöisyys ja pitkäikäisyys sekä tuotteiden huolto, korjaus ja yhteiskäyttö tai vuokraus. Tärkeimpiä askeleita on tuotteista palveluihin siirtyminen. (Vähä-Jaakkola 1999, 20.)

Kuluttajien ekologiset asenteet ovat muuttuneet viime vuosikymmenen aikana. Suomalaiset kuluttajat suhtautuvat ympäristönsuojeluun myönteisesti, ovat huolissaan ympäristöongelmista ja seuraavat ympäristöasioita tiedotusvälineistä. Tieto on kuitenkin jakaantunut hyvin epätasaisesti kuluttajien keskuudessa. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 164.)

Suomalaisista naisista puolet ja miehistä noin kolmannes pyrkivät valitsemaan ympäristöystävällisen tuotteen aina silloin, kun se on mahdollista. Kuluttajat olisivat valmi-

ta maksamaan ympäristöveroa, jos olisi mahdollista sijoittaa rahat ympäristön parantamiseen ja valmiita maksamaan ympäristömaksun sisältävistä tuotteista lisähinnan. Sähkö- ja elektroniikkalaitteita koskeva kierrätysmaksu astui voimaan 1.8.2005. Kierrätysmaksu perustuu EU-direktiiviin ja valtioneuvoston sähkö- ja elektroniikkaromua koskevaan asetukseen. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 165; Kodinkoneiden kierrätys.)

Vähä-Jaakkola (1999, 21) sanoo, että kestäväällä kulutuksella säästää usein paljon rahaa. Säästöön jäävän rahan käytössä tulee muistaa myös ekotehokkuus ja hyödyt ympäristölle. Sopiva tapa huvitella rahoillaan ekotehokkaan kulutuksen kannalta on esimerkiksi käydä ravintolassa syömässä. Usein kuvitellaan, että elämän nautinnot tarvitsevat paljon materiaa. Parhaimmat nautinnot koostuvat monesti kuitenkin hyvin vähästä, kuten pitkään nukkumisesta tai hyvän ystävän kanssa juttelusta.

Suomalaisten asenteet ja osallistuminen pakkausjätteiden lajitteluun ja hyödyntämiseen ovat olleet hyvin myönteisiä, vaikka tämä aiheuttaa lisäkustannuksia ja -vaivaa. Kierrätyskelpoisista pakkauksista ollaan valmiita maksamaan hieman enemmän sekä suurin osa kuluttajista on valmis lajittelemaan jätteensä kierrätystä varten, jos lajittelu on mahdollisimman vaivatonta. Eniten suomalaiset kuluttajat lajittelevat paperi- ja kartonkijätettä, toiseksi eniten biojätettä ja kolmanneksi eniten kerätään lasia. Luonnonsuojelullisista syistä kierrättämään päätyneitä kuluttajia on kahdeksan kymmenestä. He käyttävät tuotteita myös uudelleen, jos vain mahdollista. Monipuoliseen ympäristöaktiivisuuteen osallistuu kuitenkin vain joka kahdeksas kuluttaja. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 166; Suomalaiset aiempaa ahkerampia lajittelijoita.)

Kuluttajakäyttäytymisessä suhdanteiden ja ympäristöystävällisyyden välillä on vallinnut ristiriitainen suhde. Kasvusuhdanteiden aikana, jolloin kuluttajilla voisi olettaa olevan parhaat taloudelliset edellytykset toteuttaa ekotekoja, itsekeskeinen ja nautintoon pyrkivä mentaliteetti on murtanut ekotehokasta käyttäytymislinjaa. Taloudellisen suhdanteen ollessa heikko, kulutus supistuu ja näin ollen vähentää ympäristöä turmelevaa kulutusta. On kuitenkin hyvin todennäköistä, että kuluttajien taloudellisen aseman parantuminen ja kasvava huoli ympäristökehityksestä muuttavat kulutustottumuksia ympäristöystävälliseen suuntaan. Tätä trendiä vahvistaa valmistajien pakko ja taito tuoda markkinoille kuluttajia kiinnostavia ja ympäristöä vähemmän kuormittavia

tuotteita. Ympäristöystävällisyydestä onkin tullut entistä tärkeämpi markkinointikeino. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 169 - 170.)

Suosimalla kestäviä, huollettavia ja korjattavia tuotteita tuetaan kestävämpää tuotantoa ja huolto- ja korjauspalveluiden olemassaoloa. Tuotteiden monikäyttöisyys on myös hyvin tärkeä kestävään kulutukseen liittyvä asia. Tavaroiden vuokraaminen ja lainaus vapauttaa monista tavaroista ja niiden korjaamisesta ja huoltamisesta. Esimerkiksi julkinen liikenne vapauttaa omasta autosta ja kirjasto kirjojen ostamiselta. (Vähä-Jaakkola 1999, 21.)

3.2 Kuluttajan oikeudet ja vaikutusmahdollisuudet

3.2.1 Kuluttajaneuvonta

Kuluttajaneuvonnan tärkeimpinä tehtävinä on antaa kuluttajille neuvontaa, ohjeita ja sovitteluapua. Kunnan kuluttajaneuvoja antaa tarpeellisia tietoja ennen tavaroiden tai palvelujen hankintaa, antaa neuvoja sopimusten tekemisessä, neuvoa, miten menetellä, jos tehdyssä kaupassa on jokin mennyt vikaan, sovittelee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välistä kiistaa sekä auttaa tarvittaessa tekemään valituksen Kuluttajavalituslautakuntaan. Kunnallinen kuluttajaneuvonta on keskeinen toimija kuntalaisten oikeusturvan ja tasa-arvon toteuttajana. (Kunnallinen kuluttajaneuvonta; Kunnallinen kuluttajaneuvonta - raportti vuodelta 2004.)

Voimassa olevan lain mukaan kuluttajaneuvonta on kuntien lakisääteinen tehtävä, jonka valvonnasta ja ohjauksesta vastaa kunta. Kunta saa tämän tehtävän järjestämiseen valtionapua. Lakisääteinen kunnallinen kuluttajaneuvonta on suomalaisen kuluttajansuojajärjestelmän keskeinen vahvuus. Turvaamalla kuluttajaneuvonnan riittävät resurssit alueen tarpeisiin nähden edistetään kuntalaisten hyvinvointia ja alueen markkinoiden toimivuutta. (Kunnallinen kuluttajaneuvonta - raportti vuodelta 2004.)

Lain mukaan kunnallisesta kuluttajaneuvonnasta on annettava selvitys Kuluttajavirastolle. Kuluttajaviraston tehtäväksi on ensisijaisesti asetettu kuluttajaneuvonnan tukeminen järjestämällä koulutusta, tiedottamalla ja tuottamalla aineistoa neuvonnan käyttöön. Kuluttajavirasto seuraa kuluttajaneuvonnan toteutumista kunnissa. (Emt.)

Kuluttajaneuvonnan työkenttä on laaja ja vaatii useiden eri säädösten hyvää tuntemusta sekä asioiden jatkuvaa seurantaan. Yhteydenottojen ja valitusten aiheet ovat nykyisin monimutkaisia ja vaativia. Asioiden hallitseminen vaatii jatkuvaa opiskelua. Kunnissa neuvonta on useimmiten järjestetty yhdistämällä kuluttajaneuvojan virka tai toimi johonkin muuhun kunnalliseen tehtävään. Kuluttajaneuvontaan tulevien yhteydenottojen määrä kasvaa, mikä ei voi olla vaikuttamatta kuluttajien saamaan palveluun heikentävästi, kun palvelun saatavuus pysyy ennallaan. (Emt.)

Kaikki kunnat ovat järjestäneet neuvontapalvelun kuntalaisille, joten periaatteessa koko maa on neuvonnan piirissä. Kunta voi järjestää kuluttajaneuvonnan perustamalla kuntaan yhden tai useamman kuluttajaneuvojan viran tai työsopimussuhteisen tehtävän, sopimalla yhteistoiminnasta muiden kuntien kanssa tai ostamalla neuvontapalvelut muulta kunnalta. Virka tai tehtävä voi olla myös osa-aikainen tai yhdistetty kunnan muuhun virkaan tai tehtävään, jollei tästä aiheudu vaaraa kuluttajaneuvonnan puolueettomalle ja tasapuoliselle hoitamiselle. (Emt.)

Euroopan unionin kuluttajaneuvonta toimii Helsingin kuluttajaneuvonnan yhteydessä. EU-kuluttajaneuvonta palvelee kuluttajia silloin, kun ongelmia on toisesta EU-maasta ostetun kulutushyödykkeen kaupassa. EU-kuluttajaneuvontaa rahoittavat Helsingin kaupunki ja Euroopankomissio. (Emt.)

3.2.2 Järjestötoiminta

Suomalaiset ovat tottuneet luottamaan usein siihen, että pätevä viranomaistaho huolehtii kaikesta. Kuluttajan tulee myös itse ottaa asioista selvää, tuntea oikeutensa, ehdottaa, vaatia ja ottaa kantaa. Törmätessään johonkin ongelmaan, kuten huomosti tehtyyn autoremonttiin, kuluttajan tulee miettiä, onko se vain hänen henkilökohtainen ongelmansa vai yleinen ongelma. Yleisiä kuluttajaongelmia ovat epäkohdat, jotka kohtaavat kaikkia tietyn palvelun, tavarain tai muun hyödykkeen kuluttajia lähestulkoon samanlaisina. (Gullichsen & Niemi 1993, 6 - 8.)

Suomen Kuluttajaliitto on kuluttajien etujärjestö ja palvelukeskus. Sen tarkoituksena on neuvoa kuluttajia ja jakaa tietoa. Kuluttajaliitto on riippumaton ja kaikille avoin kansalaisjärjestö. Se on kuluttajien oma kanava päätöksentekijöihin ja elinkeinoelä-

mään. Lisäksi Kuluttajaliitto tarjoaa mahdollisuuden puuttua tehokkaasti kuluttamista koskeviin ongelmiin. (Suomen Kuluttajaliitto.)

Kuluttaja voi vaikuttaa monella tavalla saadakseen äänensä kuuluviin. Oman paikkakunnan kuluttajayhdistys on hyvä taho, joka tukee kuluttajaa. Lehtien mielipidepalstat tarjoavat myös kanavan kiinnittää yleinen huomio johonkin tiettyyn ongelmaan. Julkinen kirjoittelu tuo näkyvyyttä ongelmalle ja kiinnittää muiden kuluttajien huomion. Paikallisia kuluttajayhdistyksiä ryhdyttiin perustamaan 1990-luvun alussa. Perustamisvaiheessa aktiivisesti mukana olivat paikalliset palkansaajajärjestöt. Vuonna 1991 paikallisyhdistyksiä oli 39 ja niitä on perustettu koko ajan lisää. Vuoden 2006 alussa paikallisyhdistyksiä oli jo 67. (Salonen 2006b.)

Kuluttajayhdistysten toimintaperiaatteena on vuodesta 1991 alkaen ollut herättää kuluttajat toimimaan aktiivisesti etujensa ja oikeuksiensa puolustamiseksi. Suomen Kuluttajaliiton taholta tavoitteena on ollut rohkaista ja tukea paikallisyhdistysten toimintaa välittämällä tietoa sekä antamalla käytännön apua tilaisuuksien ja tapahtumien järjestämisessä. Lisäksi tavoitteena on ollut auttaa yhdistyksiä luomaan yhteistyöverkostoja kuluttajia koskevissa kysymyksissä muiden järjestöjen kanssa ja tukea paikallista yhteyttä viranomaisten kanssa. (Emt.)

Paikallisyhdistyksille on tarjottu myös materiaalista tukea, koulutusta ja seminaareja ajankohtaisista aiheista. Lisäksi yhdistykset saivat liitolta käyttöönsä Kuluttajaliiton ajankohtaisia kannanottoja, lausuntoja ja aloitteita oman toimintansa tueksi. Liiton oma lehti Kuluttajauutiset on ollut mukana toiminnassa koko ajan. Yhdistyksille on lähetetty yhdistyskirjeitä ja näin tiedotettu ajankohtaisista asioista. (Emt.)

Kuluttajaliitto on järjestänyt alusta lähtien koulutuksia jäsenyhdistyksilleen. Alkuvaiheessa koulutukset käsittelivät kuluttajansuojaa, hintavertailujen tekemistä, elintarvikkeiden hintarakennetta ja paikallistoiminnan toimintavinkkejä. Koulutus toiminnan tarkoituksena on kannustaa kuluttajayhdistyksiä itsenäiseen toimintaan omilla paikkakunnillaan. Vapaamuotoinen yhdessäolo seminaareissa lisää kuluttajayhdistysten välistä vuorovaikutusta ja korostaa yhteistoiminnan tärkeyttä edunvalvonnassa. (Emt.)

Alueyhdyshenkilöverkosto perustettiin vuonna 1999 ja alueyhdyshenkilöitä on tällä hetkellä 18. Heidän tehtäviinsä kuuluu tukea alueella toimivien kuluttajayhdistysten

toimintaa, toimia yhdistysten ja toimiston välisenä viestinviejänä ja hankkia uusia jäseniä kuluttajatoimintaan. Alueyhdyshenkilön tehtäviin kuuluu myös rakentaa yhteistyöverkostoja kuluttajayhdistysten ja muiden yhdistysten välille ja edustaa alueellaan Suomen Kuluttajaliittoa. (Emt.)

Yksityisellä henkilöllä on kaksi jäsenyysvaihtoehtoa. Kuluttaja voi liittyä paikalliseen kuluttajayhdistykseen tai hän voi halutessaan liittyä suoraan Suomen Kuluttajaliiton jäseneksi. Paikallisen yhdistyksen jäsenetuina on mm. puhelinneuvontaa kuluttaja- ja lakiasioissa, Kuluttajauutiset -lehti neljä kertaa vuodessa, ajankohtaisia tiedotteita kuluttaja-aiheista ja paikallisten yhdistysten omia jäsenetuja. Paikallisyhdistys voi itse määritellä jäsenmaksun. Jäsenellä on mahdollisuus tehdä paikallista kuluttajatoimintaa ja oikeus osallistua yhdistyksen kokouksiin. Jäsenellä on myös mahdollisuus tulla valituksi Suomen Kuluttajaliiton liittokokoukseen ja käyttää siellä päätösvaltaa. (Suomen Kuluttajaliitto.)

Suomen Kuluttajaliiton jäsenenä kuluttajan jäsenedut ovat samat kuin paikallisissa kuluttajayhdistyksissä, mutta Kuluttajaliiton jäsenillä on puhe- ja läsnäolo-oikeus Kuluttajaliiton liittokokouksessa, joka kokoontuu joka kolmas vuosi. Jäsenyys ja jäsenedut astuvat voimaan heti, kun jäsenmaksu on maksettu. Jäsenmaksu on 30 euroa vuodessa. (Emt.)

4 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMA SUUNNITTELUN HUIPENTUMANA

Tapahtuman toteutusvaihe on kestoaltaan yleensä lyhin. Toiminnallisesti voidaan erottaa kolme alavaihetta toteutuksen aikana. Nämä vaiheet ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaihe on usein ajallisesti suurin, jolloin tapahtumapaikka valmistellaan tapahtumaa varten. Itse tapahtuma kestää yleensä vain pienen hetken, vaikka sitä olisikin suunniteltu ja valmisteltu jo viikkoja tai kuukausia etukäteen. Tapahtumavaiheessa kulminoituu kaikki siihen mennessä tehty työ. Projektin alussa tehdyt virheet paljastuvatkin usein vasta tapahtumassa. Tapahtumavaihe on yksi tärkeimmistä vaiheista, sillä käytännössä se on ainut vaihe, joka näkyy yleisölle. Yle-

sö toimiikin tapahtuman kannalta eräänlaisena mittarina tapahtuman onnistuneisuudelle. (Vallo & Häyrinen 2003, 184.)

Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää vietettiin 15. maaliskuuta ja tapahtumapaikkana oli kauppakeskus Forum Jyväskylän keskustassa. Tapahtuma alkoi kello 12 ja päättyi kello 17. Tapahtuman tavoitteiksi nousivat Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tunnetuksi tekeminen ja kuluttajien tiedon lisääminen jäte- ja ympäristöasioista. Lisäksi kuluttajan oikeuksien ja vaikutusmahdollisuuksien esiin tuominen, kuluttajien asenteiden kartoittaminen ympäristöä kohtaan sekä julkisuuden saaminen paikallisissa tiedotusvälineissä muodostuivat tapahtuman tärkeiksi tavoitteiksi. Tapahtumassa jaettiin materiaaleja päivän aiheisiin liittyen ja asiantuntijavierailijat pyrkivät kanssakäymiseen ohi kulkevien kuluttajien kanssa. Tapahtumassa haastateltiin kuluttajia ja kartoitettiin heidän käyttäytymistään ympäristöä kohtaan sekä kerättiin kuluttajien ideoita jätteen synnyn ehkäisystä ideatauluun.

Saavuimme Forumiin noin kello 11.30 keskiviikkona 15.3.2006. Kauppakeskuksen vartijat olivat tuoneet pöydät tapahtumapaikalle ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan vahtimestari Jouko Malinen oli toimittanut sermit perille. Tapahtuma lähti käyntiin pöytien kasaamisella ja pöydille aseteltiin jaettavaksi tarkoitetut materiaalit. Pystytimme ideataulun ja sermit paikoilleen ja kiinnitimme julisteet niihin. Tapahtumapaikan rakentamiseen ei kulunut kovin paljon aikaa, koska olimme suunnitelleet tapahtuman ulkoasun tarkkaan etukäteen. Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n puheenjohtaja Heli Salonen saapui hieman ennen tapahtuman alkua tuoden mukanaan materiaalia järjestötoiminnasta.



KUVIO 5. Julisteet ja sermit tapahtumapaikalla

Ensimmäiset kiinnostuneet kuluttajat tulivat heti tutustumaan materiaaleihin. Kello 12:sta eteenpäin ensimmäisen vuoden kuluttajapalveluopiskelijat saapuivat kauppakeskus Forumiin ja tekivät haastatteluja koko tapahtuman ajan. Lisäksi heidän tehtävänä oli houkutella kuluttajia tapahtumapaikalle. Ideatauluun kerättiin kuluttajien ideoita ja ajatuksia jätteen synnyn ehkäisystä ja siitä, kuinka voi toimia puhtaamman ympäristön hyväksi.

Heli Salonen oli paikalla koko tapahtuman ajan. Hän kertoi paikallisesta järjestötoiminnasta ja yritti houkutella uusia jäseniä Jyväskylän Kuluttajakompassi ry:lle. Neuvontalakis Iina Pakarinen kuluttajaneuvonnasta ja toiminnanjohtaja Mari Pitkänen Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry:stä saapuivat kello 13 ja olivat paikalla kello 16:een asti. He toimivat oman alansa asiantuntijoina ja pyrkivät saamaan keskustelua aikaan kuluttajien kanssa. Lisäksi he vastailivat kuluttajien esittämiin kysymyksiin. Terttu Nybergin piti saapua paikalle kello 13, mutta hän ei päässyt paikalle viime hetken esteen vuoksi.



KUVIO 6. Heli Salonen (vas.) kertoo järjestötoiminnasta kuluttajille

TV Jyväskylän toimittaja Anne Vartiainen saapui tapahtumapaikalle kauppakeskus Forumiin yhdessä tv-kuvaajan kanssa. He viipyivät noin puoli tuntia ja tekivät tapahtumasta uutisoinnin Viikon varrelta -ohjelmaan. He haastattelivat neuvontalakimies Iina Pakarista kuluttajanoikeuksiin liittyvistä aiheista. Ympäristöteemasta ohjelmaan haastateltiin toista tämän opinnäytetyöntekijää, Minna Moilasta. Lisäksi ohjelmaan haastateltiin ohikulkevia ihmisiä heidän kulutustottumuksistaan ja suhteestaan ympäristöön. Ohjelma esitettiin TV Jyväskylän kanavalla torstaina 16.3.2006.

Kauppakeskus Forumissa oli koko päivän runsaasti ihmisiä, ja yritimme aktiivisesti saada heihin kontaktia tarjoamalla materiaaleja ja kertomalla asiantuntijavierailijoista. Tapahtuma päättyi suunnitellusti kello 17, minkä jälkeen purimme sermit ja keräsimme jäljelle jääneet materiaalit mukaamme. Puruvaihe tapahtui nopeasti, koska Forumin vartijat hoitivat pöydät pois paikalta, ja vahtimestari Jouko Malinen nouti sermit seuraavana päivänä.

5 KANSAINVÄLISEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄN TAPAHTUMAN ARVIOINTI

Vallo ja Häyrinen (2003, 38) muistuttavat, että tapahtuman jälkeen on syytä pohtia vastauksia tiettyihin kysymyksiin, jotta tiedetään, miten voidaan kehittyä seuraavaa tapahtumaa ajatellen. Esimerkiksi seuraavanlaisia kysymyksiä on hyvä tarkastella: päästiinkö tavoitteeseen, miten kohderyhmä koki tapahtuman, miten järjestäjät kokivat tapahtuman, ylitettiinkö kohderyhmän odotukset ja mitä opimme seuraavaa tapahtumaa ajatellen.

Tapahtumasta kerättiin palautetta monilla eri tavoilla. Asiantuntijavierailijoilta saimme palautetta suullisesti ja kirjallisena sähköpostitse. He kertoivat mielipiteensä tapahtuman suunnittelusta ja itse tapahtumapäivästä. Tärkeämpää oli kuitenkin kuluttajilta saatu suora palaute, jota saimme tapahtumapaikalla. Kuluttajat antoivat suullista palautetta, mutta hyvänä palautekeinona pidimme myös niin sanottua epäsuoraa palautetta eli kuluttajien suhtautumista ja asennetta tapahtumaamme kohtaan. Lisäksi pyysimme sähköpostitse ensimmäisen vuoden kuluttajapalveluopiskelijoita kertomaan meille mielipiteensä ja tuntemuksensa tapahtuman jälkeen.

Tapahtumasta saatiin pääasiassa hyvää ja positiivista palautetta. Ohikulkijoiden kanssa käydyistä keskusteluista kävi ilmi, että tapahtuma toi vaihtelua arkeen ja aiheemme kuluttajan oikeuksista ja ympäristöstä olivat hyvin tärkeitä. Palautteesta kuitenkin ilmeni, että sanat *jäte* ja *kuluttaja* herättivät negatiivisia tuntemuksia ja siksi ei syntynyt kiinnostusta tarjolla olleisiin materiaaleihin. Epäsuoraa palautetta keräsimme seuraamalla kuluttajien käyttäytymistä yrittäessämme lähestyä heitä kauppakeskuksessa. Yleisesti luultiin, että yritimme kaupata jotakin ja siitä syystä suurin osa jatkoi matkaansa päättään kääntämättä.

Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnan neuvontalakimies Iina Pakarinen (2006) sanoi, että tapahtumasta jäi positiivinen olo. Hän kertoi, että tällaiset tapahtumat ovat kuluttajaneuvonnan toiminnalle eduksi, sillä he voivat tuoda omaa palveluaan paremmin esille kuluttajien keskuuteen. Hän oli myös sitä mieltä, että tapahtuman aikana houkuttelimme aktiivisesti ohikulkijoita tutustumaan materiaaliin ja osallistumaan kilpailuihin.

Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n puheenjohtaja Heli Salonen (2006a) antoi myös hyvää palautetta. Hän sanoi, että tapahtuman organisointi sujui hyvin, aikataulutus oli kohdallaan ja tekijät todella tiesivät, mitä tekivät. Yhteistyökumppaneiden valinta oli Salosen mukaan onnistunut hyvin ja materiaaleja oli saatavilla tarpeeksi. Negatiiviseksi asiaksi Salosen mukaan osoittautui se, että kuluttajia ei kiinnosta riittävästi kuluttaja-asiat ja sen takia kuluttajat eivät kiinnostuneet tapahtumastamme. Salonen sanoi, että tulevaisuutta ajatellen tulisi keksiä järeämpi keino lähestyä kuluttajia, jotta he kiinnostuisivat enemmän aiheesta.

Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osaston tiedottaja Terttu Nyberg (2006b) kertoi oman mielipiteensä tapahtumamme onnistuneisuudesta, vaikka hän ei päässytäkään tapahtumapaikalle. Hän painotti keskinäisen yhteistyömme toimivuutta ja sitä, että tiukasta aikataulusta huolimatta saimme organisoitua tapahtuman ajoissa valmiiksi. Nybergin mukaan kuluttajia ei kiinnosta jäteasiat ja hänen mielestään teimme rohkean päätöksen, kun otimme aiheeksemme jätteen synnyn ehkäisyn. Nybergin mielestä tapahtumamme onnistui hyvin vaikeasta aiheesta huolimatta. Tapahtumassa mukana olleilta ensimmäisen vuoden kuluttajapalveluopiskelijoilta saimme hyvää palautetta. Järjestelymme olivat heidän mielestään onnistuneet hyvin ja aiheemme oli tärkeä. Haastatellut kuluttajat osallistuivat mielellään haastatteluun ja vastasivat asiallisesti.

Kaiken kaikkiaan tapahtuma onnistui hyvin. Materiaalia oli monipuolisesti ja asiantuntijoita saatiin paikalle kattavasti eri aihealueilta. Katu- ja puisto-osaston tiedottajan Terttu Nybergin jääminen pois oli harmillinen takaisku. Hän olisi tuonut tapahtumaan ympäristöaiheen asiantuntijanäkökulman.



KUVIO 7. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän materiaalia

Kuluttajien kiinnostus tapahtumassa kohdistui paljolti kuluttajaneuvontaan. Tapahtuman teema oikeus puhtaaseen ympäristöön ei herättänyt suurta kiinnostusta. Kuluttajia olisi pitänyt houkutella aktiivisemmin ympäristöaiheen kimppuun ja herättää ajatuksia keskustelemalla heidän kanssaan huomattavasti enemmän. Ympäristö olisi pitänyt saada enemmän esille julisteiden ja kylttien kautta. Ympäristöaiheiset julisteet olisivat tarvinneet tekstiä, joista olisi selvinnyt, mitä niillä haettiin. Julisteet jäivät hieman taka-alalle eikä niistä syntynyt aktiivista keskustelua kuluttajien kanssa.

Ensimmäisen vuoden opiskelijat tekivät kiitettävän määrän haastatteluja tapahtuman aikana. Omasta mielestämme ohjeistimme opiskelijat hyvin ennen tapahtumaa, mutta silti osa unohti ottaa haastatelluilta osoitetiedot ja osa muisti ottaa vain puhelinnumeron. Olimme maininneet, että palkinto postitetaan arvonnän voittajalle, joten pelkkä puhelinnumero ei riittänyt. Tapahtuman aikana ohjeistukseen kului paljon aikaa, joten sen olisi voinut tehdä paremmin. Näin itse tapahtuman aikana ohjeistukseen ei olisi tarvinnut uhrata niin paljon aikaa.

Tapahtumapaikka oli hyvällä keskeisellä paikalla Jyväskylän ydinkeskustassa. Paikan ongelmaksi muodostui se, että ihmisillä oli kiire, kun he kulkivat tapahtumamme ohi. Tavoitimme monia kuluttajia, mutta osa ei ehtinyt jäädä keskustelemaan kovinkaan

pitkäksi aikaa. Onnistuneen tapahtuman kannalta kohderyhmän tunteminen on äärimmäisen tärkeää, jotta osataan tarjota oikeaa tietoa. Valitsemamme kohderyhmä eli kaikki jyväskyläläiset kuluttajat oli liian laaja ja siksi halutun viestin perille saaminen koko kohderyhmälle oli mahdotonta.

Ensimmäisen vuoden kuluttajapalveluopiskelijat saivat haastateltua kaiken kaikkiaan 104 henkilöä. Tulosten analysoinnin kannalta pitää muistaa, että haastattelujen tärkeimpänä tavoitteena oli herättää kuluttajien kiinnostus tapahtumaa kohtaan. Haastattelujen kysymykset oli laadittu leikkimielellä, eikä siitä saatuja tuloksia voida yleistää.

Haastatteluihin osallistuneista kuluttajista 77 % oli naisia ja 33 % miehiä (Liite 11). Nuorin vastaaja oli 17- ja vanhin 70- vuotias. Suurin osa haastatelluista ei tiennyt, että kyseisenä päivänä vietettiin Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää. Monet olivat kuulleet siitä, mutta eivät olleet kiinnittäneet siihen sen enempää huomiota.

Haastattelujen tuloksista päätellen jyväskyläläiset kuluttajat tiedostavat ympäristöongelmat ja yrittävät omalla toiminnallaan vähentää luonnon saastumista ja jätteiden määrää. Lähes puolet vastaajista esimerkiksi kulki koulu- ja työmatkat kävellen tai polkupyörällä. Jätteiden syntymistä yritettiin ehkäistä käyttämällä kestokasseja ja suosimalla palveluja turhan tavaran sijaan.

Haastatelluista yli puolet kierrätti kaiken kierrätettäväksi kelpaavan. Jätteiden kierrätys koettiin aiheeksi, jota on käsitelty paljon mediassa ja kierrätys on Jyväskylän seudulla toimivaa. Kuluttajat tuntuivat olevan hyvin valistuneita jäteasioissa, mutta laiskuus koettiin suurimmaksi syyksi olla kierrättämättä, vaikka se olikin kuluttajien mielestä tärkeää.

Haastattelujen tuloksissa ihmetystä herätti se, että biojätettä kierrätti vain 60 % haastatelluista. Myös pantillisia pulloja ja tölkkejä kierrätettiin oletettua vähemmän, sillä vain 69 % kertoi tekevänsä niin. Yleisesti ottaen jyväskyläläisten kierrätystottumukset olivat hyvällä mallilla.



KUVIO 8. Haastattelutilanne kauppakeskus Forumissa

Haastattelun tuloksista voitiin tehdä johtopäätös, että kuluttajien asenteet ympäristöä kohtaan ovat myönteisiä. Kuten Lampikoski ja Lampikoskikin (2000, 166) toteavat, kuluttajien asenteet kierrättämisestä kohtaan ovat myönteisiä, vaikka siitä aiheutuisi lisäkustannuksia ja -vaivaa. Haastatelluista yli 80 % oli niin kutsuttuja ajattelevia ekokuluttajia. Heillä oli vahva käsitys siitä, millaisia vaikutuksia tavaroiden ostamisella ja käyttämisellä on omaan lähiympäristöön. Loput vastaajista olivat osallistuvia ekokuluttajia. He olivat kiinnostuneita ympäristöasioista ja aina mahdollisuuksien mukaan toimivat ympäristön hyväksi. Niin kutsuttuja satunnaisia ekokuluttajia, joita ympäristöasiat eivät suuresti kiinnosta, ei ollut yhtään. (Liite 4)

Ideataulun tavoitteena oli kerätä kuluttajilta ideoita jätteen synnyn ehkäisyyn liittyen ja tapoja toimia ympäristön hyväksi. Ideataulusta saatujen ehdotusten perusteella voitiin päätellä, että kuluttajilla on ideoita ja ajatuksia jätteen synnyn ehkäisystä. Ideat olivat hyviä, mutta jo aiemmin esillä olleita asioita. Esimerkiksi liiallista muovin käyttöä pakkauksissa ihmeteltiin ja ehdotuksena olikin vähentää yksittäispakattujen tuotteiden ostamista. Myös autoilun vähentäminen ja siirtyminen polkupyöräilyyn tai kävelyyn nousi eniten ehdotetuksi ideaksi. Parhaan idean palkinnon voitti ehdotus kestovaippojen käytöstä.



KUVIO 9. Ideataulu tapahtumapaikalla

Ideataulun opasteet, joissa luki ”näin minä vähennän jätettä” ja ”näin minä toimin ympäristön hyväksi” olisivat pitäneet olla paljon isommat ja houkuttelevammat, jotta kuluttajat olisivat huomanneet ideataulun paremmin (Ks. kuvio 9). Ideoiden pohjalta järjestetystä kilpailusta olisi pitänyt kertoa enemmän kuluttajille ja kilpailun palkintoa olisi pitänyt mainostaa enemmän, jotta se olisi motivoinut ideoiden keksimiseen. Toisenlainen kilpailu olisi saattanut toimia paremmin kuluttajien motivoimiseksi. Esimerkiksi esillä olleista julisteista olisi voinut kehittää julistekilpailun ympäristön hyvinvointiin ja jätteen synnyn ehkäisyyn liittyen.

Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman tiedottaminen onnistui asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Tavoitteena oli saada tapahtumalle näkyvyyttä ennakoon paikallisissa tiedotusvälineissä, ennen kaikkea paikallisissa sanomalehdissä. Tavoitteena oli myös, että tapahtumasta olisi tehty paikan päällä uutisointi, joka olisi julkaistu tapahtuman jälkeen lehdessä.

Tiedotusvälineiden kiinnostuminen asiasta oli vaihtelevaa ja joukkoon mahtui yllätyksiäkin. Se, että suurin paikallinen sanomalehti Keskisuomalainen ei osoittanut kiinnostusta tapahtumaa kohtaan, oli yllätys. Keskisuomalaisessa julkaistiin kuitenkin pieni juttu tapahtumapäivänä Pulssi-palstalla, mutta jälkiuutisointia ei ollut.

Radio Keski-Suomen kiinnostuminen tapahtumasta ylitti odotukset ja se oli hyvä lisämarkkinointikeino tapahtumalle. Radiouutisointi oli lyhyt ja ytimekäs, mutta loi kuuntelijalle oikean mielikuvan tapahtumasta. TV Jyväskylän osallistuminen tapahtumaan oli iloinen yllätys ja sitä kautta tapahtumalle saatiin kaivattua jälkimarkkinointia.

Suur-Jyväskylän lehden julkaisemat jutut tapahtumasta olivat hyviä ja perustuivat täysin tehtyyn tiedotteeseen (Liite 7). Asetetut tavoitteet täyttyivät, koska toinen jutuista julkaistiin ennakkoon ja toinen samana päivänä kuin itse tapahtuma. Jokaisella asiasta kiinnostuneella oli siis mahdollisuus saada tapahtumasta tietoa.

Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuman markkinointi onnistui yli odotusten. Tiedottamisen onnistumista lisäsi se, että saimme tiedotteen tekemiseen apua tiedottaja Terttu Nybergiltä. Jakelukanavana käytetty Jyväskylän kaupungin mediatiedotteiden peruslista (Liite 8) antoi tiedotteelle uskottavuutta ja toi tarvittavaa mainosarvoa tapahtumallemme.

6 POHDINTA

Prosessina tapahtuman suunnittelu ja organisointi oli hyvin monipuolinen ja mielenkiintoinen kokemus. Emme olleet koskaan aiemmin järjestäneet tapahtumaa, joten työmme oli myös haastava. Saimme runsaasti uutta teoretietoa tapahtuman järjestämiseen liittyen ja ammattitaitomme kuluttajan oikeuksien ja vaikutusmahdollisuuksien suhteen lisääntyi paljon. Tapahtumaa suunniteltaessa perehdyimme ympäristöaiheeseen ja syvensimme tietojamme aiheesta. Tästä syystä koimme, että kehityimme ammatillisesti erittäin paljon. Työmme antamia tietoja ja taitoja voimme hyödyntää tulevaisuudessa työelämässä.

Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän teemoina olivat oikeus puhtaaseen ympäristöön sekä kuluttajan oikeudet ja vaikutusmahdollisuudet. Teemojen keskeisinä aiheisältöinä olleet jätteen synnyn ehkäisy ja kuluttajajärjestötoiminta eivät herättäneet kuluttajissa kiinnostusta. Sanat jäte ja kuluttaja eivät ole mediaseksikkäitä sanoja ja aiheuttavat negatiivisia tuntemuksia ihmisissä. Tämänkaltaisen lähtöasetelma asetti tapahtumamme suunnittelulle suuria haasteita, sillä meidän piti keksiä keino, miten saisimme kuluttajat kiinnostumaan tapahtuman aiheista. Yritimme tehdä tapahtumastamme niin kiinnostavan kuin mahdollista. Tähän pyrimme markkinoinnin ja asiantuntijavierailijoiden kautta sekä tekemällä itse tapahtumapaikasta visuaalisesti houkuttelevan näköisen.

Tapahtumamme päätavoite oli tehdä tunnetuksi Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää ja lisätä kuluttajien tietoa jäte- ja ympäristöasioista. Päivän tunnetuksi tekeminen onnistui tiedottamisen ja tapahtumamme ulkoasun kannalta hyvin. Tiedotteen pohjalta tehdyt lehtijutut Suur-Jyväskylän Lehdessä olivat hyvin informatiivisia ja kertoivat päivästä ja sen aiheista. Tapahtumamme visuaalinen ilme oli hyvä, sillä isosta kyltistä kuluttajat näkivät, mistä päivästä ja tapahtumasta oli kyse. Kerroimme myös tapaamillemme kuluttajille päivästä ja sen aiheista, joten senkin kautta saimme tunnettuutta päivälle. Tapahtuman tavoitteiden ja onnistumisen kannalta olisi ollut tärkeää, että olisimme keksineet tapahtumallemme vetävämmän nimen kuin Kansainvälinen kuluttajan oikeuksien päivä. Kuten moneen kertaan olemme todenneet, sanalla kuluttaja on negatiivinen kaiku.

Tärkeänä tavoitteenamme oli myös kuluttajan oikeuksien ja vaikutusmahdollisuuksien esiin tuominen. Näistä aiheista eniten kuluttajia kiinnosti kuluttajaneuvonta, jonka pohjalta syntyi eniten keskustelua. Kuluttajajärjestötoiminta ei herättänyt kiinnostusta, mistä kertoo se, että Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry ei saanut houkuteltua toimintaansa mukaan yhtään uutta jäsentä. Järjestötoimintaa ja sen kuluttajille tuomia mahdollisuuksia olisikin pitänyt markkinoida enemmän ja houkuttelevammin.

Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää on vietetty Suomessa lähinnä vain Helsingissä. Jyväskylässä ei ole ollut aiemmin alusta loppuun asti suunniteltua ja toteutettua tapahtumaa, joten meidän suunnittelutyömme lähti liikkeelle tyhjästä. Aloitimme tapahtuman suunnittelun tutustumalla käytännön teorian tietoon. Ympäristöaiheista materiaalia oli runsaasti tarjolla, joten siihen paneutuminen oli melko helppoa. Tapahtu-

man suunnittelustakin oli tarjolla paljon kirjallista materiaalia, mutta ongelmaksi muodostui se, että teokset käsittelivät usein massiivisia, tuhansille ihmisille suunniteltuja yleisötapahtumia ja festivaaleja. Teoriatiedon soveltaminen käytäntöön oli siis hankalaa, koska tapahtumamme oli pienimuotoinen yleisötapahtuma.

Tapahtuman suunnittelua vaikeutti myös se, että meillä ei ollut asiasta aikaisempaa kokemusta. Kaikki tietomme tapahtuman suunnittelusta ja organisoinnista perustui täysin teoriaan. Onnistuneen tapahtuman kannalta on tärkeää, että suunnitteluvaiheeseen varataan runsaasti aikaa. Kokemattomuuttamme emme osanneet arvioida suunnittelun tarvitsemaa aikaa oikein. Vaikka tapahtuma järjestettiin ajallaan ja kaikki tarvittava oli koossa, aikaa olisi pitänyt olla enemmän. Silloin olisimme voineet hioa tapahtuman yksityiskohtia tarkemmin.

Tiiviin yhteistyöverkoston muodostuminen on tärkeä osa oppimisprosessia ja työelämään siirtymistä. Tämänkaltaisen projektin myötä oppii tuntemaan tärkeitä tahoja, joista voi olla hyötyä tulevaisuuden työelämässä. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivää suunniteltaessa muodostimme yhteistyöverkoston ympärillemme. Päivittäinen yhteydenpito yhteistyökumppaneiden ja toimeksiantajan kanssa lisäsi yhteistyön toimivuutta ja syvensi omia suhteitamme kyseisiin organisaatioihin. Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osaston halu lähteä yhteistyökumppanimme oli iso asia tapahtumamme onnistumisen kannalta, sillä kaupungin mukanaolo tällaisessa projektissa tuo näkyvyyttä, luotettavuutta ja markkina-arvoa.

Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnan mukaantulo tapahtumaamme oli itsestään selvää, sillä kuluttajaneuvonnan palvelujen saatavuus on kuluttajien tärkeä oikeus ja tapahtumamme yksi tärkeimmistä teemoista. Neuvontalakimies Iina Pakarisen mukanaolo tapahtumassa oli hyvä asia, sillä hän osasi kertoa kuluttajaneuvonnasta kuluttajille ja vastata kuluttajien esittämiin kysymyksiin.

Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtaja Mari Pitkäsen vierailu tapahtumassa oli tärkeää, mutta ei herättänyt kuluttajissa niin paljon kiinnostusta kuin olimme toivoneet. Asiaan saattoi vaikuttaa se, ettei Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry:n toimintaa tunneta kovin hyvin eivätkä kuluttajat osanneet siksi ottaa kontaktia Pitkäseen. Olisimme voineet tuoda paremmin esille hänen toimintaansa kertomalla enemmän kuluttajille yhdistyksen toiminnasta ja ohjata kuluttajia Pitkäsen puheille.

Jyvässeudun kuluttajakompassi ry:n roolina oli toimia opinnäytetyömme toimeksiantajana. Kuluttajakompassi rahoitti tapahtumamme järjestelyjä ja noudatimme tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa Kuluttajakompassin toiveita. Kuluttajakompassin rooli ei kuitenkaan ollut selkeä, sillä tapahtuman suunnittelun edetessä Kuluttajakompassista muodostui tärkeä yhteistyökumppanimme. Olimme aktiivisesti yhteydessä sen sihteeri Marja Nivekseen ja puheenjohtaja Heli Saloseen.

Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry:n toimintaan kuuluu järjestää tapahtumia kuluttajasasioista, joten opinnäytetyömme raporttia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa tähän tarkoitukseen. Kuluttajakompassilla on ollut vuosien varrella laaja yhteistyöverkosto, mutta hiljaisina vuosina se on toiminnan ohella kuivunut kasaan. Tapahtumamme avulla tätä yhteistyöverkostoa on jälleen koottu, ja seuraavina vuosina vastaavanlaista tapahtumaa suunniteltaessa mahdolliset yhteistyökumppanit löytyvät helpommin.

Tapahtumassa tehtyjen haastattelujen avulla saimme välitettyä ympäristöasioita kuluttajille. Haastattelujen tärkeimpänä tehtävänä olikin herättää kuluttajien kiinnostus tapahtumaamme kohtaan. Haastattelujen tuloksia ei voida yleistää, mutta jonkinlaisia johtopäätöksiä niistä voitiin kuitenkin tehdä. Ideataulun tarkoituksena oli saada kuluttajat pohtimaan omaa kuluttajakäyttäytymistään. Kuluttajat saivat kirjoittaa tauluun omia ehdotuksiaan siitä, kuinka voi vähentää jätteen syntyä ja toimia ympäristön hyväksi. Koko tapahtuman ajan markkinoimme ideataulua ohi kulkeville kuluttajille, mutta palkinnosta huolimatta se ei saavuttanut suurta suosiota. Suurin osa vastauksista oli jo valmiiksi keksittyjä eli mitään uusia ja innovatiivisia ideoita ei tauluun syntynyt.

Ideataulun ja haastattelujen perusteella voidaan todeta, että kuluttajat olivat aidosti kiinnostuneita ja huolissaan ympäristön tilasta, mutta usean kuluttajan mielestä aiheet olivat kuluneita ja liian usein esillä olleita. Ympäristöasiaan pitäisi keksiä jokin uusi ja erilainen lähestymiskeino, jotta ihmiset saataisiin kiinnostumaan siitä enemmän.

Olemme kertoneet työssämme, mitä tapahtumaa suunniteltaessa ja organisoitaessa pitää ottaa huomioon, mikä onnistui ja mitä olisi voinut tehdä paremmin. Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtumasta saatujen palautteiden perusteella tapahtuma oli onnistunut. Toimeksiantajan ja yhteistyökumppaneiden mielestä tapahtumamme suunnittelu ja organisointi oli luontevaa ja pysyi aikataulussa. Lisäksi yhteistyö tapahtumassa mukana olleiden organisaatioiden kanssa sujui ongelmitta. Kulutta-

jilta saadun palautteen mukaan tapahtumamme oli aiheiltaan ajankohtainen ja tärkeä, mutta emme saaneet herätettyä kuluttajien mielenkiintoa. Tämän ristiriidan välttämiseksi tulevana vuosina tapahtuman järjestäjien pitäisi kiinnittää huomiota siihen, miten tapahtumasta saataisiin kuluttajia kiinnostava.

LÄHTEET

Aarnio, R. 2005. Vs: Kansainvälisestä kuluttajan oikeuksien päivästä. Sähköpostiviesti 22.11.2005, vastaanottaja Minna Dahl.

ESKO. [Viitattu 20.4.2006.] Jätelaitosyhdistys ry.
[Http://www.jly.fi/ekoteho/esko/osio1.htm](http://www.jly.fi/ekoteho/esko/osio1.htm)

Gullichsen, P. & Niemi, R-L. 1993. Härkää sarvista – kyytiä kuluttajaongelmille. Helsinki: Suomen Kuluttajaliitto ry.

Ihminen terveellisessä ympäristössä. 2001. Helsinki: Suomen Lääkäriliitto.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen. 3. p. Jyväskylä: Gummerus.

Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta. 2006. [Viitattu 21.3.2006.] Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta. Sivu päivitetty 16.2.2006.
[Http://www.jyvaskyla.fi/kaupunkikeskusta](http://www.jyvaskyla.fi/kaupunkikeskusta).

Jyvasseudun Kuluttajakompassi ry. 2006. Vuosikokous 31.1.2006.

Kansainvälinen kuluttajan oikeuksien päivä 15.3.2004. 2004.[Viitattu 7.12.2005.] Kuluttajavirasto.
[Http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?id=14465&site=34&tmf=7418&rot_id=7418&mode=readdoc](http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?id=14465&site=34&tmf=7418&rot_id=7418&mode=readdoc).

Katu- ja puisto-osasto. [Viitattu 23.3.2006.] Jyväskylän kaupunki Yhdyskuntatoimi. Sivu päivitetty 8.2.2006. [Http://www.jyvaskyla.fi/tekpa/kapu/index.html](http://www.jyvaskyla.fi/tekpa/kapu/index.html).

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: Dark Oy.

Kekäle, T. 2003. Kestävä kulutus ja sosiaalinen vastuu. Teoksessa L. Kotisaari (toim.). Valmiuksia kuluttajille: Valmiuksia valintoihin. Jyväskylä: Kopijyvä Oy, 27 – 31.

Kodinkoneiden kierrätys. [Viitattu 12.1.2006.] Rosenlew. [Http://www.rosenlew-kodinkoneet.fi/node109.asp](http://www.rosenlew-kodinkoneet.fi/node109.asp).

Kuluttajaneuvonta. 2006. [Viitattu 17.2.2006.] Jyväskylän kaupungin Kuluttajaneuvonta. Sivu päivitetty 25.1.2006.
[Http://www.jyvaskylanseutu.fi/sivu.php/kuluttaja/kulut_toiminta](http://www.jyvaskylanseutu.fi/sivu.php/kuluttaja/kulut_toiminta).

Kunnallinen kuluttajaneuvonta. [Viitattu 29.3.2006.] Kuluttajavirasto.
[Http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=34&tmf=6475&lmf=6509&remote=0&mode=readdoc](http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=34&tmf=6475&lmf=6509&remote=0&mode=readdoc).

Kunnallinen kuluttajaneuvonta - raportti vuodelta 2004. 2005. [Viitattu 29.3.2006.] Kuluttajavirasto. [Http://www.kuluttajavirasto.fi/user/loadFile.asp?id=5898](http://www.kuluttajavirasto.fi/user/loadFile.asp?id=5898).

Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Porvoo: WSOY.

Nyberg, T. 2006a. Tiedottaja, Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osasto. Tapaaminen 18.1.2006.

Nyberg, T. 2006b. Tiedottaja, Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osasto. Tapaaminen 6.4.2006.

Oikeus ympäristöön. [Viitattu 7.12.2005.] Ihmisoikeudet.net.
[Http://www.ihmisoikeudet.net/Globalisaatiojakehitys/globalisaatio_2_3.html](http://www.ihmisoikeudet.net/Globalisaatiojakehitys/globalisaatio_2_3.html).

Opas tapahtuman järjestäjälle. 2005. [Viitattu 11.1.2006] Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimi. [Http://www.jyvaskyla.fi/tekpa/jate/pdf/tapahtumaopas2005.pdf](http://www.jyvaskyla.fi/tekpa/jate/pdf/tapahtumaopas2005.pdf).

Pakarinen, I. 2006. Vs: Palautetta 15. päivän tapahtumasta. Sähköpostiviesti 23.3.2006, vastaanottaja Minna Moilanen.

Pitkänen, M. 2006. Toiminnanjohtaja, Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry. Tapaaminen 1.3.2006.

Rissa, K. 2001. Ekotehokkuus – enemmän vähemmästä. Helsinki: Edita.

Salonen, H. 2006a. Vs: Palautteesta. Sähköpostiviesti 24.3.2006, vastaanottaja Minna Moilanen.

Salonen, H. 2006b. Puheenjohtaja, Jyvässeudun Kuluttajakompassi ry. Tapaaminen 27.3.2006.

Suomalaiset aiempaa ahkerampia lajittelijoita. 2005. Keskisuomalainen 14.12.2005, 3.

Suomen Kuluttajaliitto. [Viitattu 23.3.2006.] Suomen Kuluttajaliitto.
[Http://www.kuluttajaliitto.fi/index.htm](http://www.kuluttajaliitto.fi/index.htm).

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Hakapaino.

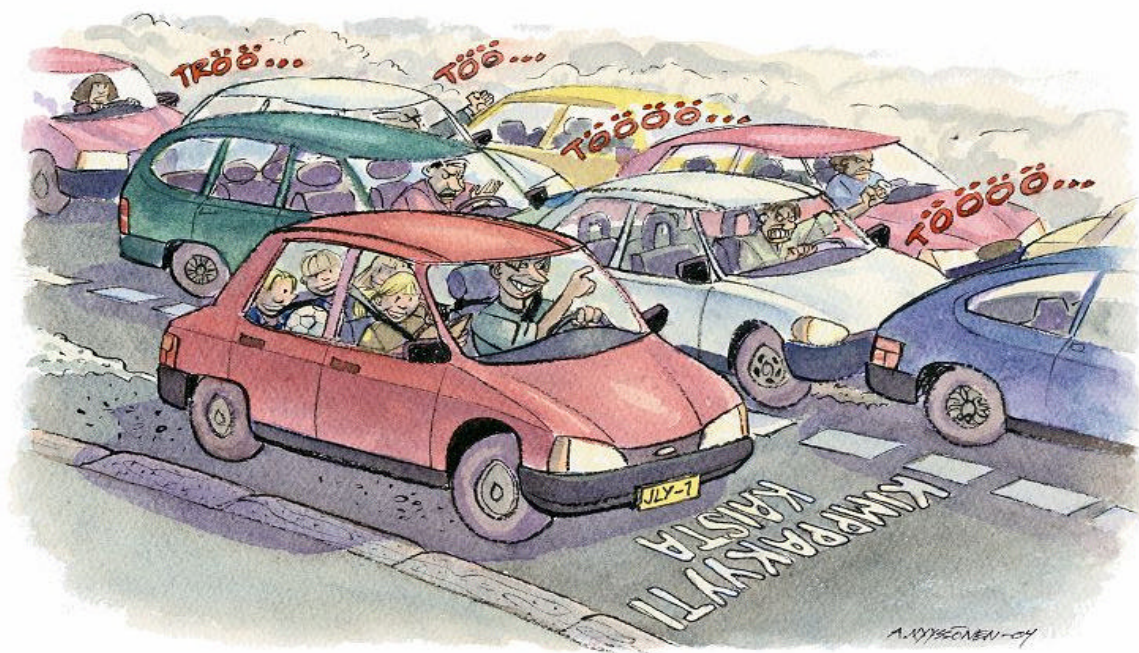
Vähä-Jaakkola, K. 1999. Kestävien valintojen taito: ekotehokkuus ja kohtuus koulussa. Helsinki: Suomen luonnonsuojeluliitto ry.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Infor.

LIITTEET

Liite 1.

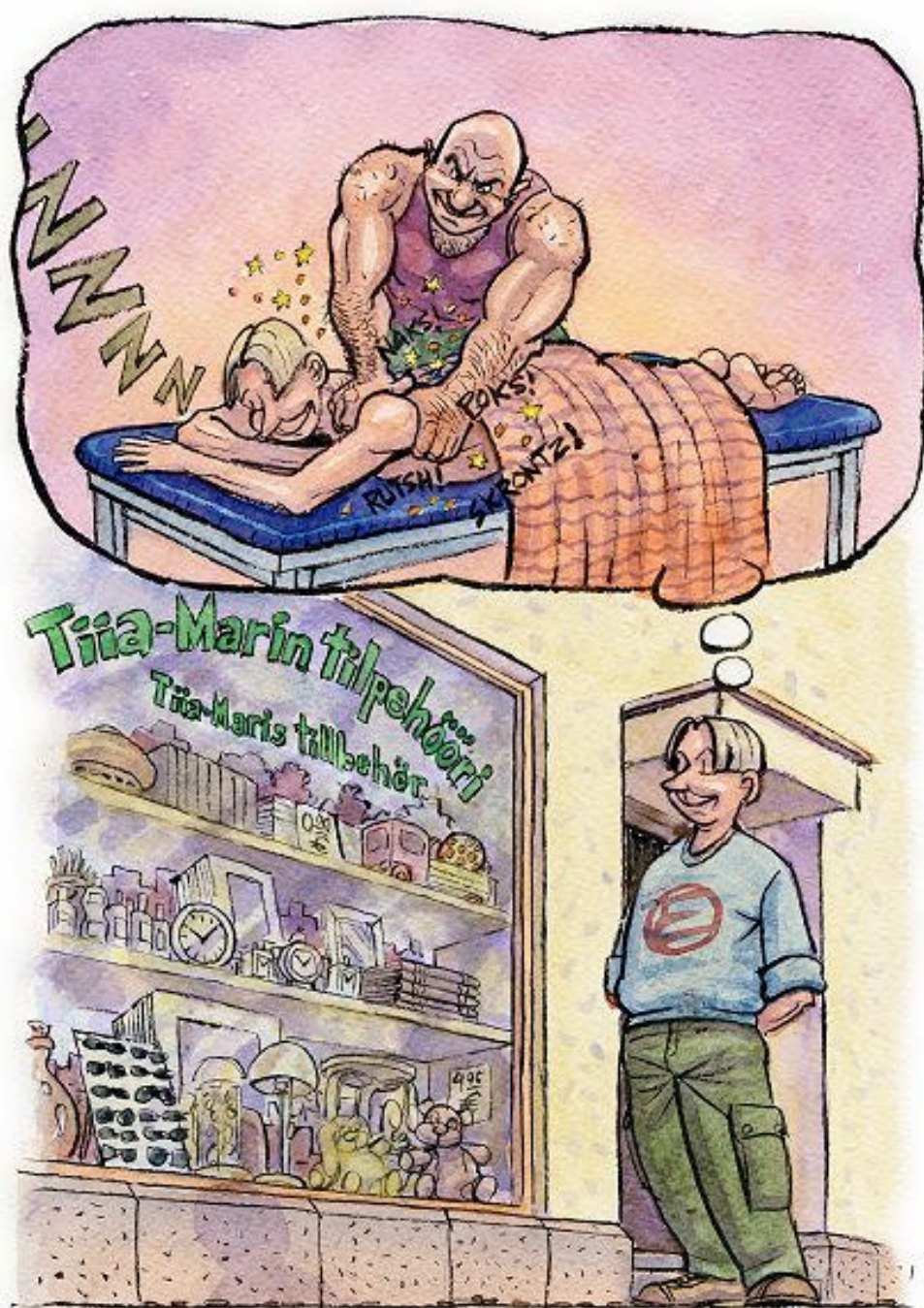
Julisteet



Juliste: Liikenneraivossa. (ESKO.)



Juliste: Juhlahumussa. (ESKO.)



Juliste: Uupuneena. (ESKO.)

Liite 2. Ohjeistus

KANSAINVÄLINEN KULUTTAJAN OIKEUKSIEN PÄIVÄ 15.3.2006
KAUPPAKESKUS FORUMISSA KLO 12 – 17

Tapahtumassa mukana:

- puheenjohtaja **Heli Salonen** Jyvässeudun Kuluttajakompassista **klo 12 – 17**
→ aiheena järjestötoiminta ja Kuluttajakompassin ”henkiin herättäminen”
- neuvontalakimies **Iina Pakarinen** Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnasta **klo 13 – 16**
→ Kuluttajaneuvonnan tutuksi tekeminen kuluttajille (Iinalta voi kysellä esim. vaihto- ja palautusasioista)
- tiedottaja **Terttu Nyberg** Jyväskylän yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osastosta **klo 13 - 14**
→ ympäristöalan asiantuntija, paikalla lähinnä tiedotusvälineitä varten
- toiminnanjohtaja **Mari Pitkänen** Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta Ry:stä **klo 13 – 16**
→ aiheena kävelykadun viihtyvyys ja autottomuus sekä lintujen ruokinnan kieltäminen

Haastattelu:

Haastattelulomakkeet saa paikanpäältä. Haastatellut saavat **kankaisten kestokassin** tapahtumapaikalta, joten sitä kannattaa käyttää ”porkkanana”. Muistakaa myös antaa kuluttajien ”**luonnekuvaus**”-laput (nekin saa paikanpäältä) jokaiselle vastanneelle. Ja ottakaa ylös vastaajan **yhteystiedot** (vain jos haluaa osallistua arvontaan) sillä vastaajien kesken järjestetään arvonta ja palkinnot lähetetään heille. **Palkintona on Kuluttaja-lehden vuosikerta** (arvo n. 25 €).

- haastattelusta saa pisteitä vastausten perusteella ja mitä enemmän pisteitä sen parempi
- kysymys nro 1.: Kyllä = 1 piste, En = 0 pistettä
- kysymys nro 8.: jokaisesta valitusta kohdasta saa yhden pisteen
- muut kysymykset on pisteytetty valmiiksi lomakkeeseen
- arvioikaa vastaajan ikä itse

VIHREÄ - AJATTELEVA Ekokuluttaja
KELTANEN - OSALLISTUVA Ekokuluttaja
ORANSSI - SATUNNAINEN Ekokuluttaja

Tehkää yhteenveto vastauksista ja palauttakaa se Minnoille.

Ideataulu ”Näin minä toimin ympäristön hyväksi”:

Paikalla tapahtumassa on myös **sermi**, johon päivän mittaan on tarkoitus kerätä hyviä ideoita jätteen **syntyn ehkäisystä**. Pöydillä on papereita ja kyniä, joihin ideat voi kirjoittaa ja sitten laittaa nastalla sermiin kiinni. Myös ideat osallistuvat **kilpailuun**, jonka pääpalkintona on **20 € n lahjakortti Ravintolaideaan**. Kannustakaa kuluttajia osallistumaan myös tähän! Muistakaa mainita, että **yhteystiedot** pitää kirjoittaa paperilapun toiselle puolelle!

Toimitte tapahtumassa myös ns. sisäänheittäjinä eli muistakaa mainostaa materiaaleja mitä meillä on jaossa (tutustukaa niihin itsekin kun saavutte paikalle).

Muistakaa iloinen asenne! ☺ ... ja kiitos kaikille haastatteliijoille!!!

Liite 3. Haastattelulomake

KYSELY

15.3.2006

Vastajan tiedot nainen ___ mies ___
 ikä (arvioi itse) ____

1. Tiesitkö, että tänään vietetään Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää?
 Kyllä ___ En ___

2. Ostoksilla ollessasi

3. pyrit valitsemaan ostoskoriisi ympäristöystävällisiä tuotteita.
2. vertailit pakkausmerkintöjä, mutta hinta on ratkaiseva tekijä.
1. teet paljon heräteostoksia ja haluat kokeilla kaikkia uutuustuotteita

3. Pakkaatko ostoksesi

3. kankaiseen kestokassiin tai reppuun/laukkuun
2. mukasi tuomaan muovi-/paperikassiin
1. joka kerta ostamaasi uuteen muovikassiin

4. Työ-/koulumatkan kuljet

3. pyörällä tai kävellen
2. julkisilla kulkuneuvoilla tai kimpakyydillä
1. yksin omalla autolla

5. Vapaa-ajan viettoasi kuvaa parhaiten

3. ulkoilu, lukeminen, postimerkkien keräily tms.
2. jääkiekko, elokuvissa käynti, keilaaminen tms.
1. moottoriurheilu, vesihiihto tms.

6. Sinulla on syntymäpäiväjuhlat. Mitä teet:

3. Viet ystäväsi ravintolaan syömään ja vietätte mukavan illan.
2. Vietät rattoisan juhlapäivän ystäväsi kanssa lasketellen tai golfaten
1. Ostat kertakäyttöastioita ja muuta tilpehööriä ja järjestät suuret juhlat kotonasi.

7. Tietokoneesi (tai muun laitteen) reistaillessa

3. pyydät naapurin tietokone-ekspertiltä apua
2. viet laitteen lähimpään huoltoliikkeeseen
1. hylkää vanhan ja ostat tilalle uuden

8. Kierrätystottumuksesi:

- ? Kompostoin tai erottelen biojätteeni.
 ? Kierrätän pantilliset pullot ja tölkit.
 ? Vien käytöstä poistuneet tavarani/vaatteeni kirpputorille tai annan ystäville

Vien keräyspisteeseen

? paperit ? kartonkitölkit ja pahvin ? lasin ? metallit ? ongelmajätteet

27 – 20 pistettä

AJATTELEVA EKOKULUTTAJA

19 – 13 pistettä

OSALLISTUVA EKOKULUTTAJA

12 – 6 pistettä

SATUNNAINEN EKOKULUTTAJA

Liite 4.**Ekokuluttajatyypit****Ekokuluttajatyypin 1**

ONNEKSI OLKOON!

OLET AJATTELEVA EKOKULUTTAJA!

Sinulla on vahva tietämys siitä, millaisia vaikutuksia tavaroiden ostamisella ja käytämisellä on omaan lähiympäristöösi sekä maapallon hyvinvointiin.

Teet ostoksesi harkiten ja mietit tarkkaan mitä oikeasti tarvitset.

Olet kierrätyksen kunkku! Haluat kierrättää kaiken mahdollisen ja ymmärrät kirpputorien merkityksen.

Välttelet yksittäin pakattuja tuotteita ja olet kiinnostunut tuotteiden pakkausmerkinnöistä.

OLET YMPÄRISTÖN TOSI YSTÄVÄ – JATKA SAMAA RATAA!

Ekokuluttajatyypin 2

OLET OSALLISTUVA EKOKULUTTAJA!

Olet kiinnostunut ympäristöasioista ja kierrätät jätteitä ja tavaroita aina mahdollisuuksien mukaan.

P yrit säästämään energiaa päivittäisissä toimissa esimerkiksi asumisessa ja tiskaamisessa.

Kuljet usein bussilla tai polkupyörällä ja näin ollen omalta osaltasi vähennät liikenteestä aiheutuvia ympäristöongelmia.

Sinulla on mielipiteitä ympäristöasioista ja keskustelet niistä myös ystäväiesi kanssa.

OLET OIKEILLA JÄLJILLÄ – PIENTÄ KOHENNUSTA JA OLET YMPÄRISTÖN TOSI YSTÄVÄ!

Ekokuluttajatyyppejä 3**OLET SATUNNAINEN EKO-KULUTTAJA!**

Olet tietoinen ympäristöasioista mutta kiinnostuksesi niitä kohtaan on vähäinen.

Ostat aina uusinta uutta vaikka vanha tuote tai tavara olisi pienellä ehostuksella vielä toimiva.

Välittelet julkisia kulkuneuvoja ja mielelläsi käytät omaa autoa.

Kierrätät vain jos on pakko ja joku käskee. Et juurikaan osallistu ystäväsi käymiin keskusteluihin ympäristöasioista vaan pakenet mieluummin paikalta.

Tiedostat, että oma käyttäytymisesi ympäristön kannalta ei ole kovin aktiivista mutta asiaan vaikuttaminen tuntuu työläältä.

**TARKKAILE KULUTUSVALINTOJASI – PIENILLÄ ASKELILLA SINUSTAKIN
VOI TULLA YMPÄRISTÖN TOSI YSTÄVÄ!**

Liite 5.**Tiedote**

Tiedote

13.3.2006

Kuluttajan oikeuksien päivä 15.3.2006 kauppakeskus Forumissa

Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuma järjestetään **keskiviikkona 15.3.06 klo 12 – 17** Kauppakeskus Forumissa. Tapahtumassa perehdytään ympäristön hyvinvointiin ja kuluttajan oikeuksiin. Päivän aikana jaetaan esitteitä, lehtiä, järjestetään arvonta ja kilpailu, jossa palkitaan parhaat ideat ympäristön hyvinvoinnin parantamiseksi. Palkintoina on mm. Kuluttaja-lehden vuosikerta ja ravintolalahjakortti. Tapahtuman tarkoitus on herättää ajatuksia ja ideoita arkipäiväisistä kulutusvalinnoista.

Tapahtumassa asiantuntijoina ovat

- puheenjohtaja Heli Salonen Jyväskylän Kuluttajakompassista klo 12 – 17
- neuvontalakimies Iina Pakarinen Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnasta klo 13 – 16
- tiedottaja Terttu Nyberg Jyväskylän yhdyskuntatoimen katu- ja puisto-osastosta klo 13 – 14
- toiminnanjohtaja Mari Pitkänen Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta Ry:stä klo 13 – 16.

Tapahtuman järjestelyistä vastaavat Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijat Minna Dahl ja Minna Moilanen. Tapahtuma järjestetään Jyväskylän Kuluttajakompassin toimeksiannosta.

Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää on vietetty ympäri maailmaa vuodesta 1982 lähtien. Päivän tarkoituksena on parantaa kuluttajien perusoikeuksien toteutumista. Päivän teemana vuonna 2006 on ”Oikeus puhtaaseen ympäristöön”. Oikeutta puhtaaseen ympäristöön voidaan pitää kaikille kuuluvana perus- ja ihmisoikeutena ja siksi siihen tulisi kiinnittää huomiota jokapäiväisissä valinnoissa.

Lisätietoja tapahtumasta

Minna Dahl
restonomiopiskelija
p. 044 582 6691

tai

Minna Moilanen
restonomiopiskelija
p. 050 360 0917

Liite 6. Tiedotteen aikataulu

TIEDOTTAMINEN: aikataulu ja toteutuminen

- VKO 7 tiistai **14.2.06** tapaaminen: Terttu Nyberg
 → Terttu lupautui auttamaan tiedotteen tekemisen kanssa ja välittämään sen eteenpäin Jyväskylän kaupungin Internetsivujen kautta
- VKO 9 torstai **2.3.06** tiedotteen tekeminen ja lähettäminen Tertulle
- VKO 10 maanantai **6.3.06** tapaaminen: Terttu Nyberg
 → palautetta tiedotteesta ja kertoi parannus ehdotuksia
 → tehtiin uusi versio ja lähetettiin se Tertulle
- maanantai **6.3.06** tapaaminen: Marja Nives
 → kommentit tiedotteesta
 → muokkaamista
- tiistai **7.3.06**
 → tiedotteen lähettäminen Keskisuomalaisen toimitukseen Pulssi-palstalle
- keskiviikkona **8.3.2006**
 → tiedotteen lähettämiin Suur-Jyväskylän Lehteen
- lauantaina **11.3.2006**
 → Suur-Jyväskylän Lehti julkaisi jutun tapahtumasta Ensi viikko – palstalla
- VKO 11 maanantai **13.3.06**
 → Terttu Nyberg välitti tiedotteen eteenpäin kaikille paikallisille tiedotusvälineille
- tiistai **14.3.06**
 → klo 11.30 radiohaastattelun tekeminen → Radio Keski-Suomen toimittaja Tuija Melville tuli koululle tekemään tapahtumastamme jutun, joka tuli ulos radiosta myöhemmin samana päivänä n. klo 16.20
- keskiviikko **15.3.06** TAPAHTUMA
 → Suur-Jyväskylän Lehti ja Keskisuomalainen julkaisivat pienet jutut tapahtumasta
 → TV-jyväskylä kävi tekemässä jutun tapahtumasta paikan päällä

Kuluttajan oikeuksien päivä esillä Forumissa

■ Tänään keskiviikkona vietetään kansainvälistä kuluttajaoikeuksien päivää.

Kauppakeskus Forumissa järjestetään tänään klo 12 – 17 tapahtuma, jossa perehdytään ympäristön hyvinvointiin ja kuluttajan oikeuksiin. Päivän aikana jaetaan esitteitä, lehtiä, järjestetään arvonta ja kilpailu, jossa palkitaan parhaat ideat ympäristön viihtyvyyden parantamiseksi. Palkintoina on mm. Kuluttaja-lehden vuosikerta ja ravintolalahjakortti. Tapahtuman tarkoitus on herättää ajatuksia arkipäiväisistä kulutusvalinnoista.

Tapahtuman järjestävät Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijat **Minna Dahl** ja **Minna Moilanen**. Tapahtumassa ovat paikalla Jyväskylän Kuluttajakompassin puheenjohtaja **Heli Salonen** klo 12-17, Jyväskylän kaupungin kuluttajaneuvonnan neuvontalakimies **Iina Pakarinen** klo 13-16, Jyväskylän yhdyskuntatoinen katu- ja puisto-osaston tiedottaja **Terttu Nyberg** klo 13-14 sekä Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta Ry:n toiminnanjohtaja **Mari Pitkänen** klo 13-16.

Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää on vietetty ympäri maailmaa vuodesta 1982 lähtien. Päivän tarkoituksena on parantaa kuluttajien perusoikeuksien toteutumista. Päivän teemana vuonna 2006 on "Oikeus puhtaaseen ympäristöön".

Kuluttajan oikeuksien päivä ensi viikolla

■ Kansainvälisen kuluttajan oikeuksien päivän tapahtuma järjestetään 15.3. klo 12 – 17 Kauppakeskus Forumissa. Tapahtumassa perehdytään ympäristön hyvinvointiin ja kuluttajan oikeuksiin. Päivän aikana jaetaan esitteitä, lehtiä, järjestetään arvonta ja kilpailu, jossa palkitaan parhaat ideat ympäristön hyvinvointiin parantamiseksi.

Tapahtuman tarkoitus on herättää ajatuksia ja ideoita arkipäiväisistä kulutusvalinnoista. Tapahtumassa asiantuntijoina ovat Jyväskylän Kuluttajakompassin puheenjohtaja **Heli Salonen**, kaupungin kuluttajaneuvonnan neuvontalakimies **Iina Pakarinen**, yhdyskuntatoinen katu- ja puisto-osaston tiedottaja **Terttu Nyberg** ja Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtaja **Mari Pitkänen**.

Liite 8.**Jyväskylän kaupungin viestimien peruslista**

Viestimet. Peruslista.

Sisältää nämä viestimet (9/2005):

Freelancer Anja Kaisanlahti anja.kaisanlahti@kotiportti.fi

Freelancer Irene Pakkanen irene.pakkanen@kolumbus.fi

Helsingin Sanomat, Jyväskylä / Timo Siukonen hs.jyvaskyla@sanoma.fi

Jyväskylä - kaupungin tiedotuslehti jyvaskyla-lehti@medita.fi

Kansan Uutiset / Jarkko Mänttari jarkko.manttari@kansanuutiset.fi

Keski-Suomen tiedonvälitys oy / Kari Peippo toimitus@paja.to

Keski-Suomen viikko toimitus@ksviikko.fi

Kuntalehti kuntalehti@kuntaliitto.fi

Media Communication medita@medita.fi

Aamulehti / Paula Latva paula.latva@aamulehti.fi

Sävelradio hermanni.seppala@savelradio.fi (ohjelmajohtaja)

Petäjävesi-lehti pvl@saunalahti.fi

TV2, asiaohjelmat / Eila Tiainen eila.tiainen@yle.fi

Savon Sanomat & MTV3 Uutiset / Helka Shecter helka.shecter@savonsanomat.fi

STT toimitus@stt.fi

Sunnuntaisuomalainen / Seppo Roth seppo.roth@sunnuntaisuomalainen.fi

YLE / Ajankohtaisjournalismi / Jyväskylä kotkat@yle.fi

YLE / Keski-Suomen TV-uutiset ksu@yle.fi

YLE / Radio Keski-Suomi rks@yle.fi

Liite 9.**Alustava kirjallinen aikataulu****AIKATAULUSUUNNITELMA**

VKO 46	TAPAHTUMAN SUUNNITTELU ALKAA (ideointia ja suunnittelua)
VKO 47	ohjaajan valinta: Marja Nives
VKO 48	Aiheen esittely Päivi Paukun tunneilla 30.11.05
VKO 49	Tietopohjan kirjoittamista, suunnittelua
VKO 50	Tietopohjan kirjoittamista, yhteistyökumppaneiden etsintää
VKO 51	Tietopohjan kirjoittamista
VKO 52	Joululoma → ei työskentelyä
VKO 1	Joululoma → ei työskentelyä
VKO 2	Yhteydenotot yhteistyökumppaneihin, toimeksiantajan tapaaminen, tapahtuman kokonaiskuvan muodostuminen
VKO 3	tietopohjan kirjoittamista, tapahtuman suunnittelua
VKO 4	tietopohjan kirjoittamista, tapahtuman suunnittelua
VKO 5	tietopohjan kirjoittamista, tapahtuman suunnittelua
VKO 6	tietopohjan kirjoittamista, tapahtuman suunnittelua
VKO 7	tietopohjan kirjoittamista, tapahtuman suunnittelua
VKO 8	tietopohjan kirjoittamista, tapahtuman suunnittelua
VKO 9	Kaikki oleellinen valmiina (yhteistyökumppanit, materiaalit, tapahtuman sisältö jne.)
VKO 10	Viimeinen silaus...
VKO 11	TAPAHTUMA: Kansainvälinen kuluttajan oikeuksien päivä

Liite 10. Todellinen aikataulu

TODELLINEN AIKATAULU

- VKO 46** * Aiheen keksiminen: **Yleisötapahuman järjestäminen Kansainvälisenä kuluttajan oikeuksien päivänä**
 * Tapaaminen: *Marja Nives* → tapahtuman suunnittelua

- VKO 47** * Tapaaminen: *Marja Nives*
 → ohjaajan valinta: *Marja Nives*
 → päivän teeman selvittäminen
 → tapahtuman suunnittelua
 * alustavan aikataulun laatiminen
 * teorian kirjoitusta

Maanantai 21.11.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: *Sinikka Turunen*, Kuluttajaliitto
 → kysely siitä mikä on vuoden 2006 teema

Tiistai 22.11.06

- * vastaanotettu sähköposti: *Sinikka Turunen*, Kuluttajaliitto
 → oli välittänyt viestimme eteenpäin *Reija Aarniolle*
 * vastaanotettu sähköposti: *Reija Aarnio* → Kuluttajan oikeuksien päivän teema vuonna 2006 **”Oikeus puhtaaseen ympäristöön”**

- VKO 48** * teorian kirjoitusta → mitä on oikeus puhtaaseen ympäristöön, aiheen tarkastelua eri näkökulmista
 * aiheen esittely Päivi Paukun tunneilla **30.11.05**

- VKO 49** (* Itsenäisyyspäivä)
 * tiedon keräilyä → Internet, kirjallisuus, aikaisemmat opinnäytetyöt
 * teorian kirjoitusta (ympäristö, tapahtuman järjestäminen)

Perjantaina 9.12.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: projektityöntekijä *Sirpa Kovanen*, Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen Katu- ja puisto-osasto
 → onko halukkuutta lähteä toimeksiantajaksi ja/tai yhteistyökumppaniksi

- VKO 50** * tapaaminen: ohjaaja *Marja Nives* klo 10. → yhteistyökumppaneiden pohdintaa, kuluttajan vaikutusmahdollisuudet
 * teorian kirjoitusta

- VKO 51** * teorian kirjoitusta

- VKO 52** *Joululoma* → ei työskentelyä
VKO 1 *Joululoma* → ei työskentelyä

VKO 2

- * teorian kirjoitus sivuun → keskittyminen itse tapahtuman suunnitteluun
- * markkinointi ja sen suunnittelu aluille → miten, mitä markkinointikanavia käytetään? → markkinointiin ja tiedottamiseen paneuduttiin kunnolla vasta suunnittelun loppuvaiheessa eli maaliskuun alussa.
- * yhteistyötä ensimmäisen vuoden opiskelijoiden kanssa → heidän rooli tapahtumassa?
- * Sirpa Kovanen ei ole vastannut vielä mitään lähettämäämme sähköpostiin → Marja Nives lupautui ottamaan Kovaseen yhteyttä ja kyselemään asiasta

Tiistaina 10.1.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: JAPA ry:n toiminnanjohtaja *Kari Lehtinen* → onko kiinnostusta lähteä yhteistyökumppaniksi tapahtumaan? (ei koskaan vastannut viestiimme mitään)
- * yhteydenotto sähköpostitse: toiminnanjohtaja *Mari Pitkänen*, Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry
→ tapahtuman järjestäminen kävelykadulla, mitä toimenpiteitä vaatii, lupa-asiat jne.
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Marja Nives*
→ tähänastinen teoriapohja
- * vastaanotettu sähköposti: toiminnanjohtaja *Mari Pitkänen*
→ tapahtumanjärjestäminen kävelykadulla ok

Keskiviikkona 11.1.06

- * yhteistyökumppaneiden ja tapahtuman järjestämispaikan selvittäminen (kävelykatu, jokin kauppakeskus?), materiaalin tarve
- * vastaanotettu sähköposti: *Marja Nives*
→ Marja pyysi, että voidaanko me itse ottaa yhteyttä Katu- ja puisto-osastoon ja vaatia pikaista vastausta siihen, kiinnostaako heitä lähteä yhteistyökumppaniksi

Perjantaina 13.1.06

- * vastaanotettu sähköpostiviesti: tiedottaja *Terttu Nyberg*, Jyväskylän kaupungin yhdyskuntatoimen Katu- ja puisto-osasto
→ Sirpa Kovanen oli välittänyt viestimme Nybergille, joka kiinnostui tapahtumastamme
→ halu lähteä yhteistyökumppaniksi mutta EI toimeksiantajaksi
→ tapaamisesta sopiminen (tapaaminen keskiviikkona 18.1.06)
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Marja Nives*
→ kuka on mahdollinen toimeksiantajamme?

VKO 3

* yleistä suunnittelua (mm. mietittiin uudestaan missä tapahtuma kannattaa järjestää → ei ulkona talviaikaan, eli pitää hommata joku sisätila)

Maanantaina 16.1.06

* vastaanotettu sähköposti: *Marja Nives* (toimii myös Jyväskylän Kuluttajakompassi ry:n sihteerinä)

→ lupasi, että **Kuluttajakompassi** on opinnäytetyömme toimeksiantaja

Keskiviikkona 18.1.06

* ensimmäinen tapaaminen Terttu Nybergin kanssa (mukana myös Marja Nives)

→ ”**jätteen synnyn ehkäisy**”-kampanja tapahtuman teemaksi, materiaalin (julisteet/esitteet) tarve, jonkinlaisen kyselyn tekeminen tapahtumassa, osallistuuko asiantuntijoita tapahtumaan?

→ Terttu käski tutustumaan jätelaitosyhdistyksen Internet sivuille, koska sieltä löytyy hyvää materiaalia liittyen jätteen synnyn ehkäisyyn

* tutustuimme jätelaitosyhdistyksen Internetsivuille, josta löysimme tapahtumaan/aiheeseen sopivia julisteita ja esitteitä

Torstaina 19.1.06

* yhteydenotto puhelimitse: johtaja *Aki Tuikka*, kauppakeskus Forum

→ kysyttiin, että voisiko Forumissa järjestää yleisötapahtuman

→ Tuikka oli pahassa paikassa, pyysi ottamaan yhteyttä sähköpostitse ja kertomaan tapahtumasta tarkemmin

* yhteydenotto sähköpostitse: *Aki Tuikka*

→ kerroimme tapahtumamme luonteesta ja sisällöstä

→ tilavaraus

* yhteydenotto sähköpostitse: *Terttu Nyberg*

→ lähetimme viestiä siitä, minkälaisia julisteita/muuta materiaalia haluamme tapahtumaan (liittyen jätteen synnyn ehkäisyyn)

VKO 4

* tapahtuman sisällön ja aikataulujen suunnittelua

* materiaalin keräämistä

* päätimme, että tapahtumassa jaetaan kankaisia kestokasseja → ”porkkanana” houkuttelemaan kuluttajia tapahtumaan → kassit yritetään saada lahjoituksena joltakin taholta (Ympäristökeskus, Kuluttajaliitto, Kuluttajavirasto tms.)

Keskiviikkona 25.1.06

* yhteydenotto sähköpostitse: *Terttu Nyberg*

→ kyselimme onko katu- ja puisto-osastolla mahdollisuus lahjoittaa tapahtumaamme kankaisia kestokasseja

* vastaanotettu sähköposti: *Terttu Nyberg*

- heillä ei ole antaa kasseja, ehdotti, että kysyisimme Keski-Suomen Ympäristökeskuksesta
- * yhteydenotto sähköpostitse: ylitarkastaja *Katriina Koivisto*, K-S Ympäristökeskus (saimme yhteystiedot Terttu Nybergiltä)
- onko saatavilla kestokasseja ja muutakin materiaalia ympäristöön ja jätteisiin liittyen

Torstaina 26.1.06

- * yhteydenotto puhelimitse: johtaja *Aki Tuikka*, kauppa-keskus Forum
- lupasi tilan käyttöömme
- välitti viestimme eteenpäin markkinointipäällikkö *Iris Kuhlmanille*
- * vastaanotettu sähköposti: *Iris Kuhlman*
- lähetti meille sähköisen tilavarauslomakkeen (kauppa-keskus Forum)

VKO 5

Maanantaina 30.1.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: *Iris Kuhlman*
- lähetettiin täytetty tilavarauslomake (kauppakeskus Forum) eteenpäin

Tiistaina 31.1.06

- * klo 17.00: Kuluttajakompassin vuosikokous
- tapahtuman esittely jäsenille, ideointia ("ideataulu"),
- neuvontalakimies *Iina Pakarinen* mukaan tapahtumaan (sovittiin olevamme yhteyksissä pikimmiten)
- Kompassin puheenjohtaja *Heli Salonen* lupautui tapahtumaan esittelemään järjestötoimintaa (lupasi yrittää kerätä materiaaleja esim. kestokasseja)
- haastattelujen tekeminen liittyen Kuluttajaneuvontaan ja kuluttajan oikeuksiin

Keskiviikkona 1.2.06

- * vastaanotettu sähköposti: *Heli Salonen*
- Heli oli kysellyt Kuluttajaliitosta *Sirpa Villalta* palkintoja kilpailuihimme (kyselyn arvonta/ideataulu)
- *Sirpa Villa* lupasi pari kappaletta Kuluttajan käsikirjoja palkinnoiksi
- Heli pyysi meitä itse ottamaan yhteyttä *Sirpa Villaan*
- * tapaaminen klo 9.00: *Terttu Nyberg*
- tilannekatsaus eli mitä tällä hetkellä jo on, ketä osallistuu tapahtumaan, materiaalin määrä jne. Katu- ja puisto-osastolta tulevat materiaalit (julisteet 3 kpl + esitteet 500 kpl)

Torstaina 2.2.06

- * kävimme esittelemässä opinnäytetyötämme ensimmäisen vuoden kuluttajapalveluopiskelijoille

- heidän osuutensa tapahtumassa, haastattelujen teko kuluttajille
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Sirpa Villa*, Kuluttajaliitto
- materiaalit, Kuluttajankäsikirjat yms.
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Iina Pakarinen*, Kuluttajaneuvonta
- pääseekö tapahtumaan asiantuntijaksi
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Riitta Jalkanen*, Kuluttajavirasto
- kestokassit, Kuluttaja-lehti (materiaaliksi tapahtumaan)
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Katriina Koivisto*, Ympäristökeskus
- kestokassit, muuta ympäristöön liittyvää materiaalia
- * vastaanotettu puhelu: *Katriina Koivisto*, Ympäristökeskus
- Katriina pyysi meitä ottamaan yhteyttä sähköpostitse Helena Kaakkolahteen, joka tietäisi asiasta enemmän
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Helena Kaakkolahti*, Ympäristökeskus
- kestokassit, muuta materiaalia
- milloin voisimme hakea materiaalit?
- * vastaanotettu sähköposti: *Iina Pakarinen*, Kuluttajaneuvonta
- tapaamisesta sopiminen (tapaaminen tiistaina 7.2.06 klo 9.00)

Perjantaina 3.2.06

- * vastaanotettu sähköposti: *Helena Kaakkolahti*, Ympäristökeskus
- tapaamisesta sopiminen (tapaaminen tiistaina 7.2.06 klo 10.30)

VKO 6

Maanantaina 6.2.06

- * vastaanotettu sähköposti: *Riitta Jalkanen*, Kuluttajavirasto
- ei kestokasseja saatavilla
- pyysi kyselemään Kuluttaja-lehteä markkinointipäällikkö Kirsti Vänskältä
- * yhteydenotto sähköpostitse: Kuluttaja-lehden markkinointipäällikkö *Kirsti Vänskä*, Kuluttajavirasto
- kysyimme, olisiko mahdollista saada Kuluttaja-lehteä tapahtumaamme (n. 500 kpl)
- * vastaanotettu sähköposti: Kuluttaja-lehden markkinointipäällikkö *Kirsti Vänskä*, Kuluttajavirasto
- lupasi lähettää meille n. 500 kappaletta Kuluttaja-lehteä
- * päätimme **ostaa kankaisia kestokasseja** tapahtumaan, koska niitä ei saatu lukuisista yrityksistä huolimatta lahjoituksena mistään → kysyimme kassien rahoituksesta Marja Nivekseltä
- * vastaanotettu sähköposti: Marja Nives
- Kuluttajakompassi lupasi rahoittaa 100 kappaletta kestokasseja

Tiistaina 7.2.06

- * tapaaminen klo 9.00: *Iina Pakarinen*, Kuluttajaneuvonta
- Iinan rooli tapahtumassa, **paikalla klo 13 - 16**,
- kuluttajaneuvonta lupautui sponsoroimaan Kuluttajalehden vuosikerran arvonnän voittajalle (huom. kysely)
- * klo 10.30 tapaaminen: *Helena Kaakkolahti*, Ympäristökeskus
- materiaalien noutaminen
- * yhteydenotto sähköpostitse: *restonomipalvelut*
- onko mahdollista saada lahjakorttia RAVINTOLAIDEAAN, se olisi palkintona kilpailussa
- * vastaanotettu sähköposti: *Minna Ahokas*, restonomipalvelut
- lahjakortti (20 €) ok!
- * palkintojen suunnittelua arvontaan ja ideatauluun
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Terttu Nyberg*
- jäte-oppaiden hankinta (Terttu lupasi järjestää asian)

Keskiviikkona 8.2.06

- * kyselylomakkeen ensimmäinen versio liittyen Kuluttajaneuvontaan, kokonaistilanteen kartoittaminen eli mitä on ja mitä vielä tarvitaan, sermi asia hoidettiin kuntoon vahtimestari Jouko Malisen kanssa
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Terttu Nyberg*
- sovittiin tapaamisesta (tapaaminen tiistaina 14.2.06)
- kyseltiin julisteista ja siitä milloin mahdollisesti saamme ne

VKO 7

- * tutustumista saatuihin materiaaleihin ja tapahtuman sisällön muokkaamista

Tiistaina 14.2.06

- * tapaaminen klo 9.00: *Terttu Nyberg*
- julisteet valmiita, Terttu lupautui tulemaan **tapahtumaan** asiantuntijaksi **klo 13–14**, tiedotteen tekeminen
- Terttu lupautui auttamaan ja välittämään tiedotteen eteenpäin Jyväskylän kaupungin Internet sivujen kautta

Keskiviikkona 15.2.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: *Iina Pakarinen*, Kuluttajaneuvonta
- lähetimme Iinalle kuluttajaneuvontaan liittyvän kyselyn, jota oli tarkoitus hyödyntää tapahtumassa (Huom. kysely muuttui myöhemmin radikaalisti)

VKO 8

- * tutustumista saatuihin materiaaleihin ja tapahtuman sisällön muokkaamista
- * tapahtuman kestoä muutettiin, sillä omien havaintojemme perusteella kauppakeskus Forumissa ei ollut ihmisiä ennen puolta päivää (alkuperäinen suunnitelma klo 10 – 18, uusi tapahtuma-aika klo 12 – 17)

Maanantaina 20.2.06

- * tapaaminen: Marja Nives ja Heli Salonen
- kyselyn uudelleen tekeminen (pitää liittyä ympäristöaiheeseen ja kuluttajanoikeuksien päivään),
- tapahtuman tavoitteiden tarkentuminen (päivän tunnetuksi tekeminen jne.)
- päivänkulun lukkoon lyöminen, ketä paikalla, materiaalin määrä jne. Mari Pitkäsen (Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry) mukaan tulo tapahtumaan?
- uuden aikataulun ilmoittaminen (klo 12 – 17)
- sovittiin, että Heli Salonen on **tapahtumassa mukana klo 13–16**

Tiistaina 21.2.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: markkinointipäällikkö *Iris Kuhlman*, kauppakeskus Forum
- uusittu tilavaraus (aikataulumuutoksista johtuen teimme uuden tilavaruksen Iirikselle)
- * kestokassien ostaminen Jyväskylän Euromarketista varmistui (100 kpl, 0,55€kpl), yhteyshenkilönä tavaratalopäällikkö *Tuija Jussinoja-Nissinen*

Torstaina 23.2.06

- * yhteydenotto puhelimella: toiminnanjohtaja *Mari Pitkänen*, Jyväskylän elävä kaupunkikeskusta ry
- kysyimme, olisiko hänellä kiinnostusta lähteä asiantuntijaksi tapahtumaan
- tapaamisesta sopiminen (tapaaminen keskiviikkona 1.3.06)

Perjantaina 24.2.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: infotyöntekijä *Johanna Lappi*
- saammeko pöytäliinoja lainaksi koululta?

VKO 9**Keskiviikkona 1.3.06**

- * tapaaminen klo 9.00: toiminnanjohtaja *Mari Pitkänen*, Jyväskylän Elävä Kaupunkikeskusta ry
- rooli tapahtumassa (lintujen ruokinta huom. lintuinfluenssa, autoton kävelykatu jne.)
- sovittiin, että on **tapahtumassa mukana klo 13–16**
- lupasi hommata ”Järjestyslaki” –esitteet poliisilaitokselta
- * klo 10.30 käynti Suur-Jyväskylän Lehden toimituksessa
- milloin ja millainen juttu pitää lähettää, että se julkaistaisiin

Torstaina 2.3.06

- * yhteydenotto sähköpostitse: *Terttu Nyberg*
- tiedotteen tekeminen ja lähettäminen
- uuden tapahtuma-aikataulun ilmoittaminen (klo 12 – 17)

- * yhteydenotto sähköpostitse: *Heli Salonen*
- tapaamisesta sopiminen (tapaaminen tiistaina 7.3.06)

Perjantaina 3.3.06

- * uuden **haastattelulomakkeen** laatiminen liittyen ympäristöön ja kuluttajan oikeuksien päivään, **ekokuluttaja-tyyppien** kehittäminen
- * yhteydenotto sähköpostitse: *Marja Nives*
- uuden haastattelun lähettäminen
- tiedusteltiin kirjallista materiaalia Kuluttajakompassin historiasta raporttiamme varten

VKO 10 Maanantaina 6.3.06

- * tapaaminen klo 9.00: *Terttu Nyberg*
- esitteiden haku (500 kpl),
- Terttu antoi palautetta tiedotteesta ja kertoi parannus ehdotuksia
- tehtiin uusi versio ja lähetettiin sähköpostitse se Tertulle
- * tapaaminen klo 14.30: *Marja Nives*
- käytännön asioista sopiminen (nastat, kynät, kestokassien maksu, kyselyjen tulostaminen, esitteiden kopioiminen, muovitaskut, kirjoituslusek, jne.)
- Marjan kommentit tiedotteesta
- * vahtimestari *Jouko Malinen* lupautui toimittamaan sermit kauppakeskus Forumiin tapahtuma päivänä sekä noutamaan ne sieltä pois

Tiistaina 7.3.06

- * yhteydenotto puhelimitse: *Iris Kuhlman*
- tiedustelua Forumin tilasta, pöydistä ja käytännön toimista
- * tiedotteen lähettäminen Keski-suomalaisen toimitukseen Pulssi-palstalle
- * tapaaminen klo 15.00: *Heli Salonen*
- yleistä keskustelua tapahtumasta

Keskiviikkona 8.3.06

- * tiedotteen lähettämiin Suur-Jyväskylän Lehteen
- * laadittiin kirjallinen ohjeistus ensimmäisen vuoden opiskelijoille

Torstaina 9.3.06

- * ensimmäisen vuoden opiskelijoiden ohjeistus haastattelujen tekemistä varten
- * haastattelun ulkoasun muokkaamista

Perjantaina 10.3

- * yhteydenotto sähköpostitse: *Iina Pakarinen*, Kuluttajaneuvonta
- uuden tapahtuma-aikataulun ilmoittaminen (klo 12 – 17)

→ tapaamisesta sopiminen (tapaaminen maanantaina 13.3.06)

Lauantaina 11.3.2006

* **Suur-Jyväskylän Lehti julkaisi** jutun tapahtumasta Ensi viikko – palstalla

VKO 11

Maanantaina 13.3.06

* tapaaminen klo 9.00: *Iina Pakarinen*

→ Kuluttajaneuvonta kielletty sponsoroimasta Kuluttajalehden vuosikertaa sillä kyselyä oli muutettu niin, ettei se koskettanut heitä vaan ympäristöteemaa

* Terttu Nyberg välitti tiedotteen eteenpäin kaikille paikallisille tiedotusvälineille

* kaiken materiaalin tulostaminen ja kopioiminen, kylttien tekeminen

Tiistaina 14.3.06

* **radiohaastattelun** tekeminen klo 11.30

→ **Radio Keski-Suomen** toimittaja Tuija Melville tuli koululle tekemään tapahtumastamme jutun, joka tuli ulos radiosta myöhemmin samana päivänä n. klo 16.20

* tarkistettiin, että kaikki oleellinen materiaali on kunnossa ja tarvikkeet ovat kasassa, lastattiin suuriosa tavaroista valmiiksi auton kyytiin huomista varten

Keskiviikkona 15.3.06 TAPAHTUMA: Kansainvälinen kuluttajan oikeuksien päivä

→ **TV Jyväskylän** toimittaja paikalla

→ **lehtijutut:** Suur-Jyväskylän Lehti ja Keski-suomalainen

Torstaina 16.3.06

* haastattelujen yhteenvedon tekeminen

* ylijääneet materiaalit hyötykäyttöön (Terttu Nybergille osa, koulun oppimateriaaliksi loput)

* kirjattiin ylös kuluttajilta saadut palautteet

VKO 12

* palautteen keräämistä sähköpostitse toimeksiantajalta ja yhteistyökumppaneilta sekä ensimmäisen vuoden opiskelijoilta

* suoritettiin arvonta haastatteluun vastanneiden kesken

* valitsimme voittajan ideatauluun vastanneista, lisäksi kaksi muuta ideaa palkittiin

* postitettiin palkinnot voittajille

→ Kuluttajakompassi kustansi postituskulut

* tapahtuman raportointi aloitettiin

Liite 11. Haastattelun tulokset

Vastaajan tiedot nainen **77 %** mies **23 %**
ikä (arvioi itse) **17 -70 -vuotiaita**

1. Tiesitkö, että tänään vietetään Kansainvälistä kuluttajan oikeuksien päivää?

Kyllä **30 %** En **70 %**

2. Ostoksilla ollessasi

- 3. pyrit valitsemaan ostoskoriisi ympäristöystävällisiä tuotteita. **24 %**
- 2. vertaillet pakkausmerkintöjä, mutta hinta on ratkaiseva tekijä. **64 %**
- 1. teet paljon heräteostoksia ja haluat kokeilla kaikkia uutuustuotteita **12 %**

3. Pakkaatko ostoksesi

- 3. kankaiseen kestokassiin tai reppuun/laukkuun **61 %**
- 2. mukanaasi tuomaan muovi-/paperikassiin **17 %**
- 1. joka kerta ostamaasi uuteen muovikassiin **22 %**

4. Työ-/koulumatkan kuljet

- 3. pyörällä tai kävellen **49 %**
- 2. julkisilla kulkuneuvoilla tai kimpakyydillä **37 %**
- 1. yksin omalla autolla **14 %**

5. Vapaa-ajan viettoasi kuvaa parhaiten

- 3. ulkoilu, lukeminen, postimerkkien keräily tms. **77 %**
- 2. jääkiekko, elokuvissa käynti, keilaaminen tms. **15 %**
- 1. moottoriurheilu, vesihiihto tms. **8 %**

6. Sinulla on syntymäpäiväjuhlat. Mitä teet:

- 3. Viet ystäväsi ravintolaan syömään ja vietätte mukavan illan. **61 %**
- 2. Vietät rattoisan juhlapäivän ystäväsi kanssa lasketellen tai golfaten **22 %**
- 1. Ostat kertakäyttöastioita ja muuta tilpehööriä ja järjestät suuret juhlat kotonasi. **17 %**

7. Tietokoneesi (tai muun laitteen) reistaillessa

- 3. pyydät naapurin tietokone-ekspertiltä apua **78 %**
- 2. viet laitteen lähimpään huoltoliikkeeseen **14 %**
- 1. hylkää vanhan ja ostat tilalle uuden **8 %**

8. Kierrätystottumuksesi:

- ? Kompostoin tai erottelen biojätteeni. **60 %**
- ? Kierrätän pantilliset pullot ja tölkit. **69 %**
- ? Vien käytöstä poistuneet tavarani/vaatteeni kirpputorille tai annan ystäville **59 %**

Vien keräyspisteeseen

paperit **85 %**, kartonkitölkit ja pahvin **79 %**, lasin **90 %**, metallit **87 %**, ongelmajätteet **83 %**

Pisteet:

27 – 20	AJATTELEVA EKOKULUTTAJA 84 %
19 – 13	OSALLISTUVA EKOKULUTTAJA 16 %
12 - 6	SATUNNAINEN EKOKULUTTAJA 0 %