

Eläinkahviloiden elämykset nuorten keskuudessa

Olivia Kiviaho



Tekijä Olivia Kiviaho	
Koulutusohjelma Matkailualan koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Eläinkahviloiden elämykset nuorten keskuudessa	Sivu- ja liitesivumäärä 45 + 8
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ymmärtää, millaisia elämyksiä nuoret saavat eläinkahviloista, ja mikä saa heidät niistä kiinnostumaan. Työ on oma aihevalinta, jolloin taustalla ei ole yritystä, mutta osatavoitteena on työn käytettävyys eläinkahviloiden mahdollisessa kehitystyössä. Työ on rajattu nuoriin, sillä kaikki vastaajat olivat 22-25 vuotiaita, sekä yksi 15 vuotias. Tutkimus on myös toteutettu niin, että jokainen tutkittu henkilö on vierailut eläinkahvilassa jossain vaiheessa.</p> <p>Ensimmäisenä käydään läpi eläinkahviloita Suomessa, jotta ymmärretään, minkälainen tarjonta Suomessa on ilmiön syntymiselle ja sen mahdolliselle toteuttamiselle. Lisäksi käydään läpi sitä, mitä me saamme eläimistä hyvinvoinnin kannalta, sillä se tuli esille tutkimuksen vastauksissa, jolloin on tärkeää ymmärtää, mistä on kysymys.</p> <p>Toisena käydään läpi työn teoreettinen viitekehys, joka on kuluttajakäyttäytyminen ja elämysteoria. Tämän kautta ymmärretään koko työn pohja ja se, millaisten asioiden perusteella me teemme valintoja esimerkiksi kahvilassa ja siellä vierailun syntymisessä, sekä ymmärretään elämyshakuisuutta ja sitä, mitä tarkoitetaan monen kahvilan sivuilla mainitulla elämyksellä.</p> <p>Tämän jälkeen katsotaan tutkimusmenetelmää, sekä siitä saatuja vastauksia. Pohditaan sitä, miksi tutkimus toteutettiin tällaisella menetelmällä, ja millaisia tuloksia tutkimuksesta saatiin, täyttävätkö vastaukset tutkimuksen tavoitteet?</p> <p>Lopuksi pohditaan tutkimuksesta saatuja tuloksia ja vedetään niistä johtopäätöksiä, sekä mietitään sitä, millaisia kehitysmahdollisuuksia tutkimuksesta nousi esille, ovatko ne eläinkahviloiden tai muiden hyödynnettävissä. Aivan viimeisenä mietitään opinnäytetyöprosessia sekä omaa oppimista tutkimuksen, sekä opinnäytetyöprosessin kannalta.</p>	
Asiasanat Elämykset, eläinkahvilat, hyvinvointi, kuluttajakäyttäytyminen.	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Eläinkahvilat	3
2.1	Eläinkahvilat Suomessa	3
2.1.1	Kissakahvila Purnauskis.....	4
2.1.2	Kissakahvila Helkatti	4
2.1.3	3D Crush Café	6
2.1.4	Freija Kissakahvila – Cat Café	7
2.1.5	Kissakahvila Tiramisu	8
2.2	Eläinten tuomat hyödyt ihmisille	9
3	Kuluttajat ja elämykset	11
3.1	Kuluttajakäyttäytyminen	11
3.1.1	Maslow'n tarvehierarkia.....	12
3.1.2	Muuttuva kuluttajakäyttäytyminen	14
3.2	Elämysteoria	16
4	Tutkimus nuorten kokemista elämyksistä eläinkahviloissa	19
4.1	Tutkimuksen kohderyhmä	19
4.2	Tutkimusmenetelmä.....	19
4.3	Tutkimuksen toteutus	20
4.4	Tutkimuksessa käytetty aineisto.....	21
4.5	Tutkimuksen luotettavuus	24
5	Tulokset	25
5.1	Suhde eläimiin	25
5.2	Yksilöä kiinnostavat tekijät eläinkahvilassa	26
5.3	Eläinkahvilasta haetut elämykset	28
5.4	Mitä eläinkahvilassa tehdään?	29
5.5	Pääsymaksu eläinkahviloihin	30
5.6	Eläinten elinympäristönä kahvila	32
5.7	Eläinsuojelutyö eläinkahvilassa.....	33
5.8	Suosittelavuus ja mahdollinen uudelleenvierailu	34
5.9	Yhteenveto.....	35
6	Johtopäätökset ja pohdinta.....	38
6.1	Tutkimuksen johtopäätökset.....	38
6.2	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	41
6.3	Oma kokemus kissakahvila Helkatissa	41
7	Lähteet.....	43
	Liitteet.....	46
	Liite 1. Tutkimuskysymykset.....	46

1 Johdanto

Eläinkahvilat ovat saaneet alkunsa kissakahviloista. Yleensä ajatellaan ensimmäisen kahvilan olleen Japanissa, mutta se onkin ollut Taiwanissa vuonna 1998, mutta japanilaiset turistit innostuivat asiasta niin paljon, että ottivat idean itselleen mukaan kotimaahansa, ja näin vuonna 2004 syntyi ensimmäinen kissakahvila Japaniin. (Mason 2017.) Japanin eläinkahvilat ovat tulleet osana Japanissa ollutta hyvinvoinnin buumia, varsinkin nuorten keskuudessa, sillä he kaipasivat mahdollisuutta saada vuorovaikutusta eläinten kanssa, jotta pääsivät poistumaan pienistä, tyhjästä asunnoistaan saamalla rentouttavaa poikkeavuutta jokapäiväiseen elämäänsä. (Medical humanities 2019.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ymmärtää se, millaisia elämyksiä nuoret saavat eläinkahviloista, onko mahdollisesti yhteneviä arvoja oman arvomaailman ja eläinkahvilan kanssa. Lisäksi halutaan tietää se, mitä siellä oikeasti tehdään, jotta voidaan ymmärtää ilmiötä kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta ja pohtia sitä, ovatko kiinnostavat tekijät yhteneväisiä sen kanssa, mitä kahvilassa siellä vierailtaessa tehdään. Opinnäytetyössä tutkitaan vain kahviloissa vierailleita henkilöitä, sillä kiinnostavat tekijät saattavat muuttua siellä vierailtaessa, joten tutkittavilla on kokemus siitä, mikä oikeasti on se kiinnostava asia, ja mitä he mahdollisesti suosittelisivat eläinkahvilassa toiselle ihmiselle. Vastaajia ei rajattu niin, että vierailun olisi pitänyt tapahtua suomalaisessa eläinkahvilassa, sillä kysymyksiä ei ollut rajattu koskemaan suomalaista eläinkahvilaa. Näin saadaan laajempi näkökulma arvoista rajaamatta tutkimusta liikaa, sillä jokaisen eläinkahvilan peruseriaate maasta huolimatta on pääasiallisesti todella samanlainen, jolloin koetut elämykset tai tekeminen ei juurikaan muutu, oli sitten kyseessä suomalainen tai ulkomainen eläinkahvila. Kysymyksiä ei myöskään rajattu koskemaan tiettyä eläintä, sillä Suomessakin on ainakin kahdenlaisia eläinkahviloita, kissa-, ja pupukahviloita, sekä yksi kissa-, ja pupukahvila.

Aivan aluksi käydään läpi eläinkahviloiden tarjontaa Suomessa ja sitä, mitä me saamme eläimistä. Lopuksi käytävien tutkimustulosten perusteella on tärkeää ymmärtää sitä, mitä eläimet tuovat meidän hyvinvoinnillemme, sillä se nousi esille monessa vastauksessa, joten sen taustat ovat tärkeitä tutkimuksen ymmärrettävyyden kannalta. Hyvinvoinnin lisääntyminen saattaa olla mahdollinen elämyksen syntymiseen tarvittava kriteeri. Lisäksi käydään läpi eläinkahvilatarjontaa Suomessa siksi, että mahdolliset kehitysehdotukset ovat helposti eläinkahviloiden saatavilla ja ymmärretään, millainen tarjonta Suomessa on eläinkahviloiden suhteen, joten ymmärretään ilmiön laajuus ja se, minkälaisesta asiasta ollaan ylipäätään kiinnostuneita, ja mistä elämyksiä voi hakea.

Seuraavaksi käsitellään teoreettista viitekehystä, eli kuluttajakäyttäytymistä ja elämysteoriaa. Nämä valikoituivat tutkimuksen tietoperustaksi siksi, että ymmärrettäisiin nykyinen elämyshaluisuus, jonka eläinkahvila sanoo kotisivuillansa tarjoavansa ja tiedetään, mikä ajaa ihmisen tekemään tiettyjä valintoja kahvilakäynnillensä. Tietoperusta tulee esille myös tuloksissa sekä siinä, mitä me saamme eläimistä ja eläinkahviloista, jolloin se on koko työn perustana.

Teoreettisen viitekehysten jälkeen käsitellään valittua tutkimusmenetelmää ja siitä saatuja tuloksia. Miksi valittiin juuri kyseinen tutkimuksen toteuttamisen menetelmä, olisiko mahdollista ollut toteuttaa se vaikka jollain toisella menetelmällä. Tuloksissa pohditaan sitä, saavutettiinkö haluttu tavoite tällä tutkimuksella, ja millaisia tuloksia ylipäätään tutkimuksesta saatiin.

Lopuksi käsitellään sitä, mikä on kyseisen tuloksen tuomat johtopäätökset. Mitä elämyksiä koettiin ja miten elämysten mahdollistaminen näkyy eläinkahviloissa. Mietitään myös, olisiko jotain voitu mahdollisesti tehdä toisin tai oliko menetelmä nyt se kaikista ideaalein tämänlaiseen tutkimukseen, että tutkimuksen määritellyt tavoitteet täyttyisivät. Miten arvot vaikuttivat tutkittavien kokemuksiin, olivatko ne yhteneviä toistensa kanssa, oliko joku tulos esimerkiksi yllättävä alun oletuksiin verrattuna. Tästä pääteltynä mietitään sitä, voivatko eläinkahvilat Suomessa käyttää saatuja tuloksia oman työnsä kehittämisessä ja sitten taas sitä, miten tutkimusta olisi voitu kehittää ja minkälaisia mahdollisuuksia se luo jatkotutkimukselle. Lisäksi pohditaan sitä, miten opinnäytetyöprosessi eteni, oliko aiheen valinnassa tai muussa asiassa hankaluuksia, esimerkiksi aikatauluissa pysymisessä tai monen asian yhdistämisessä, ja mitä uutta se toi itselle. Lopuksi tutkiskellaan omaa oppimista sekä tulosten, että opinnäytetyöprosessin kannalta ja aivan viimeisenä käydään läpi oma kokemus kissakahvilassa.

Opinnäytetyö toteutettiin omana aihevalintana, jolloin aiheen takana ei ole toimeksiannon antanutta yritystä. Opinnäytetyöllä pyritään silti antamaan eläinkahviloille Suomessa ymmärrystä siitä, täytyvätkö eläinkahvilassa elämyksen toteutumisen mahdollistavat kriteerit, ja mikä kuluttajia heidän kahviloissaan kiinnostaa ja niiden vetovoimatekijöitä, sekä voitaisiinko niitä mahdollisesti jotenkin kehittää vastaamaan kuluttajien ja kiinnostuneiden tarpeita vielä paremmin, ja tekemään elämyksen syntymisen kahvilassa vierailtaessa vielä varmemmaksi. Tavoitteena on siis opinnäytetyön tulosten käytettävyys eläinkahviloiden mahdollisessa kehitystyössä.

2 Eläinkahvilat

Tässä kappaleessa kerrotaan siitä, mitä eläinkahviloita Suomessa on tarjolla, sillä kun tutkitaan kiinnostusta eläinkahviloita kohtaan, hyötyvät tästä suurimmaksi osaksi eri eläinkahvilat Suomessa. Tämän takia kappaleessa käydään läpi vain eläinkahviloita Suomessa, sillä on tärkeää ymmärtää, minkälaisesta tuotteesta ollaan kiinnostuneita ja mitä kotimaassa on tarjolla elämysten suhteen. Tarjonta tulee ymmärtää siksi, että osataan miettiä niitä tekijöitä, jotka herättävät kiinnostusta, että onko niitä edes tarjolla meidän kotimaassamme olevissa eläinkahviloissa. Näin voidaan kehittää tuotetta kiinnostuksen mukaan elämyksellisemmäksi juuri Suomessa sijaitsevilla eläinkahviloilla.

Lisäksi on tärkeää tarjonnan lisäksi ymmärtää, mitä hyötyä eläimistä meille on. Hyvinvointi voi olla suurena houkuttimena kahvilassa vierailulle, ja vaikka ei olisikaan, on tärkeää ymmärtää, että nämä kahvilat ovat ihmisen terveydelle ja hyvinvoinnille tarpeellisia. Tämä on tärkeää käydä läpi juuri tarpeiden takia, joita eläinkahvilat täyttävät, sillä tarpeita käsitellään myöhemmin tämän opinnäytetyön kolmannessa luvussa, jossa käydään läpi työn teoreettinen viitekehys, jonka yksi osa on kuluttajakäyttäytyminen. Se on tietysti keskiössä tutkittaessa ihmisten valintoja vierailulla kyseisessä kahvilassa, ja mitä he siellä ostavat ja nauttivat. Lisäksi tässä luvussa pohjustetaan hieman eläinkahviloiden täyttämiä tarpeita, joita käsitellään myöhemmin kuluttajakäyttäytymisen luvussa, sekä tulosten tarkastelussa.

2.1 Eläinkahvilat Suomessa

Eläinkahvila on aivan kuin perinteinen kahvila, mutta eläinystävälle vielä parempi. Kahvitte- lun lomassa saa nauttia pörröisistä siliteltävistä karvakavereista. Omia lemmikkejä ei valittavasti kahviloihin saa tuoda, eikä kaikilla ole omaan lemmikkiin edes mahdollisuutta esimerkiksi asumismuodon vuoksi. Akuuttiin silittelynkaipuuseen eläinkahvila onkin mitä sopivin ratkaisu. Kahviloissa mennään eläinten ehdoilla, eikä niitä saa häiritä esimerkiksi niiden nukkuessa tai ottaa väkisin syliin. (Lapin Kansa 11.7.2018.)

Suomeen eläinkahviloiden trendi on rantautunut neljän kissakahvilan ja yhden pupukahvilan voimin. Yhdessä kissakahvilassa on kyllä vahvistuksena pupu, joten sitä voisi kutsua kissapupukahvilaksi. Kahvilat sijaitsevat eri puolilla Suomea, yksi Helsingissä, kaksi Tampereella, yksi Kuopiossa ja vielä yksi Rovaniemellä. Ennen kahvilatoimintaa on kissoja päässyt silittelemään Raision kissahoitolassa, jonne on pääsymaksua vastaan päässyt nauttimaan kissoista, ja samalla on pystynyt hörppäämään kupposen kuumaa niiden seurassa (Yle 14.8.2014). Eläinten hyvinvointi on otettu tarkkaan huomioon jokaisessa kahvi-

lassa niin, ettei ihmisiä mahdu tilaan kovin montaa kerralla, sillä se voisi aiheuttaa eläimille todella suurta stressiä ja olla niille haitaksi. Monet kahvilat tekevätkin yhteistyötä eläinsuojeluyhdistysten kanssa, jolloin ne auttavat hädässä olevia eläimiä ja myös pitävät huolta kahvilassa oleskelevista eläimistä.

2.1.1 Kissakahvila Purnauskis

Tampereella sijaitseva kissakahvila Purnauskis on Suomen ensimmäinen kissakahvila. Purnauskiksen nettisivuilla on 3D-kierros ominaisuus, jolla kuka tahansa sivuilla vieraileva pystyy tutustumaan kahvilan ulkonäköön ja sisustukseen 3D-mallin avulla. Samoin kahvilan kissoihin pääsee tutustumaan nettisivuilla. Jokaisesta kissasta on otettu yksilokuva sekä yksilöllinen pieni esittelyteksti kyseisestä kissasta, jolloin vierailun suunnittelusta tulee jo paljon persoonallisempi, kun kissoihin on voinut tutustua etukäteen edes niitä vielä tapaamatta. 3D-mallista näkyy selkeästi erilainen taide kahvilassa. Siellä onkin esillä vaihtuvia taidenäyttelyitä, sekä kahvilan kissojen itse tekemiä taideteoksia. Sisustuksessa on muutenkin kissat huomioituna todella paljon ja niiden hyvinvointia ja tarpeita on mahdollistettu parhain mahdollisin keinoin, kissojen etujen mukaisesti. Vaikka kissat ovatkin samassa tilassa ihmisten kanssa, on niille tehty mahdollisuuksia piiloutua ja saada oma rauhansa katseilta ja kosketukselta. Taiteen lisäksi kahvilasta löytyy myynnistä koruja sekä kirjallisuutta. (Kissakahvila Purnauskis 2019.)

Purnauskis on osana tärkeää eläinsuojelutyötä, ja heidän kauttaan voikin lahjoittaa rahaa apua tarvitseville kissoille. Heidän kauttaan voi myös tutustua kotia etsiviin kissoihin. Kahvilassa on vaihtuva kisuvisa joka kuun ensimmäinen perjantai. Kahvilassa on käytössä sisäänpääsymaksu, joka on viisi euroa, ja sillä saa olla kahvilassa puolitoista tuntia. Varaus on myös pakollinen ja 3D-mallia tutkiessa huomaakin, että kahvila on suhteellisen pienikokoinen, joten varaus helpottaa paljon työntekijöiden työtä ja samalla asiakkaita ei ole liikaa kissojen hyvinvoinnin huomioon ottaen. Jos haluaa kahvilan ja kissat ihan vain itselleen, on yksityistilaisuuksia saatavana kahvilan aukioloaikojen ulkopuolella. Työntekijät ovat tällöin tietenkin mukana. Purnauskiksessa on A-oikeudet, ja menu on kattava sekä makeiden, että suolaisten ruokien osalta. Tarjolla on myös aiemmin mainittua Kopi Luwakia, jota saa myös Helkatista. Helkatin ja Purnauskiksen menut ovatkin aika samankaltaisia, mutta tämä saattaa johtua siitä, että Helkatin taustalla on samoja ihmisiä, kuin Purnauskiksessa. (Kissakahvila Purnauskis 2019.)

2.1.2 Kissakahvila Helkatti

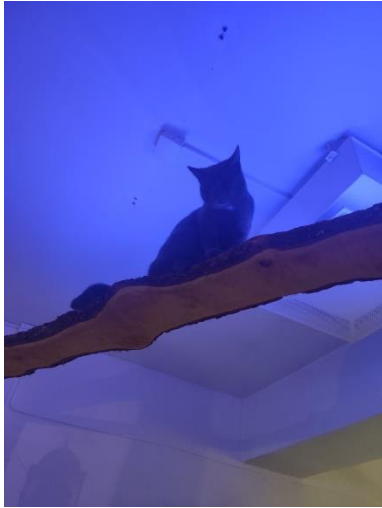
Kissakahvila Helkatti, alun perin Kissakahvila Helsinki sijaitsee nimestä päätellen pääkaupungin sykkeessä, aivan Helsingin keskustassa. Helkatti on valittu Helsingin parhaaksi

kahvilaksi vuonna 2016, eikä suotta, kukapa ei kaipaisi pörröisiä silitettäviä ja rauhoittavaa hämärää tunnelmaa ja linnunlaulua keskelle vilkasta Helsinkiä. Kahvila on kokonaisuudessaan suunniteltu kissalähtöisesti ja niiden tarpeita ajatellen. Kahvilassa nimittäin on puisia rakennelmia ja muita piilopaikkoja, johon kissat pääsevät omaan rauhaan sekä asiakkailta että toisiltaan. Kaikki muukin kahvilassa on kissateemaista serviettejä ja kahvin kuvioita myöten. Menu on kattava ja samankaltainen kuin Tampereen Purnauskiksessa, mutta kuten myöhemmin sanotaan, saattaa tämä johtua siitä, että molempien kahviloiden taustalla on samoja ihmisiä. Kahvilassa on esillä ja myynnissä myös erilaista kissataidetta ja käsitöitä, sekä hyllyillä kissakirjoja. (Kissakahvila Helkatti 2017.)

Viiden euron sisäänpääsillä saa nauttia kissoista ja kahvilan yleisestä tunnelmasta puoli-toista tuntia. Ajanvaraus ei ole pakollista, mutta suositeltavaa, sillä ilman varausta tulevat joutuvat odottamaan pöytien vapautumista kahvilan ollessa täysi. Tilaan mahtuu kerralla vain kaksikymmentäviisi henkilöä. Kahvila tarjoaa myös yksityistilaisuuksia, huomioon ottaen aiemmin mainitun tilaan mahtuvan henkilömäärän. Maanantaisin kahvilassa on tarjolla kissajoogaa. Tähän tulee varata paikat vielä erikseen. Helkatissa on myös tarjolla Kopi Luwakia eli kissankakkakahvia ja pannullisesta riittää jaettavaksi myös kaverille. Kahvilan sivuilla on myös todella kattavasti esitelty jokainen kissa, kauniita valokuvia myöten. Kahvilassa on A-oikeudet. (Kissakahvila Helkatti 2017.)



Kuva 1. Kissakahvila Helkatti sijaitsee aivan Helsingin keskustassa.



Kuva 2. Kissoilla oli hyvin mahdollisuuksia omaan tilaan.



Kuva 3. Kissat vähät välittivät asiakkaiden omasta tilasta, ja mentiin kissojen ehdoilla.

2.1.3 3D Crush Café

Toinen Tampereella sijaitseva eläinkahvila 3D Crush Café, tutummin pupukahvila, onkin aivan omaa luokkaansa Suomen eläinkahviloissa. Kahvilan nimestä ei heti tule miellelyhtymää pupuihin, vaan 3D-tulostukseen, joka onkin kahvilan toinen vetovoimatekijä pupujen ohella. Kun kahvilan nettisivuja tutkii, niin usein kysytyjen kysymysten osiossa suurin osa kysymyksistä koskee juurikin 3D-tulostusta, joten se on selkeästi edelleen kiinnostava aihe, vaikka se trendi tuntuukin olleen vain ohimenevää pienoiskopterien ja muiden vastaavien häpäkkeiden ohella. Kahvila kuitenkin tarjoaa 3D-tulostukseen erilaisia kursseja. Myös perinteiseen tulostukseen ja kopiointiin on kahvilassa mahdollisuus. Kahvila tarjoaa erilaisia yksityistilaisuuksia ja juhlapaketteja, ja 3D-tulostuserikoisuutena juhliin on mahdollista tilata viidentointa sentin korkuinen patsas juhlasankarista. (3D Crush Café 2019.)

Kahvilassa ei ole käytössä sisäänpääsymaksua, vaan minimiostohinta on neljä euroa, jotta puputerapiahuoneeseen pääsee. Huonetta kutsutaan puputerapiahuoneeksi siksi, koska lemmikeillä on tutkitusti myönteisiä vaikutuksia erilaisissa terveyteen liittyvissä asioissa, kuten esimerkiksi stressin vähentymisessä. Aikoja ei varata, jos kyseessä ei ole yksityistilaisuus, ja asiakkaita palvellaan tulojärjestyksessä, minkäänlaista jonotuskirjaa ei ole. Aikaraja puputerapiahuoneessa on kaksikymmentä minuuttia per asiakas. (Rantapallo 20.3.2017.) Siellä saa myös olla kerralla maksimissaan kuusi henkilöä. Pupuhuoneessa on tarkat säännöt, ja nämä kerrotaan kahvilan nettisivuilla, kassalla kahvilaan mentäessä, kun ilmaisee halukkuutensa päästä puputerapiaan, sekä vielä seinällä ennen pupuhuoneeseen menoa. Huoneeseen saa ottaa mukaan tilaamansa herkut, mutta pupuille saa syöttää vain niille tarkoitettuja herkkuja, joita onkin kätevästi kahvilan vitriinissä myynnissä. Kahvilan menu onkin aika herku- ja jälkiruokapainotteinen, ja listalla on ainakin kymmenen erilaista kaakaota. Tarjolla on myös paljon erikoisruokavaihtoihin sopivia herkkuja, esimerkiksi vegaanisia ja gluteenittomia. Jokainen kaakao on myös mahdollista tehdä haluamaansa maitovaihtoehtoon, oli se sitten lehmästä tai kaurasta. (3D Crush Café 2019.)

Verrattuna muihin kahviloihin, joissa eläimet pyörivät ja hyörivät asiakkaiden kanssa samassa tilassa, niin erilaisuutena kahvilassa on pupuilla juuri tämä vain niille tarkoitettu huone. Johtuneeko tämä siitä, että eläinystävälliset työntekijät toivottavat myös koirat tervetulleiksi kahvilaan, mutta ei tietenkään pupuhuoneeseen. Koira ei ehkä huomaisi maassa olevaa teippiä, jolla on rajattu pupuille ihan oma alue, jonne edes käsillä niitä silitämään ei ole mitään asiaa. Kahvilan sivuille on lisäksi tulossa linkki pupukameraan, josta pääsee seuraamaan pupujen touhua terapiahuoneessa, vaikka itse ei pääsisikään paikalle. Etämahdollisuus pörröterapiaan saattaa sekin lieventää stressiä, ja stressi onkin avainasemassa kahvilan ideoinnissa. Kahvila nimittäin aloitti pop-up pupukahvilana, jotta voitiin testata, miten puput reagoisivat tällaiseen toimintaan eivätkä stressaisi. Jos toiminta olisi ollut niille haitallista tai ne eivät muuten voisi hyvin, olisi kanit palautettu takaisin kotiinsa. Ne ovat kuitenkin voineet todella hyvin ja puputerapian saaneen suuren suosion vuoksi on kahvilan alakertaan avattu toinen pupuhuone vuonna 2019. (3D Crush Café 2019.)

2.1.4 Freija Kissakahvila – Cat Café

Suomen kolmas kissakahvila löytyy hieman kauempana muista, nimittäin Rovaniemeltä. Kahvilasta löytyy todella niukasti tietoa, sillä heidän osoitteensa on vasta muuttunut, joten nettisivut ovat uudistuksen alla. Kahvila toimii samalla kissakahvilana, sekä kahvipaahtimona, ja siellä on myynnissä myös kahvia eri puolilta maailmaa. Kahvilasta löytyy neljä

reilu vuoden ikäistä kissaa. (Business Rovaniemi 2019.) Kahvilan yhteistyökumppanina toimii Deluxe PrimaCat, joka huolehtii kissojen ruokinnasta ja tarjoaa asiakkaille ilmaisia näytteitä kotiin vietäviksi. (Kissakahvila Freija 2018.)

Muihin kissakahviloihin verrattuna on Freijassa omat erikoisuutensa kahvinpaahtamisen lisäksi. Siellä on tarjolla muun muassa sushia, jonka valmistaa japanilainen kokki. Lisäksi myynnissä on erilaisia kissa-aiheisia tuotteita, kuten sukkia ja tyynyjä, sekä Freija myy ai-noana Suomessa paikallisesta poronkarvasta valmistettuja kissanleluja. He antavat myös vinkkejä yleisesti kissojen ruokintaan, ja antavat näistäkin näytteitä. Itse paahtetut kahvit on nimetty kahvilan kissojen mukaan. (Business Rovaniemi 2019.)

2.1.5 Kissakahvila Tiramisu

Suomen neljäs kissakahvila nimeltään Tiramisu sijaitsee Kuopiossa. Tiramisua kuvaillaan Purnauskiksen ja Helkatin pikkusisareksi, ja ainakin samaa näiden kanssa on viiden euron pääsymaksu kahvilaan. Lisäksi kissa-aiheista taidetta löytyy myös täältä, ja Tiramisu onkin perustettu vanhaan galleriatilaan. Erona Tiramisun kissoissa Purnauskiksen ja Helkatin kissoihin verrattuna on se, että kaikilla kahvilan kissoilla on koti Tiramisun lisäksi, vaikka nekin ovat kaikki olleet kiireellisesti vailla sellaista. Sen ne ovatkin saaneet kahvilan pitäjiltä ovatkin saapuneet kahvilaan heidän matkassaan. Suurimpia arvoja Tiramisussa on luonto ja tietenkin eläimet, mutta varsinkin luonto ja sen tärkeys on korostettuna kahvilasta löytyvässä taiteessa, lisäksi toiminnassa pyritään kestävyys ja luonnon hyvänä säilymiseen, joten kahvilan koko sisustus onkin luotu kierrätetystä materiaalista ja tavara-rasta. (Kissakahvila Tiramisu 2019.)

Kahvilan sivuilla on aiempien kanssa samaa linjaa noudattava kissojen esittely. Kuuden aikuisen kissan lisäksi on kahvilaan vuoden 2019 elokuussa saapunut kolme kissanpen-tua, sekä näiden emo. Näiden kissojen lisäksi kahvilasta löytyy vielä pupu, ja kahvila haastaakin vierailulla kokeilemaan, näkykö tästä mustaksi salamaksi kuvaillusta pupusta vilaustakaan. Menu on kahvilassa kohtalaisen suppea, mutta riittävän näköinen. Savolai-sen sävähdysten tuo menuun kalakukko, ja monet herkuista ovat todella luonnonläheisiä ja lähituotettuja, on nimittäin itse kerättyjä sieniä ja kuusenkerkkää. Helkatin ja Purna-uskiksen menusta löytyvä maailman parhaaksi suklaakakuksi nimitettyä, tai ainakin samalla reseptillä leivottua, suklaakakkua löytyy myös Tiramisusta. (Kissakahvila Tiramisu 2019.)

Kahvilan sivuilla pääsee myös seuraamaan KisuTV:tä joka sunnuntai, ja tätä ohjelmaa tähdittävät kahvilan kissanpennut. Tämän lisäksi aiemmat lähetyksen tallennetaan nettisi-

vuille, josta niitä pääsee myös myöhemmin tutkiskelemaan ja tutustumaan kahvilan elämään ja seuraamaan kissanpentujen kasvua. Tiramisu tarjoaa myös yksityistilaisuuksia normaalin kahvilatoimintansa lisäksi. Poikkeuksena Kissakahvila Purnauskikseen ja Helkattiin, ei Tiramisu ota vastaan pöytävarauksia. Heillä on sen sijaan ohjeena, että kissat ovat virkeimmillään kahvilan heti avattua ja silloin, kun sulkemisaika lähestyy. Nämä lienevät siis otollisimmat ajat vierailulle Tiramisuun. (Kissakahvila Tiramisu 2019.)

2.2 Eläinten tuomat hyödyt ihmisille

Hyvinvointi on ollut viime vuosina jatkuvasti otsikoissa kasvavana kiinnostuksen kohteena. Oli kyseessä sitten yleinen itsestä huolehtiminen ja hyvinvointi, urheilu, mielen hyvinvointi, kehopositiivisuus tai vaikka pelkkä elämästä nauttiminen, ovat ihmiset siitä kiinnostuneita. Itsestä halutaan pitää huolta, ja myös oman perheen ja läheisten hyvinvointi on tärkeää ihmisille. Eläinkahvilat vastaavatkin tähän asiaan hyvin, sillä eläimet ovat edistyksellisiä välineitä ihmisen terveyden ja hyvinvoinnin kannalta. Eläimen koskettaminen ja sen yleinen läsnäolo esimerkiksi vähentää stressiä ja näin ollen edistää hyvää oloa. Lisäksi sydämen syke laskee, ihminen rentoutuu ja ahdistuneisuus vähenee. Eläin voi myös ehkäistä erilaisia kansansairauksia, kuten ylipainoa ja sydän- ja verisuonitauteja, sekä olla eduksi niistä parantuessa. Eläimet voivat myös olla apuna syrjäytymisessä, sillä niiden kanssa vuorovaikutus on helpompaa, kuin ihmisten välinen. Monelle eläin on myös tärkeä keskusteluapu, sillä niille voi sanoa asioita, joita ihmiselle ei välttämättä pysty tai uskalla. (Pirkka 21.4.2017). Eläinten seurassa oleminen tuottaa myös mielihyvähormonia, serotoniinia sekä myös rakkaushormoniksi kutsuttua oksitosiinia. (Mason 2017.)

Yksi tärkeistä tarpeista ihmiselle on turvallisuuden tunne ja arvostus, jotka kuvataan myöhemmin Maslow'n tarvehierarkiassa (Mielen ihmeet 2018.). Näitä esimerkiksi koira tuo omistajalleen, sillä koiranomistajat tuntevat olonsa turvallisemmaksi, kuin ilman koira. Lisäksi moni kokee eläimen tuovan lohdutusta heille hankalissa elämänvaiheissa, joka lisää empatiaa ja antaa ihmiselle arvostetuksi tulemisen tunteen. (Pirkka 21.4.2017.) Eläimet pystyvät myös aistimaan ihmisestä erilaisia muutoksia käyttäytymisessä ja tunnetiloissa. Arvostuksen tunnetta lisää myös se, että lemmikki ei arvostele tai puhu pahaa selän takana. Se hyväksyy ihmisen kuin ihmisen juuri sellaisena, kuin hän on sen enempää kyseenalaistamatta. Tämä on monelle ihmiselle hyödyksi juurikin hyvinvoinnin kannalta, sekä myös oppimisen, sillä kynnyks kommunikoida eläimelle on paljon matalampi, kuin ihmiselle. Esimerkiksi lapset, joilla on hankaluuksia lukemaan oppimisen kanssa, oppivat helpommin, kun he saavat lukea ääneen eläimelle, eikä ihmiselle. Tämän vuoksi joissakin kirjastoissa on töissä niin sanottuja lukukoiria, joiden tehtävänä on kuunnella, kun lapset lukevat niille tarinoita. (Turun Sanomat 28.7.2016).

Kuten aiemmin on todettu, ei jokaisella ihmisellä ole jostain syystä mahdollisuutta lemmikkiin. Tällöin eläinkahvila on todella hyvä ratkaisu juuri tällaiselle eläinrakkaalle ihmiselle, joka ei jostain syystä sellaista voi itselleen hankkia. Jo terveyshyötyjen kannalta eläinrakkaiden ihmisten, joilla ei ole kotona omaa rapsuteltavaa, kannattaa ottaa säännölliseksi tavaksi mennä käymään kahvilla tavallisen kahvilan sijasta eläinkahvilassa. Toki niiden pienikokoisuus ja rajattu ihmismäärä kerralla tilassa hankaloittaa spontaania vierailua, mutta yleensä pöydän saa hyvin myös vain päivää etukäteen. Mieli voi kohentua huomattavasti sillä, että ottaa aikaa itselleen ja menee tutustumaan eläimiin kahvilassa, rapsuttelevaan niitä ja nauttimaan niiden läsnäolosta, yleisestä tunnelmasta ja kahvilan tarjoamista herkuista tai vaan kupista kahvia. (Kissakahvila Tiramisu 2019.) Herkkujakaan ei ole pakko ostaa itselle, riittää kun maksaa sisäänkäymäksun tai minimiostohinnan verran herkkuja pörröisille ystävillemme, niin pääsee nauttimaan niiden seurasta ja kokemaan, miten oma hyvinvointi paranee. (3D Crush Café 2019.) Eläimet tuovat ihmisille todella paljon hyvää, mutta niin myös ihmiset eläimille. Eläinkahviloissa tämä toteutuu siten, että esimerkiksi arat eläimet, joilla on luottamusongelmia ihmisiin, saavat eläinkahviloista tarvitsemansa huomion ja turvallisen ympäristön, jossa eläin pääsee rauhassa tutustumaan ihmisiin. Eläinkahvilat tekevät myös varmasti paljon töitä eläinten hyvinvoinnin ja onnellisuuden eteen, sillä onnettomat ja ahdistuneet eläimet eläinkahvilassa eivät vetäisi asiakkaita puoleensa. Tulee siis muistaa, että eläimen ja ihmisen välinen positiivinen vuorovaikutus on molemmille osapuolille hyödyllistä ja parantaa molempien hyvinvointia. (Mason 2017.)

3 Kuluttajat ja elämykset

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön teoreettinen viitekehys. Elämyksiin eläinkahviloissa liittyy vahvasti kaksi teoriapohjaa, kuluttajakäyttäytyminen sekä elämysteoria. Kuluttajakäyttäytymisen teoria auttaa ymmärtämään, miksi kuluttaja valitsee vierailulla kyseisessä kahvilassa, ja mitä tuotteita hän nauttii paikan päällä, mitä tarpeita hän haluaa täyttää vierailunsa aikana. Elämysteoria puolestaan on keskeisenä, sillä eläinkahvila itsessään on aivan erilainen kokemus tavalliseen kahvilakäyntiin verrattuna, jolloin moni koekin sen elämyksenä. Elämyksellisyyden ymmärtäminen on tällöin tärkeää, että ymmärretään se, mitä eläinkahvilasta sai irti, ja onko heillä kaikki palaset kohdallaan elämyksen täyttymisen mahdollistamiseksi. Kiinnostus nousee usein elämyshakuisuudesta, jolloin elämyksen ymmärtäminen kahvilassa on avainasemassa tutkimuksessa.

3.1 Kuluttajakäyttäytyminen

Kuluttajakäyttäytymisellä tarkoitetaan yksilön tai ryhmän käytöstä ja päätöksiä siitä, mitä kyseessä oleva kuluttaja haluaa ostaa ja käyttää, oli kyseessä sitten tuote tai kokemus. Yksinkertaistetusti kyseessä on kuluttajan tarpeet tai halut kyseessä olevaa tuotetta kohtaan ja se, miten se ostetaan ja miten sitä käytetään. (Feedough 2019.) Kuluttajakäyttäytyminen mielletään usein pelkkänä ostokäyttäytymisenä, mitä se ei todellakaan ole, sillä siihen sisältyy myös itse fyysinen ostotapahtuma, mutta myös henkinen ja mentaalinen valintatyö, joka ohjaa yksilöä hankkimaan kyseessä olevan tuotteen tai palvelun. (Ahvenainen-Rantala 2004.)

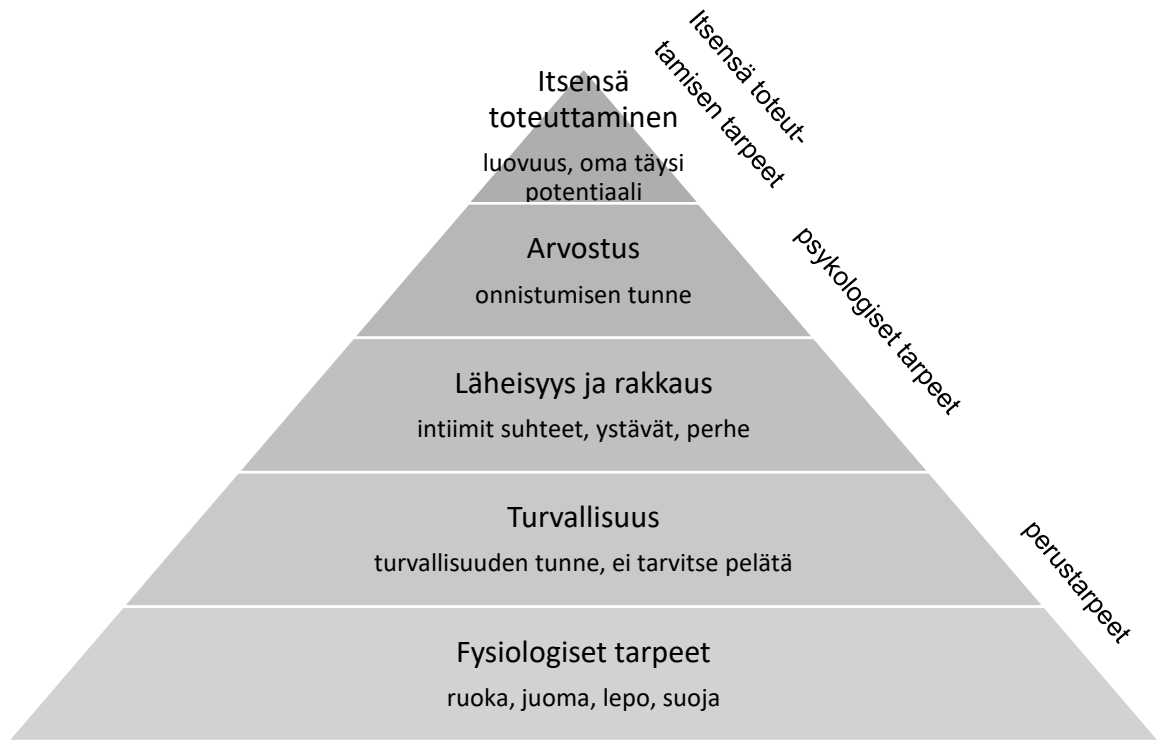
Kuluttajan tekemiin päätöksiin vaikuttaa yllättävän moni ulkopuolinen tekijä. Perheestä ja suvusta tulee usein tiettyjä käytösmalleja, jota seuraa oppiminen, eli opitaan jokin tietty kuluttajakäyttäytyminen. Moni myös havainnoi sitä, miten omassa kulttuurissa toimitaan. (Horner & Swarnbrooke 2016, 52.) Jokaisen yksilön tarpeet ovat kuitenkin yksilöllisiä, jolloin vaikuttavat tekijät ovat myös erilaisia. Psykkisiin tekijöihin vaikuttaa esimerkiksi yksilön sen hetkinen tilanne, havainnot omista tarpeista ja ongelmista, kyky käsitellä erilaista tietoa, sekä yksilön henkilökohtainen persoona. Yrityksen tulee tällöin huomioida, miten esittää tuote ja minkälaisia psyykkisiä vaikutuksia sillä on kuluttajaan. Yksilöstä riippuvia tekijöitä ovat sen sijaan yksilön henkilökohtaiset valinnat ja mieltymykset, sekä heidän kiinnostuksen kohteensa ja asiat, joista yksilö pitää, tai vastaavasti ei pidä. Toissijaisia yksilöllisiä vaikuttajatekijöitä saattavat olla ikä, sukupuoli sekä yksilön henkilökohtaiset asiat. (Feedough 2019.)

Sosiaalinen vaikutus on yksi suurimpia päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä. Sosiaaliluokka, tulot ja ympärillä olevat ihmiset ja seura vaikuttavat yksilön päätöksentekoon. (Feedough 2019.) Sosiaalinen media on nykypäivänä yksi suurimmista vaikuttajista sosiaalisten vaikuttajien joukossa. Tarjontaa on loputtomasti, joten kuluttaja pyrkii löytämään helpoimman tien päätöksestään tiettyä tuotetta kohtaan, ja siihen sosiaalinen media on täydellinen apuväline. Kuluttaja näkee arvostelun jostain tuotteesta ja voi itse osallistua keskusteluun ja sen vaikutukseen ja siihen, vastaako se omiin tarpeisiin ja haluihin toisen kokemuksen perusteella. Toisen hyvä kokemus ajaa usein asiakkaan ostamaan tietyn tuotteen ja toimimaan sen perusteella. (Matter 2018.) Ihminen on laumaeläin ja toisen ihmisen ohjaama käytös vaikuttaa todella paljon yksilön päätöksentekoon. (Feedough 2019.)

Yritykselle kuluttajakäyttäytymisen ymmärtäminen on tärkeää siksi, että se mahdollistaa ihmisten tarpeiden täyttämisen juuri sillä tuotteella, millä on kysyntää. Se myös parantaa mahdollisuuksia esittää tuote kuluttajalle siten, että se herättää maksimaalisen kiinnostuksen ja vaikutuksen tiettyä kuluttajaryhmää kohtaan. (Feedough 2019.) Yrityksen tulee kuitenkin olla tietoinen siitä, että keille asiakkaille antaa kaikki aika ja palvelu, ja keitä asiakkaita vaan siedetään jos he ovat tyytymättömiä. Kasvun ja tulevaisuuden kannalta on olemassa ne asiakkaat, jotka tähän vaikuttavat ja heitä kannattaa yli palvella, kun taas niihin, jotka ovat passiivisina vaikuttajina yrityksen toiminnassa ei kannata niin sanotusti tuhlaata aikaa niin paljoa. (Futurelab 2018.)

3.1.1 Maslow'n tarvehierarkia

Maslow'n tarvehierarkia kuvataan kolmiona, jossa tarpeet on kuvattuna ylhäältä alas ja niiden täytyminen on täysin riippuvainen siitä, täytyvätkö alimpana olevat tarpeet. (Feedough 2019.) Kolmio on kuvattuna alla.



Kuvio 1. Maslow'n tarvehierarkia. (Mielen ihmeet 2018.)

Tarvehierarkia kuvaa nimenomaan ihmisen motivaation syntymistä. (Studythings 2012.) Motivaatio ajaa ihmistä tekemään päätöksiä ja on sitä kautta tärkeä osa kuluttajakäyttäytymistä ja ostopäätöstä siinä, mitä ihminen kokee tarvitsevansa. (Feedough 2019.) Tarvehierarkian perustana ovat ne tarpeet, jotka vaikuttavat jollain tasolla kaikkiin, yksilöstä riippumatta. Maslow'n mukaan yksilön toiminta syntyy motivaatiosta, jota taas ohjaavat erilaiset tarpeet, ovat ne sitten millä tahansa asteikolla tärkeytensä puolesta. Yksilö itse jäsentelee tarpeensa sen mukaan, miten se vaikuttaa oman itsensä hyvinvointiin. (Mielen ihmeet 2018.)

Alimpana hierarkiassa olevat tarpeet määrittelevät yksilön pääsyn ylempänä oleviin tarpeisiin. Nykypäivänä tarvehierarkia on muuttunut, sillä kuluttajien kulttuurinen käyttäytyminen muuttuu. Haluamme kerätä koko ajan uusia tuotteita ja palveluita, joiden tarpeellisuutta ei ole määriteltynä tai sillä ei ole mitään väliä, vaikka meidän tulisi haluta vain oikeasti tarpeellisia asioita, jotka ovat kuvattuna hierarkiassa. (Mielen ihmeet 2018.)

Fysiologisilla tarpeilla on suurin osa hierarkiassa. Ilman niitä ei ole mahdollista toteuttaa ja täyttää muita tarpeita. Fysiologisten tarpeiden täyttymisellä mahdollistetaan se, että oma fyysinen olemus on mahdollisimman vakaassa ja normaalissa pysyvässä tilassa, johon yksilön elimistö pyrkii jatkuvasti. Toisena perustarpeena on turvallisuuden tunne. Se, ettei ole mitään pelättävää. Yksilö tarvitsee fyysisesti vakautta, turvaa ja pysyvyyttä. Jos tämä

ei toteudu, on pelkona se, että menettää otteensa oman elämänsä hallinnasta. (Mielen ihmeet 2018.)

Psyykkisiä tarpeita ovat sosiaalisuuden ja arvostetuksi tulemisen tarpeet. Näihin tarpeisiin yksilö pääsee vasta silloin, kun fysiologiset tarpeet ovat täyttyneet. Yksilö kaipaa ryhmän hyväksyntää ja erilaisia ihmissuhteita, sekä niiden tunteellista puolta. Tähän liittyy myös sosiaalisten tarpeiden jälkeen tuleva arvostuksen tunteen tarve, yksilö haluaa tulla kuulaksi erilaisissa sosiaalisissa ryhmissä ja piireissä. (Mielen ihmeet 2018.)

Viimeisenä tarpeena Maslow erottelee itsensä toteuttamisen tarpeen, yksilön halun kehittää itseään. Nämä liitetään yksilön kehitykseen, kun haussa on se, mitä oikeastaan haluaa elämältään. Ylimmällä tasolla on luonnollisesti kaikista haastavimmat tarpeet ja tavoitteet, jonka vuoksi kaiken edellä mainitun tulee olla täytettynä ja kunnossa, ennen kuin tämän tason saavuttaminen on edes millään tavalla mahdollista. (Mielen ihmeet 2018.)

3.1.2 Muuttuva kuluttajakäyttäytyminen

Kuluttajakäyttäytymisen muutoksesta puhutaan monessa eri kontekstissa. Suunta tiedostetumpaan ja vastuullisempaan kuluttajakäyttäytymiseen on koko ajan käynnissä. (Salonen 2014.) Arvojen ja asenteiden vaihtelu ei enää tapahtuu enemminkin sukupuolten sisäisessä kanssakäymisessä, kuin sukupuolten välisessä. Erilaisten arvojen vaikutus on tullut enemmän vaikuttavampana päätöksentekoon, sekä perinteisten ryhmien rajat eivät ole enää niin selkeät, vaan niitä rikotaan. (Salesforce 2019.)

Kuluttajakäyttäytymistä on moni yritys mitannut jo monen vuoden ajalta, mutta toissijaiseksi on jäänyt se, mitä mittauksista ja tutkimuksista saadut tulokset oikein kertovat kuluttajakäyttäytymisestä. (Futurelab 2018.) Tietyt tavalliset asiat, jotka ovat ennenkin vaikuttaneet kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat siihen edelleen muutoksista huolimatta, vaikka niiden merkitys päätöksen ja käyttäytymisen kannalta on saattanut muuttua. Näitä ovat esimerkiksi se, mitä tuote tai palvelu tulee kustantamaan yksilölle, onko yrityksen tarjonnassa tietyn kuluttajan tarpeisiin vastaavia tuotteita riittävästi ja onko vaihtelua tarpeeksi, sekä miten saavutettavissa kyseinen tuote tai palvelu on kuluttajan näkökulmasta. (Easyfairs 2017.) Kuluttajien vaatimukset tuotteita ja yrityksiä kohtaan ovat myös kasvaneet. Enää ei riitä perustuote, joka täyttää tarpeet, vaan tarvitaan enemmän odotusten ylittäviä kokemuksia ja tuotteita, jotta kuluttaja kiinnittäisi huomiotaan yhteen tiettyyn yritykseen ja sen tarjontaan, sillä tarjolla on kaikenlaisia tuotteita loputon määrä ja sen kaiken tarjonnan seasta on todella työlästä ja hankalaa valita se itselle sopivin tuote. (Matter 2018.)

Tuote tai palvelu ei ole enää yksinään pelkässä keskiössä päätöksenteossa. Se sijaan tuotteen elämyksellistäminen ja tarinallistaminen on tuonut uuden arvon tuotteelle, ja kuluttaja haluaa sen kertovan jotain itsestään, halutaan näyttää se, millainen on. Tunteisiin vetoaminen on avainsanana kuluttajakäyttäytymisen muutoksen mukana pysymisessä. Yrityksen pitää melkein pystyä lukemaan kuluttajan ajatuksia ja pysymään heidän edellä siinä, mitä he haluavat, sillä nykypäivän kuluttaja osaa jo vaatia yksilöllisiä vain hänelle itselleen suunnattuja tuotteita ja palveluita. Asiakaspolku on menneen talven lumia, nykyajan kuluttaja raivaa itse polkunsä eikä välitä yrityksen heille suunnittelemissa valmiista poluista asiakaskokemukseen. Kaikki tarvittava tulisi olla saatavilla nopeasti ja helposti, ja niin se nykypäivänä onkin. (Matter 2018.) Tietoa ei jakseta etsiä tuntuksella eikä tuotetta haluta pakata itse, vaan kaikki tulisi olla nopeasti saatavilla ja jonkun muun tekemänä, että itse ei tarvitse nähdä sen suurempaa vaivaa. (Easyfairs 2017.)

Yleistäminen asiakasryhmissä alkaa olemaan lähes mahdotonta. Täydellisen asiakas- ja kuluttajakäyttäytymisen ymmärtämiseksi tulisi kerätä kaikista henkilökohtaista ja yksilöllistä tietoa heidän valinnoistaan ja päätöksentekoprosessistaan. Nämä tulisi sitten yhdistää ajattelutapaan erilaisten arvojen ja asenteiden suhteen. Segmentoinnin koko alkaa lähemmään yhtä asiakasta, joka tulee hankaloittamaan yrityksen kykyä ymmärtää kokonaisvaltaista kuluttajakäyttäytymisen muutosta. Kaikkien miellyttäminen ei ole millään tavalla mahdollista. Jos kaikkia yrittää miellyttää, kykeneekö yritys olemaan merkityksellinen? (Salesforce 2019.)

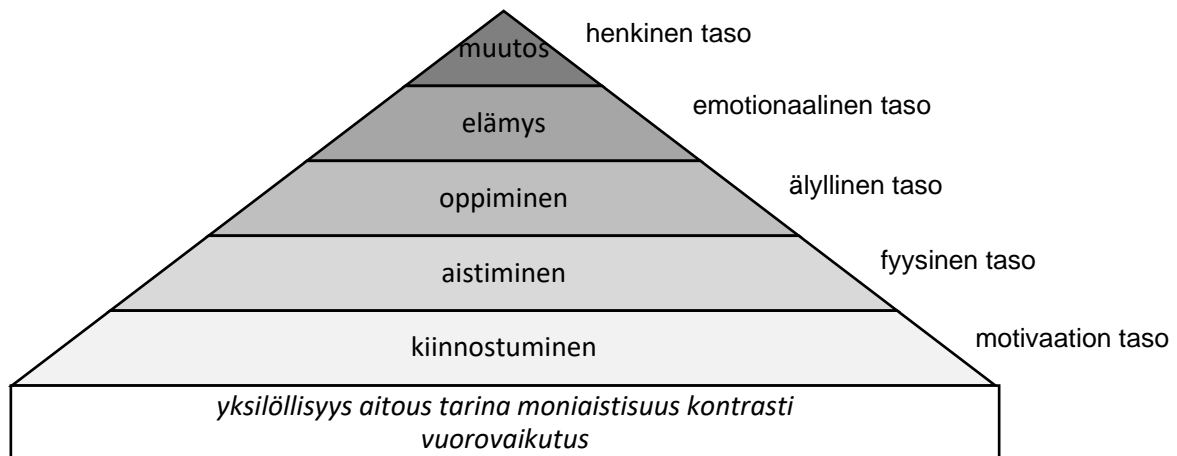
Erinäisen materiaalin omistaminen ei ole enää niin tärkeää, kuin esimerkiksi eri elämysten haaliminen ja uusien kokemusten kokeminen. Se, että saa elämyksen, on paljon arvokkaampaa kuin se, että omistaa jonkin tietyn tuotteen. Vaihtotalous, palvelut ja vuokraaminen on myös paljon suositumpaa, kuin itse omistaminen. Vastuullisuuteen tässä kannattaa kiinnittää myös huomiota, sillä palveluja tarjoavan yrityksen lupaukset saattavat olla aivan muuta, kuin mitä todellisuudessa, varsinkin erilaisiin etiikkaan liittyvissä kysymyksissä ja vastuullisissa toiminnoissa. Kustomoidut tuotteet kiinnostavat kuluttajia, sillä tuotteen halutaan olevan yksilöllisiä ja kertovan jotain kuluttajasta itsestään, mutta tätä ei tule sekoittaa personointiin. Kustomoitu tuote on kuluttajan itse suunnittelema, vaikka yritys on itse palvelun tai tuotteen kehittämisen takana sekä vastaa sen personoinnista. (Salesforce 2019.)

Tulevaisuuden kuluttajien suhteen yritys tulee olla todella nopea reagoimaan ja kasvattamaan asiakasymmärrystä. Ei enää riitä, että pärjätäkseen putoaa johonkin keskikastiin, vaan tulee tarjota joko koko maailman edullisimpia tuotteita ja palveluita tai pystyä

vastaamaan joka ikisen yksilöllisen kuluttajan kaikkiin haluihin ja tarpeisiin. (Easyfairs 2017.) Kokemuksen yksilöllinen rakentaminen on nykypäivänä paljon tärkeämpää kuluttajakäyttäytymisen ymmärtämisessä, kuin se että sitä mitattaisiin. Kehitystyöhön panostaminen kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa on tärkeää, sillä siten luodaan pysyvämpiä asiakaskokemuksia koko ajan muuttuvassa kuluttajakäyttäytymisen yhteiskunnassa. (Futurelab 2018.)

3.2 Elämysteoria

Tarssasen mukaan elämys on tunnekokemus, joka on samalla niin positiivinen kuin kokonaisvaltainenkin, moniaistisuutta unohtamatta. Onnistunut elämys voi tuottaa kokijassa henkilökohtaisen muutoksen, mutta tässä tulee erottaa elämys ja kokemus toisistaan. Elämystuotteen erottamista kokemuksesta helpottaa elämyskolmio, joka kuvaa elämyksen ideaalituotetta, jossa kaikilla sen tasoilla on kaikki elämyksen elementit kohdillaan ja edustettuina. Elämyskolmion avulla tuotetta kykenee selkeästi mallintamaan kehityksenkohteiden löytämiseksi, ja siitä voi olla suuri hyöty yritysten keskinäisessä kilpailussa. (Tarssanen 2006, 8.)



Kuvio 2. Elämyskolmio. (Tarssanen 2006, 8.)

Elämyskolmion alareunasta löytyy asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät. Muuten elämyksellisyys näkyy kahdessa eri näkökulmassa, itse tuotteen omien ominaisuuksien tasolla ja toisena näkökulmana asiakkaan oma kokemus. Elämystä ei voi kuitenkaan jollaiselle varmaksi luvata, vaikka itse tuotteen ominaisuudet täyttäisivät elämyksen syntymiseen tarvittavat tekijät. Elämys on todella sidonnainen omaan vahvaan tunnepohjaiseen kokemukseen, joten elämyksellisillä ominaisuuksilla tehdään varmaksi kriteerien täyttymisen elämyksessä. Näin elämyksen syntyminen on tuotteen ominaisuuksien varjolla tehty mahdollisimman todennäköiseksi ja suotuisaksi. (Tarssanen 2006, 9.)

Näistä vahvoista tunnekokemuksista on noussut arvokas myyntivaltti ja täten asiakkaat ovat valmiita maksamaan elämyksestä, jopa kiitettävästi. Mukavia kokemuksia kykenee kuitenkin moni yritys aiemmin manituilla kriteereillä tarjoamaan, mutta se, aiheuttaako se kokijassa muutosta ja jääkö se ikuisesti muistiin, siihen kykenee vain harva. Ikimuistoisuuden saavuttaminen vaatii palveluntarjoajalta hyvää tuntemusta asiakkaista ja elämyksellisten kokemusten ymmärrystä. (Veijola 2013, 69.)

Elämys mielletään usein ajanpysäyttävänä hetkenä, mutta onko se todellisuudessa aina sitä? Todellisuudessa elämys voi olla ihan tuiki tavallinen kokemus, ilman sen ihmeempiä vippaskonsteja ja taikuutta. Esimerkiksi hiljaisuus on joillekin jo itsessään elämys, joten sen ei tarvitse olla näyttävä, suuri ja kuuluva. Elämys on liian sidonnaisena aikaan, eli se mielletään sellaisena palveluna, jonka asiakaspalvelija saa tapahtumaan jossain tietyissä kohdassa kohtaamisen aikana. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa juurikin elämyksen yksilöllisyyden kannalta. Muistot ovat yksi tärkeimmistä asioista elämyksen kokemisessa, sillä parhaassa tapauksessa elämys muuttaa ihmistä sillä tasolla, että se on mieleenpainuva ja näin kokemus jää ihmiskehoon muistona. Tarina lisää elämyksen kokemisen aikaa ja sen merkityksellisyyttä ja arvokkuutta itselleen. (Haaga-Helia julkaisutoiminta 4.7.2017.)

Mukava palvelu tai itselleen mieleinen kokemus ei ole itsessään elämys. Ikimuistoisuus ei tule vain siitä, että tuote on kaikin puolin hyvällä mallilla ja kunnossa. Kilpailukykyisyys on elämyksessä tärkeää ja sen aitous mahdollistaa tämän. Ikimuistoinen elämys on yleensä jollain tasolla arjesta poikkeava, jotain aivan uutta, mitä ei ole koskaan ennen kokenut vastaavalla tasolla. Aistien moninaisuus on myös tärkeässä roolissa elämyksessä, siinä tulee ottaa monta vaikuttavaa asiaa huomioon, ei pelkästään sitä, miten se saadaan syntymään. Oppiminen on hyvän elämyksen tunnusmerkkejä, ja tätä se tarjoaa yksilölle onnistuneena henkilökohtaisella tasolla. (Luc Matkailu 2010.)

Nykyajan kuluttaja ja yksilö haluaa kokea vaihtelevuutta ja uusia asioita, eikä juurtua vanhoihin kaavoihin. Yksilö on valmis ottamaan erilaisia riskejä saavuttaakseen nämä elämykset ja uudet kokemukset, ja elämyksien hakeminen voidaanakin jakaa neljään erilaiseen kategoriaan. Näitä ovat jännityksen ja seikkailun etsimisen halu, tavoittelu erilaisten kokemusten kokemiseen ja arjen vaihtelevuuteen, omista estoista irti pääseminen sekä se, että ikävystyminen ja tylsyys tapahtuisi helpommin. Kasvanut vapaa-aika luo mahdollisuuksia uusien elämyksien syntymiselle ja aikaa niiden etsimiselle. Kuten kuluttajakäyttäytymisessä mainittiin, ei enää laiteta materiaan niin paljon varoja, vaan niitä suolletaan

enemmän juuri henkilökohtaisiin elämyksiin, ja oman itsensä kehittämiseen ja omien tavoitteidensa saavuttamiseen. Elämys nähdään usein osana omien unelmien täytäntöönpanoa, jotka tuovat omanlaistaan arvostusta elämään ja luovat sille lisää arvoa, sekä tyydyttyneisyyden tunnetta. Oma hyvinvointi on nykyään keskiössä, ja siihen liittyy uuden oppiminen ja itsensä kehittäminen, joka on tarvehierarkiassakin kuvattuna ylimpänä. Tunteet ovat yhä enemmän mukana sekä elämyksien kokemisessa, sekä kuluttajan omassa käyttäytymisessä. Nykymaailmassa se, että kuluttaa ja tuhlaa omaisuuttansa erilaisiin elämyksiin ja tuotteisiin on polku merkityksellisempään ja elämysrikkaampaan sisältöön omassa henkilökohtaisessa elämässä. (Valtanen 2008, 20.)

4 Tutkimus nuorten kokemista elämyksistä eläinkahviloissa

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen kohderyhmää ja siinä käytettyjä erilaisia metodeja ja tapoja tutkia. Miksi päädyttiin juuri kyseessä olevaan kohderyhmään, oliko kohderyhmän löytyminen tai rajaaminen haastavaa vai helppoa, miten kohderyhmä tavoitettiin? Lisäksi kerrotaan, miten tutkimus toteutettiin. Miksi valittiin tutkimusmenetelmäksi laadullinen tutkimus, ja toiko tämä joitain erityisiä haasteita tutkimuksen toteuttamisen kannalta. Oliko laadullinen tutkimus ainoa vaihtoehto, vai harkittiinko kenties toista menetelmää. Lopuksi käsitellään tutkimuskysymykset sekä se, miksi kysyttiin juuri niitä asioita ja mitä ne tuovat sisällöllisesti tutkimukseen, ovatko ne relevantteja elämyksiä tutkivassa tutkimuksessa ja päästäkö tutkimuskysymysten kautta syvälliseen ymmärrykseen ilmiöstä kokonaisuudessaan.

4.1 Tutkimuksen kohderyhmä

Tutkimuksen kohteena olivat nuoret suomalaiset, jotka ovat joskus vierailleet jossain eläinkahvilassa. Tutkimusta ei rajattu niin, että kohteena olisi vain suomalaisissa eläinkahviloissa vierailleet suomalaiset, sillä se ei ollut olennaista elämyksiä tutkittaessa. Tutkimuskysymykset oli myös määritelty niin, että ne sopivat mihin tahansa vierailtuun eläinkahvilaan, oli siellä kahvilassa mitä eläimiä tahansa. Pää tavoitteena oli ymmärtää, että mitä elämyksiä eläinkahviloista saadaan, miksi ovat kiinnostuneita eläinkahviloista, mikä niissä on se vetovoimatekijä. Lisäksi haluttiin ymmärtää tutkittavien arvomaailmaa, sekä sitä, mitä he oikeastaan kyseisessä kahvilassa vieraillessaan tekevät.

Ongelmana oli löytää oikea kohderyhmä. Koska kyseisessä tutkimuksessa tutkittiin vain eläinkahviloissa käyneitä, niin ymmärrys siitä, miksi joku ei niissä vieraile, vaikka kiinnostaisikin, jäi uupumaan. Toki on myös monia, joita kahvilat eivät yhtään kiinnosta, eikä heidän tutkimisensa ollut tällöin relevanttia, koska haluttiin ymmärtää elämyksiä ja valintoja siitä, miksi ylipäätään vierailee eläinkahviloissa. Miten saada täysi ymmärrys siitä, mitä elämyksiä haetaan. Tutkimuksessa pyrittiin ymmärtämään juuri tätä miksi? -kysymystä, sekä hahmottamaan hieman tutkittavan arvomaailmoja, olisiko näillä kenties merkitystä omiin valintoihin ja tapoihin kuluttajana.

4.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmän valinta ei ollut yksinkertaista. Aluksi päädyttiin kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen, joka olikin siis lopullinen tutkimusmenetelmä. Laadullinen tutkimus valikoitui tutkimuksen menetelmäksi siksi, että se mahdollistaa syvällisemmän ymmärryksen ilmiön takana yksilön näkökulmasta, jolloin ongelman yksityiskohdista saadaan

selkeämpi tieto (Surveymonkey 2019). Ennen laadullisen tutkimuksen aloitusta pohdittiin, olisiko sittenkin mahdollista toteuttaa kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tähän tosin tarvittiin kahvilan yhteistyötä ja se ei valitettavasti toteutunut, joten määrällisen tutkimuksen toteuttaminen ei ollut mahdollista. Laadullinen aineistonkeruumenetelmä oli sitä paitsi tähän tutkimukseen sopivampi keino siksi, koska haluttiin ymmärtää niitä, jotka eläinkahviloissa ovat vierailleet ja miksi he ovat siellä käyneet. Haluttiin syvällisempi ymmärrys elämyksien takana, sillä monenlaisia muita eläinkahviloihin liittyviä tutkimuksia on kyllä saatavilla. Myös sitä haluttiin ymmärtää, että mitä kahvilassa oikeasti tehdään, ollaanko vain kahvilla yksin ja yhdessä, vai ovatko eläimet suurena mielenkiinnon ja tekemisen kohteena kahvilassa vierailtaessa.

Laadullisella tutkimuksella ei ole vain yhdenlaista tapaa tutkia. Tutkimuksessa keskeisimpänä asiana on tutkia merkityksiä, ja kysymystä miksi. Laadullisella tutkimuksella tutkitaan kuitenkin aina elämismaailmaa. Vaikka laadullisella tutkimuksella pyritään ymmärtämään ilmiö syvällisesti, ei se sitä kuitenkaan kykene toteuttamaan, vaan tutkimus ja sen tulokset ovat aina vain pintaraapaisua. Kun tutkittavaa ilmiötä kuitenkin lähestytään tutkimuksessa monesta eri näkökulmasta, mahdollistaa tämä monipuolisen tiedon tavoittamisen, sekä ilmiön paremman ymmärtämisen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Laadullisella tutkimuksella pyritään siis ymmärtämään tutkimuskohteen laatua, sen erilaisia ominaisuuksia sekä millaiset sen kokonaisvaltaiset merkitykset ovat. (Jyväskylän yliopisto 23.4.2015.)

4.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin haastatteluna. Haastattelu valikoitui tutkimusmenetelmäksi siksi, että ymmärrettiin elämyksiä, sen herättäviä tekijöitä eläinkahvilassa, sekä arvoja tutkittavan takana. Haastattelu toteutettiin viikon sisällä ääniviestien välityksellä, ja ne, jotka eivät halunneet syystä tai toisesta omaa ääntänsä nauhoittaa tai nauhoitettavan, haastateltiin viestien välityksellä, sillä valitettavasti ei ollut mahdollista haastatella kasvotusten muiden aikataulujen ja asuinpaikkojen vuoksi. Kaikki haastateltavat ovat omasta perhe- tai kaverialueista, ja heihin otettiin yhteys sosiaalisen median kanavien kautta, jotka ovat Instagram ja WhatsApp. Tutkimuksen vastaukset ovat tästä huolimatta hyvin laajoja, ja mahdollisesti paljon laajempia, kuin mitä kasvotusten haastattelulla olisi voinut saada. Haastattelutilanteessa kasvotusten kysymystä pystyy toki avaamaan, mutta nykymaailmassa tämä kyllä onnistuu myös viesteillä reaaliajassa, sillä toiselle voi vastata mieltä askarruttaviin asioihin sekunneissa. Myös se, että vastauksia sai rauhassa miettiä omalla ajallaan, antaa syvällisemmän ymmärryksen, sillä tilanteessa ei ollut minkäänlaista jännittyneisyyttä ja aikaa

vastaamiseen oli huomattavasti enemmän, kuin kasvokkain tapahtuessa haastattelutilanteessa. Toki ei kasvokkaisessa haastattelussa ole niin sanottua määräaika, mutta usein haastateltava kokee tilanteen niin, että hänen tulee vastata kysymykseen mahdollisimman nopeasti, jotta tilanne ei kestäisi kovin kauaa eikä olisi kiusallinen haastattelijalle eikä haastateltavalle. Tämä kiusallisuus tuntemattomien ihmisten välillä eliminoitiin sillä, että jokainen sai keskittyä kysymyksiin rauhassa, vastata omalla ajallaan ja tutustua myös kysymyksiin ennen niihin vastaamista. Alla olevassa taulukossa on kuvattu haastateltavien tunniste, tiedot, päivämäärä ja haastattelumuoto.

Taulukko 1. Haastattelukoodit.

Tunniste	Haastateltavan tiedot	Päivämäärä	Haastattelumuoto
H1	Nainen, 22 vuotta.	5.11.2019.	Ääniviestit.
H2	Nainen, 15 vuotta.	6.11.2019.	Viestit.
H3	Nainen, 25 vuotta.	10.11.2019.	Viestit.
H4	Nainen, 23 vuotta.	9.11.2019.	Viestit.
H5	Nainen, 23 vuotta.	10.11.2019.	Viestit.
H6	Nainen, 22 vuotta.	8.11.2019.	Ääniviestit.

4.4 Tutkimuksessa käytetty aineisto

Haastattelun ensimmäisenä kysymyksenä pyrittiin kartoittamaan haastateltavan suhdetta eläimiin, jotta voitiin huomata, onko haastateltava eläinrakas vai millä tasolla hän välittää eläimistä, ja onko hänellä esimerkiksi omia lemmikkejä tai onko niitä ollut suvussa. Tämä auttaa ymmärtämään sitä, että ovatko kaikki eläinkahviloista kiinnostuneet ja siellä vierailleet muutenkin eläinten kanssa tekemisissä ja ovatko ne heille tärkeä asia ja arvo elämässä myös muutenkin.

Toisessa kysymyksessä käsiteltiin sitä, että mikä on se tekijä, joka sai kiinnostumaan vierailusta eläinkahvilaan, vai onko näitä tekijöitä useampi. Kun tutkitaan elämyksiä eläinkahviloissa, niin kiinnostavien tekijöiden tutkiminen on tärkeää, jotta ymmärretään se tekijä, joka on luonut vetovoiman eläinkahvilan ja asiakkaan välille niin, että asiakas vierailee kahvilassa. Tekijöitä saattaa myös olla useampi, ja tämän ymmärtäminen auttaa eläinkahvilaa kehittämään tätä tekijää esimerkiksi vielä kiinnostavammaksi, jotta tavoitettaisiin suurempi kiinnostuneiden asiakaskunta. Myös se, että jos kiinnostavia tekijöitä on vain yksi, niin miksi juuri vain se yksi? Onko se ainoa vetovoimainen asia, jota koko kahvilassa on

saatavilla. Onko tämä kahvilalle mahdollinen tapa erottua kilpailijoista, vai koituu vain yksi kiinnostava asia lopulta eläinkahvilan kohtaloksi.

Kolmannessa kysymyksessä pyrittiin suoraan ymmärtämään sitä, millaisia elämyksiä kuluttaja haki vierailullaan. Tämä saattaa olla monelle haastava kysymys, sillä elämyshakuisuus ei aina ole tietoista toimintaa, ja tilanne ymmärretään usein vain uuden kokemuksen kannalta, eikä elämyksen, vaikka toki kokemuksesta syntyy elämys. Elämyksellisyys myös liittyy vahvasti varsinkin nuorten, joita haastateltavat olivat, kiinnostukseen, sillä elämyksenhakuisuus on noussut melkein päälle materiaalin omistamista tärkeämmäksi asiaksi ja arvoksi elämässä, kuten teoreettisessa viitekehityksessä huomattiin. Uusi elämys saattaa olla se vetovoimatekijä, jota kuluttaja haki vierailullaan. Elämyksen syntyminen ei toki ole aina taattua, vaikka sitä lähdettäisiin varta vasten hakemaan, sillä kyseessä on oma henkilökohtainen tunnekokemus, johon kahvila voi vain luoda puitteet ja muu on vain omasta itsestään riippuvaista.

Neljäs kysymys käsittelee kuluttajakäyttäytymistä ja sitä, mitä kahvilassa ihan oikeasti tehdään. Onko tietyn asian tekemisen toteutuminen yksi vetovoimatekijä eläinkahvilassa vierailtaessa, vai määräytyykö oma käytös aiempien samankaltaisten tilanteiden ja niissä käytettyjen käytösmallien mukaan, esimerkiksi tavalliseen kahvilakäyntiin verrattuna. Ovatko eläimet ainoa tekemisen kohde, joka kiinnostaa, vai onko kahvilassa esimerkiksi joku erikoinen tuote, joka saa kiinnostuksen heräämään eläinkahvilaa kohtaan, ja valitaanko tämä tuote kyseisestä eläinkahvilasta. Vai sattuu kahvilassa olemaan poikkeuksellisen erinomaiset tuotteet, ja eläimet ovat siinä vain positiivisena sivutuotteena.

Viidennessä kysymyksessä käsitellään mahdollista pääsymaksua eläinkahviloihin, kokeeko haastateltava tämän tarpeelliseksi tai mitä mieltä hän on ylipäätään mahdollisesta pääsymaksusta, ja oliko hänen vierailemassaan kahvilassa sellaista. Tämä auttaa hieman ymmärtämään tutkittavan arvoja ja mahdollista kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavaa seikkaa. Voiko pääsymaksu olla esimerkiksi se syy, miksi ei vaikka kiinnostavassa kahvilassa vieraile, vaan valitsee pääsymaksuttoman kahvilan. Kokeeko haastateltava pääsymaksun edes tarpeelliseksi, jos kahvilassa on jo tuotteita myynnissä kattamaan eläinkahvilan ja niiden eläinten kuluja, vai eikö se ole tarpeeksi, että maksaa tuotteesta, vaan pitää maksaa vielä hieman lisää siitä, että normaalin kahvilavierailun lisäksi pääsee seurustelemaan ja viettämään aikaa eläinten kanssa.

Kuudentena kysymyksenä haastateltavia pyydettiin pohtimaan kahvilan eläinten oloa. Tämä auttaa saamaan vielä paremman ymmärryksen haastateltavan arvoista ja siitä,

onko eläinten ololla merkitystä, kuuluvatko ne edes kahvilaan monen asiakkaan päällistävänä ja siliteltävänä. Osa vierailijoista saattaa olla esimerkiksi sellaisia ihmisiä, jotka eivät osaa käsitellä eläimiä ja lukea niiden varoitusmerkkejä ärsytyksestä. Lapset ovat usein tällaisia asiakkaita, jos heitä ei ole opetettu kotona, miten eläimiä tulee käsitellä. Kahvilassa saattaa myös vierailla ihmisiä, jotka ovat vailla täyttä ymmärrystä teoistaan ja käytöksensä, jolloin heillä tulee olla joku seurassa vahtimassa, ettei eläimiä vahingossa satuteta. Toki työntekijät kertovat tarkat säännöt aina vierailun aluksi, mutta onko resursseja siihen, että kaiken muun työnteon ohella vaihdetaan niitä asiakkaita, jotka eivät osaa sääntöjä noudattaa tai jätetään vahtimatta, vaikka he selkeästi tarvitsevat toista ihmistä heidän apunaan käytöksensä ymmärtämisessä ja omien tekojensa kanssa.

Seitsemäs kysymys liittyy vielä syvällisemmin arvoihin, sillä siinä käsitellään eläinsuojelutyön vaikutusta omaan kuluttajakäyttäytymiseen. Onko eläinsuojelu sellainen kiinnostava ja vetoimainen tekijä, joka vaikuttaa omaan vierailuun kahvilassa tai esimerkiksi omaan mielipiteeseen kahvilassa vieraillaessa, vai onko se toissijainen asia. Nykyään tulee vastaan paljon esimerkiksi Facebookissa ilmoituksia hylätyistä ja kodittomista kissoista, niin onko se tärkeä seikka, että nämä kahvilat tarjoavat esimerkiksi niille mahdollisen kodin ja auttavat tuomaan kotia tarvitsevia eläimiä asiakkaiden tietoisuuteen. Vaikuttaako se myös omaan ostokäyttäytymiseen kahvilassa, jos osa kahvilan tuotoista menisi esimerkiksi eläinsuojeluun ja näin voisi tukea sitä ostamalla enemmän tuotteita tällaista toimintaa tukevassa eläinkahvilassa.

Viimeisenä haastattelukysymyksenä tutkitaan sitä, suosittelisiko haastateltava eläinkahvilaa muille, jossa hän on vierailut ja vierailisiko siellä uudelleen tai suosittelisiko yleisellä tasolla jotain eläinkahvilaa oman vierailunsa perusteella. Samalla kysytään sitä, että jos ei suosittelisi, niin miksi? Oliko kahvilassa kenties joku sellainen asia, jonka takia ei missään nimessä suosittelisi sitä kellekään tai haluaisi vierailla siellä uudelleen, ja mikä tämä tekijä on. Elämyksiä tutkittaessa suositusten mittaaminen on tärkeää, jotta ymmärretään vierailun arvo haastateltavalle. Suosituksia kerätessä tulee usein esiin sellaisia kiinnostukseen vaikuttavia seikkoja, joita ei ehkä tiedosta aiemmin kysytystä haettavista elämyksistä tai kiinnostuksen herättävistä tekijöistä. Myös se, vierailisiko tutkittava uudelleen samassa kahvilassa tai esimerkiksi jossain toisessa eläinkahvilassa, on kiinnostavaa tietää, jotta ymmärretään, onko aihe edelleen niin mielenkiintoinen ja itselle kiinnostava ja vetoimainen, että haluaisi kokea saman kokemuksen tai mahdollisesti vierailukokemuksesta syntyneen elämyksen uudelleen, ja haluaako jakaa kokemaansa myös muille.

4.5 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus korostuu. Erilaisia laadullisessa tutkimuksessa tutkittavia luotettavuuteen liittyviä kriteerejä ovat uskottavuus, todeksi vahvistettavuus, merkityksellisyys, toistuvuus, kyllästeisyys ja siirrettävyys. Uskottavuuden määrittelee se, miten totuus on muodostunut tutkijan ja tutkittavan välille. Tähän liittyy molemminpuolinen henkilökohtainen luotto, joka esimerkiksi tässä tutkimuksessa tutkitussa lähi- ja kaveripiirissä toteutuu, koska oletuksena on, että tutkittava haluaa antaa mahdollisimman aidon kuvan ja vastauksen itsestään haastateltavalle. Todeksi vahvistettavuus liittyy tutkimuksen aineistoon ja kokemukseen, eli tutkimuksen tulosten on perustuttava kerättyyn tutkimusaineistoon, joka toteutuu tässä tutkimuksessa. Merkityksellisyyden määrittelee tutkittavan ilmiön esiintyminen ja sen merkitys kyseessä olevassa tutkimuksessa. Toistuvuus kriteerinä kertoo tutkittavan ilmiön tuttuudesta ja yleisyydestä, jolloin ilmiö ei ole vain satunnainen esiintyminen, vaan sitä voidaan esimerkiksi tutkia uudelleen, mikä on mahdollista eläinkahviloiden elämyksiä tutkittaessa. Kyllästeisyys kertoo, onko tutkija kyennyt tuomaan esille kaiken oleellisen tutkittavasta ilmiöstä. Viimeisenä mainittu siirrettävyys kriteerinä on se, että pystytään siirtämään tutkimusten tulokset toiseen samanlaiseen kontekstiin ilman, että niiden tulkinnat muuttuvat. (KAMK 2019.)

5 Tulokset

Tässä kappaleessa käydään läpi laadullisessa tutkimuksessa saadut tulokset. Valaistaan hieman sitä, mikä on kysymyksen arvo tutkimuksen päätavoitteelle ja mitä siitä saatiin irti, sekä pohditaan vastaajien tuloksien yhtäläisyyksiä tai eroavaisuuksia. Tutkimukseen vastaajia saatiin yhteensä kuusi henkilöä, jotka olivat iältään 22-25 vuotiaita, sekä yksi 15 vuotias, joka toi hieman erilaista näkökulmaa nuorten kiinnostavuuden tutkimisessa. Tutkimuksen tulokset ovat toki hieman yksipuoleisia siksi, että kaikki vastaajat ovat naisia, mutta tästä voi ehkä päätellä jotain eläinkahvilassa vierailevien asiakkaiden jakaumasta ja ylipäätään vierailusta kiinnostuneista.

5.1 Suhde eläimiin

Suhdetta eläimiin pohdittiin ensimmäisessä kysymyksessä. Tätä on tärkeää pohtia sen puolesta, että tutkittaessa eläinkahviloissa vierailevia henkilöitä ymmärrettäisiin, ovatko he jo valmiiksi olleet eläinten kanssa tekemisissä ja välittävät niistä, vai tutustuvatko he vasta eläimiin eläinkahviloiden kautta. Elämyksiä tutkittaessa suhde eläimiin on myös tärkeää ymmärtää siksi, että voidaan pohtia mahdollista syytä elämistä alun perin kiinnostumiseen ja tätä kautta eläinkahviloihin. Onko aiemmin eläinten kautta saatu jonkinlainen elämys? Monella vastaajalla on ollut lapsuudesta asti jonkinlainen suhde eläimiin, useimmiten omana lemmikkinä perheessä, tai jonkin muun, esimerkiksi vanhemman työn kautta ollut eläinten kanssa tekemisissä, ja kiinnostus usein syntyy tällaisista kohtaamisista.

"...no siis perheellä on aina ollut lemmikeitä..." H2, 2019.

"...olen aina ollut eläinten kanssa tekemisissä. Kotona on aina ollut koiria, kissoja kilpikonnia tai pupuja. Äitini on maatalouslomittaja, joten olen pienestä asti käynyt navetoissa ja sikaloissa äitin mukana..." H5, 2019.

"...lapsuudessa meillä oli kaks kania..." H6, 2019.

Myös oma harrastus tai ystävät ja lähipiiri ovat yhtenä syynä siihen, että on jonkinlainen suhde eläimiin, ja on niiden kanssa tekemisissä. Monella ei tällä hetkellä ole mahdollisuutta omistaa omaa lemmikkiä, vaikka olisi siihen halukas, niin ystäviltä on saanut apua akuuttiin eläinkuumeeseen.

"...elämässä on kuitenkin paljon eläimiä tällä hetkellä ja useamman kerran kuussa mun luona tai mä oon jonkun toisen luona hoitamassa ystävien lemmikkejä..." H6, 2019.

"...myös monella ystävällä on ollut lemmikkejä, joiden kanssa olen ollut tekemisissä..." H5, 2019.

"...Lemmikkieläimet ovat kaikki söpöjä, mutta minulla ei itsellä ole lemmikkejä, sillä en kykenisi pitämään niistä huolta..." H4, 2019.

"...voisin joskus kuvitella adoptoivani, vaikka jonku kissan jostain eläinsuojeluyhdistykseltä..." H1, 2019.

Myös eläinsuojelu nousi esille tärkeänä arvona, kun kyse on omasta suhteestaan eläimiin. Myös elämänvalinnat ovat saaneet vaikutustaan eläimistä ja niiden hyvinvoinnin maksimoimisesta.

"...olen aina pitänyt eläimistä ja ne ovat minulle tärkeitä, pidän lemmikkieläimistä ihan kaikista eläimistä ja kiinnostaa eläinten hyvinvointi ja voisin olla jotenkin mukana eläinten pelastustoiminnassa tai lahjoittaa rahoja..." H1 2019.

"...olen kasvissyöjä suureksi osaksi eläinten takia..." H4, 2019.

Eläimellä on siis ainakin tutkittavien kohdalla edes jonkintasoinen arvo heidän elämässään. Osalla eläimet vaikuttavat suoraan omiin elämänvalintoihin. Eläimeen on tutustuttu jo lapsuudessa, ja monella eläin on ollut osa päivittäistä elämää, jolloin eläinkahvilassa vierailu ei ole ensimmäinen kokemus eläimen kanssa, mutta luultavasti ensimmäinen kahvilakokemus eläimen kanssa.

5.2 Yksilöä kiinnostavat tekijät eläinkahvilassa

Elämyksiä tutkittaessa kiinnostuksen herättävät tekijät eläinkahviloissa on yksi tärkeimmistä kysymyksistä tutkimuksessa, vaikka ilmiön ymmärtää parhaiten monesta eri näkökulmasta tutkittuna. Kuitenkin suorat tekijät, jotka ovat kiinnostuksen herättäneet niin, että niiden pohjalta syntyy vierailu eläinkahvilaan, on tärkeintä ymmärtää, jotta niiden pohjalta voidaan analysoida muita näkökulmia, ja tukevatko kiinnostavat tekijät esimerkiksi tutkittavan muita arvoja ja esimerkiksi sitä, mitä elämyksiä sieltä menttiin hakemaan. Onko kyseessä kenties joku tuote, vai joku kahvilan täyttämä arvo, joka vastaa myös omia arvoja, vai onko elämyshakuisuus syynä kiinnostukseen?

Yhtenä vahvana tekijänä nousi tutkimustuloksissa eläinkahviloiden tekemä eläinsuojelutyö. Monella vastaajalla tämä oli myös itselle tärkeä arvo, ja eläinsuojeluun tutkittavien ar-

vona perehdytäänkin myöhemmin lisää tutkimuksen tuloksissa. Eläinsuojelutyö kahvilassa koettiin kiinnostavana tekijänä pääasiassa siksi, että halusi itse päästä konkreettisesti tukemaan kyseistä toimintaa, ja näin täyttämään jokin omista tarpeista ja arvoista.

”...se sai kiinnostumaan, että tehdään niinku niille kissoille hyvää myös sillä eläinsuojelutoiminnalla...” H1, 2019.

”...eläimiin liittyvä hyväntekeväisyys kiinnostaa aina. Jotkut eläinkahviloiden eläimistä ovat adoptoitavissa eli eläimet ovat pelastettu jostakin ja asiakkailla voi olla mahdollisuus osallistua auttamiseen vaikkapa lahjoituksin...” H4, 2019.

Eläinsuojelutyön lisäksi toinen vahva kiinnostuksen tekijä on tietysti itse kahvilassa majaillevat eläimet ja niiden tuoma hyvä olo. Kuten ensimmäisen kysymyksen tuloksissa tuli ilmi, niin tutkittavat ovat kaikki hyvin eläinrakkaita ja välittävät eläimistä sekä ovat niiden kanssa tekemisissä, joten eläinten kiinnostavuus ei tullut juurikaan yllätyksenä. Hyvän kahvilakokemuksen saa melkein mistä tahansa nykypäivän kahvilasta, mutta elämyksiä on harvassa, ja eläimet tuovatkin hyvän mahdollisuuden elämyksen potentiaaliselle syntymiselle. Tutkittavat myös kokevat eläinten tuovan heille ja muille hyvää, joten kiinnostuksen herätti jonkinlainen oman tai muiden hyvän olon tarve.

”...ensinnäkin se, et siel on niitä kissoja, ku on eläimen kaipuu, kun ei ole omassa kodissa niitä pörröisiä ihania kissoja...” H1, 2019.

”...itse ne eläimet ja ihmisten positiivisuus eläinten ansiosta...” H2, 2019.

”...hyvä sosiaalinen media, jossa eläimet esiintyvät luo tietysti huomiota...” H3, 2019.

”...tietysti eläimet, se että saa silittää ja seuraila heidän tekemistään. Itsellä mulla ainakin eläinten silittely auttaa stressissä...” H6, 2019.

Keskeisimmäksi kiinnostuksen kohteeksi nousi siis ylivoimaisesti eläimet. Eikä ihmekään. Kuten ensimmäisessä kysymyksessä todettiin, on monen vastaajan elämässä eläimet olleet mukana jo lapsuudesta, jolloin kiinnostus on jo saattanut syntyä. Myös eläinten tuomat positiiviset asiat omalle hyvinvoinnille ovat tiedossa, ja varsinkin hyvinvoinnistaan huolehtivassa yhteiskunnassa se on keskeisessä arvossa ja luo oman ulottuvuutensa eläimistä ja eläinkahviloista kiinnostuneisuudessa.

5.3 Eläinkahvilasta haetut elämykset

Elämyshakuisuus saattaa tapahtua nuorilla alitajuisesti, eikä näin ollen sitä tiedosteta ensimmäisenä, et vierailulla saatetaan hakea jonkinlaista elämystä. Uuden kokemuksen viehätys ja sen herättämä kiinnostus saavat kuitenkin usein aikaan sen, että lähdetään vierailulle kokemaan uusi elämys. Kahviloiden sivuilla puhutaan myös elämyksestä, jolloin eläinkahvila luo puitteet elämyksen syntymisen mahdollistamiselle, jota tutkittava on lähtenyt hakemaan.

Suurimmalla osalla tutkittavista nousi elämyksenä eläinten silittely ja niiden kanssa ajanvietto. Tutkittavalla ei välttämättä ole omaa eläintä tällä hetkellä mahdollisuutta hankkia jostain syystä, niin pääsy viettämään aikaa eläimen kanssa samalla kahvia juoden, on varmasti elämys keskellä arjen kiireitä. Tämä tuli myös esille vastauksissa, että kaivattiin hetkeä pysähtyä ja se hiljaisuus koetaan elämyksenä, että saa vaan olla pörröterapiassa hetken miettimättä sen suurempia elämässä sillä hetkellä ahdistavia tai muuten vain mielessä pyöriviä asioita.

"...mä hain elämyksiä et mä saisin olla niitten kissojen kanssa ihan rauhassa..." H1, 2019.

"...itsellä ei mahdollisuutta hankkia kissaa perheen allergioiden takia, niin kissakahvilassa vierailu oli aivan mahtavaa..." H2, 2019.

"...halusin silitellä kissoja ja kyseisessä kahvilassa oli useampi, eli monta mahdollisuutta suloisten kissojen silittelyyn..." H4, 2019.

"...rentoutumista ja hetkeksi pysähtymistä eläinten kanssa..." H5, 2019.

Toisena elämyksenä tuli kahvilan tuotteet. Joko ne on jo kerran aiemmalla vierailulla todettu hyväksi, ja näin ollen palaa hyvän kokemuksen tai jopa elämyksen pariin, tai haluaa kokeilla jotain uusia tuotteita tai teemaan sopivia esimerkiksi hieman eri tavalla koristeltuja jo tuttuja tuotteita, ja luoda elämystä kahvilaan niiden kautta.

"...kahvin juonti on toki niinku kivaa, kyseisessä kahvilassa onki niinku superhyvät tuotteet..." H6, 2019.

"...kahvilassa oli myös todella hyvää ruokaa..." H4, 2019.

"...saa jotain niinku sellasta vähän spesiaalimpaa ruokaa mikä liittyy jotenki niihin kissoihin missä näkyis niinku se et se on kissakahvila jotain vaikka kissa-aiheisia

lautasia tai kissa-aiheisia ruokia esimerkiksi joku kahvi mis ois sellanen kissakuvio...”
H1, 2019.

Eläinkahvilan eläimet ovat siis keskeisessä asemassa elämyksellisyydessä ja elämyksen kokemisen mahdollistamisessa. Kaivataan vaihtelua arkeen ja halutaan kokeilla jotain uutta, niin jos kaipauksen kohteena on eläinten silittely, mahdollistaa eläinkahvilat uudenvuoden kahvilaelämyksen, toki tuotteita unohtamatta. Kokonaisuus on elämys, eikä vain yksi tietty asia, vaikka se voikin sen laukaista, mutta tuotteiden teeman mukaisuus tai niiden yllätyksellisyys tuo myös oman ulottuvuutensa kahvilan elämyksellisyyden nostamisessa.

5.4 Mitä eläinkahvilassa tehdään?

Kiinnostus jotain asiaa kohtaan yleensä ajaa myös tekoihin. Jos tutkittava on jo kiinnostunut vierailemaan eläinkahvilassa, niin mitä hän on siellä kiinnostunut tekemään, ja mitä oikeasti tekee. Tämä tuo uutta näkökulmaa elämysten ymmärtämiselle siinä, että jos haettavana elämyksenä on esimerkiksi eläinten kanssa oleminen, niin ollaanko vierailulla oikeasti niiden kanssa tai esimerkiksi jos tietynlainen tuote kiinnostaa, niin kokeillaanko tätä tiettyä tuotetta vierailun aikana.

Mielenkiintoista kyllä on se, että vaikka kahvilasta kiinnostutaan eläinten takia ja halutaan eläimen kautta kokea elämys, mennään pääasiassa kahvilaan syömään tai yleisesti nauttimaan kahvista ja muista tuotteista, ja eläimet koetaan vain positiivisena lisänä. Eläinkahvila on toki kahvila siinä missä muutkin, mutta ehkä oletuksena oli se, että mentäisiin juuriin olemaan niiden eläinten kanssa, ja tuotteet olisivat se toissijainen asia, mutta tämä menikin tutkimuksessa ihan päinvastoin. Yksi vastaajista kertoi myös ottavansa kuvia, jos tämä on sallittua, eli haluaa ikuistaa kokemansa ja mahdollisesti jakaa erilaista kahvilakokemustaan muille, tai muistelee kuvien kautta omaa vierailuaan.

”...eläinkahvilassa tykkään syödä hyvää ruokaa— toivottavasti hyvää ruokaa tai sitten ihan vaan joku makea, makea juttuja, jotain kuumaa juomaa tai alkoholijuomaa, mut sitte siinä tulee ne kissat sitten hyvänä lisänä et kylhän kahviloissa käy niinku muutenkin...” H1, 2019.

”...tilaan tietysti jotain ja olen eläinten kanssa kontaktissa, otan kuvia, jos se on sallittua...” H2, 2019.

”...menin kahvilaan ensisijaisesti syömään ja kissat olivat vain iso bonus...” H4, 2019.

*”...nautin kahvista ja sen lisäksi ostan kaneille jotain syötävää. kahvila siis myy omia juttuja, ei saa tuoda mitä tahansa. Ja sit mä ruokin ja silittelen niitä kaneja siellä...”
H6, 2019.*

Kahvilassa käydessä huomattiin, että eläinten kanssa kahvilassa seurustelu ei ehkä olekaan niin yksinkertaista. Eläimet tulevat ihmisen lähelle ja antavat silittää, mutta osa eläimistä on arkoja, eikä niitä saa häiritä esimerkiksi nukkuessa tai tietyn alueen takaa, joka on tietysti hyvä asia, mutta tällöin tietenkin tuotteiden nauttiminen nousee pääasialliseksi ja eläimet ovat siinä vain lisänä ja tulevat lähelle, jos tulevat, jolloin niiden kanssa voi olla tekemisissä toki niiden ehdoilla ja vain eläinten niin halutessa. Vierailtu eläinkahvila oli myös sen verran ahdas, että eläinten kanssa leikkiminen ja seurustelu ja silittely oli usein jonkin kulkureitin tiellä. Osa eläimistä oli myös vain tietyissä pöydissä, jos niissä oli esimerkiksi ruokaa tarjolla, jolloin ruoasta nauttivaa seuruetta ei tohtinut häiritä sillä, että menisi silittämään eläintä heidän pöytänsä. Vierailuaikana kahvilassa taisi olla vain yksi henkilö, joka ei tilannut mitään, vaan seurusteli vain eläinten kanssa ja keskittyi siihen, kun taas ne noin kaksikymmentä muuta ihmistä keskittyivät tuotteisiin ja ihastelivat ja silittivät eläimiä silloin, kun ne sattuivat tulemaan tällaisen etäisyyden päähän, tai niitä ylipäättään kiinnosti olla kontaktissa.

5.5 Pääsymaksu eläinkahviloihin

Viidennessä kysymyksessä pohdittiin mahdollista pääsymaksua eläinkahviloihin. Useimmissa eläinkahviloissa on käytössä pääsymaksu, joka menee suoraan kissojen ylläpitoon ja niiden hyvinvointiin ja ruokaan ja tarvikkeisiin, sekä eläinlääkärikuluihin. Pääsymaksun miettiminen on tärkeää eläinkahviloiden kiinnostavuuden kannalta, sillä se voi vaikuttaa yksilön päätöksiin kahvilassa ja ylipäättään vierailuun eläinkahvilassa. On myös hyvä ymmärtää, koetaanko pääsymaksu hyväksi vai huonoksi asiaksi, koska usein kahvilasta ostaa kuitenkin joitain tuotteita, niin eivätkö niiden tuotot riitä myös kissojen ylläpitoon, vai maksetaanko mielellään hieman enemmän erilaisesta kahvilakokemuksesta.

Pääsymaksu oli monelle tutkittavalle asia, jonka he ymmärsivät, jos se menee suoraan eläinten hyvinvointiin. Alle viisi euroa on kuitenkin yleensä se summa, mitä ollaan valmiita maksamaan, ja viiden euron pääsymaksu onkin useimmissa eläinkahvilassa käytössä. Yhdessä eläinkahvilassa on käytössä minimiostohinta, jonka siellä vierailut henkilö koki paljon paremmaksi vaihtoehdoksi, että ostamalla tietyllä summalla saa vieraila eläinten luona. Tämä luo ehkä hankaluutta siinä, että jos eläimille ei ole omaa huonetta, vaan ne hengailevat ihmisten keskellä, niin miten voidaan minimiostohintaa. Pääsymaksu oli

myös parille tutkittavalle se syy, miksi ei ole ehkä vierailut jossain toisessa eläinkahvilassa. Pääsymaksu myös koettiin syrjiväksi vähävaraisia kohtaan, sillä heillä harvemmin on varaa omaan lemmikkiin ja pääsymaksu kahvilaan rajoittaisi heidän mahdollista kontaktiaan eläinten kanssa, jos sellaista ei ole mahdollista olla muussa arkisessa elämässä. Toisaalta pääsymaksun rajoittavuus koettiin hyväksi, että ihan kuka tahansa ei tule kahvilaan vain hengailemaan ja se ehkä myös rajoittaa hieman sitä ihmismäärää, jotta eläimet eivät stressaantuisi suuresta ihmismassasta eläinkahvilassa.

"...pidän hyvänä juttuna sitä et siin oli se tota pääsymaksu, että voidaan kustantaa sit esimerkiksi vaik niitten kissojen ruokia ja tarvikkeita ja muutenkin tukee eläinsuojelutyötä ja niitten kissojen hyvinvointia vaik eläinlääkärikustannuksia ja tällasia ni, niin on kyllä hyvä, parempi olla siellä ja sit se myös vähän rajaa sitä, että sinne ei tuu, tulla niiku ihan hetken mielijohteesta, että tai et ei ihan ketä vaan tuu sinne, niinni tota ei rampaa nii paljo porukkaa..." H1, 2019.

"...pääsymaksu voisi olla ihan hyvä, jos ei vaikka halua tilata mitään, jossain viiden euron paikkeilla ois hyvä..." H2, 2019.

"...mielummin ilmainen sisäänpääsy, mutta jos pääsymaksu olisi niin voisi olla esim. euron tai pari ja senkin tuoton voisi vaikka kaffelan eläimiin sijoittaa..." H3, 2019.

"...pääsymaksu on täysin ymmärrettävä, sillä eläimistä on pidettävä huolta 24/7. Silti pääsymaksu on joskus ollut syy, miksi olen jättänyt menemättä..." H4, 2019.

"...mielestäni eläinkahviloissa ei tarvitse olla pääsymaksua, sillä se rajoittaisi pienituloisten mahdollisuuksia päästä eläinkahviloihin..." H5, 2019.

"...ymmärrän sisäänpääsymaksun ajatuksen, jolla haetaan turvaa eläimille sekä varmaan katetaan eläinten kuluja. Tämä sisäänpääsymaksu on kuitenkin yks syy miksi mä en oo käynyt vielä Tampereella kissakahvilassa. Tähän toki vaikuttaa omalla kohdalla myös opiskelijabudjetti ja mun mielestä pupukahvilassa on fiksu se semmoinen minimiostos systeemi..." H6, 2019.

Pääsymaksu on siis osalla kiinnostusta rajoittava asia, sillä vaikka haluaisi vieraila jossain eläinkahvilassa ja se kiinnostaa itseä, on pääsymaksu rajoittavana asiana. Toki se ymmärretään ja halutaan eläimille luoda sitä turvaa ja kattaa niiden kuluja eläinkahvilassa ja taata se, että niistä oikeasti huolehditaan, mutta se estää toteuttamasta sitä omaa kiinnostuksen kohdettaan eli vierailua kyseiseen kahvilaan.

5.6 Eläinten elinympäristönä kahvila

Kuudentena kysymyksenä tutkittavat pohtivat eläinten oloa kahvilassa ja kahvilaa niiden elinympäristönä. Tämä on varsinkin arvojen kannalta tärkeää ymmärtää siksi, että vaikuttaako eläinkahvilan eläinten olot omiin päätöksiin ja siihen, miten kokee kyseisen kahvilan ja vierailun siellä. Kiinnostaako tutkittavia eläinten hyvinvointi siinä määrin, että kiinnitetään esimerkiksi huomiota siihen, millaisessa ympäristössä eläimet viettävät aikansa asiakkaiden läsnä ollessa ja vielä asiakkaiden poistuessa tilasta, jolloin eläimet jäävät sinne keskenään.

Eläinten hyvinvointi koetaan vastaajien kesken tärkeäksi ja halutaan varmistaa, että niillä on oikeasti hyvä olla, eikä eläin stressaa. Moni oli huomannut sen, että eläimillä on tarpeeksi paikkoja mennä piiloon ja omaan rauhaan, mutta samalla kyseenalaistettiin sitä, että mitä jokapäiväinen kanssakäynti eri ihmisten kanssa aiheuttaa eläimelle, onko sillä aikaa palautua tästä ilman, että se stressaantuu eikä voi hyvin. Esiin nousi myös henkilökunnan riittävyys sekä kahvilan toimintaan, että eläinten hyvinvointiin.

"...niil on varmasti ihan hyvä olla kahvilassa niinku ihan joka päivä ja joka ikinen yö, niin on hyvät oltavat siellä niil on virikkeitä ja paikkoi missä saa olla rauhassa ja nukkuu, mutta se että siellä ramppaa ihan hirveesti ihmisiä, lapsia, on meteliä, paljon vieraita ihmisiä joka päivä, niin mä en tiää onks se kuitenkaan sit paras mahdollinen ympäristö pienelle eläimelle..." H1, 2019.

"...välillä mietin onkohan liian stressaavaa eläimille olla kaffelassa kun koko aika ihmisiä ja kaikki haluaa pajata ja leikkiä ja hirveä hälinä koko aika. Mahtavatko saada tarpeeksi aikaa toipua päivästä ja mitenhän paljon sairastelevat ja riittääkö hlökuntaa kiikuttamaan lekuriin saatikka onko rahaa eläinten lekurikustannuksiin..." H3, 2019.

"...tosin jotkin eläimet voivat olla ujoja ja suurien ihmismassojen kanssa olemisen päivästä toiseen voi olla stressaavaa..." H4, 2019.

"...on tärkeää, ettei kahvilassa ole kerralla liian paljoa asiakkaita ja että eläimille on varmasti riittävästi tilaa mennä piiloon. Mikäli huomataan, että eläin ei viihdy meluisessa paikassa sille pitäisi järjestää toinen paikka mahdollisimman nopeasti, ettei eläimelle tule käytöshäiriöitä liiallisesta stressistä. Jokaiselle asiakkaalle tulisi myös kertoa pelisäännöt ja kahvilassa tulisi olla riittävästi henkilökuntaa valvomaan, ettei eläimiä kiusata..." H5, 2019.

”...oma rauhotettu alue huoneen toiselta laidalta, minne ne voi sit vetäytyä, jos niitä ärsyttää tai ne ei jaksa just olla silittettävänä...” H6, 2019.

Tärkeäksi koettiin siis eläimen hyvinvoinnin varmistaminen ja kiinnitettiin vierailun aikana huomiota siihen, että eläimillä oli varmasti paikkoja, johon mennä vetäytymään omaan rauhaan sitten, kun ei jaksa olla enää ihmisten silittettävänä ja huomioitavana. Henkilökunnan riittävyttä kyseenalaistettiin, että onhan sitä varmasti tarpeeksi, sillä kahviloissa ei yleensä ole kovin suurta henkilökuntaa kaiken muun palvelun ohella vielä varmistamaan, että sääntöjä eläinten suhteen noudatetaan. Kahvilaa ei ehkä koeta kaikista ideaalisimmaksi elinympäristöksi eläimelle.

5.7 Eläinsuojelutyö eläinkahvilassa

Eläinsuojelutoiminta eläinkahvilassa nousi esille monessa vastauksessa, ja tämä onkin yksi tärkeimmistä arvoista, joten sen vaikuttavuutta elämyksiin on tärkeää tutkia sen puolesta, että onko se yksi kiinnostava tekijä kahvilassa ja vaikuttaako se omaan käyttäytymiseen ja päätökseen vierailta kyseisessä eläinkahvilassa. Eläinsuojelutyöhön osallistuminen voi olla jollekin jo elämys, tai edesauttaa elämyksen syntymistä, kun saa toteuttaa jotain itselle tärkeää arvoa. Eläinten hyvinvointi ja eläinsuojelun kanssa tehty yhteistyö on tärkeää, mutta tutkittaville riittää myös se, että kahvilan ei välttämättä tarvitse olla mukana eläinsuojelutyössä vaan se koetaan hyvänä lisänä kahvilan tarjontaan, kunhan eläimillä on varmasti hyvä olla.

”...on se aina plussaa, että et ne on mukana eläinsuojelutyössä ja kyl siit saa niinkun hyvät vibat siitä paikasta mutta jos ei ois mukana, niin no kunhan niillä eläimillä mitä siellä on ni niillä on kaikki tarvittava ja hyvät oltavat...” H1, 2019.

”...todennäköisemmin tulisi käytyä jossain eläinkahvilassa useammin, jos tietää sen tekevän yhteistyötä jonkun eläinsuojelun kanssa...” H3, 2019.

”...jos kahvila ei tue eläinten suojelua niin en usko, että haluaisin vieraila...” H4, 2019.

”...jos vierekkäin on kaksi eläinkahvilaa ja toisen tuotot menevät eläinsuojelutyöhön ja toisen kahvilan voittoihin, valitsen ensimmäisen...” H5, 2019.

Eläinsuojelu vaikuttaa siis tutkittavan käytökseen siten, että sen puuttuvuus saattaa jopa johtaa siihen, ettei kyseisessä eläinkahvilassa vieraile ehkä ollenkaan, ainakaan jos valittavana on kilpailijoista sellainen, joka on tällaisessa työssä mukana. Uskottiin myös vierailtavan useammin, jos kyseinen eläinkahvila on mukana tällaisessa työssä, sillä silloin

itsekin pääsee tukemaan eläinkahvilan tekemää eläinsuojelutyötä, jos esimerkiksi niiden tuotoista lahjoitetaan osa eläinsuojelutyölle.

5.8 Suositeltavuus ja mahdollinen uudelleenvierailu

Viimeisenä pohdittiin sitä, suosittelisiko kahvilaa muille ja vierailisiko siellä uudelleen. Elämyksen kannalta eläinkahvilan suositteluksen tutkiminen on tärkeää siksi, että usein ihminen suosittelee itselle kiinnostavaa ja tärkeää asiaa, sekä kokee tällöin vierailun ajankäytön arvoiseksi ja on silloin kiinnostunut kohteesta ja sen tietoisuuden levittämistä muille ympärillään oleville ihmisille. Myös uudelleenvierailun pohtiminen on tärkeää, jotta ymmärretään, kokeeko paikan edelleen kiinnostavaksi vierailun jälkeen ja haluaisiko kokea saamansa kokemuksen tai jopa mahdollisen elämyksen uudelleen.

Kaikki vastaajat suosittelisivat vierailemaansa eläinkahvilaa muille ja yleisesti kokemusta eläinkahvilasta kaikille. Kokemus on siis ollut jokaiselle tutkittavalle onnistunut ja mieleinen, jolloin syytä suositteluun ei ole. osa suosittelisi paikkaa myös tuotteiden takia ja sen, että eläinten kanssa olo piristää. Moni myös vierailisi uudelleen ja onkin näin jo tehnyt.

"...kyl mä voisin suositella sitä et ainaki kerran kävis siellä et onhan se kokemus..."
H1, 2019.

"...pääsee näkemään erilaisia eläimiä ja persoonoja, jos ei vaikka ole mahdollisuutta itse hankkia eläintä. Eläimet ovat myös helposti lähestyttäviä ja niiden seurassa tulee vapautunut olo. Palaisiin kahvilaan tietty kissojen takia, ja ig kuvan, jonka kahvista saa..." H2, 2019.

"...jos on huono mieli niin eläimet aina piristää, ja tietty auttaa myös jos kavereiden kanssa menee. Eläinterapia on hyvä terapia..." H3, 2019.

"...siel on todella hyvät kahvit ja syötävät oikeesti jos haluu hemmotella itseensä niin tää on se paikka. Ja sitten myyjät on varustettu huumorintajulla ja sit siel on aina semmonen ihana tunnelma..." H6, 2019.

Eläinkahvila koettiin piristävänä ja ihanana, sekä itsensä hemmotteluna, joten ei ihmeikään, että eläinkahvilassa käyntiä haluaa suositella jokaiselle. Kahvilassa vierailtaisiin myös uudelleen totta kai niiden eläinten takia, mutta myös sen puolesta, mitä voi sieltä ilmaista ja näyttää muille sosiaalisessa mediassa. Eläimet koetaan terapeuttisiksi ja niiden seurassa koetaan olo hyväksi ja vapautuneeksi.

5.9 Yhteenveto

Tutkittavat kokevat eläinkahvilan itselle mieluisena paikkana, oli kyseessä sitten siellä oleva tunnelma tai eläinkahvilan tuotteet, ei vierailu ole ollut pettymys ja kokemusta suositeltaisiin jokaiselle. Kyseenalaista eläinkahviloissa on hieman eläinten olot siellä, että riittääkö varmasti henkilökuntaa huolehtimaan sekä asiakkaista, että eläimistä. Eläinten hyvinvointi nousi nimittäin tutkittavien tärkeimmäksi arvoksi ja haluttiin varmistaa se, että eläimillä on siellä hyvä olla ja haluttiin tukea tämän hyvinvoinnin varmistamista. Tutkittavat tiesivät myös eläinten vaikutuksesta omaan hyvinvointiin, ja osa onkin jo kahvilassa vierailut tämän takia uudelleen ja useasti, jotta pääsee hetkeksi hengähtämään ja purkamaan stressiä ja nauttimaan pörröisistä siliteltävistä ja eläinkahvilan herkullisista tuotteista.

Tärkeintä oli se, että eläimillä oli kaikki hyvin ja pääsi itse varmistumaan tästä vierailunsa aikana. Jokainen tutkittava suosittelisi kahvilaa muille, joten se luo ymmärrystä siitä, miksi kahvilassa vierailtaessa se on aina täynnä. Eipä tuo ole ihme, jos eläinkahvilan tuotteet ovat kehuttavia ja lisäksi saa rapsutella eläimiä, niin eläinkahvilassa vierailu on yhä suosittumpaa ja haluaa kokea sen hyvän olon, jonka muutkin ovat kokeneet siellä vieraillessaan, tai ainakin viimeistään halutaan jotain vaihtelua perinteiseen kahvilakokemukseen.

Aiemmin kuvatussa Maslow'n tarvehierarkiassa (Mielen ihmeet 2018) voidaan huomata, että eläinkahvilat täyttävät monenlaisia Maslow'n määrittelemiä tarpeita. Aivan ensimmäiseksi eläinkahvila täyttää fysiologiset tarpeet, kun siellä nautitaan kahvilan herkuista, kuten juomista ja ruuista. Monelle eläimet olivat myös rauhoittava asia, jolloin seuraavana kolmiossa oleva turvallisuuden tunteen tarve täyttyy, eläimistä saadaan turvaa. Kolmiomallissa tulee muistaa se, että ylempänä oleva tarve ei todennäköisesti täyty, jos sen alapuolella oleva tarve ei ole täyttynyt. Eläinkahvilat tyydyttävät myös läheisyyden ja rakkauden tarvetta, sillä moni vastaaja koki itsensä eläinrakkaaksi, jolloin oletettavasti kokee saavansa eläimiltä myös läheisyyttä. Usein vierailaan myös ystävän kanssa, joka myös täyttää läheisyyden ja rakkauden tarvetta.

Arvostus ja onnistumisen tunne on hieman hankalampi tarve eläinkahvilan täytettäväksi, mutta se on mahdollinen. Moni voi kokea onnistumista esimerkiksi siitä, että sai vierailun toteutettua tai tarjoilija voi saada yksilön kokemaan arvostusta esimerkiksi hyvällä palvelulla ja toiveiden ja tarpeiden huomioon ottamisella. Näiden täytyttyä päästään kolmion ylimpään tarpeeseen, joka on itsensä toteuttamisen tarve. Pelkkä vierailu eläinkahvilassa saattaa olla yksilölle sellainen kokemus, että hän pääsee toteuttamaan itseään ja itselle kiinnostavaa asiaa. Myös se, että eläinkahvilassa pääsee osallistumaan mahdolliseen

kahvilan tukemaan eläinsuojelutyöhön, saattaa tuoda yksilölle itsensä toteuttamisen kokemuksen, jos pääsee itse osallistumaan ja vaikuttamaan tällaiseen toimintaan. Kahvilassa järjestetään myös erilaisia tapahtumia, kuten lautapeli-iltoja (Kissakahvila Helkatti 2017) ja kissoihin liittyviä visailuja (Kissakahvila Purnauskis 2019), jotka ovat molemmat mahdollisia täyttämään itsensä toteuttamisen tarvetta. Eläinkahvilassa voi siis mahdollisesti saada kaikkien tarvehierarkiassa (Mielen ihmeet 2018) kuvattujen tarpeiden täyttymisen, joka voi jo mahdollisesti olla avain yksilön kokemaan elämykseen.

Tarssasen (2006) elämyskolmiosta taas saadaan kuva siitä, miten elämys voidaan erottaa kokemuksesta. Moni vastaaja kertoo vuoroin elämyksestä ja kokemuksesta, mutta kolmio auttaa hahmottamaan elämykseen vaikuttavia tekijöitä, ja täytyivätkö nämä eläinkahvilassa vierailtaessa. Alimpana kolmiossa ovat kuvattuna kiinnostukseen vaikuttavia tekijöitä, jotka vaikuttavat itse kiinnostuksen syntyyn. Mahdollisia kiinnostuksen herättäviä asioita eläinkahvilassa ovat tarina, kuten eläinten kiireellinen kodin tarve ja kahvilan sellaisen tarjoaminen, moniaistisuus, kun päästään maistamaan, haistamaan, koskettamaan ja tuntemaan eläinkahvilassa erilaisia asioita, sekä aitous. Eläinkahvilasta saadaan aitouden vaikutelma sillä, kun ne ovat mukana eläinsuojelussa ja haluavat aidosti auttaa avun tarvitsemia eläimiä. Näistä täytyy kolmiossa motivaation taso, eli eläinkahvilasta kiinnostuminen.

Fyysisellä tasolla tapahtuu aistimista, eli näkemistä, tuntemista, haistamista, maistamista ja kuulemista. Kahvila on sisustettu esteettisesti, siellä on luonnonpuuta ja samalla kuulee lintujen laulua (Kissakahvila Helkatti 2017) ja kahvilan tuotteita pääsee maistelemaan ja haistelemaan. Näiden aistimusten lisäksi pääsee silittelemään kahvilassa olevia eläimiä. Aistien kautta päästäänkin seuraavalle tasolle, joka on älyllinen taso, eli oppiminen. Uuden oppiminen on yksi hyvän elämyksen tunnusmerkeistä (Luc Matkailu 2010) ja oppimista eläinkahvilassa voikin kokea monella tasolla. Voi esimerkiksi oppia uusia asioita jo itseä kiinnostavista eläimistä, eläinkahvilan toiminnasta, tuotteista, tai vaikka omasta kahvilakäyttäytymisestä tai sosiaalisesta kanssakäymisestä. Onnistuneen oppimiskokemuksen jälkeen nousee emotionaaliseen tasolle, eli mahdolliseen elämykseen. Tarssanen (2006) kertoo elämyksen olevan tunnekokemus, joka voi johtaa henkilökohtaiseen muutokseen, joka onkin kolmiossa ylimpänä. Hänen mukaansa tunnekokemukset ovat kuitenkin usein yksilöllisiä, ja vaikka elämyskolmiossa kuvattun ideaalituotteen kaikki tasot täytyisivät, ei elämystä voida silti taata, mutta näiden avulla sen syntyminen on parhaiten mahdollistettu. Jos aiemmin mainitut kolmiossa kuvattut tasot täytyvät, syntyy mahdollinen elämys, joka jokainen kokee itse omalla henkilökohtaisella tasolla, ja näin ollen se voi saada aikaan mahdollisen muutoksen yksilössä, jolloin eläinkahvila on täyttänyt kaikki ideaalisen elämystuotteen ja elämyksen syntyminen kriteerit. Tällöin elämyksen kokeminen

eläinkahvilassa on tuotteen kannalta todennäköinen, ja loppu on kiinni omasta henkilökohtaisesta tunnekokemuksesta, saavutetaanko Veijolan (2003) mainitsema ikimuistoisuus.

6 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämän opinnäytetyön viimeisessä kappaleessa tulkitaan elämyksellisyyttä ja sitä, mitä elämyksiä koettiin ja miten sen mahdollistaminen näkyy eläinkahviloissa, tutkimuksen tuloksia ja siitä johdettuja johtopäätöksiä, sekä mahdollisia kehittämisehdotuksia ja jatkotutkimuksen mahdollisuuksia. Lisäksi pohditaan opinnäytetyöprosessia tätä työtä tehdessä, mitä haasteita oli ja tultiinko haluttuun tulokseen ja saavutettiin tavoitteet. Myös omaa oppimista mietitään, että koettiin opinnäytetyö itselle kiinnostavaksi ja oman oppimisen kannalta tärkeäksi, saavutettiin omaa oppimista koskevat tavoitteet, ja opittiinko esimerkiksi jotain uusia asioita opinnäytetyön kautta tai tutkimuksen näkökulmista ja tuloksista. Aivan lopuksi pohditaan omaa kokemusta kissakahvila Helkatista.

6.1 Tutkimuksen johtopäätökset

Eläinkahvila on elämys kaikille aisteille, näin lupaa kissakahvila Helkatti. Eläinkahvila täyttää elämyskolmion eri elämyksellisen kokemuksen kriteerit, mutta itse elämyksen syntyminen on yksilöllistä. Tämä riippuu myös siitä, millaista elämystä eläinkahvilaan hakeutuva henkilö etsii? Halutaanko tutustua eläimiin, ja saada elämyksiä tätä kautta, vai kenties erilaisiin ruokiin ja ympäristöön yhdistelmänä, vai esimerkiksi Helkatin maalattuihin metsämaisemiin ja linnunlauluun keskellä Helsingin urbaania aluetta? (Kissakahvila Helkatti 2017.) Kaikki nämä luovat suotuisan pohjan elämyksen syntymiselle, jolloin tuote on onnistuneesti tehty elämykselliseksi. Vaikka elämyksen pohja olisi tarkoin harkittu ja kriteerit täytetty, sen syntyminen on silti vain monen eri sattuman summa (Ekberg 2017).

Suurimpia haasteita yrittäjyydessä ja varsinkin ravintola-alalla, minne eläinkahvila osittain sijoittuu, on jatkuva kysyntä ja se, että mikään ei riitä. Kysyntä ja vaatimukset kasvavat ja kuluttajia ei kiinnosta enää asiat, jotka ovat aiemmin olleet myyviä ja todella kiinnostavia. Koko ajan olisi tarvetta uudistua, ilman takuuta siitä, että kaikki se on kannattavaa. Yllätyksellisyys ei ole enää se myyvin valttikortti, jos pohja ei ole kunnossa. Ilman perusasioiden pohjaa on hankala alkaa rakentamaan elämystä, ja täyttämään elämyksen syntymisen vaatimia kriteerejä. Myös taloudelliselta kannalta kannattaa yrityksen pohjan olla hyvässä tilanteessa, mitä järkeä on yrittää luoda elämys tuotteesta, joka ei alun perinkään ole kannattava. (Ekberg 2017.)

Odotusten ylittäminen on yksi elämyksen syntymisen kulmakivistä. Asiakkaat ovat valmiita matkaamaan kaukaakin saadakseen odotuksiaan vastaavan elämyksen ja vielä parempaa, jos se ylittyy. (Messukeskus 12.12.2017). Moni eläinkahvila käyttää tuotteissaan kotimaisia raaka-aineita ja tarjoaa tyypillisiä suomalaisia ruokia, joten tuotteen tarinallistami-

nen on kohtuullisen helppoa. Kun tuotteeseen liitetään tarina, se muuttuu paljon yksilöllisemmäksi ja saattaa joissain asiakkaissa saada aikaan henkilökohtaisen kokemuksen. ihmiset ja asiakkaat haluavat kokeilla uusia ja erilaisia asioita. Näitä tarjoaa eläinkahviloista esimerkiksi Purnauskis, jolla on menussaan juomana Kopi Luwakia, eli sivettikissan jätöksistä tehtyä kahvia (Kissakahvila Purnauskis 2019). Kissankakkakahvin hinta on viisinkertainen kahvilan muihin sen tarjoamiin juomiin verrattuna, mutta onko tämä se tuote, joka on elämyksen ja sen tarinan arvoinen? Sivettikissat eivät mitenkään kärsi tämän kahvin tuotannosta, sillä ne elävät vapaana vuoristossa ja tulevat öisin syömään kahvipapuja, ja siitä syntyvä uloste kerätään plantaasin muun kahvintuotannon ohessa. Kahvia myydään aika-ajoin myös muualla, kuin Purnauskiksessa, mutta sen kysyntä ei ole kovin suurta, koska kilohinta on kuitenkin sata euroa. Eettisyys on tässäkin ongelmana, sillä voiko ulkomaiseen tuottajaan luottaa, että kahvipavut kerätään vain luonnossa elävien kissojen jätöksistä, eikä esimerkiksi häkkimenetelmällä. Ja jos kokee kissankakkakahvin ällöttäväksi, niin itse eläimen ulostetta ei ole käytetty kahvin valmistuksessa, vaan ruuansulatuselimistön läpi kulkeneet pavut poimitaan ulosteesta, puhdistetaan ja valmistetaan normaalin kahvin tavoin. Kahvin aromi syntyy juurikin siitä, kun pavut kulkevat elimistön läpi, jolloin siihen vaikuttavat vatsahapot ja eri entsyymit. (Tamperelainen 8.11.2014).

Tutkimuksen tulokset olivat suurin osa aika arvattavissa, mitä tietoperustan kuluttajakäyttäytymiseen ja elämysteoriaan tulee. Elämyshaluisuus näkyi tutkittavien valinnoissa, kuten elämyksellisyyden tietoperustassa sen mainitaankin olevan nousevana trendinä tavaroiden ja materiaalin omistamisen sijasta. Esimerkiksi se, että omaa lemmikkiä ei enää niin herkästi hankita omaksi, vaan saadaan kokemus eläimestä tällaisen eläinkahvilan kautta. Kuluttajakäyttäytyminen myös tuki vastauksia, sillä siellä mainitusta tarpeiden täyttymisestä tuli monta asiaa esille, ja tutkittavat omilla valinnoillaan täyttivätkin omia tarpeitaan, oli kyseessä sitten fysiologiset tarpeet kuten ruoka ja juoma kahvilassa, sen luoma turvallisuuden tunne ja sitä kautta läheisyys, kuten esimerkiksi eläinkahvilahetken jakaminen itselle läheisen ystävän kanssa tai oman hyvinvoinnin edistäminen ja stressin lieventäminen eläinten kautta.

Tulos ei ollut tietoperustan pohjalta kovinkaan yllättävä. Myöskään tutkittavien arvot eivät olleet nyky maailman yleistrendejä ja arvoja katsoessa kovinkaan yllätykselliset, sillä ne tuokivat aika lailla kaikkea sitä, mikä on viime vuosien aikoina pyörinyt otsikoissa, kuten hyvinvoinnin edistämistä, elämyshakuisuutta, eläinsuojelua ja muutenkin kestävämpiä valintoja elämässä, kuten juuri edellä mainittua eläinten omistamattomuutta. Eniten yllättävä kysymys oli se, mitä eläinkahvilassa tehdään. Alkutilanteen oletuksena oli se, että sinne mennään pääasiallisesti nauttimaan eläimistä, sillä hyvän kahvilakokemuksen saa todella monesta kahvilasta. Tulos oli itseasiassa päinvastainen, ja tutkittavat kokivat eläimet vain

hyvänä lisänä eläinkahvilassa, vaikka eläimet olivat kuitenkin se pääasiallinen syy eläinkahvilassa vierailuun. Tämä saattaa luultavasti johtua siitä, että eläinkahvilassa vierailtaessa sen vetovoimatekijänä muihin kahviloihin on nimenomaan eläimet, ja sinne mennään hakemaan tavallisesta poikkeavaa ja hieman erilaista kahvilakokemusta, mutta siellä oltessa saatetaan huomata, että eläinkahvilan tuotteetkin ovat hyviä tai erinomaisia ja ne menevät tällöin eläinten kanssa seurustelun ja niiden kanssa kontaktin ottamisen edelle, jolloin nautitaan tuotteesta ja mahdollisesta sosiaalisesta kontaktista ystävän tai muiden eläinkahvilassa vierailevien asiakkaiden kanssa, ja vaikka ympärillä pörrää eläimiä, jäävät ne nautinnon ja hyvinvoinnin tuottamisessa toissijaiseksi asiaksi. Hyvät tuotteet tai tietyn tuotteen tarve ja halu ovat usein ne syyt yleisesti kahvilassa vierailuun, jolloin kiinnostava tekijä eläinkahvilassa on sen eläimet, joten tämä poikkeaa muiden kahviloiden vetovoimatekijöistä, mutta ei muuta itse sitä yleistä tekemistä kahviloissa.

Tämän tutkimuksen perusteella eläinkahviloiden elämykset perustuvat erilaiseen arjesta poikkeavaan kahvilakokemukseen, jonka sinne tuovat eläimet. Lisäarvoa tuo kahviloiden tarjoama eläinsuojelutyö sekä se, että monen kahvilan eläimet ovat jollain tavalla olleet avun tai kodin tarpeessa ja ne ovat saaneet tarvitsemansa suojan ja kaiken muunkin eläinkahvilasta. Tutkimuksella saatiin suhteellisen hyvä ymmärrys eläinkahviloiden elämystekijöistä. Tässä tutkimuksessa tutkittiin vain eläinkahviloissa vierailleita henkilöitä, jolloin otanta on suhteellisen pieni, mutta monet tutkittavien vastaukset tukevat havainnoinnilla tehtyjä tekoja ja ilmiöitä, sekä tietoperustassa esiteltyjä asioita. Mahdollisesti olisi voitu tutkia myös niitä, jotka eivät ole vierailleet eläinkahvilassa jostain syystä, mutta olisivat tästä kiinnostuneita, niin mitkä olisivat heidän kiinnostavat tekijänsä eläinkahvilassa vierailuun. Toisaalta olisi voitu tutkia myös sitä, miksi yksilö ei ole kiinnostunut vierailemaan eläinkahvilassa, jolloin saataisiin oletettavasti tarkempia kehitysehdotuksia eläinkahvilalle ja ideoita mahdolliseen tuotekehitykseen eläinkahvilassa. Tällä tutkimuksella vierailu oli jo tapahtunut, jolloin pohdittiin siellä syntyneitä elämyksiä ja samalla tutkittavan arvomaailmaa, olisiko mahdollisesti arvoissa yhtäläisyyksiä muiden tutkittavien ja heidän kokemien elämystensä kanssa. Tästä tutkimuksesta suositukseksi eläinkahvilan kehittämistyössä nousi henkilökunnan riittävyden varmistaminen eläinkahvilassa, ja mahdollisesti eläinsuojelutyön painottaminen eläinkahvilassa, sillä se oli tärkein arvo tutkittavilla eläinkahvilassa. Näin saataisiin korostettua jo kiinnostuksen herättäviä asioita, jolloin saataisiin kiinnostuneisuutta levitettyä laajemmalle ja voitaisiin mahdollisesti saada enemmän vierailijoita eläinkahvilaan. Jatkotutkimuksena voitaisiin tutkia juurikin sitä, että miksi ei kiinnosta vierailla eläinkahvilassa, jolloin mahdollisesti eläinkahvilaan voitaisiin luoda uusia vetovoimatekijöitä vierailun elämyksellistämisen, kiinnostavuuden ja kiinnostavien tekijöiden maksimoimiseksi ja monimuodollistamiseksi.

6.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessia ja aiheen valintaa hieman hankaloitti toimeksiannon puutteellisuus, mutta koen kuitenkin aiheenvalinnan onnistuneeksi. Omaa aihetta ei millään toimeksiannoista löytynyt, vaikka toimeksiannon aihehaku ja niiden etsiminen aloitettiin jo alkuvuodesta, eli ainakin puoli vuotta ennen työn varsinaista aloitusta, joten oma aihevalinta ja sen määrittelemisen oli omalle kohdalle se paras vaihtoehto. Aiheen valintaa hankaloitti myös työpaikan vaihdos, sillä aiemmin mahdolliseksi toimeksiannon antavaksi yritykseksi valikoitunut yritys ei ollut enää työnteon kannalta itselle sopivin vaihtoehto. Lisäksi aihe oli hankalaa rajata, koska monta asiaa piti mielenkiintoisena, mutta piti valita se, johon jaksaisi oikeasti panostaa ja nähdä vaivaa, eikä se vaikuttaisi kivalta aiheelta juuri sillä hetkellä. Aiheen valinnan ja tietoperustan määrittämisen hankaluuden jälkeen itse kirjoittaminen ja muu prosessi sujui vaivatta, muutamaa henkistä kuormitusta lukuun ottamatta. Tämä johtui lähinnä siitä, yrittää yhdistää monta asiaa elämässä, kuten työt, koulun, ystävät ja perheen, jolloin tämä saattaa joskus käydä hankalaksi ajankäytön ja oman jaksamisen kannalta. Koen kuitenkin itse olevani tyytyväinen tekemääni työhön, eli onnistuin jollain tasolla ainakin yhdistämään koulun ja työt, joita teen samalla kokopäiväisesti.

Oman oppimisen tasolta opinnäytetyöprosessi ei tuonut paljoakaan uutta, ehkä johtuen siitä, että aihe oli itselle jo jollain tasolla tuttu ja tiesi, miksi itse on eläinkahviloista kiinnostunut ja minkälaisia elämyksiä sieltä sain. Lähinnä oppi sen, että ovatko muutkin kiinnostuneita samoista asioista ja millaisena he kokevat vierailun, sekä miten he suosittelisivat kokemusta muille, poikkeako se omasta vai onko se täysin sama. Nautin uuden oppimisesta juurikin toisista ihmisistä, joten laadullisen tutkimuksen toteuttaminen on itselle mieleistä ja kiinnostavaa, ainakin määrälliseen tutkimukseen verrattuna, sillä silloin ei pääse minkäänlaiseen kontaktiin tutkittavan ihmisen kanssa, eikä tällöin kykene tulkitsemaan ihmistä ja oppimaan ihmisestä yksilönä uusia puolia. Tällä ei ole varsinaista merkitystä tutkimustulokseen, mutta ainakin se tekee oman työnteon ja opinnäytetyöprosessin itselle mieleisemmäksi, ja myös tutkittaville, sillä uskon heidän olevan tyytyväisiä siihen, että he saivat auttaa minua työni tekemisessä. Alku oli hankalaa, mutta tämä saatettiin kunnialla loppuun, ja jokainen työhön osallistunut voi olla tyytyväinen itseensä, että on tehnyt tämän mahdolliseksi, sillä ainakin itse koen olevani onnistunut opinnäytetyöprosessin sekä oman oppimiseni kannalta.

6.3 Oma kokemus kissakahvila Helkatissa

Omakohtainen vierailukokemus Helkatissa on hieman ristiriitainen. Paikalle löytäminen oli kohtalaisen helppoa, sillä kahvila sijaitsi ihan Kampin vieressä, vaikkakin keskellä rakennustelineitä. Olimme varanneet ajan puolitoista tuntia ennen kahvilan sulkemista, jolloin

saimme täyden mahdollisen ajan viettää kahvilassa samalla toivoen, ettei se ehkä niin illasta olisi enää ihan täynnä. Kyllä se silti oli. Jouduimme hetken odottamaan ulkona, sillä paikalla oli vain yksi työntekijä, joka hoiti kaikkien asiakkaiden tilaukset, laskuttamisen, kissojen viihdyttämisen ja siihen päälle vielä oven avaamisen ja sulkemisen, sillä sen avaamista piti vahtia, etteivät kissat pääse livahtamaan ulos. Tuulikaappiin pääsi jonottaamaan, mutta sisälle johtavassa ovesta oli omatoimisen avaamisen estävä hakanen ja ovikello, jota soittamalla työntekijä tuli, kun muilta asiakkailta ehti, avaamaan oven.

Itse kahvila oli siisti ja persoonallisen näköinen, vaikkakin kovin ahdas. Ahtaus ei sinällään haitannut, mutta ihmisten kuljeksiessa kissojen perässä ympäri kahvilaa ja jäädessä niitä silittämään, häiritsi tämä hieman omaa kokemusta. Toki myös varausta tehdessä Helkatin sivuilla sanottiin, että pöydän voi joutua jakamaan toisen seurueen kanssa pöydille ruuan perässä hyppivistä kissoista puhumattakaan, mutta keskellä yleistä kulkuväylää kissan silittelyminen oli ehkä hieman häiritsevää, kun itse vessaan mennessä pyyteli koko ajan anteeksi, ja tarjoilijan työ myös hankaloitui ja hänen tuli jaloissa pyörivien kissojen lisäksi varoa jaloissa pyöriviä asiakkaita. Hän oli tätä kyllä selvästi harjoitellut. Ehkä oma suomalainen jurous muita ihmisiä kohtaan pääsee tuolla koetukselle, ja sosialisoitumista tapahtuu niin kissojen kuin kanssaihminen kanssa. Toki kissat eivät kamalasti silittelystä ja leikitte-lystä välittäneet, ja ne tulivat kunnolla esille vasta kun suurin osa asiakkaista oli lähtenyt ja niiden ruoka-aika lähestyi. Olivat ne kyllä siitä huolimatta hauska elementti varastele- massa salaatinlehtiä ja kiipeilemässä yläpuolella katonrajassa menevää puuelementtiä pitkin, joka on juuri niitä varten kahvilaan suunniteltu ja rakennettu. Hämärä valo oli myös rauhoittava ja hyvä huomioonotto kissojen hyvinvoinnin kannalta.

Viiden euron pääsymaksu on omasta mielestä kohtuullinen, sillä se menee kissojen hyväksi, oli niitä kuitenkin kahdeksan vai yhdeksän. Helkatin mukaan jokainen kahvilaan tullut kissa on ollut kiireellisesti vailla kotia, yhtä lukuun ottamatta. Tästä tuli itselle hyvä mieli, että tukee jotain tärkeää asiaa, josta oikeasti on apua hädässä oleville kissoille. Ehkä tämä lienee yksi syy, miksi kissat eivät niinkään välittäneet silityksistä, mutta eivät ne silti arkoja tai aggressiivisiä olleet. Ruoka oli yleisesti hyvää, juomat todella nautinnollisia ja tunnelma mukava, mutta jostain syystä en ehkä vierailisi uudestaan. Jotenkin odotukset olivat paljon korkeammalla, mutta tähän saattaa vaikuttaa se, että on itse kasvanut kissojen kanssa ja tietää, millaisia ne ovat. Eri asia jollekin, joka ei ole koskaan omistanut kissaa lemmikkinä tai ei esimerkiksi asumismuotonsa puolesta voi hankkia kissaa. Ei mitään moitittavaa, mutta jostain syystä en itse henkilökohtaisesti vierailisi uudelleen. Toki suosittelisin kokemusta jokaiselle kissarakkaalle ihmiselle, joka ei ole vielä käynyt, sillä onhan se kokemuksena uusi, itselle ei vain niin uusi ja ihmeellinen.

7 Lähteet

3D Crush Café 2019. Luettavissa: <http://www.3dcrush.fi/fi/etusivu/>. Luettu: 8.10.2019.

Ahvenainen Rantala, R. Kehittyvä Elintarvike 2004. Haasteena kuluttajan syvälinen ymmärtäminen. Luettavissa: <http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/18-haasteena-kuluttajan-syvälinen-ymmärtäminen>. Luettu: 27.10.2019.

Business Rovaniemi 2019. Kissakahvila Freija muuttaa uusiin tiloihin ja laajentaa omaa kahvipaahtimoaan. Luettavissa: <https://businessrovaniemi.fi/kissakahvila-freija-muuttaa-uusiin-tiloihin-ja-laajentaa-omaa-kahvipaahtimoaan/>. Luettu: 24.10.2019.

Easyfairs 24.2.2019. Kuluttajakäyttäytymisen nopea muutos vaikuttaa merkittävästi kaupan alan kehityssuuntiin. Luettavissa: <http://www.mynewsdesk.com/fi/easyfairsfinland/news/kuluttajakaeyttaeytymisen-nopea-muutos-vaikuttaa-merkittaevaesti-kaupan-ala-kehityssuuntiin-222852>. Luettu: 28.10.2019.

Ekberg, A. 2017. Mitä syntyy yhdistämällä trendit, ideat ja innostus? Luettavissa: <https://www.fiblon.com/2017/12/18/mita-syntyy-yhdistamalla-trendit-ideat-ja-innostus/>. Luettu: 16.10.2019.

Feedough 2019. What is Consumer Behaviour? [Ultimate Guide]. Luettavissa: <https://www.feedough.com/what-is-consumer-behaviour-ultimate-guide/> Luettu: 27.10.2019.

Futurelab 2018. Asiakaskokemuksen trendit 2018. Luettavissa: <https://www.futurelab.fi/asiakaskokemuksen-trendit-2018/>. Luettu: 27.10.2019.

Haaga-Helia julkaisutoiminta 4.7.2017. Niin hyvää, ettei sanotuksi saa? – Elämys alkaa siitä, mihin sanat loppuvat. Luettavissa: <https://esignals.haaga-helia.fi/2017/07/04/elamys-alkaa-siita-mihin-sanat-loppuvat/>. Luettu: 28.10.2019.

Horner, S. & Swarbrooke, J. 2016. Consumer behaviour in tourism. Routledge. New York. Jyväskylän yliopisto Koppa. 23.4.2015. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. Luettu: 14.11.2019.

KAMK 2019. Kajaanin ammattikorkeakoulu opinnäytetyöpakki: Luotettavuus. Luettavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Luotettavuus>. Luettu: 20.11.2019.

Kissakahvila Freija 2018. Luettavissa: https://www.facebook.com/pg/KissakahvilaFreija/about/?ref=page_internal. Luettu: 24.10.2019.

Kissakahvila Helkatti 2017. Luettavissa: <https://www.helkatti.fi/>. Luettu: 8.10.2019.

Kissakahvila Purnauskis. Luettavissa: <http://www.purnauskis.fi/>. Luettu: 8.10.2019.

Kissakahvila Tiramisu 2019. Luettavissa: <https://www.tiramisu.fi/>. Luettu: 4.11.2019.

Lapin Kansa 11.7.2018. Rovaniemellä avataan kaksi uutta kahvilaa – kissakahvila Freijan asukkaisiin pääsee tutustumaan lauantaina. Luettavissa: <https://www.lapinkansa.fi/rovaniemella-avataan-kaksi-uutta-kahvilaa-kissakah/134858>. Luettu: 19.11.2019.

Luc Matkailu 2010. Palvelusta elämykseksi työkalut: teema, draama ja massaräätälöinti. Luettavissa: <https://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Palvelustaelamykseksi>. Luettu: 28.10.2019.

Mason, T. 2017. Bearwallow Café: The origin of cat cafes and their benefits to cats and humans. Luettavissa: <http://bearwallowcafe.com/origin-cat-cafes-benefits-cats-humans/>. Luettu: 20.11.2019.

Matter 2018. Tulevaisuuden asiakkaat eivät ole uskollisia brändeille. Luettavissa: <https://matter.fi/tulevaisuuden-asiakkaat-eivat-ole-uskollisia-brandeille/>. Luettu: 28.10.2019.

Medical humanities 2019. Finding healing through animal companionship in Japanese animal cafés. Luettavissa: <https://mh.bmj.com/content/45/2/190.full>. Luettu: 20.11.2019.

Messukeskus 12.12.2017. Greta Grönholm: Käytä trendejä, tuota elämys! Luettavissa: <https://gastro.messukeskus.com/2017/12/12/trendit/>. Luettu: 16.10.2019.

Mielen Ihmeet 2018. Maslow'n tarvehierarkia. Luettavissa: <https://mielenihmeet.fi/maslow-n-tarvehierarkia/>. Luettu: 27.10.2019.

- Pirkka-lehti. 21.4.2017. Hyvää tekevät lemmikit. Luettavissa: <https://www.pirkka.fi/artikkeli/nain-lemmikki-vaikuttaa-terveyteesi>. Luettu: 9.10.2019.
- Rantapallo 20.3.2017. Pupukahvilassa pörröterapiassa. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/mutkiamatkassa/2017/03/20/pupukahvilassa/>. Luettu: 4.11.2019.
- Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006. Mitä laadullinen tutkimus on: lyhyt oppimäärä. Luettavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html. Luettu 14.11.2019.
- Salesforce 2019. Vähittäiskaupan trendit 2019. Luettavissa: <https://www.salesforce.com/fi/blog/2019/vahittaiskauppa-trendit.html>. Luettu: 28.10.2019.
- Salonen, A. 2014. Tiedostavat kuluttajat tulevat. Luettavissa: <https://artosalonen.com/tiedostavat-kuluttajat-tulevat-2/>. Luettu: 28.10.2019.
- Studythings 2012. Maslowin tarvehierarkia. Luettavissa: <https://studythings.wordpress.com/2012/09/13/maslowin-tarvehierarkia/>. Luettu: 27.10.2019.
- Surveymonkey 2019. Laadullisen tutkimuksen tekeminen. Luettavissa: <https://fi.surveymonkey.com/mp/conducting-qualitative-research/>. Luettu: 17.11.2019.
- Tamperelainen 8.11.2014. Kissakahvila ottaa myyntiin kohuttua kissankakkakahvia. Luettavissa: <https://www.tamperelainen.fi/artikkeli/248571-kissakahvila-ottaa-myyntiin-kohuttua-kissankakkakahvia>. Luettu: 16.10.2019.
- Tarssanen, S. 2006. Elämystuottajan käsikirja. Lapin yliopistopaino. Rovaniemi.
- Turun Sanomat 28.7.2016. Näin lemmikit tekevät hyvää. Luettavissa: <https://www.ts.fi/hyvinyvointi/1277184577/Nain+lemmikit+tekevat+hyvaa>. Luettu: 5.11.2019.
- Valtanen, A. 2008. Onnistunut matkailuelämys. Luettavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Onnistunut%20matkailuelmys.pdf>. Luettu: 28.10.2019.
- Veijola, S. 2013. Matkailututkimuksen lukukirja. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.
- Yle 14.8.2014. Suomen ensimmäinen kissakahvila avataan lokakuussa – koko tarina alkoi yhdestä nettilinkistä. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7411053>. Luettu: 5.11.2019.

Liitteet

Liite 1. Tutkimuskysymykset

TUTKIMUSKYSYMYKSET

1. Kuvaile suhteesi eläimiin?
2. Pohdi, mikä eläinkahviloissa on se tekijä tai tekijät, joka saa sinut kiinnostumaan ja vierailemaan kyseisessä eläinkahvilassa?
3. Kuvaile, minkälaisia elämyksiä hait vierailullasi?
4. Kerro enemmän siitä, mitä tyypillisesti teet eläinkahvilassa?
5. Pohdi mahdollista pääsymaksua eläinkahviloihin?
6. Pohdi eläinten oloa eläinkahvilassa?
7. Jos kyseinen kahvila on tai ei ole mukana eläinsuojelutyössä, millä tavalla tämä vaikuttaa sinun mielipiteeseesi ja/tai toimintaasi kyseistä paikkaa kohtaan?
8. Miksi suosittelisit eläinkahvilaa muille, ja mikä saisi sinut palaamaan uudelleen kahvilaan? Jos et suosittelisi kahvilaa tai vierailisi siellä uudelleen, miksi?

Liite 2. Litteroitu aineisto

Vastaja H1. Nainen, ikä 22 vuotta.

” Kysymys yksi hahahaha kuvaile suhteesi eläimiin hahahah mitä helvettiä toi kuulostaa silt et on joku eläimiin sekaantuja. No okei, olen aina pitänyt eläimistä ja ne ovat minulle tärkeitä, pidän lemmikkieläimistä ihan kaikista eläimistä ja kiinnostaa eläinten hyvinvointi ja voisin olla jotenkin mukana eläinten pelastustoiminnassa tai lahjoittaa rahoja tai kiinnostaa niinkun tällanen eläinten puolesta myös hyväntekeväi... hyväntekeväisyys ja voisin joskus kuvitella adoptoivani vaikka jonku kissan jostain eläinsuojeluyhdistykseltä. Mutta joo, pidän eläimistä mutta en ole eläimiin sekaantuja hehheh. Pohdi mikä eläinkahviloissa on se tekijä tai tekijät, jotka saavat sinut kiinnostumaan ja vierailemaan kyseisessä eläinkahvilassa? No ehkä ensinnäkin se, et siel on niitä kissoja, ku on eläimen kaipuu, kun ei ole omassa kodissa niitä pörröisiä ihania kissoja ja sitten myös se sai kiinnostumaan, että tehdään niinku niille kissoille hyvää myös sillä eläinsuojelutoiminnalla. Ja mä hain elämyksiä et mä saisin olla niitten kissojen kanssa ihan rauhassa ja myös sit se, että saa jotain niinku sellasta vähän spesiaalimpaa ruokaa mikä liittyy jotenki niihin kissoihin missä näkyis niinku se et se on kissakahvila jotain vaikka kissa-aiheisia lautasia tai kissa-aiheisia ruokia esimerkiks joku kahvi mis ois sellanen kissakuvio tehty jollain...vaahdolla. Tyypillisesti minä eläinkahvilassa tykkään syödä hyvää ruokaa—toivottavasti hyvää ruokaa tai sitten ihan vaan joku makea, makea juttuja, jotain kuumaa juomaa tai alkoholijuomaa, mut sitte siinä tulee ne kissat sitten hyvänä lisänä et kylhän kahviloissa käy niinku muutenkin. Ja vitoskysymys, niin, mä pidän kyllä hyvänä tota jutuuna sitä et sinne äh no mä nyt puhun näis kaikis vastauksis siit kissakahvilast no ihan sama mul on siit kokemust niin, niin pidän hyvänä juttuna sitä et siin oli se tota pääsymaksu ettän, että että voidaan kustantaa sit esimerkiksi vaik niitten kissojen ruokia ja tarvikkeita ja muutenkin tukee eläinsuojelutyötä ja niitten kissojen hyvinvointia vaik eläinlääkärikustannuksia ja tällasia ni, niin on kyllä hyvä, parempi olla siellä ja sit se myös vähän rajaa sitä että sinne ei tuu, tulla niiku ihan hetken mielijohteesta että tai et ei ihan ketä vaan tuu sinne, niinni tota ei ramppaa nii paljo porukkaa ku on sitten vähän, no ei nyt kallis mut ei oo ei pääse ilmaseks sisään. Ja sit oli kans ihan hyvä systeemi, että tarjoilija päästää siitä ovesta ulos niin ne ei tuu niinkun vaaraa, että ne kissat pääsis karkaamaan. Ja kutoskysymys, niin niil on varmasti ihan hyvä olla kahvilassa niinku ihan joka päivä ja joka ikinen yö, niin on hyvät oltavat siellä niil on virikkeitä ja paikkoi missä saa olla rauhassa ja nukkua muttta se että siellä ramppaa ihan hirveesti ihmisiä, lapsia, on meteliä, paljon vieraita ihmisiä joka päivä, niin mä en tiä onks se kuitenkaan sit paras mahdollinen ympäristö pienelle eläimelle ja myöskin sit se että kielloista huolimatta niin niit mentiin silittämään ku ne nukku ja ei osata lukee kissan elekieltä et jos se sähisee nii sillon ei kosketa tai näin pois päin, ni se on vähän huono juttu

mut sit työntekijöitä on vähän ja niitten tarvii myös sit palvella näitä maksavia asiakkaita niin ne ei pysty sit vahtimaan kuitenkaa et niit kissoi ei kiusattais. Ja no on se aina plus...kysymys seitsemän siis, on se aina plussaa että et ne on mukana eläinsuojelutyössä ja kyl siit saa niinkun hyvät vibat siitä paikasta mutta jos ei ois mukana, niin no kunhan niillä eläimillä mitä siellä on ni niillä on kaikki tarvittava ja hyvät oltavat ja ne on terveitä ja pääsee säännöllisin väliajoin lääkärin luokse ni se on sitte kaikista tärkeintä että, eihän kaikki ihmisetkään oo mukana eläinsuojelutyössä eikä se mun mielipidettä heitä kohtaan mitenkään niinku muuta. Ja, kysymys kahdeksan, voisin suositella, siellä oli ihan hyvää ruokaa, ja ömm oli sopivan hintasta ei ollu mitenkään yltiökallis tosi mukava tai niinku kivasti sisustettu ja ollu just oli just se kissateema siellä vähän jokapuolella mutta ehkä vähän ahdas jos halus nähä niitä kissoja nii ne oli siinä ravintolan edes tai siinä keittiön edessä ja... ja voisin mennä ehkä sellasena ajankohtana et siellä ois yks tarjoilija lisää että puoltoist tuntia meni aikalaila odotteluun. Jjjaa mä en tiä palaisinks mä sinne mua jotenki ehkä oli se kiva kokemus tälle kerran mutta hmm mua ehkä vähän ahdisti se, miten niit kissoi sit kuitenkin niinkun siliteliin ja näin pois päin kielloista huolimatta. Mut kyl mä voisin suositella sitä et ainaki kerran kävis siellä et onhan se kokemus varsinki jos tykkää kissoista ja halua tukee siinä niitä kissoja ja kahvilan toimintaa nii sitte ehdottomasti mut täytyy vaa varautuu siihe henkisesti että kaikki ihmiset ei osaa kunnioittaa niitten kissojen sitä yksityisyyttä ja omaa tilaa. Joo. Eiköhän se ollu siinä.”

Vastaja H2. Nainen, ikä 15 vuotta.

1. Kuvaile suhteesi eläimiin?

”No siis perheellä on aina ollut lemmikeitä ja tulen toimeen kaikkien eläimien kanssa.”

2. Pohdi, mikä eläinkahviloissa on se tekijä tai tekijät, joka saa sinut kiinnostumaan ja vieraillemaan kyseisessä eläinkahvilassa?

”Itse ne eläimet ja ihmisten positiivisuus eläinten ansiosta.”

3. Kuvaile, minkälaisia elämyksiä hait vierailullasi?

”Itsellä ei mahdollisuutta hankkia kissaa perheen allergioiden takia, niin kissakahvilassa vierailu oli aivan mahtavaa.”

4. Kerro enemmän siitä, mitä tyypillisesti teet eläinkahvilassa?

”Tilaan tietysti jotain ja olen eläinten kanssa kontaktissa, otan kuvia, jos se on sallittua.”

5. Pohdi mahdollista pääsymaksua eläinkahviloihin?

”Pääsymaksu voisi olla ihan hyvä, jos ei vaikka halua tilata mitään, jossain viiden euron paikkeilla ois hyvä.”

6. Pohdi eläinten oloa eläinkahvilassa?

”En sen kauheemmin tiedä missä eläimet yöpyvät ja elelevät, mutta näytti tykkäävän huomiosta!”

7. Jos kyseinen kahvila on tai ei ole mukana eläinsuojelutyössä, millä tavalla tämä vaikuttaa sinun mielipiteeseesi ja/tai toimintaasi kyseistä paikkaa kohtaan?

”En osaa vastata.”

8. Miksi suosittelisit eläinkahvilaa muille, ja mikä saisi sinut palaamaan uudelleen kahvilaan? Jos et suosittelisi kahvilaa tai vierailisi siellä uudelleen, miksi?

”Pääsee näkemään erilaisia eläimiä ja persoonoja, jos ei vaikka ole mahdollisuutta itse hankkia eläintä. Eläimet ovat myös helposti lähestyttäviä ja niiden seurassa tulee vapautunut olo. Palaisiin kahvilaan tietty kissojen takia, ja ig kuvan, jonka kahvista saa.”

Vastaja H3. Nainen, ikä 25.

1. Tykkään eläimistä, etenkin koirista ja kissoista mutta allergian takia en voi olla kissojen kanssa kauheesti tekemisissä.

2. Eläimiä on kiva joutessa pajilla, jos tulevat liki kissakaffeloissa.

3. Amsterdamissa, tähän asti ainoa eläinkaffela missä käynyt, sattumalta tuli päädyttyä niin en oikein osaa tähän vastata.

4. Komppaa kolmosta.

5. Mielummin ilmainen sisäänpääsy, mutta jos pääsymaksu olisi niin voisi olla esim. euron tai pari ja senkin tuoton voisi vaikka kaffelan eläimiin sijoittaa.

6. Välillä mietin onkohan liian stressaavaa eläimille olla kaffelassa kun koko aika ihmisiä ja kaikki haluaa pajata ja leikkiä ja hirveä hälinä koko aika. Mahtavatko saada tarpeeksi aikaa toipua päivästä ja mitenhän paljon sairastelevat ja riittääkö hlökuntaa kiikuttamaan lehuriin saatikka onko rahaa eläinten lekurikustannuksiin.

7. En ko. kaffelasta tiedä missä olin, mutta todennäköisemmin tulisi käytyä jossain eläin-kaffelassa useammin, jos tietää sen tekevän yhteistyötä jonkun eläinsuojelun kanssa. Positiivisemmilla mielin menisi semmoiseen kaffelaan!

8. Jos on huono mieli niin eläimet aina piristää, ja tietty auttaa myös jos kavereiden kanssa menee. Eläinterapia on hyvä terapia!

Vastaaja H4. Nainen, ikä 23

1. Kuvaile suhteesi eläimiin.

Pidän luonnosta ja sen kaikista asukeista. Olen kasvissyöjä suureksi osaksi eläinten takia. Lemmikkieläimet ovat kaikki söpöjä, mutta minulla ei itsellä ole lemmikkejä, sillä en kykenisi pitämään niistä huolta.

2. Pohdi, mikä eläinkahviloissa on se tekijä tai tekijä(t), joka saa sinut kiinnostumaan ja vierailemaan kyseisessä eläinkahvilassa?

helppo saavutettavuus, paljon eläimiä, hyvää syötävää/juotavaa/muuta toimintaa ohessa (Chicagossa on kissapelikahvila! siellä haluaisin joskus käydä). Eläimiin liittyvä hyväntekeväisyys kiinnostaa aina. Jotkut eläinkahviloiden eläimistä ovat adoptoitavissa eli eläimet ovat pelastettu jostakin ja asiakkailla voi olla mahdollisuus osallistua auttamiseen vaikkapa lahjoituksin. Hyvä sosiaalinen media, jossa eläimet esiintyvät luo tietysti huomiota.

3. Kuvaile, minkälaisia elämyksiä hait vierailullasi?

Halusin silittellä kissoja ja kyseisessä kahvilassa oli useampi = monta mahdollisuutta suoiloisten kissojen silittelyyn! Samalla se oli rentoa hengailua ystävän kanssa ja kahvilassa oli myös todella hyvää ruokaa.

4. Kerro enemmän siitä, mitä tyypillisesti teet eläinkahvilassa?

Menin kahvilaan ensisijaisesti syömään ja kissat olivat vain iso bonus. Söin ystävän kanssa ja leikimme kissojen kanssa, kun ne tulivat lähelle. Kahvilassa oli leluja, joiden kanssa leikkiä kissojen kanssa.

5. Pohdi mahdollista pääsymaksua eläinkahviloihin?

Pääsymaksu on täysin ymmärrettävä, sillä eläimistä on pidettävä huolta 24/7. Silti pääsymaksu on joskus ollut syy, miksi olen jättänyt menemättä. Vertaan eläinkahvilan hintoja tavalliseen kahvilaan ja jos pääsymaksun kanssa hintaero tulee itselle liian suureksi, niin menen vain tavalliseen kahvilaan.

6. Pohdi eläinten oloa eläinkahvilassa?

Varmaankin sama kuin eläintarhassa. Jos omistajat osaavat asiansa niin eläimillä pitäisi olla hyvät olot. Tarpeeksi tilaa ja ruokaa. Tosin jotkin eläimet voivat olla ujoja ja suurien ihmismassojen kanssa oleminen päivästä toiseen voi olla stressaavaa. Kissakahvilassa, jossa vierailin, kissojen oli mahdollisuus mennä omiin tiloihin halutessaan.

7. Jos kyseinen kahvila on tai ei ole mukana eläinsuojelutyössä, millä tavalla tämä vaikuttaa sinun mielipiteeseesi ja/tai toimintaasi kyseistä paikkaa kohtaan?

Jos kahvila ei tue eläinten suojelua niin en usko, että haluaisin vieraila. Tällainen kahvila luultavasti vain haluaa rahastaa söpöillä eläimillä, eikä kannusta pitämään huolta huono osaisista eläimistä.

8. Miksi suosittelisit eläinkahvilaa muille, ja mikä saisi sinut palaamaan uudelleen kahvilaan? Jos et suosittelisi tai vierailisi siellä uudelleen, miksi?

Onhan se kuin tavallinen kahvila kokemus, mutta vähän ekstraa päälle. Suosittelen, jos ei ole lemmikkejä mutta haluaa viettää aikaa eläinten kanssa. Eläinkahvilan ovat yleensä helpommin saavutettavissa kuin eläintarhat. Kyllähän kissakahvilassa oli söpöjä kissoja ja koska ruokakin oli hyvää nii voisin käydä uudestaan. Kyseisen kissakahvilan sisäänkäyntimaksu oli vain 5e, mikä oli minusta kohtuullinen.

Vastaja H5. Nainen, ikä 23.

1. Olen aina ollut eläinten kanssa tekemisissä. Kotona on aina ollut koiria, kissoja kilpikonnia tai pupuja. Äitini on maatalouslomittaja, joten olen pienestä asti käynyt navetoissa ja sikaloissa äitin mukana. Itse olen harrastanut ratsastusta neljä vuotiaasta asti ja talleilla on yleensä ollut aina hevosten lisäksi koiria tai kissoja. Myös monella ystävällä on ollut lemmikkejä, joiden kanssa olen ollut tekemisissä.

2. Kahvilan valikoima, sisustus ja sijainti eläinten lisäksi.

3. Rentoutumista ja hetkeksi pysähtymistä eläinten kanssa, kahvin nauttimista yksin tai ystävän kanssa.

4. Yleensä juon kahvin ja syön jotain pientä. Monesti myös jään hetkeksi juttelemaan tuntemattomien kanssa.

5. Mielestäni eläinkahviloissa ei tarvitse olla pääsymaksua, sillä se rajoittaisi pienituloisten mahdollisuuksia päästä eläinkahviloihin. Pienituloisilla ei monesti ole varaa omaan lemmikkiin, joten esimerkiksi eläinkahvilat ovat hyvä mahdollisuus päästä nauttimaan niiden seurasta. Eläinkahviloiden pitäisi myös mielestäni olla voittoa tavoittelematon järjestö, jonka tuotot menisivät paikallisten eläinsuojeluyhdistysten lahjoituksiin.

6. On tärkeää, ettei kahvilassa ole kerralla liian paljoa asiakkaita ja että eläimille on varmasti riittävästi tilaa mennä piiloon. Mikäli huomataan, että eläin ei viihdy meluisessa paikassa sille pitäisi järjestää toinen paikka mahdollisimman nopeasti, ettei eläimelle tule käytöshäiriöitä liiallisesta stressistä. Jokaiselle asiakkaalle tulisi myös kertoa pelisäännöt ja kahvilassa tulisi olla riittävästi henkilökuntaa valvomaan, ettei eläimiä kiusata.

7. Ei varsinaisesti vaikuta, mutta jos vierekkäin on kaksi eläinkahvilaa ja toisen tuotot menevät eläinsuojelutyöhön ja toisen kahvilan voittoihin, valitsen ensimmäisen.

8. Lähtökohtaisesti suosittelisin eläinkahvilaa kaikille. Mikäli eläimillä olisi selkeästi huonot oltavat eli liian vähän tilaa suhteessa eläin määrään tai kahvilan kokoon, liian laihoja tai muuten sairaan oloisia tai muuten epäsiisti paikka. Myös jos henkilökunta vaikuttaa selkeästi epäystävälliseltä tai epäpätevältä, en suosittelisi paikkaa tai vierailisi uudestaan.

Vastaja H6. Nainen, 22.

"Okei mä yritän parhaani. Mun suhde eläimiin no mä kuvailisin itteeni hyvin eläinrakkaaks. Tällä hetkellä mulla ei oo itellä omia lemmikkejä, koska elämäntilanne on niin liikkuva. Lapsuudessa meillä oli kaks kania. Elämässä on kuitenkin paljon eläimiä tällä hetkellä ja useamman kerran kuussa mun luona tai mä oon jonkun toisen luona hoitamassa ystävien lemmikkejä. Ja eläinkahviloiden kiinnostavat tekijät, tietysti eläimet, se että saa silittää ja seuraila heidän tekemistään. Itsellä mulla ainakin eläinten silittely auttaa stressissä. Hmm, elämyksiä. Oon vierailu vaan Tampereen niin sanotussa pupukahvilassa, joka ei oo siis kahvilan virallinen nimi ja useamman kerran toki. Kanit on mun lempieläimiä, joten pidän siitä, et pääsen niitten seuraan. Kahvin juonti on toki niinku kivaa, kyseisessä kahvilassa onki niinku superhyvät tuotteet, mutta eniten pidän siitä et saa touhuta niitten kaniensa kanssa. No mitä mä yleensä teen siellä. Tota mä vähä jo sivusinkin mutta siis nautin kahvista ja sen lisäksi ostan kaneille jotain syötävää. kahvila siis myy omia juttuja, ei saa tuoda mitä tahansa. Ja sit mä ruokin ja silittelen niitä kaneja siellä. Sisäänpääsymaksu. Ymmärrän sisäänpääsymaksun ajatuksen, jolla haetaan turvaa eläimille sekä varmaan katetaan eläinten kuluja. Tämä sisäänpääsymaksu on kuitenkin yks syy miks mä en oo

käyny vielä Tampereella kissakahvilassa. Tähän toki vaikuttaa omalla kohdalla myös opiskelijabudjetti ja mun mielestä pupukahvilassa on fiksu se semmonen minimiostos systeemi. Joo et sä ostat tietyllä summalla ja sen jälkeen sä saat mennä sinne pupuhuoneeseen et ei voi vaan mennä ilman että ei osta mitään. Ja eläinten olot, no ainaki pupukahvilassa ne on mun mielest tosi hyvät. Kahvilan työntekijät säätelee sitä et kuinka paljon ne myy niitä ruokia päivän aikana niille kaneille syötettäväks ja sit toisaalt puput saa niinku paljon huomioo sen päivän aikana asiakkailta mutta heille on myös niinku varattu oma rauhotettu alue huoneen toiselta laidalta, minne ne voi sit vetäytyä jos niitä ärsyttää tai ne ei jaksaa just olla silittettävänä. Ja sitte siel on myös hyvin tarkat säännöt mitä pupujen kanssa saa tehdä. Ja sit mä nautin siitä et niil pupuil on kokonainen huone liikkumatilaa, koska kanit ei oo häkkeläimiä, valitettavasti muista eläinkahviloista mulla ei oo kokemusta, mut mä näen tärkeeksi sen, että eläimistä ja heidän turvallisuudestaan huolehditaan. Eläin ei saa stressaantua siitä tilanteesta ja niillä täytyy olla mahdollisuus vetäytyä omaan rauhaan. Ja just tossa kahvilassa on, pupukahvilassa on se kiva puoli että, että sinne päästetään vaan tietty määrä asiakkaita kerrallaan sinne pupujen luo et se ei oo täynnä se huone et se on niinku erillinen huone siitä kahvilasta. Eläinsuojelutyö... Pupukahvila tekee yhteistyötä Pesu ry:n kanssa, ainaki jonkin verran ja no itsellä kun eläimet on lähellä sydäntä niin ehdottomasti se on iso plussa et noin vois tollasessa kahvilassa ne vielä niinku tekee yhteistyötä Pesu ry:n kanssa. Ja mä suosittelisin pupukahvilaa ehdottomasti niitten pupujen takia. Ne on niin sosiaalisia ja ihania, ja sit sen lisäksi siel on todella hyvät kahvit ja syötävät oikeesti jos haluaa hemmotella itseensä niin tää on se paikk. Ja sitten myyjät on varustettu huumorintajulla ja sit siel on aina semmonen ihana tunnelma. Toivottavasti tässä ois nyt kaikki.”