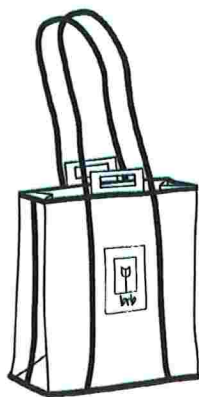


ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



Πτυχιακή εργασία

**ΒΙΟΔΙΑΣΠΩΜΕΝΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΙΜΗ
ΤΣΑΝΤΑ (BRB)**



ΝΙΚΟΛΑΣ ΦΑΛΑΣ

Λεμεσός 2017

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

ΒΙΟΔΙΑΣΠΩΜΕΝΗ ΚΑΙ
ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΙΜΗ
ΤΣΑΝΤΑ (BRB)

του

Νικόλα Φαλά

Λεμεσός 2017

ΕΝΤΥΠΟ ΕΓΚΡΙΣΗΣ

Πτυχιακή εργασία

**ΒΙΟΔΙΑΣΠΩΜΕΝΗ ΚΑΙ
ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΙΜΗ
ΤΣΑΝΤΑ (BRB)**

Παρουσιάστηκε από

Νικόλα Φαλά

Επιβλέπων καθηγητής _____

Δρ. Νίκος Σουλελής

Μέλος επιτροπής _____

Δρ. Θεοπίστη Στυλιανού - Lambert

Μέλος επιτροπής _____

Λέκτωρ Όμηρος Παναγίδης

Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Απρίλιος, 2017

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Νικόλας Φαλάς, 2017

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέπων καθηγητή μου Δρ. Νίκο Σουλελέ για την καθοδήγηση και την πολύτιμη βοήθειά του κατά την συγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την Εύα Κοραή, για τις πολύτιμες συμβουλές της και για την παραχώρηση άδειας χρήσης του λείζερ, την Υπεραγορά Smart, στην οποία πραγματοποιήθηκαν οι αξιολογήσεις αλλά και η βιντεογράφιση και το Κοινοτικό Συμβούλιο Πέρα Χωρίου, για την παραχώρηση του Μουσείου για βιντεογράφιση. Ιδιαίτερες ευχαριστίες θέλω να εκφράσω προς την Πόλα Μουζούρη για την ύφανση της τσάντας και τον πατέρα μου, Κώστα Φαλά που βοήθησε στη δημιουργία του σταντ και των ξύλινων χερουλιών.

Παράλληλα, ευχαριστώ και όλους τους φίλους για τη βοήθειά τους καθ' όλη τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, κυρίως όμως την Μαρία Πιτσιλλίδου και την Άρτεμις Αγγελή, καθώς και όλους όσοι συμμετείχαν στην έρευνα.

Τέλος, ευχαριστώ θερμά την οικογένειά μου για την όλη στήριξη τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η μέχρι τώρα αδυναμία των αρμόδιων αρχών της Κύπρου για λήψη μέτρων μείωσης της χρήσης της πλαστικής σακούλας σε σχέση με άλλες χώρες και η ραγδαία αύξηση του προβλήματος ώθησε τον γράφοντα - ερευνητή στο σχεδιασμό μίας βιοδιασπώμενης και επαναχρησιμοποιήσιμης τσάντας με σπόρους.

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι να μελετηθεί εάν η συγκεκριμένη λύση που προτάθηκε, είναι πιθανό να έχει κάποια απήχηση στο καταναλωτικό κοινό της Κύπρου. Αρχικά πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση γύρω από το θέμα. Ειδικότερα, μελετήθηκαν σημαντικοί ορισμοί, διαφορετικών ειδών προϊόντα στα οποία έχει προστεθεί ένας δεύτερος τρόπος χρήσης για παράταση του χρόνου ζωής τους και προϊόντα που έχουν δημιουργηθεί εξ ολοκλήρου από άλλα προϊόντα των οποίων ο κύκλος ζωής είχε ήδη τελειώσει. Παράλληλα έχουν μελετηθεί και οι δράσεις για μείωση της χρήσης της πλαστικής σακούλας σε άλλες χώρες.

Για την αξιολόγηση της τσάντας πραγματοποιήθηκε έρευνα δράσης από ένα μικρό μέρος του πληθυσμού της Κύπρου, μέσω ερωτηματολογίου, συνέντευξης, παρατήρησης και ομάδας εστίασης. Στο τέλος γίνονται προτάσεις για μελλοντική βελτίωση και προώθηση της συγκεκριμένης τσάντας.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	v
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	vi
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	x
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	xi
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	xii
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ	xiii
1 Εισαγωγή	1
1.1 Περιγραφή του προβλήματος και αναγκαιότητα της μελέτης.....	1
1.1.1 Περιγραφή του προβλήματος	1
1.1.2 Αναγκαιότητα της μελέτης	2
1.1.3 Δομή της πτυχιακής έρευνας	3
2 Θεωρητικό πλαίσιο – Βιβλιογραφική ανασκόπηση	5
2.1.1 Αειφόρος Σχεδίαση.....	5
2.1.2 Οικολογική καινοτομία (eco-innovation)	6
2.1.3 Οικολογική σχεδίαση (eco-design).....	6
2.1.4 Second life products – Upcycled Products	6
2.2 Μείωση της χρήσης της πλαστικής σακούλας σε διάφορες χώρες	7
2.2.1 Αμερική.....	7
2.2.2 Ισραήλ.....	7
2.2.3 Ιαπωνία	9
2.3 Υφιστάμενες χρήσεις σπόρων για δημιουργία βιώσιμων συσκευασιών	10
2.3.1 Οργανικά Προϊόντα Pangea.....	10
2.3.2 Κούπα καφέ μίας χρήσης από εταιρία Reuse	12
2.3.3 Διάφορες εφαρμογές σε συσκευασίες τροφίμων	13
2.3.4 Πρώτη εφαρμογή σε χαρτί.....	16
2.4 Upcycled – Second life products	16

2.4.1	Πρακτική προσέγγιση	17
2.5	Βιβλιογραφικό κενό	19
3	Ερευνητικά Ερωτήματα	20
4	Μεθοδολογία.....	21
4.1	Έρευνα Δράσης.....	21
4.2	Περιγραφή των εργαλείων συλλογής δεδομένων	22
4.3	Δείγμα	23
5	Περιορισμοί	24
6	Πρώτος γύρος έρευνας δράσης.....	25
6.1	Ερωτηματολόγια	27
6.2	Παρατήρηση	28
6.3	Ημιδομημένες συνεντεύξεις.....	28
6.4	Συμπεράσματα πρώτου γύρου	30
7	Δεύτερος γύρος έρευνας δράσης	33
7.1	Ερωτήσεις ημιδομημένων συνεντεύξεων και ομάδας εστίασης.....	33
7.2	Ημιδομημένες συνεντεύξεις.....	33
7.3	Ομάδα εστίασης.....	34
7.4	Συμπεράσματα δεύτερου γύρου.....	35
8	Περιγραφή πρακτικής ανάπτυξης	37
8.1	Λογότυπο	37
8.2	Τσάντα	39
8.3	Αφίσες.....	41
8.4	Σταντ	43
8.5	Βίντεο.....	44
9	Συμπεράσματα	45
10	Εισηγήσεις για μελλοντική έρευνα.....	47
11	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	48
11.1	Ελληνική Βιβλιογραφία	48
11.2	Αγγλική Βιβλιογραφία	48

12	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	50
12.1	Παράρτημα 1: Πρωτόκολλο ημιδομημένης συνεντεύξης πρώτου γύρου	50
12.2	Παράρτημα 2: Πρωτόκολλο ερωτηματολογίου πρώτου γύρου	51
12.3	Παράρτημα 3: Πρωτόκολλο ημιδομημένης συνεντεύξης δεύτερου γύρου	53
12.4	Παράρτημα 4: Πρωτόκολλο ομάδας εστίασης δεύτερου γύρου.....	54
12.5	Παράρτημα 5: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης ημιδομημένης συνεντεύξης πρώτου γύρου.....	55
12.6	Παράρτημα 6: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης παρακολούθησης πρώτου γύρου ..	56
12.7	Παράρτημα 7: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης υπεραγοράς.....	57
12.8	Παράρτημα 8: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης ημιδομημένης συνεντεύξης δεύτερου γύρου	58
12.9	Παράρτημα 9: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης ημιδομημένης συνεντεύξης δεύτερου γύρου	59

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Πίνακας με ενδείξεις μείωσης της αποδοχής πλαστικών σακούλων μετά την παρέμβαση σε σχέση με πριν.....	10
Πίνακας 2: Αποτελέσματα ερωτηματολογίων πρώτου γύρου έρευνας δράσης	27

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Καμπύλη ζήτησης πλαστικής σακούλας από τους καταναλωτές, με βάση τις διάφορες τιμές που προτάθηκαν.8

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Συσκευασίες δώρου της εταιρίας Pangea Organics στο Κολοράντο	11
Εικόνα 2: Συσκευασία σαπουνιού της εταιρίας Pangea Organics στο Κολοράντο.....	11
Εικόνα 3: Κούπα καφέ μίας χρήσης από εταιρία Reuse.....	13
Εικόνα 4: Βιοδιασπώμενη συσκευασία τροφίμων.....	14
Εικόνα 5: Βιοδιασπώμενη συσκευασία σοκολάτας.....	14
Εικόνα 6: Βιοδιασπώμενο περιτύλιγμα για σάντουιτς.	15
Εικόνα 7: Βιοδιασπώμενη συσκευασία τσαγιού.....	15
Εικόνα 8: Χαρτί Eden's με σπόρους.....	16
Εικόνα 9: Φωτιστικό tail light του Stuart Haygarth.	17
Εικόνα 10: Αποθηκευτικός χώρος, Cassette Cabinet, του Patrick Schuur.	18
Εικόνα 11: Mattress chair, Madam Rubens, σχεδιασμένη από τον Frank Willems.	18
Εικόνα 12: Η τσάντα πριν την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου	25
Εικόνα 13: Οι αφίσες και οι οδηγίες φύτευσης πριν την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου.....	26
Εικόνα 14: Η τσάντα μετά την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου	32
Εικόνα 15: Οι αφίσες και οι οδηγίες φύτευσης μετά την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου.....	32
Εικόνα 16: Ανάπτυξη ιδεών για το λογότυπο.....	37
Εικόνα 17: Λογότυπο.....	38
Εικόνα 18: Χρώματα λογότυπου	39
Εικόνα 19: Καρτέλα με τις οδηγίες φύτευσης	40
Εικόνα 20: Χρώματα αφίσας	41
Εικόνα 21: Διάφορες παραλλαγές της αφίσας.....	42
Εικόνα 22: Τελικές αφίσες για αξιολόγηση πρώτου γύρου έρευνας δράσης	43
Εικόνα 23: Αρχικά προσχέδια στο sketchbook	44

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

EE:	Ευρωπαϊκή Ένωση
LCA:	Εκτίμηση του κύκλου ζωής
QFD:	Ποιοτική επέκταση της λειτουργίας του προϊόντος
USP:	Μοναδική πρόταση πώλησης

ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Upcycled:	Αναδημιουργημένα αντικείμενα από σκουπίδια
Second life products:	Προϊόντα που θεωρήθηκαν σκουπίδια αλλά τους δόθηκε δεύτερη ζωή, μετά το τέλος της πρώτης
Life Cycle Assessment:	Εκτίμηση του κύκλου ζωής
Eco-innovation:	Οικολογική καινοτομία
Eco-design:	Οικολογική σχεδίαση
Quality Function Deployment:	Ποιοτική επέκταση της λειτουργίας του προϊόντος
Unique Selling Proposition:	Χαρακτηρίζει ένα προϊόν ή υπηρεσία και το κάνει να ξεχωρίζει από τον υπόλοιπο ανταγωνισμό
Guerilla advertising:	Είναι μια στρατηγική διαφήμισης που επικεντρώνεται στην χαμηλού κόστους, αντισυμβατική στρατηγική μάρκετινγκ που αποφέρει μέγιστα αποτελέσματα.

1 Εισαγωγή

1.1 Περιγραφή του προβλήματος και αναγκαιότητα της μελέτης

1.1.1 Περιγραφή του προβλήματος

Στις μέρες μας το φαινόμενο της πλαστικής σακούλας αποτελεί πολυσυζητημένο θέμα παγκοσμίως. Πρωτοεμφανίστηκε το 1977 στην Αμερική και από τότε αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας κυρίως λόγω της χαμηλής της τιμής, της ανθεκτικότητάς της και του χαμηλού βάρους της. Όπως αναφέρουν οι Synthia και Kabir (2015), κάθε χρόνο γίνεται, κατανάλωση περίπου ενός τρισεκατομμυρίου πλαστικών σακουλιών παγκοσμίως. Αυτό είναι φυσικό να έχει και τον ανάλογο αντίκτυπο στο περιβάλλον αφού η πλαστική σακούλα χρειάζεται περίπου 10-20 χρόνια για να διασπαστεί, ωστόσο εξακολουθεί να παραμένει τοξική. Πλαστικές σακούλες καταλήγουν και στη θάλασσα με αποτέλεσμα χιλιάδες ζώα της θάλασσας να πεθαίνουν. Οι περισσότεροι καταναλωτές την χρησιμοποιούν καθημερινά, διότι την προμηθεύονται δωρεάν λόγω του χαμηλού κόστους παραγωγής της. Παρ' όλα αυτά όσο χαμηλό είναι το κόστος παραγωγής της, τόσο μεγαλύτερη είναι η αρνητική επιρροή που έχει στο περιβάλλον.

Αξίζει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2010 είχαν χρησιμοποιηθεί στην αγορά της Ευρώπης 98.6 δισεκατομμύρια πλαστικές σακούλες και από τότε κυκλοφορούν 100 δισεκατομμύρια επιπλέον σακούλες κάθε χρόνο. Υπολογίζεται ότι αναλογούν 200 σακούλες για κάθε πολίτη της Ε.Ε. ετησίως εκ των οποίων 8 δισεκατομμύρια από αυτές καταλήγουν στη θάλασσα. Με γνώμονα όλα όσα προαναφέρθηκαν, η πλαστική σακούλα αποτελεί ένα από τα κύρια ζητήματα προς αντιμετώπιση για τις αρμόδιες αρχές. Έγιναν ήδη αρκετές προσπάθειες για περιορισμό της χρήσης της, από διάφορες χώρες της Ευρώπης. Η Ε.Ε. πρόσφατα προχώρησε σε αλλαγή του νόμου 94/62/ΕΚ περί συσκευασιών

και απορριμμάτων συσκευασιών, προσθέτοντας τη μείωση της κατανάλωσης της πλαστικής σακούλας με πάχος, μεγαλύτερο των 0,05 χιλιοστών σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ. Όλες οι χώρες πρέπει να λάβουν σχετικά μέτρα μέχρι το 2018 (Kasidoni, Moustakas, & Malamis, 2015).

Δυστυχώς όμως, στη χώρα μας η χρήση της παραμένει αλόγιστη. Από το 2013 έχουν γίνει προσπάθειες προώθησης νόμου στη Βουλή των Αντιπροσώπων από το Κίνημα Οικολόγων, όμως και τις δύο φορές είχε καταψηφιστεί. Αυτή τη χρονιά η ομάδα "Ωρα της Γης Κύπρου" έθεσε ως στόχο την απαγόρευση της χρήσης της και παροτρύνει την Κυβέρνηση και τη Βουλή να ανταποκριθούν θετικά σε ένα τέτοιο νομοσχέδιο ("«Κύπρος ελεύθερη από πλαστικές σακούλες»", 2017). «Η κ. Χριστοδουλίδου αναφέρει ότι σύμφωνα με το νέο νομοσχέδιο της ΕΕ, μέχρι το 2018 θα πρέπει να είναι υποχρεωτική η χρέωση της πλαστικής σακούλας, εκτός από τις πολύ ελαφριές σακούλες που χρησιμοποιούνται για λόγους υγιεινής. Προσθέτει επίσης ότι για την Κύπρο, θα ήταν καλύτερα να γίνεται χρέωση και των χάρτινων και να ληφθούν μέτρα προώθησης της επαναχρησιμοποιήσιμης σακούλας» (Νομοσχέδιο για τις σακούλες προετοιμάζει η Λευκωσία, 2017).

1.1.2 Αναγκαιότητα της μελέτης

Από όσα αναφέρθηκαν, προκύπτει και η αναγκαιότητα της παρούσας εργασίας που έχει ως θέμα το πρόβλημα της πλαστικής σακούλας. Ο λόγος που επιλέγηκε το συγκεκριμένο θέμα, όπως επισημάνθηκε, είναι η μέχρι τώρα αδυναμία των αρμόδιων αρχών της Κύπρου για λήψη μέτρων, μείωσης της χρήσης της σε σχέση με άλλες χώρες, ενώ η ραγδαία αύξηση του προβλήματος παραμένει ανησυχητική. Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι να μελετηθεί εάν η συγκεκριμένη λύση που θα προταθεί, είναι πιθανό να έχει κάποια απήχηση στο καταναλωτικό κοινό της Κύπρου. Είναι φυσικό ότι αυτή η έρευνα δεν μπορεί να αποδείξει ότι θα επιτευχθεί μείωση της χρήσης της πλαστικής σακούλας, αλλά μπορεί να μελετήσει τις

στάσεις και τις συμπεριφορές των Κυπρίων απέναντι σε μία συγκεκριμένη καινοτόμο λύση. Η λύση που θα μελετηθεί είναι η προσθήκη ενός δεύτερου τρόπου χρήσης στην υφιστάμενη ανακυκλώσιμη χάρτινη σακούλα για παράταση του χρόνου ζωής της.

1.1.3 Δομή της πτυχιακής έρευνας

Η εργασία αυτή αρχίζει με βιβλιογραφική ανασκόπηση. Πιο συγκεκριμένα, θα μελετηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις που έχει η αλόγιστη χρήση της πλαστικής σακούλας στο περιβάλλον καθώς και διάφορες προσπάθειες που έχουν γίνει για την επίλυση του προβλήματος. Επίσης, θα μελετηθούν άλλου είδους προϊόντα στα οποία έχει προστεθεί ένας δεύτερος τρόπος χρήσης για παράταση του χρόνου ζωής τους ή προϊόντα που έχουν δημιουργηθεί εξολοκλήρου από άλλα προϊόντα των οποίων ο κύκλος ζωής είχε ήδη τελειώσει. Ακόμη, για την καλύτερη κατανόηση του τομέα, θα μελετηθούν διάφορες έννοιες σχετικές με την αειφόρο σχεδίαση.

Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα ερευνητικά ερωτήματα, καθώς και στους στόχους της εργασίας. Ακολούθως παρουσιάζεται η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή δεδομένων και ποια ήταν η διαδικασία συλλογής τους. Επιπρόσθετα, γίνεται αναφορά στην ανάλυση των δεδομένων, στην αξιοπιστία τους και στους περιορισμούς της έρευνας που προέκυψαν στην πορεία.

Στη συνέχεια περιγράφονται τα αποτελέσματα του πρώτου και δεύτερου κύκλου της έρευνας. Παρουσιάζονται δηλαδή τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των δεδομένων, τα οποία απαντούν τα ερευνητικά ερωτήματα.

Έπειτα ακολουθεί η περιγραφή του πρακτικού μέρους της εργασίας. Μελετάται το τι παράχθηκε μέσα από την έρευνα και πώς σχεδιάστηκε αρχικά.

Στα συμπεράσματα δίνεται μια περίληψη των αποτελεσμάτων. Αναφέρονται οι διαπιστώσεις οι οποίες οδήγησαν στα αποτελέσματα που προαναφέρθηκαν και γίνονται εισηγήσεις για

2 Θεωρητικό πλαίσιο – Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Σε αυτό το κεφάλαιο θα μελετηθούν σημαντικοί ορισμοί, προϊόντα διαφορετικών ειδών στα οποία έχει προστεθεί ένας δεύτερος τρόπος χρήσης για παράταση του χρόνου ζωής τους και προϊόντα που έχουν δημιουργηθεί εξ ολοκλήρου από άλλα προϊόντα των οποίων ο κύκλος ζωής είχε ήδη τελειώσει. Επιπλέον, αντικείμενο μελέτης στη παρούσα φάση αποτελούν οι δράσεις για μείωση της χρήσης της πλαστικής σακούλας σε άλλες χώρες.

2.1.1 Αειφόρος Σχεδίαση

Ο Sundstrom, επικεφαλής της αειφόρου σχεδίασης της Electrolux αναφέρει ότι με τον όρο αειφόρος σχεδίαση εννοείται η σχεδίαση που εστιάζεται στην δημιουργία προϊόντων με την ελάχιστη δυνατή, αρνητική επίδραση στον πλανήτη, που έχουν ενεργητική απόδοση και που ανακυκλώνονται εύκολα (Reis & Wiedemann, 2010). Πιο συγκεκριμένα οι Ryan, Hosken και Greene (1992) αναφέρουν ότι αποτελεί προσπάθεια δημιουργίας προϊόντων τα οποία το μεγαλύτερο τους ποσοστό μπορεί να ανακυκλωθεί ή να υπάρχουν προοπτικές επαναχρησιμοποίησης τους. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν ικανοποιούνται οι ανάγκες του χρήστη, αντίθετα δίνεται μεγάλη έμφαση στην αποτελεσματικότητα του προϊόντος αλλά με έμφαση στη βιωσιμότητά (Vallet et al., 2013).

Η αειφόρος σχεδίαση ενός προϊόντος επιτυγχάνεται με τεχνικές, οι οποίες μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία γίνεται μέσω της αξιολόγησης ενός προϊόντος από μία υφιστάμενη λίστα βασικών στοιχείων που έχουν σχέση με το περιβάλλον. Αυτά τα βασικά στοιχεία αξιολογούν το προϊόν σε όλο το κύκλο ζωής του, εντούτοις είναι δύσκολο να δώσουν λύση σε προβλήματα που ενδέχεται να παρουσιαστούν στην πορεία. Η δεύτερη κατηγορία ονομάζεται LCA (Life Cycle Assessment) ή αλλιώς εκτίμηση του κύκλου ζωής. Η κατηγορία αυτή αποτελεί μία σχεδιαστική διαδικασία αλλά χρησιμοποιείται για να

αξιολογηθεί το ποσοστό κατανάλωσης των φυσικών πόρων και το ποσοστό των αποβλήτων που εκτίθεται στο περιβάλλον σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα συμπεριλαμβάνει παραμέτρους όπως, το υλικό που θα χρησιμοποιηθεί, η παραγωγή του, η χρήση του και η διαχείριση του μετά το τέλος της ζωής. Τέλος η τρίτη κατηγορία ονομάζεται Quality Function Deployment (QFD) ή αλλιώς ποιοτική επέκταση της λειτουργίας των προϊόντων. Αποτελεί μία δομημένη προσέγγιση, μέσα από την οποία καθορίζονται οι ανάγκες των χρηστών, στη βάση των οποίων δημιουργούνται προϊόντα για την ικανοποίησή τους (Wang, Chan, & Li, 2015).

2.1.2 Οικολογική καινοτομία (eco-innovation)

Ένας συνώνυμος όρος με την αειφόρο σχεδίαση, στον οποίο αναφέρονται οι Sierra-Pérez, López-Forniés, Boschmonart-Rives, και Gabarrell, (2016) είναι η οικολογική καινοτομία (eco-innovation). Στόχος της είναι η πρόληψη ή η μείωση των κινδύνων προς το περιβάλλον, η μείωση της ρύπανσης και γενικά άλλων αρνητικών επιπτώσεων.

2.1.3 Οικολογική σχεδίαση (eco-design)

Ένας άλλος συνώνυμος όρος με την οικολογική καινοτομία, όπως αναπτύσσουν οι Kuo, Smith, Smith, και Huang (2016) είναι η οικολογική σχεδίαση (eco design) δηλαδή η σχεδίαση προϊόντων με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος σε όλη τη διάρκεια ζωής τους. Τα πρώτα δείγματα οικολογικού σχεδιασμού έκαναν την εμφάνισή τους στη δεκαετία του 60', με αποκορύφωμα τη δεκαετία του 90', εξαιτίας διάφορων κοινωνικοοικονομικών παραμέτρων. Οι σχεδιαστές είχαν την ανάγκη να συνεισφέρουν στην επίλυση προβλημάτων μεγαλύτερης κλίμακας και έτσι άλλαξαν πολλές από τις σχεδιαστικές τους τεχνικές (Puşcaşiu, 2015).

2.1.4 Second life products – Upcycled Products

Με την ορολογία αυτή ορίζεται η αναδημιουργία αντικειμένων με μεγαλύτερη αξία από άλλα αντικείμενα που είχαν θεωρηθεί ως "σκουπίδια" (Emgin, 2012).

Ένα διαφορετικό περιτύλιγμα φαγητού, συγκεκριμένα για σάντουιτς, έφτιαξε η Amelia Roblin (βλ. Εικόνα 6). Το περιτύλιγμα αυτό χρησιμοποιήθηκε για ένα εστιατόριο χορτοφάγων στο Τορόντο. Το προϊόν αποτελείται από ανακυκλώσιμο χαρτί με ενσωματωμένους σπόρους, ενώ επιπρόσθετα και τα γραφικά είναι τυπωμένα με φιλικό προς το περιβάλλον μελάνι με βάση τη σόγια.



Εικόνα 6: Βιοδιασπώμενο περιτύλιγμα για σάντουιτς.

Τέλος, ο Daniel Stankus εφάρμοσε κάτι ανάλογο σε συσκευασία τσαγιού (βλ. Εικόνα 7). Όπως και τα προηγούμενα προϊόντα έτσι και αυτό είναι κατασκευασμένο από βιοδιασπώμενα υλικά, συμπεριλαμβανομένης της εξωτερικής συσκευασίας, μέχρι και των εσωτερικών σακουλιών τσαγιού, με ενσωματωμένους σπόρους βοτάνων στην εσωτερική συσκευασία (Steeman, 2017).



Εικόνα 7: Βιοδιασπώμενη συσκευασία τσαγιού.

2.3.4 Πρώτη εφαρμογή σε χαρτί

Κλείνοντας το κεφάλαιο με τις εφαρμογές των σπόρων, αξίζει να αναφερθεί η χρήση τους στο χαρτί Eden's από το 1960 (βλ. Εικόνα 8). Το συγκεκριμένο χαρτί είναι διαθέσιμο με διάφορα είδη σπόρων και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τύπωμα. Είναι ένα κλασικό χαρτί περιτυλίγματος το οποίο είναι φτιαγμένο από ανακυκλώσιμες και βιοδιασπώμενες χαρτοπετσέτες. Οι σπόροι είναι τοποθετημένοι ενδιάμεσα των στρώσεων, δεν γίνεται χρήση κόλας και το μελάνι που χρησιμοποιείται είναι φιλικό προς το περιβάλλον (Steeman, 2017).



Εικόνα 8: Χαρτί Eden's με σπόρους.

2.4 Upcycled – Second life products

Μία άλλη κατηγορία προϊόντων που αξίζει να μελετηθεί είναι αυτή των upcycled αντικειμένων, εκ των οποίων υπάρχουν πολλά αξιόλογα παραδείγματα.

2.4.1 Πρακτική προσέγγιση

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το φωτιστικό tail light του Stuart Haygarth, το οποίο είναι κατασκευασμένο από 38 φώτα οχημάτων (βλ. Εικόνα 9). Αρχικά, δεν θεωρούνταν χρηστικά αντικείμενα από μόνα τους. Ο Haygarth κατάφερε με αυτό τον τρόπο να δώσει ζωή, αισθητικό χαρακτήρα και εμπορευσιμότητα σε ένα "άχρηστο αντικείμενο".



Εικόνα 9: Φωτιστικό tail light του Stuart Haygarth.

Ένα άλλο αντικείμενο που συγκαταλέγεται στην ίδια λίστα είναι το Cassette Cabinet, του Patrick Schuur, το οποίο αποτελεί ένδειξη νοσταλγίας για το ό,τι έχουμε χάσει με την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας (βλ. Εικόνα 10). Γι' αυτό το λόγο γίνεται χρήση 918 παλαιών κασετών με σκοπό τη δημιουργία ενός ευρύχωρου αποθηκευτικού χώρου. Αυτό το αντικείμενο εκτός από την χρηστική του αξία απονέμει και φόρο τιμής στις ξεχασμένες μνήμες των ανθρώπων.



Εικόνα 10: Αποθηκευτικός χώρος, Cassette Cabinet, του Patrick Schuur.

Στην ίδια κατηγορία συγκαταλέγεται και η mattress chair, Madam Rubens, σχεδιασμένη από τον Frank Willems (βλ. Εικόνα 11). Ο καλλιτέχνης τοποθετεί παλιά στρώματα σε παλιά πόδια καρέκλων, γνωρίζοντας ότι τα στρώματα δεν αποτελούν ανακυκλώσιμα υλικά. Κάθε καρέκλα είναι μοναδική, αφού κάθε στρώμα διπλώνεται με διαφορετικό τρόπο, ενώ παράλληλα διαφορετικά είναι και τα πόδια κάθε καρέκλας (Emgin, 2012).



Εικόνα 11: Mattress chair, Madam Rubens, σχεδιασμένη από τον Frank Willems.

3 Ερευνητικά Ερωτήματα

Στην παρούσα εργασία θα πραγματοποιηθεί έρευνα δράσης για συλλογή ανατροφοδότησης από το καταναλωτικό κοινό της Κύπρου, και αναμένεται να παρθούν δεδομένα σχετικά με ενδεχόμενη χρήση της τσάντας που σχεδίασε ο παρών ερευνητής. Γενικός στόχος είναι η αύξηση της επιθυμίας του καταναλωτικού κοινού να αγοράσει τη συγκεκριμένη τσάντα.

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι:

1. Τι είδους σχεδιαστικά προβλήματα αντιμετώπισε ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη της προτεινόμενης τσάντας;
2. Πως αντιμετωπίστηκαν οι σχεδιαστικές προκλήσεις της τσάντας;
3. Τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά για να βελτιωθεί ακόμα περισσότερο η τσάντα;

4.2 Περιγραφή των εργαλείων συλλογής δεδομένων

Στην αρχή θα πραγματοποιηθεί η παρατήρηση στα ταμεία υπεραγοράς. Θα ζητηθεί εκ των προτέρων από την ταμεία να ρωτήσει τους καταναλωτές εάν επιθυμούν να αγοράσουν τη συγκεκριμένη τσάντα και ο ερευνητής θα παρατηρεί τις αντιδράσεις τους. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι εντός της υπεραγοράς επάνω σε ένα ειδικό σταντ που σχεδιάστηκε, θα είναι τοποθετημένες τσάντες, αφίσες, κομμάτι χαρτί από την τσάντα, το οποίο έχει ήδη βλάστησει. Παράλληλα θα γίνεται προβολή του βίντεο προώθησής σε ταμπλέτα. Μετά το τέλος της συναλλαγής τους, ο ερευνητής θα χορηγεί στο κάθε καταναλωτή ξεχωριστά ένα σύντομο ερωτηματολόγιο για καλύτερη συλλογή δεδομένων, αλλά και για καταγραφή των στοιχείων τους για το δεύτερο γύρο έρευνας.

Η παρατήρηση θα εφαρμοστεί σε ατομικό επίπεδο σε σύνολο 15 καταναλωτών, στο χώρο της υπεραγοράς. Ο χρόνος της παρατήρησης για κάθε καταναλωτή θα είναι ανάλογος του χρόνου που θα περάσει ο καθένας στο ταμείο. Ο ερευνητής θα καταγράφει τις αντιδράσεις τους σε όλη τη διάρκεια (σχόλια, χαμόγελα, σοβαρότητα, σημάδια συγκέντρωσης - εστίαση προσοχής). Για το ερωτηματολόγιο (Likert Scale) θα χρησιμοποιηθούν οι ακόλουθες τρεις ερωτήσεις:

- 1) Καταλαβαίνετε το σκοπό της τσάντας;
- 2) Θεωρείται πως η τσάντα αυτή είναι εύχρηστη;
- 3) Θα πληρώνατε για μία τέτοια τσάντα;

Στη συνέχεια θα ακολουθήσει η ατομική ημι-δομημένη συνέντευξη σε σύνολο 15 ατόμων. Για αυτές τις συνεντεύξεις οι ερωτήσεις θα είναι:

- 1) Καταλαβαίνετε το σκοπό της τσάντας; Ναι, όχι και γιατί;
- 2) Θεωρείται πως η τσάντα αυτή είναι εύχρηστη; Ναι, όχι και γιατί;
- 3) Θα πληρώνατε για μία τέτοια τσάντα; Ναι, όχι και γιατί;
- 4) Άλλα σχόλια;

5 Περιορισμοί

Για την ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας είναι λογικό να υπάρξουν αρκετοί περιορισμοί στους οποίους πρέπει να γίνει αναφορά. Αρχικά, ένας από τους περιορισμούς της μεθοδολογικής προσέγγισης που θα χρησιμοποιηθεί, είναι ότι τα δεδομένα που θα συλλεγούν, δεν μπορούν να γενικευτούν για ολόκληρο τον πληθυσμό της Κύπρου.

Επίσης, η έρευνα αυτή λόγω του μικρού δείγματος δεν είναι σε θέση να έχει συμπεράσματα σε σχέση με το ρόλο του φύλου και της ηλικίας των καταναλωτών που χρησιμοποίησαν τη τσάντα.

Μέχρι στιγμής δεν μπορεί να γίνει λόγος για το κόστος της τσάντας, αφού αυτό μπορεί να είναι θέμα για μία άλλη έρευνα που θα αποσκοπεί στην εξεύρεση της πιο κατάλληλης και οικονομικής βιομηχανίας ή βιομηχανιών για τη δημιουργία αυτής της τσάντας. Το κόστος αυτής της τσάντας αυτής δεν είναι αντικειμενικό, αφού ο σχεδιαστής δεν είχε υπόψη τον παράγοντα κόστος κατά τη δημιουργία.

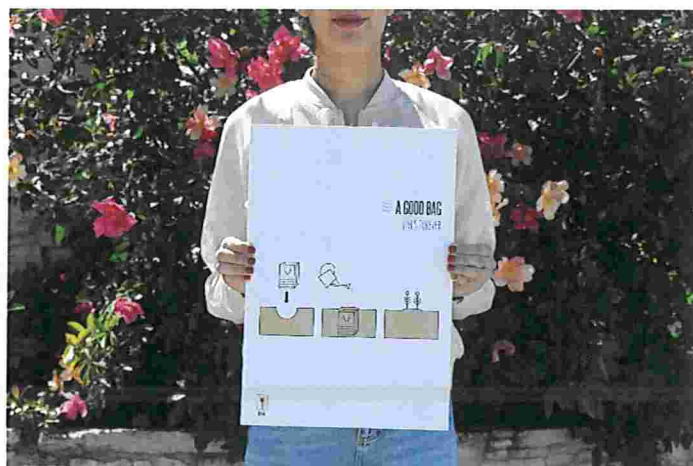
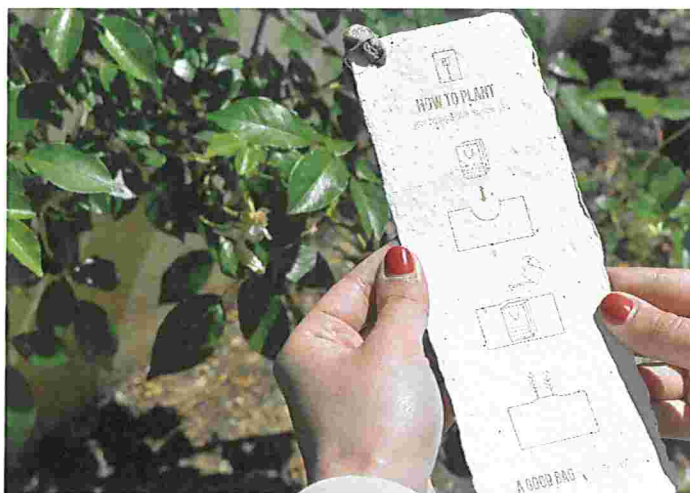
Τέλος για την δημιουργία της τσάντας ήταν διαθέσιμα μόνο χαρτόνια μεγέθους A3 και αυτό εμπόδιζε την δημιουργία μακέτας, που θα έκανε την κατασκευή της τσάντας πιο εύκολη και ανθεκτική.

6 Πρώτος γύρος έρευνας δράσης

Τα δεδομένα για την αξιολόγηση της τσάντας αλλά και της καμπάνιας που την συνοδεύει συλλέχθηκαν μέσω ερωτηματολογίων, παρατήρησης και ημιδομημένων συνεντεύξεων. Συνολικά συμμετείχαν 30 άτομα για την αξιολόγηση του πρώτου γύρου.



Εικόνα 12: Η τσάντα πριν την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου.



Εικόνα 13: Οι αφίσες και οι οδηγίες φύτευσης πριν την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου.

6.1 Ερωτηματολογία

	Q4	Q5	Q6	M1(average)
1	7	4	1	4
2	7	7	7	7
3	2	3	4	3
4	6	5	6	5.666666667
5	7	6	7	6.666666667
6	1	5	4	3.333333333
7	6	5	7	6
8	6	6	6	6
9	7	4	7	6
10	7	6	5	6
11	7	6	6	6.333333333
12	6	7	7	6.666666667
13	6	5	4	5
14	7	7	4	6
15	5	1	5	3.666666667
AVERAGE=	5.8	5.133333333	5.3333	5.422222222
MIN=	1	1	1	3
MAX=	7	7	7	7
MODE=	7	5	7	6
MEDIAN=	6	5	6	6

Πίνακας 2: Αποτελέσματα ερωτηματολογίων πρώτου γύρου έρευνας δράσης.

Όπως βλέπουμε στον Πίνακα 2, από τα ερωτηματολόγια προέκυψε ότι και οι δεκαπέντε ερωτηθέντες τείνουν να συμφωνούν στα ερωτήματα που τέθηκαν. Στο πρώτο ερώτημα αν θεωρούν πως η τσάντα αυτή είναι εύχρηστη παρατηρείται σύγκλιση απόψεων με μέσο όρο 5,1 και στο ερώτημα αν θα πλήρωναν για μια τέτοια τσάντα ο μέσος όρος των απαντήσεων ήταν 5,3. Επιπλέον, είναι σύμφωνοι στο ότι καταλαβαίνουν το σκοπό αυτής της τσάντας με μέσο όρο 5,8. Αυτά τα αποτελέσματα προήλθαν από τους μέσους όρους των απαντήσεων των δεκαπέντε ατόμων στα τρία ερωτήματα. Από τον μέσο όρο και των τριών ερωτήσεων (5.42) εξάγεται το συμπέρασμα ότι και οι 15 ήταν σύμφωνοι και με τα 3 ερωτήματα.

Στα επιπλέον σχόλια οι έξι από τους δεκαπέντε επέλεξαν να μην αναφέρουν κάτι, ενώ δύο ανέφεραν ότι τους άρεσε πολύ η ιδέα και οι υπόλοιποι επτά αναφέρθηκαν στο θέμα του

κόστους της τσάντας, τονίζοντας ότι θα την αγόραζαν ανάλογα με τη τιμή. Οι δύο από αυτούς ήταν αρκετά προβληματισμένοι κατά πόσο αυτή η τσάντα είναι ανθεκτική.

6.2 Παρατήρηση

Η παρατήρηση έγινε μέσω βίντεο στο χώρο της υπεραγοράς και για τους 15 ερωτηθέντες αλλά και για όσους επέλεξαν να μην συμμετέχουν στην έρευνα. Πολλοί ήταν αυτοί που παρατηρούσαν από απόσταση το σταντ, προσπαθώντας να καταλάβουν περί τίνος πρόκειται. Το κοινό που επέλεξε να συμμετέχει στην έρευνα δεν δίστασε να αγγίξει και να δοκιμάσει την τσάντα με προϊόντα που αγόρασε. Η παρουσία του ερευνητή βοήθησε στην κατανόηση του σκοπού αυτής της τσάντας, αφού δεν είχε γίνει η ανάλογη προώθησή της προηγουμένως. Η αφίσα και το σταντ δεν ήταν ικανοποιητικά για την κατανόηση του σκοπού της και αυτό φάνηκε τόσο από τα ερωτηματολόγια όσο και από τις αντιδράσεις του κοινού, όταν ο ερευνητής εξηγούσε τον τρόπο χρήσης της. Τέλος, κάτι καθαρά πρακτικό που φάνηκε μέσα από την παρατήρηση ήταν ότι το σταντ με τις τσάντες “χανόταν” στο βαρυφορτωμένο περιβάλλον της υπεραγοράς.

6.3 Ημιδομημένες συνεντεύξεις

Από τις ημιδομημένες συνεντεύξεις προέκυψαν σημαντικές παρατηρήσεις και σχόλια για βελτίωση της τσάντας. Πιο συγκεκριμένα από τις συνεντεύξεις 5, 7, 9, 11 και 13 αναφέρθηκε προβληματισμός, κατά πόσο αυτή η τσάντα είναι ανθεκτική, ενώ αρκετοί ήταν αυτοί που πρότειναν κάποιες λύσεις στο πρόβλημα. Μερικές από αυτές ήταν η προσθήκη ξύλινης βάσης, στη συνέντευξη 12 και η προσθήκη υφάσματος στη συνέντευξη 5. Δύο από τους δεκαπέντε ανέφεραν ότι θα ήθελαν αυτή η τσάντα να διπλώνει για πιο εύκολη αποθήκευση (συνεντεύξεις 1 και 4) και θα ήθελαν να υπάρχει χώρος φύλαξης πορτοφολιού (συνεντεύξεις 1 και 2). Στις συνεντεύξεις 3 και 8

αναφέρθηκε ότι θα ήθελαν την ετικέτα με τις οδηγίες φύτευσης πιο μικρή και στις συνεντεύξεις 1 και 2, ότι θα ήθελαν τις πληροφορίες της πιο αναλυτικές. Επίσης έγινε αναφορά για το μέγεθος της τσάντας με κάποιους να αναφέρουν ότι την προτιμούν πιο μεγάλη (συνεντεύξεις 4, 5, 7). Στη συνέντευξη 1 και 11 αναφέρθηκε ότι τα χερούλια, θα μπορούσαν με κάποιο τρόπο να βγαίνουν και να χρησιμοποιούνται μετά σε άλλη τσάντα ή να έχουν μία δεύτερη χρήση.

Μέχρι τώρα τα πιο πάνω αναφέρθηκαν σε περισσότερες από μία συνεντεύξεις, όμως κάθε συνέντευξη ξεχωριστά είχε κάτι διαφορετικό να προτείνει.

Συνέντευξη 1:

- Να αναγράφεται στη τσάντα και στις αφίσες, τι σημαίνει η συντομογραφία brb.
- Αλλαγές στη σύνταξη και στην ορθογραφία του κειμένου στο βίντεο.
- Το βίντεο να χωριστεί σε 3 μικρότερα. (διαδικασία παραγωγής, διαδικασία αγοράς και διαδικασία φύτευσης).
- Οι αφίσες να είναι δίχρωμες, στα χρώματα της τσάντας (ώχρα και χακί).
- Να υπάρχει barcode στη τσάντα.
- Στην αφίσα να αναγράφεται ο χώρος που μπορείς να την προμηθευτείς αλλά και η τιμή της.

Συνέντευξη 2:

- Να κλείνει καλύτερα.

Συνέντευξη 3:

- Να αφαιρεθούν τα ξύλινα χερούλια.

Συνέντευξη 5:

- Να γίνουν δοκιμές αντοχής του βάρους.

Συνέντευξη 6:

- Να μην είναι ραμμένη αλλά μακέτα με διπλώσεις.

Συνέντευξη 8:

- Πιο μεγάλα χερούλια.
- Πιο μικρή σε μήκος.

Συνέντευξη 9:

- Αλλαγές στη διάρκεια εμφάνισης των πληροφοριών στο βίντεο.

Συνέντευξη 10:

- Προώθησή της σε ένα συγκεκριμένο χώρο, όπου το κοινό θα ανταποκριθεί καλύτερα στην αγορά, όπως καταστήματα με βιολογικά προϊόντα.

Συνέντευξη 11:

- Πιο έντονα χρώματα στη τσάντα.
- Να δίνεται δώρο γλάστρα μαζί με τη τσάντα.
- Η τσάντα να υπάρχει σε διάφορα χρώματα.

Συνέντευξη 13:

- Η τσάντα να υπάρχει σε διάφορα μεγέθη.

6.4 Συμπεράσματα πρώτου γύρου

Μέσα από τα ερωτηματολόγια, τις συνεντεύξεις και την παρατήρηση προέκυψε η ανάγκη βελτίωσης τόσο της τσάντας όσο και της καμπάνιας που την συνόδευε. Κύριος στόχος στο κομμάτι της βελτίωσης έπρεπε να ήταν η δημιουργία μιας πιο ανθεκτικής τσάντας. Γι' αυτό δημιουργήθηκε επιπλέον υφασμάτινη βάση με ενσωματωμένο χαρτόνι (εισηγήσεις συνέντευξης 12 και 5) και μειώθηκε το ύψος της τσάντας για να μην σχίζεται στις γωνίες κατά την προσπάθεια τοποθέτησης προϊόντων. Μία άλλη βελτίωση που έγινε ήταν η δημιουργία επιπλέον χώρου φύλαξης πορτοφολιού και κινητού τηλεφώνου (συνεντεύξεις 1 και 2), στον οποίο τοποθετήθηκαν και οι ενημερωμένες οδηγίες φύτευσης. Οι οδηγίες φύτευσης

μεγάλωσαν, αν και δύο άτομα ανέφεραν ότι θα τις προτιμούσαν μικρότερες γιατί εμπόδιζαν όταν βρίσκονταν στην εξωτερική πλευρά. Έτσι για να γίνουν πιο αναλυτικές οι οδηγίες φύτευσης, όπως ανέφεραν στις συνεντεύξεις 1 και 2 και για να μην αποτελούν εμπόδιο τοποθετήθηκαν στο εσωτερικό. Ακόμη, η τσάντα μεγάλωσε σε πλάτος αλλά ήταν αδύνατον να μπορεί να διπλώσει, αφού με την χάραξη στο κάτω μέρος θα γινόταν λιγότερο ανθεκτική. Η προεξοχή της βάσης μεγάλωσε για να μπορεί να περάσει η μηχανή ραψίματος ευκολότερα, διότι στην αρχική τσάντα η ραφή της βάσης ήταν δύσκολη, με αποτέλεσμα να μην είναι τόσο ανθεκτική.

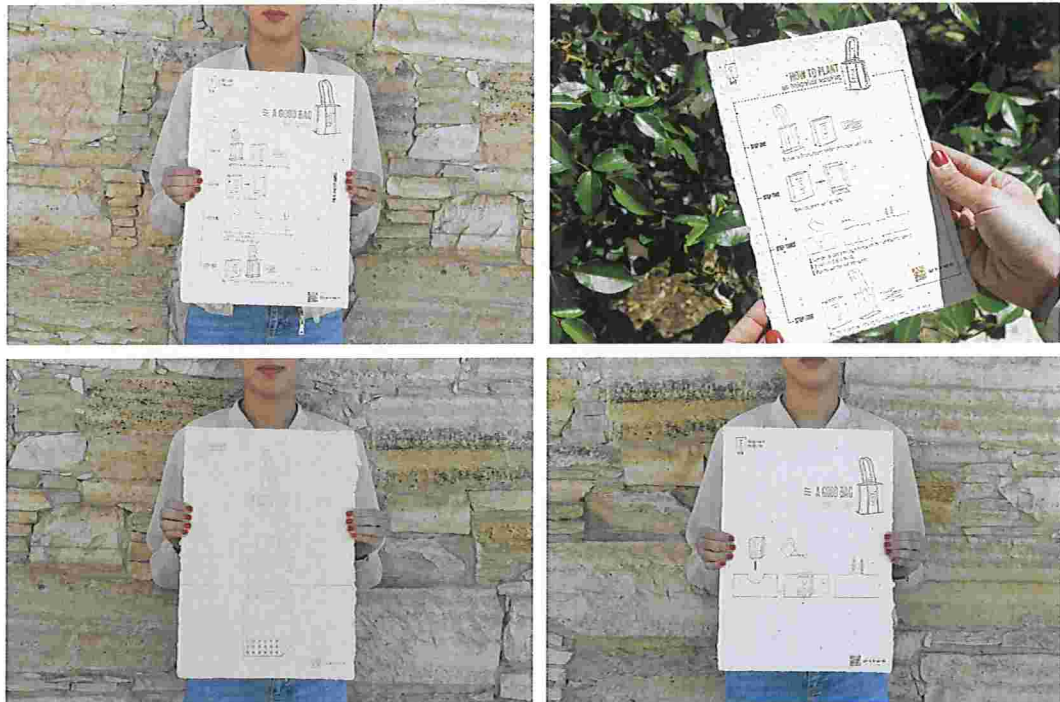
Τα ξύλινα και υφασμάτινα χερούλια αναβαθμίστηκαν και μπορούν πλέον να αφαιρεθούν και να χρησιμοποιηθούν ξανά με αγορά μόνο του χάρτινου μέρους. Στη τσάντα δεν προστέθηκε barcode, αφού η τιμή δεν είναι γνωστή και τα ξύλινα χερούλια δεν αφαιρέθηκαν για να επιτρέπουν στο χρήστη να κρατά την τσάντα στο χέρι, κυρίως όμως επειδή το μπαμπού είναι ανεξίτηλη πηγή. Τα χρώματα παρέμειναν τα ίδια για διατήρηση της οπτικής ταυτότητας της τσάντας, χωρίς να αποκλείεται η μελλοντική δημιουργία τσαντών με διάφορους χρωματισμούς.

Στις αφίσες προστέθηκε η έννοια του brb και barcode για σκανάρισμα σε περίπτωση αναζήτησης περισσότερων πληροφοριών. Οι δύο αφίσες παρέμειναν ως είχαν με κάποιες μικροαλλαγές. Αρχικά δημιουργήθηκαν με λέιζερ για αποφυγή της χρήσης του μελανιού, σε χαρτί με σπόρους ή ανακυκλώσιμο για καλύτερη μεταφορά του μηνύματος. Δημιουργήθηκε και μία τρίτη αφίσα με αναλυτικές οδηγίες χρήσης της τσάντας, που θυμίζει τις οδηγίες φύτευσης, αφού οι άλλες δύο μετέφεραν την γενική ιδέα μόνο.

Στο βίντεο έγινε προσθήκη φωνής, διορθώσεις σε χρόνους και ορθογραφίας, όμως ήταν αδύνατον να χωριστεί σε μικρότερα βίντεο, αφού το δείγμα έπρεπε να το παρακολουθήσει όλο, για να αποκτήσει μια ολοκληρωμένη εικόνα.



Εικόνα 14: Η τσάντα μετά την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου.



Εικόνα 15: Οι αφίσες και οι οδηγίες φύτευσης μετά την ολοκλήρωση της αξιολόγησης του πρώτου γύρου.

7 Δεύτερος γύρος έρευνας δράσης

Στο δεύτερο γύρο τα δεδομένα για την αξιολόγηση της τσάντας αλλά και της καμπάνιας που την συνοδεύει συλλέχθηκαν με συνεντεύξεις των δέκα εκ των δεκαπέντε ατόμων, τα οποία συμμετείχαν με ερωτηματολόγια και παρατήρηση στην υπεραγορά κατά τη διάρκεια του πρώτου γύρου. Παράλληλα η αξιολόγηση έγινε και με ομάδα εστίασης πέντε ατόμων από τα δεκαπέντε που συμμετείχαν στο πρώτο γύρο με συνεντεύξεις. Συνολικά συμμετείχαν δεκαπέντε άτομα για την αξιολόγηση του δεύτερου γύρου, με τα οποία ο ερευνητής ήρθε σε επαφή τηλεφωνικά και ήταν διαθέσιμα για την αξιολόγηση του δεύτερου γύρου.

7.1 Ερωτήσεις ημιδομημένων συνεντεύξεων και ομάδας εστίασης

1. Ποια η γνώμη σας για τη τσάντα και γιατί;
2. Τι θα μπορούσε να γίνει για να βελτιωθεί;

7.2 Ημιδομημένες συνεντεύξεις

Από τις ημιδομημένες συνεντεύξεις του δεύτερου γύρου προέκυψαν σημαντικές παρατηρήσεις και σχόλια για ακόμα περισσότερη βελτίωση της τσάντας. Πιο συγκεκριμένα έγινε ξανά αναφορά στην επιθυμία τους η τσάντα αυτή να διπλώνει (συνέντευξη 1) για πιο εύκολη αποθήκευση στο αυτοκίνητο και στο σπίτι αλλά όπως προαναφέραμε στα συμπεράσματα του πρώτου γύρου, η χάραξη στο κάτω μέρος θα έκανε τη τσάντα λιγότερο ανθεκτική. Επίσης αρκετοί ήταν αυτοί που ανέφεραν ότι προτιμούν τις αρχικές αφίσες με κανονικό έγχρωμο τύπωμα, παρά τις καινούριες με χάραξη λέιζερ σε χαρτί με σπόρους, με την αιτιολόγηση ότι το χρώμα ελκύει την προσοχή, και κατ' επέκταση κατά αυτόν τον τρόπο οι αφίσες θα μεταφέρουν πιο εύκολα το μήνυμα στο περιβάλλον της υπεραγοράς (συνέντευξη 1, 3, 4, 7, 8,

9 και 10). Στη συνέντευξη 3 έγινε εισήγηση για προσθήκη μόνο ενός μέρους χαρτιού με σπόρους στην αφίσα, με σκοπό την παραπομπή στο υλικό της τσάντας. Ακόμη έγινε σύγκριση με την αρχική τσάντα, η οποία εμφανισιακά ήταν κομψότερη (συνέντευξη 1), γεγονός που θα ήθελαν να επαναληφθεί και στην διαφοροποιημένη τσάντα. Συγκεκριμένα, η προεξοχή στο κάτω μέρος (βάση) θα ήθελαν να είναι πιο μικρή (συνέντευξη 3, 6, 7, και 10) εξηγώντας το ενδεχόμενο να αποτελεί εμπόδιο στα πόδια κατά τη μεταφορά της και τονίζοντας παράλληλα ότι είναι αντιαισθητική. Επιπρόσθετα προέκυψε και η εισήγηση τα ξύλινα χέρια να είναι σε όρθια θέση και σταθερά όπως η αρχική (συνέντευξη 6). Το μέγεθος και αυτή τη φορά δεν ικανοποίησε μέρος των ερωτηθέντων, αφού ανέφεραν ότι θα την ήθελαν ακόμα πιο μεγάλη (συνέντευξη 2, 4 και 10). Τα ξύλινα χέρια προβλημάτισαν εκ νέου έναν από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, παρόλο που τα θεωρούσε βοηθητικά (συνέντευξη 5). Στην συνέντευξη 7 αναφέρθηκε ότι θα ήταν πιο ασφαλές εάν η τσάντα έκλεινε με κάποιο τρόπο. Τέλος, στην συνέντευξη 10 έγινε λόγος για χρήση χρώματος στο λογότυπο και για τοποθέτηση επιπλέον πληροφοριών στις αφίσες, όπως τιμή και χώρος από τον οποίο μπορεί το κοινό να την προμηθευτεί.

7.3 Ομάδα εστίασης

Η ομάδα εστίασης των πέντε ατόμων έφερε στην επιφάνεια ενδιαφέροντα θέματα προς συζήτηση. Αρχικά έγινε προβολή του διορθωμένου βίντεο και στη συνέχεια της νέας τσάντας και των νέων αφισών. Οι αλλαγές που έγιναν στην τσάντα φάνηκαν να ικανοποιούν αρκετά τους συμμετέχοντες αφού ακούστηκαν σχόλια όπως “Εξολόθρευσε όλες τις ατέλειες”, “Πιο λειτουργική” και “Πιο ανθεκτική βάση”. Αντίθετα η αλλαγή της μεθόδου εκτύπωσης των αφισών δεν τους ικανοποίησε, αναφέροντας ότι προτιμούν τις αρχικές αφίσες με χρώμα, στις οποίες είναι πιο ευδιάκριτες οι πληροφορίες και έχουν επιπλέον πιο οικονομική εκτύπωση, προσθέτοντας ότι θα τις προτιμούσαν σε πιο μεγάλο μέγεθος. Όπως ήταν αναμενόμενο

προέκυψαν και αρκετές εισηγήσεις για βελτίωση της τσάντας. Μία από αυτές ήταν η μείωση της προεξοχής της βάσης και οι γωνίες της να είναι κυκλικές. Εκτός αυτού έγινε λόγος σχετικά με τα ξύλινα χέρια, αναφέροντας ότι θα προτιμούσαν να αφαιρεθούν. Σχετικά με την αναγραφή στη τσάντα, ανέφεραν ότι θα ήθελαν να αναγράφεται και στη τσάντα το ολοκληρωμένο της όνομα και όχι μόνο τα αρχικά του. Ακόμη, το θέμα της δίπλωσης της τσάντας ήρθε ξανά στην επιφάνεια, αφού μία τσάντα όπως αυτή δεν μπορεί να αποθηκευτεί εύκολα. Επίσης έγιναν εισηγήσεις κατά τις οποίες αναφέρθηκε ότι προτιμάται η θήκη να είναι μεγαλύτερη και να μπορούν να επιλέξουν την ποικιλία των σπόρων που θα περιέχει η τσάντα τους. Τέλος, έγινε εισήγηση για προώθησή της σε καταστήματα με οικολογικά προϊόντα.

7.4 Συμπεράσματα δεύτερου γύρου

Μέσα και από τους δύο κύκλους της έρευνας είναι σαφές ότι η τσάντα αυτή πρέπει με κάποιο τρόπο να διπλώνεται, χωρίς να μειώνεται η ανθεκτικότητά της. Οι αφίσες που χρησιμοποιήθηκαν στο πρώτο γύρο της έρευνας φαίνεται να μεταφέρουν άμεσα το μήνυμά τους και να προσελκύουν τη προσοχή του κοινού, σε αντίθεση με τις αφίσες του δεύτερου γύρου. Εξαιτίας αυτού προέκυψε η ανάγκη για κάποιες μικροαλλαγές μόνο στις αρχικές αφίσες. Παρατηρήθηκε ακόμη ότι η αρχική τσάντα ικανοποιούσε αισθητικά το κοινό, ενώ η δεύτερη πρακτικά, γι' αυτό καλό θα ήταν μεταγενέστερα να γίνει ένας συνδυασμός των δύο. Ο προβληματισμός του κοινού απέναντι στα ξύλινα χέρια μπαμπού φέρνει στο προσκήνιο την ανάγκη τσαντών με ή χωρίς τα εν λόγω χέρια. Επιπλέον προβληματισμοί του κοινού φανερώνουν την ανάγκη για δημιουργία τσαντών σε διάφορα μεγέθη και χρώματα, καθώς γίνονται φανεροί και προβληματισμοί για την ποικιλία των σπόρων. Επίσης, η εσωτερική θήκη θα μπορούσε να μεγαλώσει και η τσάντα θα ήταν καλύτερο να κλείνει για λόγους ασφαλείας. Τέλος, το βίντεο φαίνεται να μεταφέρει εύκολα βασικές πληροφορίες και να απαντά σε

ερωτήματα, τα οποία η ίδια η τσάντα σε συνδυασμό με τις αφίσες δεν μπορούν να απαντήσουν.

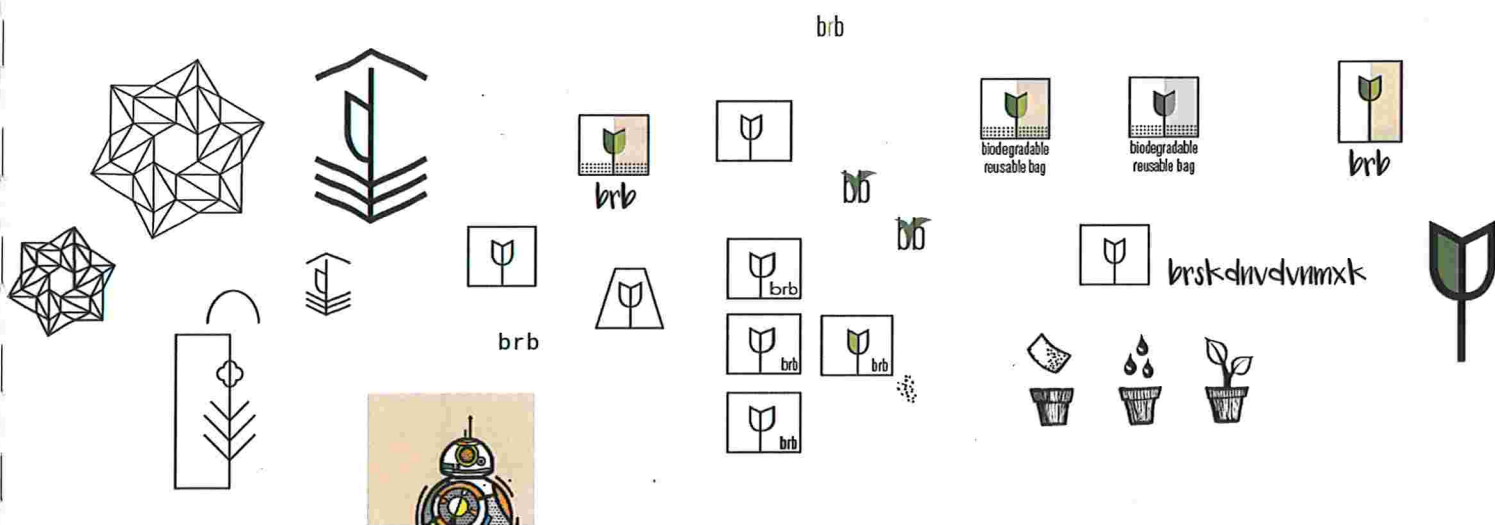
Συμπερασματικά, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η συλλογή ανατροφοδότησης από το κοινό μέσα από την έρευνα δράσης μπορεί να βελτιώσει σε μεγάλο βαθμό το τελικό προϊόν, ειδικά εάν αυτή η διαδικασία επαναληφθεί αρκετές φορές. Παρ' όλα αυτά είναι πιθανό να επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα, εάν ο ερευνητής δεν καταφέρει να φιλτράρει σωστά τα δεδομένα που προκύπτουν από κάθε κύκλο της έρευνας.

8 Περιγραφή πρακτικής ανάπτυξης

Σε αυτό το μέρος της παρούσας έρευνας θα γίνει αναφορά στο σχεδιαστικό - πρακτικό κομμάτι.

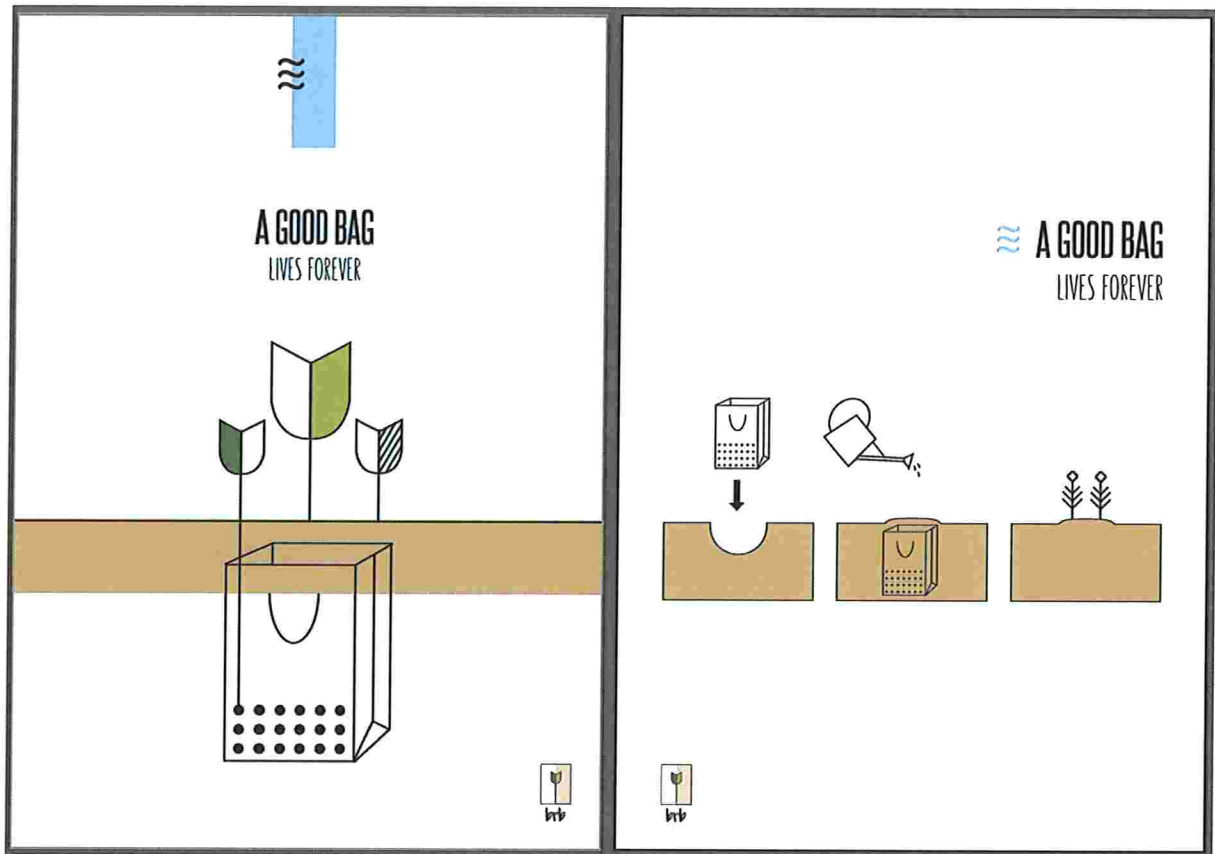
8.1 Λογότυπο

Αρχικά, πραγματοποιήθηκε ο σχεδιασμός του λογοτύπου και ο καθορισμός του ονόματος της τσάντας μετά από εκτεταμένη έρευνα σε σχετικά βιβλία. Έγιναν διάφορα, προσχέδια στο illustrator (βλ. Εικόνα 16).



Εικόνα 16: Ανάπτυξη ιδεών για το λογότυπο.

Δοκιμάστηκαν διάφορες εφαρμογές σχεδίασης, από τις οποίες έγινε επιλογή δύο (βλ. Εικόνα 22). Το σλόγκαν που επικράτησε ήταν το "A good bag lives forever" το οποίο φαινόταν να δένει με τις σχεδιαστικές προσεγγίσεις και να συμπληρώνει το μήνυμα που έπρεπε να μεταφερθεί.



Εικόνα 22: Τελικές αφίσες για αξιολόγηση πρώτου γύρου έρευνας δράσης.

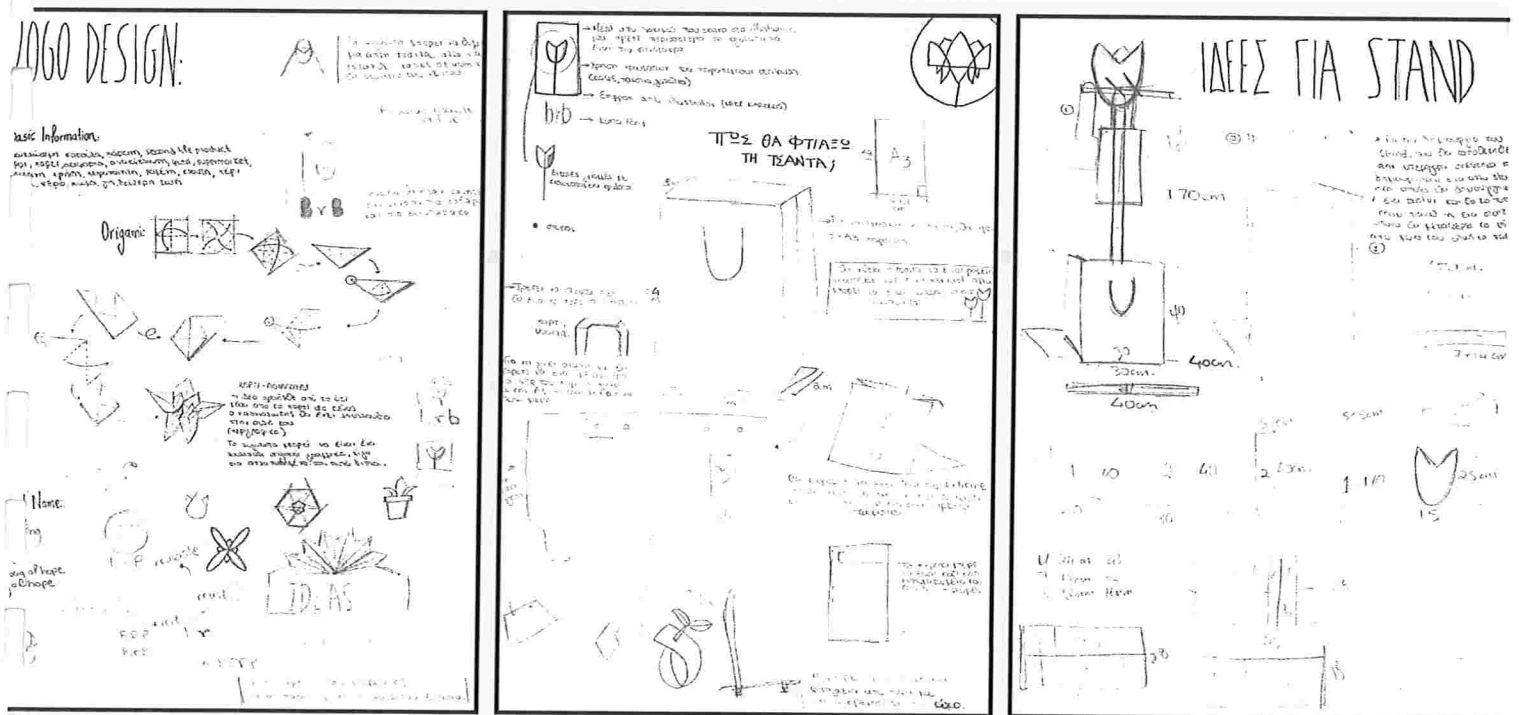
8.4 Σταντ

Για την αξιολόγηση της τσάντας έπρεπε να δημιουργηθεί και το ανάλογο σταντ στο οποίο θα τοποθετούνταν οι τσάντες στο χώρο της υπεραγοράς. Το σταντ το ίδιο όμως θα μπορούσε να μεταφέρει το μήνυμα (guerilla advertising), αφού θα μπορούσε να τοποθετηθεί ανεξάρτητο σε διάφορους χώρους για προώθηση της, αλλά θα μπορούσε να έχει και άλλες χρησιμικές αξίες. Στην προκειμένη περίπτωση, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως κρεμάστρα παλτών και για

χώρο τοποθέτησης ομπρελών. Σε πιο μικρές εφαρμογές θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως σταχτοδοχείο ή ως χώρος τοποθέτησης του αλατιού και του πιπεριού.

8.5 Βίντεο

Για ενημέρωση του κοινού δημιουργήθηκε ένα μικρό βίντεο για προώθηση της συγκεκριμένης τσάντας με τη χρήση των λογισμικών Premiere και After Effect. Το βίντεο βοήθησε στην καλύτερη αξιολόγηση της τσάντας και στους δύο γύρους της έρευνας. Περιλαμβάνει την διαδικασία παραγωγής της τσάντας, τα υλικά και μέσα που χρησιμοποιήθηκαν, τον τρόπο χρήσης και φύτευσης. Τέλος περιέχει υπότιτλους στα αγγλικά και αφήγηση στα ελληνικά.



Εικόνα 23: Αρχικά προσχέδια στο sketchbook.

9 Συμπεράσματα

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας ήταν να μελετηθεί εάν η συγκεκριμένη τσάντα μπορεί να έχει κάποια απήχηση στο καταναλωτικό κοινό της Κύπρου. Μέσα από τους δύο κύκλους της έρευνας φαίνεται ότι το κοινό θα ανταποκρινόταν θετικά σε ένα τέτοιο προϊόν, εάν πληρούσε κάποιες βασικές προϋποθέσεις. Αυτές είναι η ανθεκτικότητα, η λειτουργικότητα, η απλότητα, η οικονομία και στην προκειμένη περίπτωση η δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης.

Αυτές οι προϋποθέσεις ήταν και τα κύρια “προβλήματα” που έπρεπε να αντιμετωπισθούν κατά τη διαδικασία του σχεδιασμού. Αρχικά στο κομμάτι της ανθεκτικότητας, προστέθηκε ενισχυτική χάρτινη βάση με υφασμάτινο κάλυμμα που ενώνεται με τα υφασμάτινα χέρια, η βάση του χάρτινου μέρους της τσάντας έγινε διπλή, με ενισχυτικές κάθετες λωρίδες και μεγάλωσε η προεξοχή της βάσης, για να μπορεί η τσάντα να ραφτεί καλύτερα.

Στο κομμάτι της λειτουργικότητας προστέθηκαν δύο ειδών χέρια για κράτημα στο χέρι και στον ώμο, έγινε πιο μεγάλη σε πλάτος και πιο μικρή σε ύψος για μεγαλύτερη χωρητικότητα και προστέθηκε θήκη για κινητό και πορτοφόλι. Επίσης δημιουργήθηκαν πιο αναλυτικές οδηγίες για φύτευση της τσάντας, που δεν υπήρχαν προηγουμένως. Έχοντας ως σκοπό η τσάντα να συνεχίσει να είναι απλή διατηρήθηκαν τα γήινα χρώματα και το απλό γραμμικό λογότυπο. Για λόγους οικονομίας και για περαιτέρω επαναχρησιμοποίηση τα χέρια μπορούν να αφαιρούνται και να χρησιμοποιούνται ξανά με την αγορά μόνο του χάρτινου μέρους της τσάντας. Μελλοντικά θα ήταν καλό η τσάντα να μην ράβεται, αλλά να δημιουργείται από ένα μεγάλο ανάπτυγμα, να διπλώνει και να είναι διαθέσιμη σε διάφορα μεγέθη και ποικιλίες σπόρων.

Εκτός από αυτές τις βασικές προϋποθέσεις, υπάρχουν και κάποιες δευτερεύουσες, οι οποίες μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τις προτιμήσεις και τις προτεραιότητες του κάθε ατόμου.

10 Εισηγήσεις για μελλοντική έρευνα

Η πτυχιακή εργασία αποτελεί ένα μικρό μέρος της έρευνας που πρέπει να γίνει πριν τη διάθεση αυτής της τσάντας στην αγορά. Είναι βέβαιο ότι θα πρέπει να ακολουθήσουν και άλλοι γύροι αξιολογήσεων για τελειοποίηση της τσάντας και να πραγματοποιηθούν ξεχωριστές μελέτες για θέματα κόστους και αναζήτησης βιομηχανιών μαζικής παραγωγής της. Ακόμη, θα ήταν καλό να πραγματοποιηθεί έρευνα σχετικά με το ποιο USP θα έχει τη μεγαλύτερη ανταπόκριση, αρχικά στο καταναλωτικό κοινό της Κύπρου και έπειτα σε άλλες χώρες, σε περίπτωση προώθησής της στο εξωτερικό. Οι πιο πάνω έρευνες θα κρίνουν εάν αυτό το προϊόν με περαιτέρω βελτιώσεις αξίζει να τοποθετηθεί στην αγορά.

12 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

12.1 Παράρτημα 1: Πρωτόκολλο ημιδομημένης συνεντεύξης πρώτου γύρου

Η συνέντευξη αυτή έχει ως σκοπό, να ερευνήσει τις στάσεις του καταναλωτικού κοινού της Κύπρου απέναντι στη τσάντα που σχεδιάστηκε αλλά και στη καμπάνια που τη συνοδεύει, στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή του τμήματος «Πολυμέσων και Γραφικών Τέχνων», στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Στη συνέντευξη καλείστε να συμπληρώσετε προσωπικά στοιχεία σας για να έχουμε πρόσβαση σε εσάς στο δεύτερο μέρος της έρευνας. Σας διαβεβαιώνουμε ότι δεν πρόκειται να διαρρεύσουν τα προσωπικά σας δεδομένα.

1. Ονοματεπώνυμο:
2. Κινητό η Σταθερό τηλέφωνο:
3. Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (email):
5. Καταλαβαίνετε το σκοπό της τσάντας; Ναι, όχι και γιατί;
6. Θεωρείτε ότι η τσάντα αυτή είναι εύχρηστη; Ναι, όχι και γιατί;
7. Θα πληρώνατε για μία τέτοια τσάντα; Ναι, όχι και γιατί;
8. Άλλα σχόλια;

12.2 Παράρτημα 2: Πρωτόκολλο ερωτηματολογίου πρώτου γύρου

Το ερωτηματολόγιο αυτό έχει ως σκοπό, να ερευνήσει τις στάσεις του καταναλωτικού κοινού της Κύπρου απέναντι στη τσάντα που σχεδιάστηκε αλλά και στη καμπάνια που τη συνοδεύει, στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή του τμήματος «Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών», στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Στο ερωτηματολόγιο καλείστε να συμπληρώσετε προσωπικά στοιχεία σας για να έχουμε πρόσβαση σε εσάς στο δεύτερο μέρος της έρευνας. Σας διαβεβαιώνουμε ότι δεν πρόκειται να διαρρεύσουν τα προσωπικά σας δεδομένα.

1. Ονοματεπώνυμο:

2. Κινητό η Σταθερό τηλέφωνο:

3. Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (email):

5. Καταλαβαίνετε το σκοπό της τσάντας;

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Τείνω να διαφωνήσω	Ουδέτερη στάση	Τείνω να συμφωνήσω	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα

6. Θεωρείται πως η τσάντα αυτή είναι εύχρηστη;

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Τείνω να διαφωνήσω	Ουδέτερη στάση	Τείνω να συμφωνήσω	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα

7. Θα πληρώνατε για μία τέτοια τσάντα;

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Τείνω να διαφωνήσω	Ουδέτερη στάση	Τείνω να συμφωνήσω	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα

8. Άλλα σχόλια;

12.3 Παράρτημα 3: Πρωτόκολλο ημιδομημένης συνεντεύξης δεύτερου γύρου

Η συνέντευξη αυτή έχει ως σκοπό, να ερευνήσει τις στάσεις του καταναλωτικού κοινού της Κύπρου απέναντι στη τσάντα που σχεδιάστηκε αλλά και στη καμπάνια που τη συνοδεύει, στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή του τμήματος «Πολυμέσων και Γραφικών Τέχνων», στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Αυτό είναι το δεύτερο μέρος της έρευνας. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η συνέντευξη αυτή θα χρησιμοποιηθεί για καθαρά ακαδημαϊκούς σκοπούς.

1. Ποια η γνώμη σας για τη τσάντα και γιατί;
2. Τι θα μπορούσε να γίνει για να βελτιωθεί;

12.4 Παράρτημα 4: Πρωτόκολλο ομάδας εστίασης δεύτερου γύρου

Η συνέντευξη αυτή έχει ως σκοπό, να ερευνήσει τις στάσεις του καταναλωτικού κοινού της Κύπρου απέναντι στη τσάντα που σχεδιάστηκε αλλά και στη καμπάνια που τη συνοδεύει, στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή του τμήματος «Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών», στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Αυτό είναι το δεύτερο μέρος της έρευνας. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η συνέντευξη αυτή θα χρησιμοποιηθεί για καθαρά ακαδημαϊκούς σκοπούς.

1. Ποια η γνώμη σας για τη τσάντα και γιατί;
2. Τι θα μπορούσε να γίνει για να βελτιωθεί;

12.5 Παράρτημα 5: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης ημιδομημένης συνεντεύξης πρώτου γύρου

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (ΤΕΠΑΚ), θα γίνει αξιολόγηση της νέας βιοδιασπώμενης επαναχρησιμοποιήσιμης τσάντας που δημιούργησε ο φοιτητής από εσάς. Για καλύτερη συλλογή πληροφοριών ζητείται η άδεια σας για ηχογράφηση καθ' όλη τη διάρκεια της παρούσας συνέντευξής σας. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η ηχογράφηση θα χρησιμοποιηθεί καθαρά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Υπογραφή

.....

Ευχαριστώ θερμά,

Νικόλας Φαλάς

12.6 Παράρτημα 6: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης παρακολούθησης πρώτου γύρου

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (ΤΕΠΑΚ), θα γίνει αξιολόγηση της νέας βιοδιασπώμενης επαναχρησιμοποιήσιμης τσάντας που δημιούργησε ο φοιτητής από εσάς. Για καλύτερη συλλογή πληροφοριών ζητείται η άδεια σας για χρήση της βιντεογράφησης που πραγματοποιήθηκε καθ' όλη τη διάρκεια της παρακολούθησής σας αλλά και για τη δημιουργία ενός βίντεο. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η βιντεογράφηση θα χρησιμοποιηθεί καθαρά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Υπογραφή

.....

Ευχαριστώ θερμά,

Νικόλας Φαλάς

12.7 Παράρτημα 7: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης υπεραγοράς

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (ΤΕΠΑΚ), ζητείται η άδεια για διεξαγωγή έρευνας στην υπεραγορά σας, Smart Πέρα Χωρίου. Θα γίνει αξιολόγηση της νέας βιοδιασπώμενης επαναχρησιμοποιήσιμης τσάντας που δημιούργησε ο φοιτητής από το καταναλωτικό κοινό. Για την καλύτερη συλλογή πληροφοριών, θα θέλαμε την άδειά σας, για βιντεογράφιση καθ' όλη τη διάρκεια της συνέντευξης αλλά και για τη δημιουργία ενός βίντεο. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η βιντεογράφιση θα χρησιμοποιηθεί καθαρά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Υπογραφή

.....

Ευχαριστώ θερμά,

Νικόλας Φαλάς

12.8 Παράρτημα 8: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης ημιδομημένης συνεντεύξης δεύτερου γύρου

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (ΤΕΠΑΚ), θα γίνει αξιολόγηση της νέας βιοδιασπώμενης επαναχρησιμοποιήσιμης τσάντας που δημιούργησε ο φοιτητής από εσάς. Αυτό είναι το δεύτερο μέρος της έρευνας. Για καλύτερη συλλογή πληροφοριών ζητείται η άδεια σας για ηχογράφηση καθ' όλη τη διάρκεια της παρούσας συνέντευξής σας. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η ηχογράφηση θα χρησιμοποιηθεί καθαρά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Υπογραφή

.....

Ευχαριστώ θερμά,

Νικόλας Φαλάς

12.9 Παράρτημα 9: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης ημιδομημένης συνεντεύξης δεύτερου γύρου

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας φοιτητή στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (ΤΕΠΑΚ), θα γίνει αξιολόγηση της νέας βιοδιασπώμενης επαναχρησιμοποιήσιμης τσάντας που δημιούργησε ο φοιτητής από εσάς. Αυτό είναι το δεύτερο μέρος της έρευνας. Για καλύτερη συλλογή πληροφοριών ζητείται η άδεια σας για ηχογράφηση καθ' όλη τη διάρκεια της παρούσας ομάδας εστίασης. Σας διαβεβαιώνουμε ότι η ηχογράφηση θα χρησιμοποιηθεί καθαρά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Υπογραφή

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Ευχαριστώ θερμά,

Νικόλας Φαλάς