

# **Jakamistalous ja liikkumisen palvelut – hyödyt kuluttajakäyttämisen näkökulmasta**

Markkinoinnin  
pro gradu -tutkielma

Laatija: Santeri Petrell

Ohjaaja:  
Prof. Elina Jaakkola

20.06.2023

Turku

Turun yliopiston laatujajestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

Pro gradu -tutkielma

**Oppiaine:** Markkinointi

**Tekijä(t):** Santeri Petrell

**Otsikko:** Jakamistalous ja liikkumisen palvelut – hyödyt kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta

**Ohjaaja(t):** Prof. Elina Jaakkola

**Sivumäärä:** 76 sivua + liitteet 1 sivua

**Päivämäärä:** 20.06.2023

### **Tiivistelmä:**

Jakamistalous on yksi tämän vuosituhannen talouden megatrendeistä. Samaan aikaan liikkuminen on murroksessa ja liikkumisen tarpeisiin yritetään jatkuvasti löytää kestäviä ratkaisuja. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaisia hyötyjä kuluttajat kokevat saavansa jakamistalouden liikkumisen palveluista ja miten palveluita voisi kuluttajien mielestä edelleen kehittää. Jakamistaloudella tarkoitetaan uudenlaista talouden muotoa, jossa jaetaan resursseja, tavoitteena tehostaa joutilaiden resurssien käyttöä. Palveluissa nähdään kuluttamisen kannalta vaihtoehtoja omistamiselle. Se mahdollistaa yksilöllisiä kulutuskokemuksia ilman oman resurssin hankkimista. Usein jakamistalouden palvelut linkittyvät läheisesti myös alustatalouteen, joka mahdollistaa yhä useampien uusien liikkumisen palveluiden toteutumisen käytännössä. Alustojen toimivuus ja sekä resurssia tarjoavien että tarvitsevien osapuolien toiminta määrittelee käyttäjäkokemuksen lopullisen sujuvuuden.

Tutkielma on jaettu kolmeen osaongelmaan, jotka ovat:

1. Mitä erityispiirteitä jakamistalouden liikkumisen palveluissa on kuluttamisen näkökulmasta?
2. Millaista hyötyä jakamistalouden liikkumisen palvelut tuovat kuluttajalle?
3. Mitä heikkouksia ja kehityskohteita kuluttajat kokevat liikkumisen palveluissa?

Tutkielman toisessa luvussa tarkastellaan jakamistaloutta, sen erityispiirteitä ja kehitystä ilmiönä ja talouden uutena muotona. Kolmannessa luvussa perehdytään 2020-luvun uudenlaisiin liikkumisen palveluihin. Neljännessä luvussa tutkitaan uudenlaisten liikkumisen palveluiden kuluttamisen erityispiirteitä kuluttajakäyttäytymisen teoreettisiin viitekehyksiin. Teoriaa seuraa empiirinen osuus, jossa tutkimusongelmaa eli kuluttajakäyttäytymisen erityispiirteitä jakamistalouden liikkumisen palveluita kuluttaessa, lähestyttiin kvalitatiivisin tutkimusmenetelmin haastattelujen avulla. Menetelmäluvussa esitetään tutkimuksessa käytetyt menetelmät, joiden avulla puolistrukturoidut, kahden kesken toteutetut teemahaastattelut toteutettiin. Tavoitteena oli selvittää jakamistalouden periaattein toimivien liikkumisen palveluiden käytön erityispiirteitä ja kuluttajalle hyötyä tuottavia tekijöitä ja ominaisuuksia. Myös tärkeimmät esteet palveluiden käytölle ja syyt niiden käyttämättä jättämiselle pyrittiin selvittämään.

Merkittävimpinä tuloksina voidaan pitää käyttäjäkokemuksen ja palveluiden saatavuuden tärkeyttä kuluttajan näkökulmasta. Käyttäjäkokemus on palveluiden keskiössä ja jakamisen mahdollistava alusta ratkaisevassa roolissa. Yleisesti ottaen uusia jakamistalouden palveluita pidettiin markkinoilla pitkään olleita liikkumisen palveluita kehittyneimpinä ja helppokäyttöisimpinä. Läpinäkyvyys, osapuolien väliset arvostelumahdollisuudet ja sujuva käyttäjäkokemus nähtiin jakamistalouden liikkumisen palveluiden tärkeimpinä osatekijöinä. Usein käyttäjäkokemuksia verrattiin myös muihin jakamistalouden palveluihin, kuten majoituksen vertaisvuokrauspalveluihin. Tulosten kannalta merkittävää oli myös, että poikkeuksetta sujuva käyttäjäkokemus ja yksilölliset tarpeet menivät valintakriteereinä ja liikkumisen valintojen ohjaavina tekijöinä ympäristöystävällisyyden edelle.

Tutkielman lopussa seuraa yhteenveto ja jatkotutkimusehdotukset.

**Avainsanat:** sharing economy, circular economy, mobility, mobility as a service, MaaS, car sharing, ride sharing, consumer behavior

# SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>9</b>
	1.1 Johdatus tutkielman aiheeseen	9
	1.2 Tutkielman tarkoitus ja rakenne	13
<b>2</b>	<b>Jakamistalous</b>	<b>15</b>
	2.1 Jakamistalouden kehitys	15
	2.2 Jakamistalous talouden uutena muotona	17
	2.3 Jakamistalouden mahdollisuudet ja rajoitteet tulevaisuudessa	18
<b>3</b>	<b>Liikkumisen palvelut</b>	<b>21</b>
	3.1 Liikkumisen palveluiden ominaispiirteet	21
	3.2 Erilaiset liikkumisen palvelut 2020-luvulla	23
	3.3 Jakamistalouden palvelut ratkaisuna liikkumisen ongelmiin	25
<b>4</b>	<b>Liikkumisen palvelut kuluttajakäyttämisen näkökulmasta</b>	<b>28</b>
	4.1 Jakamistalouden palveluiden toiminnan edellytykset	28
	4.2 Liikkumisen palveluiden hyödyt	30
	4.3 Liikkumisen palveluiden heikkoudet ja haasteet	35
	4.4 Yhteenveto: Teoreettinen viitekehys	38
<b>5</b>	<b>Tutkimusmetodologia</b>	<b>42</b>
	5.1 Tutkimusparadigma ja laadullinen tutkimusote	42
	5.2 Aineiston keruun menetelmät ja tutkimuseettiset kysymykset	45
<b>6</b>	<b>Tulokset</b>	<b>51</b>
	6.1 Jakamistalouden liikkumisen palveluiden erityispiirteet	51
	6.2 Motiivit ja koettu hyöty jakamistalouden liikkumisen palveluiden käytössä	58
	6.3 Liikkumisen palveluiden heikkoudet ja kehityskohteet	68
<b>7</b>	<b>Johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset</b>	<b>75</b>
	7.1 Tulosten pohdinta	75
	7.2 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusaiheet	77

<b>7.3 Käytännön toimenpidesuositukset</b>	<b>78</b>
<b>Lähteet</b>	<b>81</b>
<b>Liitteet</b>	<b>86</b>
<b>Liite 1. Haastattelurunko</b>	<b>86</b>

## KUVIOT JA TAULUKOT

Kuvio 1 Liikkumisen palvelualustojen osatekijät (mukaillen Piirainen ym. 2015, 8–18)	23
Kuvio 2 Jakamistalouden edellytykset kuluttajakäyttäytymisessä (mukaillen Botsman & Rogers 2010, 16, 75–93)	28
Kuvio 3 Jakamistalouden hyödyt kuluttajan näkökulmasta (mukaillen Lamberton & Rose 2012, 110)	31
Kuvio 4 Ajurit kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa kohti liikkumisen palveluita (mukaillen Salonen 2017, 1–2)	32
Kuvio 5 Vastuullisen kuluttamisen hyödyistä muodostuvien arvojen malli (mukaillen Koller ym. 2011)	35
Kuvio 6 Tutkimukseen haastatellut kuluttajat	46
Kuvio 7 Operationalisointitaulukko	49
Kuvio 8 Haastatteluissa esille tulleet jakamistalouden erityispiirteet	57
Kuvio 9 Liikkumisen palveluiden käytöstä koetut hyödyt	65
Kuvio 10 Liikkumisen palveluiden ominaisuudet tärkeysjärjestyksessä haastattelujen tuloksia mukaillen	66
Kuvio 11 Yhteenveto: Jakamistalouden liikkumisen palveluiden heikkoudet ja kehitys-ehdotukset (haastattelujen tuloksia mukaillen)	74





# 1 Johdanto<sup>1</sup>

## 1.1 Johdatus tutkielman aiheeseen

Jakamistalous on 2010-luvulla yleistynyt talousajattelu, joka viittaa yhteisölliseen kuluttamiseen ja resurssien mahdollisimman tehokkaaseen käyttöön. Verrattuna perinteiseen markkinatalouteen, jossa kuluttaminen perustuu tavaran tai palvelun omistussuhteeseen, rakentuu jakamistalous tuotteiden ja palvelujen kuluttamiseen ja näiden resurssien kaupalliseen jakamiseen (Puschmann & Alt 2016, 93). Kuluttajan näkökulmasta kyse on siirtymästä passiivisen kuluttajan roolista aktiiviseksi kansalaiseksi, joka voi sekä käyttää että tuottaa palveluja ja tuotteita (Lahti & Selosmaa 2013, 17). Jakamistalous edustaa uudenlaista suhdetta kuluttajien ja yritysten välillä. Se yhdistää yhteisöllisyyden ja ympäristöystävällisyyden, jonka digitaalisissa ympäristöissä toimivat yhteisöt ja uudet teknologiat mahdollistavat. Jakamistalous vaikuttaa sekä kuluttajien asenteisiin että heidän käyttäytymiseen. (Wang & Wei-Ho 2017, 1–2)

Jakamistalouden kehittymisen kannalta tärkeimpänä alueena pidetään erityisesti Yhdysvaltoja, joista monet kansainvälisesti tunnetut jakamistalouden periaattein toimivat yritykset ovat peräisin. Yhdysvalloissa tehtyjen tutkimusten perusteella vuonna 2014 jo yli 20 % yhdysvaltalaisista oli käyttänyt joitakin jakamistalouden palveluita ja tuolloin luvun arvioitiin kasvavan 45 prosenttiin vuoden 2015 loppuun mennessä. (Puschmann & Alt 2016, 93–99).

Maaailman suurimpiin tilintarkastusketjuihin lukeutuva PWC on määritellyt jakamistalouden yksilöiden ja yhteisöiden taloudelliseksi toiminnaksi hyödyntämällä yhteisiä, joutilaita resursseja. PWC on arvioinut jakamistalouden kasvavan vuosittain noin 35 prosenttia. Vuoteen 2025 mennessä yritys on arvioinut jakamistalouden arvon kasvavan yli 335 miljardiin euroon. Yrityksen tekemän tutkimuksen mukaan jopa 76 prosenttia kuluttajista ajattelee jakamistalouden olevan ympäristön kannalta nykyisiä kulutustottumuksia parempi ratkaisu. Valtaosa kuluttajista haluaa tukea yritystä, joka toimii vastuullisesti. Esimerkiksi majoituspalvelu Airbnb:n asiakkaat kokivat tärkeäksi sekä sosiaalisen kuluttamisen, että jakamistalouden palvelun mahdollistaman, kestäväen kuluttamisen. (Wang & Wei-Ho 2017, 2)

Yhdysvalloissa jakamistalouden markkinoilla toimivia miljardiluokan yrityksiä on jo kymmenkunta, joista tunnetuimpia kansainvälisesti ovat esimerkiksi kyytien jakamiseen erikoistunut liikkumisen palvelu Uber, turistikohteiden arvostelusovellus Tripadvisor ja majoituksen vertaisvuokraamiseen erikoistunut Airbnb. Jakamistaloudella ei ole alakohtaisia rajoja, vaan sen vaikutukset ulottuvat niin mikro- kuin makrotalouteenkin eri teollisuuden ja palveluiden aloilla. Jakamistalouden periaattein

---

<sup>1</sup> Tässä kappaleessa hyödynnetään tekijän aikaisempaa kandidaatin tutkielmaa *Jakamistalous ja liikkumisen palvelut – Liikkumisen murros kuluttajakäyttäytymisen ja palveluiden markkinoinnin näkökulmasta (2017)*

toimivia yrityksiä toimii esimerkiksi ravitsemukseen, matkailuun, rahoitukseen, koulutukseen ja liikkumiseen liittyvillä aloilla. (Puschmann & Alt 2016, 93–99).

Myös Suomessa jakamistalouden mahdollisuudet on noteerattu, niin tutkimuksissa, uusien palveluiden ja yritysten toiminnassa kuin päättävien elimien tasolla. Työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2016 teettämässä raportissa (Jakamistalous Suomessa 2016

– Nykytila ja kasvunäkymät) arvioitiin, että vuonna 2016 Suomessa jakamistalouden transaktioiden eli yksittäisten ostotapahtumien arvo oli yhteensä yli sata miljoonaa euroa. Selvityksessä tunnistettiin tuolloin 37 palveluntarjoajaa, jotka jaettiin viiteen päätoimintasektoriin: 1) majoitus ja tilat, 2) vertaisliikenne ja autonjako, 3) kotitalous- ja pienyöt, 4) ammatilliset palvelut ja 5) joukkorahoitus. Näistä selkeästi suurimpia olivat vuonna 2016 joukkorahoitus (65 %) ja majoitukseen ja tiloihin liittyvät palvelut (19 %). Jakamistalouden kasvupotentiaalia arvioitaessa sen kasvupotentiaali ylittää yli 1,3 miljardiin euroon vuoteen 2020 mennessä. Se tarkoittaa transaktioiden kaksinkertaistumista vuosittain. Suhteellisesti eniten kasvanut jakamistalouden osa-alue arvioitiin olevan vertaisliikenne ja autonjako (29 %) vuoteen 2020 mennessä. (Työ- ja elinkeinoministeriö & PWC 2016, 18–21)

Vertaisliikenne ja autonjako ovat esimerkkejä uudenaikaisista liikkumisen palveluista, joiden kasvutekijöille ja yleistymiselle löytyy monia syitä niin Suomen kuin kansainvälisenkin mittakaavan mukaan tarkasteltaessa. Suurkaupungeissa keskinopeudet ovat ruuhka-aikaan samoja kuin 1800- ja 1900-luvulla, vaikka liikennevälineet ovat kehittyneet teknologian kehityksen mukana. Syynä on teiden ruuhkautuminen ja liikenteen ylikuormittuminen kaupunkien keskustoissa. Salonen (2017) näkee liikkumisen palvelut ratkaisuiksi liikkumiseen liittyviin ongelmiin, kuten ruuhkiin, liikenteen päästöihin ja pysäköintipaikkojen puutteeseen. (Salonen 2017 1–2) Burrowsin ja Bradburnin (2015) mukaan kuluttajat haluavat yhä joustavampia ratkaisuja arjen liikkumistarpeisiin. Nämä liikkumisen ratkaisut ja palvelut tulisivat olla palveluiden muodossa kuluttajalle heti saatavilla älypuhelimien välityksellä. Pelkästään joukkoliikenne ja yksityisautoilu eivät perinteisissä muodoissaan mahdollista tarpeeksi yksilöllisiä ja tehokkaita vaihtoehtoja nopeaan, helppoon ja taloudelliseen liikkumiseen. Burrowsin ja Bradburnin (2015) mukaan tarvitaan kehittyneempiä liikkumisen palveluita, joissa kuluttaja ja personoitu matkaketju ovat keskiössä. (Burrows & Bradburn 2015, 3–11)

Salosen (2017) mukaan liikkuminen on murroksessa ja kehittyä globaalisti. Murroksessa siirrytään perinteisestä omistamiseen perustuvasta yksityisautoilusta kohti liikkumisen palveluiden käyttöoikeuksia. Nämä liikkumisen palvelut ovat usein yhdistelmiä kaikista jo nyt tuntemistamme tai käyttämistämme, arkisista liikkumisen muodoista: kävelemisestä, pyöräilystä, autoiluista ja julkisesta liikenteestä. (Salonen 2017, 1–2)

Vaikka jakamistaloutta jakamistaloutta itsessään on tutkittu viime vuosien aikana talouden megatrendinä ja kestävästä kuluttamisesta muotona verrattain runsaasti, on jakamistalouden periaattein toimivia liikkumisen palveluita kuluttajakäyttötymisen näkökulmasta tutkittu suhteellisen vähän.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella erityisesti jakamistalouden periaattein toimivien liikkumisen palveluiden erityispiirteitä ja niistä saatavia hyötyjä. Tutkielman tarkoituksena on pyrkiä selvittämään myös, miten kuluttajien mielestä palveluita voisi edelleen kehittää.



## 1.2 Tutkielman tarkoitus ja rakenne

Tutkielmassa tarkastellaan liikkumisen palveluita, jotka konkretisoituvat jakamistalouden mahdollistamin edellytyksin. Tutkielman tarkoituksena on pyrkiä vastaamaan seuraavaan laajempaan kysymykseen: Mitä hyötyä kuluttajat kokevat saavansa jakamistalouden periaattein toimivia liikkumisen palveluita käytettäessä ja miten palveluita voisi edelleen kehittää?

Tutkielman tarkoitus on jaettu seuraaviin osa-ongelmiin:

1. Mitä erityispiirteitä jakamistalouden liikkumisen palveluissa on kuluttamisen näkökulmasta?
2. Millaista hyötyä jakamistalouden liikkumisen palvelut tuovat kuluttajalle?
3. Mitä kehityskohteita kuluttajat kokevat liikkumisen palveluissa?

Tutkielma rakentuu seuraavasti. Tutkielman toisessa luvussa tarkastellaan jakamistaloutta, sen erityispiirteitä ja kehitystä ilmiönä ja talouden uutena muotona. Kolmannessa luvussa perehdytään 2010-luvun uudenlaisiin liikkumisen palveluihin. Seuraavassa, neljännessä luvussa tutkitaan uudenlaisten liikkumisen palveluiden kuluttamisen erityispiirteitä kuluttajakäyttämisen teoreettisin viitekehyksin. Kuluttajien kokeman hyödyn muodostumista jakamistalouden liikkumisen palveluita kuluttaessa tutkitaan empiirisin menetelmin, haastattelututkimusten avulla. Kvalitatiivisessa haastattelututkimuksessa etsitään myös jakamistalouden liikkumisen palveluiden heikkouksia ja niihin kehitysehdotuksia. Menetelmäluvussa esitetään tutkimuksessa käytetyt menetelmät. Tulosluvussa tuodaan esille keskeisimmät tulokset jotka ovat nousseet esille tutkielmaa laadittaessa. Tarkoituksena on pyrkiä tiivistämään jakamistalouden liikkumisen palveluiden erityispiirteet hyötyineen ja heikkouksineen kuluttajakäyttämisen näkökulmasta. Tutkielman lopussa seuraa johtopäätökset sekä jatkotutkimusehdotukset.



## 2 Jakamistalous<sup>2</sup>

### 2.1 Jakamistalouden kehitys

Oxford English Dictionary -sanakirja määrittelee jakamistalouden talousjärjestelmäksi, jossa omaisuutta tai palveluja jaetaan yksityishenkilöiden kesken joko ilmaiseksi tai maksua vastaan, tyypillisesti digitaalisen, internetiä hyödyntävän palvelun kautta. Hamari, Sjöklint ja Ukkonen (2015, 1) määrittelevät jakamistalouden olevan vertaisten välistä toimintaa, jossa tavaroita ja palveluita jaetaan yhteisöllisten verkkopalveluiden kautta. Palvelun tarjoajan rooli on koordinoida vertaisten välistä toimintaa. (Hamari, Sjöklint, Ukkonen, 2015, 1). Jakamistalouden elementtejä on tunnistettavissa historiamme monista eri vaiheista. Talouden muotona se on yhdistelmä vanhoja yhteisöllisiä käytäntöjä ja nykyteknologian mahdollistamia viestinnän ja yhteydenpidon moderneja muotoja. Omaisuuden, palveluiden ja taitojen jakaminen on mahdollista laajemmassa mittakaavassa ja aikaisempaa helpommin uudenlaisten verkkoratkaisujen, digitaalisten palveluiden ja yhteisöjen ansiosta. Teknologian kehitys on mahdollistanut uudenlaisten verkostojen ja markkinapaikkojen syntyminen. (Jakonen & Silvasti 2015, 162–164). Xu:n (2020) mukaan jakamistaloutta kutsutaan usein myös yhteisölliseksi kulutukseksi. Se on yksityisten henkilöiden välistä resurssien jakamista, jossa tarjotaan, jaetaan tai hankitaan käyttöoikeuksia tuotteisiin ja palveluihin. Jakamistalouden toiminta perustuu 2020 -luvulla pitkälti erilaisten digitaalisten palveluiden käyttäjiin, jotka muodostavat vertaisyhteisöjä. Käytännössä palveluiden toiminnan mahdollistaa erilaiset digitaaliset, verkossa toimivat alustat. Jakamistalouden palvelualustoista on jo esimerkkejä mitä erilaisimmilta aloilta: Majoituspalvelut kuten Airbnb, VRBO ja Couchsurfing, kyytien ja autojen jakopalvelut, kuten Uber ja Lyft tai työtilojen jakopalvelut, kuten Coworking. Myös osaamista ja työvoimaa voidaan jakaa jakamistalouden periaattein. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi TaskRabbit, Zaarly, LivePerson ja UpWork. (Xu, 2020, 1-4)

Nykyajan ilmiönä tuntemassamme muodossa jakamistalouden alku usein liitetään Airbnb-yrityksen (tilojen vertaisvuokrausta koordinoiva yritys) syntyyn, joka ajoittuu syksylle 2007. Tuolloin pidettiin San Fransiscossa suuri design-konferenssi ja yhdysvaltalaiset Joe Gebbia ja Brian Chesky saivat rahan puutteessa idean vuokrata asunnostaan yhden huoneen messujen kävijöille. He ansaitsivat viikossa tuhat dollaria vuokratuloa ja innostuivat perustamaan yrityksen idean ympärille. (Lahti & Selosmaa 2013, 41) Yhden yrityksen perustaminen ei sinällään merkitse kokonaisen ilmiön syntyä, mutta Airbnb:n kasvu on ollut niin ilmiömäinen, että se on määritellyt koko talouden alan suuntaa ja kehitystä (Jakonen & Silvasti 2015, 167). Yhdeksässä vuodessa palvelua on käyttänyt yli 1,5 miljardia vierailijaa, 65:ssä tuhannessa kaupungissa, 191:ssä maassa (Airbnb:n kotisivut, [www.airbnb.fi/about/about-us](http://www.airbnb.fi/about/about-us)).

Jakamistalouden kasvuteoriat yleisesti ottaen tukevat toisiaan ja niissä toistuvat monet yhteiset kasvutekijät ja kasvun mahdollistajat. Puschmann ja Alt (2016) tunnistavat jakamistalouden

---

<sup>2</sup> Tässä kappaleessa hyödynnetään tekijän aikaisempaa kandidaatin tutkielmaa *Jakamistalous ja liikkumisen palvelut – Liikkumisen murros kuluttajakäyttäytymisen ja palveluiden markkinoinnin näkökulmasta* (2017)

voimakkaaseen kasvuun kolme syytä: 1) Kuluttajakäyttäjymisen muutoksen 2) sosiaaliset yhteisöt ja verkkokaupat 3) matkapuhelinsovellukset ja sähköiset palvelut. Ensimmäisenä kasvutekijänä eli kuluttajakäyttäjymisen muutoksella tarkoitetaan asennemuutosta, jossa käyttöoikeus johonkin tavaraan tai palveluun on merkityksellisempi kuin tavaran omistaminen. Käyttöoikeuden arvostuksen nousuun ovat syitä ovat helppous, alhaisemmat hinnat ja ekologisuus. (Puschmann & Alt 2016, 93–99) Myös Jakonen ja Silvasti (2016) näkevät ekologisuuden ja talouden merkityksen kasvun kuluttajien keskuudessa yhtenä tärkeimmistä jakamistalouden vauhdittajista. Samalla kun huoli ympäristöstä on lisääntynyt, ekologisen kestävyuden merkitys kuluttajien keskuudessa on kasvanut. Kuluttajat ovat yhä halukkaampia ja valmiimpia tehostamaan resurssien käyttöä ja kierrätystä. (Jakonen & Silvasti 2016, 163)

Toinen kasvutekijä, sosiaaliset yhteisöt ja verkkokaupat luovat luonnolliset ja helpot puitteet yksityisten ihmisten väliselle kaupalliselle kanssakäymiselle. Sosiaalisen median markkinapaikat ja verkkokaupat tekevät myös tuotteen etsimisestä nopeaa ja vaivatonta, eikä tuotteen etsimiseen tarvitse useinkaan kuluttaa rahaa. (Puschmann & Alt 2016, 93–99). Osansa sosiaalisen median markkinapaikkojen ja niillä käydyn kaupan- käynnin syntymiseen on varmasti myös talouskriiseillä. Ne ovat luoneet painetta hyperkulutuksesta luopumiseen ja tavaroiden uudelleen käyttöön ja jakamiseen. Säästäväisyyden merkitys on heikoissa talousoloissa noussut, samoin kuten uusien ansaintamahdollisuuksien. (Jakonen & Silvasti 2015, 163) Puschmann ja Alt (2016) mainitsevat kolmantena jakamistalouden kasvutekijänä sähköiset maksupalvelut ja palautteen tai arvostelun antamisen. Ne mahdollistavat jakamistalouden läpinäkyvän ja turvallisen toteuttamisen verkossa toimivissa yhteisöissä. Matkapuhelinsovellukset ovat mahdollistaneet autojen ja asuntojen jakamisen ja monet muut jakamistalouden palvelut ilman fyysistä toimipistettä. Sovellukset tekevät palvelun käyttöönotosta helppoa silloin, kun käyttäjä on jo valmiiksi liikkeessä, esimerkiksi työmatkalla (Puschmann & Alt 2016, 93–99).

Nuorien sukupolvien esimerkin innoittamana suurin osa ihmisistä käyttää nykyään internetiä ja sosiaalista mediaa jakeakseen asioita, tietoja, osaamista ja kokemuksia, uudella tavalla ja aikaisempaa laajemmissa puitteissa. Uudet mediat ja sisältöalustat ovat mahdollistaneet kuluttajien voimavarojen ja resurssien yhdistämisen kuluttajan kannalta melkein ilmaiseksi. Reaaliaikaisen internetin avustama vuorovaikutus tekee asioiden jakamisesta vartenotettavan vaihtoehdon tuntemattomienkin kesken (Jakonen & Silvasti 2015, 163–164). Sosiaalisen median mahdollistaman vuorovaikutuksen lisäksi jakamistalous linkittyy myös laajemmin tarkasteltuna median murrokseen. Yleisöstä ja vastaanottajista on tullut sisällöntuottajia, jotka tuottavat ja jakavat itse sisältöä sosiaalisessa mediassa. Mediatutkimusten mukaan pelkkänä perinteisten viestintämuotojen yleisönä oleminen vähenee jatkuvasti ja esimerkiksi tv:n katseluun kulutettava aika tulee pienenemään tulevaisuudessa (Lahti & Selosmaa 2013, 18–19). Kuten sosiaalisen median murroksessa, näyttävät nuoremmat sukupolvet esimerkkiä myös jakamistalouden palveluiden käyttöönotossa. Alle 55-vuotiaat, kehittyneiden teollisuusmaiden kuluttajat ovat vanhempia sukupolvia valmiimpia jakamiseen, sillä he ovat jo tottuneet tietokoneiden, älypuhelinien ja sosiaalisen median käyttöön. Nämä ovat uuden jakamistalouden



markkinapaikkojen käyttöön tarvittavia välineitä ja toisaalta yksittäisiä jakamistalouden mahdollistavia asioita. (Jakonen & Silvasti 2015, 169)

## 2.2 Jakamistalous talouden uutena muotona

Belk (2013) puhuu jakamistaloudesta yhteisöllisen kulutuksen kaupallistettuna muotona, jossa tavaroiden uudelleen kierrättämiseen tähtäävä kiertotalous on viety astetta pidemmälle käytännön tasolle, jakamistalouden osapuolien yhteisten taloudellisten motiivien ansiosta. (Belk 2013, 1595) Viime vuosina erityisesti kierto- ja jakamistalouden ja tekoälyn yhdistämismahdollisuuksia on Kyläsen ja Haapasen (2016) mukaan alettu pitää erityisen keskeisenä pitkän aikavälin kestävän talousmallin aikaan saamisessa. Teknisten innovaatioiden lisäksi jakamis- ja kiertotalous edellyttää yrityksiltä uudenlaista ajattelua ja toimintatapoja, joissa keskitytään yhä enemmän tuotteiden ja perinteisen tuotannon sijaan palvelukeskeiseen liiketoimintaan. Palvelukeskeisessä logiikassa tulisi olla lähtökohtana asiakkaalle tuotettu arvo, jota edistetään yhteisessä prosessissa asiakkaan kanssa. (Kylänen & Haapea 2016, 1-2) Jakamistaloudessa nähdään mahdollisuuksia läpi yrityksen palveluiden ja tuotteiden elinkaaren, myös alihankinta ja koko tuotantoketju mukaan lukien. Asian ym. (2019) vertaili toimitusketjujen johtamista markkinataloudessa ja jakamistaloudessa. Heidän mukaansa jakamistalous voi tuoda merkittäviä etuja kaikille toimitusketjun osapuolille. Edelleen Asian ym. (2019) ehdottavat, että toimitusketjuun osallistuville tulisi aina luoda malli, joka jakaa reilusti jakamistalouden mahdollistamat, rahassa mitattavat hyödyt toimitusketjuun osallistuvien kesken. (Asian ym. 2019)

John (2013) jaottelee jakamistalouden kahteen osaan: jakamistalouden tuotantoon ja jakamistalouden kulutukseen. Liiketoiminnan lajeista jakamistaloudelle tyypillistä on jakamisen järjestäminen, jolla tarkoitetaan jakamistalouden tuotantoa. Jakamista kordinoiva yritys vastaa yleensä tarvittavasta tietojen vaihdosta ja maksuliikenteen järjestämisestä. John (2013, 118) Yrityksen vastuulla on myös riittävän luottamuksen rakentaminen jakamisen osapuolien välille. (Jakonen & Silvasti 2015, 167) Henkilökohtaisen datan tallentaminen, analysoiminen ja hyödyntäminen markkinoinnissa muuttaa merkittävästi yritysten liiketoimintaa, erityisesti markkinointia ja siten lopulta myös kuluttajien kokemuksia. (Morewedge ym, 2020,13) Yritysten välisessä liiketoiminnassa siirtymästä kohti tehokkaasti jaettuja resursseja on tullut jo luonnollisempaa. Yrityksimaailmassa ei kuitenkaan ainakaan tähän asti olla puhuttu jakamistaloudesta vaan toimintojen ulkoistamisista ja tuotteiden ja palveluiden hankkimisesta leasing-palveluiden kautta. (Lahti & Selosmaa 2013, 59)

Jakosen ja Silvastin (2015) mukaan jakamistalous on laajemmin ottaen ilmentymä kehityksestä, jossa perinteisestä teolliseen tuotantoon perustuvasta taloudesta siirrytään kohti taloutta, jossa palveluilla ja aineettomalla sisällöllä on yhä tärkeämmät roolit. Huolimatta siitä, että jakamistalous voi periaatteessa toimia kaikentyypisessä vuokraus-, kierrätys- ja lainaamistoiminnassa, pääpaino uudessa jakamistaloudessa on ensisijaisesti kuluttajalta kuluttajalle tapahtuvassa, vertaisten välisessä liiketoiminnassa, jota koordinoi yleensä internetin kautta palvelua välittävä yritys. (Jakonen & Silvasti

2015, 164–167) Lahti ja Selosmaa (2013) taas kuvaa jakamistaloutta laajana muutoksena viime vuosisadan luottoihin, mainontaan ja yksilölliseen omistamiseen perustuvasta hyperkulutuksesta kohti yhteisöllisen kulutuksen vuosisataa. Jakamistalouden vuosisadalla merkityksellisiä kuluttajien kannalta ovat yksilöllinen maine, ihmisten välinen luottamus, jaettu käyttöoikeus resursseihin ja etenkin yhteisöllisyys. (Lahti & Selosmaa, 2013, 19) Belkin (2013) mukaan kuluttajat aiemmin olivat sitä, mitä he omistivat, mutta nykyisin internet on mahdollistanut kuluttajien identiteetin ilmaisemisen ilman kiinteää omistussuhdetta johonkin tiettyyn esineeseen tai asiaan (Belk 2013, 1595).

Jakaminen kokemusten ja sisällön suhteen on ratkaisevassa ja vallitsevassa merkityksessä myös nykyajan internet- ja sosiaalisen median käyttäytymisessä. Sosiaaliseen mediaan, yhteisöllisyyteen ja jakamiseen keskittyvästä verkosta käytetään kirjallisuudessa nimitystä Web 2.0. (John 2013, 116). Se on mahdollistanut kuluttajille yhteydenpidon ja kokemusten jakamisen reaaliaikaisesti, ensimmäistä kertaa myös visuaalisella tavalla. Samalla se on luonut markkinapaikan yhteisölliselle kulutukselle ja jakamistaloudelle, sillä nykyajan verkossa käyttöoikeus ja tuotteiden ja palveluiden hyödyntäminen on mahdollista ilman niiden omistamista. (Belk 2013, 1595) Vaikka yhteisöllinen internet ja sosiaalinen media mahdollistavat yhteydenpidon yli rajojen, erityisesti yhteiskäyttö- palveluiden tyyppiselle jakamistalouden liiketoiminnalle on tavanomaista vahva paikallisuus eli palvelun käyttäjät ovat usein samalta maantieteelliseltä alueelta. Jakamistaloutta pidetään myös erityisesti kaupunkeihin keskittyvänä ilmiönä, koska jakamistalouden palvelut edellyttävät uskoa yhteiseen tekemiseen, julkiseen tilaan, koulutukseen ja mahdollistavaan infrastruktuuriin. Kaupungeille tällainen kulttuuri on haja-asutusalueita tyypillisempää ja yhteisten asioiden merkitys korostuu kaupungeille tyypillisessä, intiimissä asumisessa. (Lahti & Selosmaa 2013, 50)

### **2.3 Jakamistalouden mahdollisuudet ja rajoitteet tulevaisuudessa**

Internet- ja hakukoneyhtiö Googlen sijoitusyhtiön, Google Venturesin yhtiökumppani Joe Kraus totesi helmikuussa 2013 talouslehti Forbesissa jakamistalouden olevan todellinen, uusi ja kasvava talouden suuntaus. Krausin mukaan ihmiset ovat kiinnostuneita jakamistaloudesta taloudellisista, ekologisista ja elämäntapaan liittyvistä syistä. Kuluttajien kannalta merkittävin muutos on, että käyttöoikeudesta on tullut yhtä vaivatonta kuin omistamisesta. (Geron 2013, 1–2) Morewedge ym. (2020, 1) ajattelee omistamisen murroksen olevan seurausta kolmesta makrotason trendistä: 1) Jakamistalouden kasvusta 2) Tuotteiden ja palveluiden digitalisaatiosta ja 3) Henkilökohtaisen tiedon määrän ja merkityksen kasvusta. Belkin (2016) mukaan yhteisöllisen kuluttamisen muodot, kuten jakamistalous voivat olla yhtä vallankumouksellisia talouden kehittymisen kannalta kuin teollistuminen oli aikanaan (Belk 2016, 193). Myös Jakonen ja Silvasti (2015) toteavat, että jakamistalous muokkaa merkittävästi nykyistä valtavirtataloutta, sillä resurssitehokkaammat tavat korvaavat tehottomammat tavat (Jakonen ja Silvasti 2015, 162).

Vaughan ja Daverio (2016) tutkivat jakamistalouden kehitystä ja mahdollisuuksia Euroopassa ja toteavat sen olevan yhä kehityksen alkuvaiheessa, voimakkaasta kasvusta huolimatta. Vuosien 2014 ja 2015 välillä yksittäisten jakamistalouden ostotapahtumien eli transaktioiden arvo Euroopassa kasvoi 15.8:sta miljardista eurosta 28.1:een miljardiin euroon. Vuoteen 2025 mennessä jakamistalouden palvelualustojen arvoksi arvioidaan yli 80 miljardia euroa ja siihen mennessä tehtyjen yksittäisten ostotapahtumien arvoksi yli 570 miljardia euroa. Jakamistaloutta kuvaillaan uudeksi sosio-ekonomiseksi trendiksi, joka muuttaa elintapojamme radikaalisti. (Vaughan & Daverio 2016, 2–22) Talouden uutena muotona jakamistalous tarjoaa jo nyt uudenlaisia ansaitsemismahdollisuuksia päivätyön oheen, yhdistää ihmisiä uudella tavalla ja aidosti kansainvälisesti. Kylänen ja Haapea (2016) pitävät ensiarvoisen tärkeänä jakamistalouden potentiaalia tulevaisuuden palveluiden viennin kannalta. Heidän mukaansa erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille tarjoutuu uudenlaisia mahdollisuuksia, jos ne onnistuvat siirtämään painopistettään tavaroiden valmistamisesta, jakelusta ja myynnistä palvelujen myyntiin, tuote–palveluhybridien kehittämiseen ja ratkaisuliiketoiminnan kaupallistamiseen. (Kylänen & Haapea 2016, 1–3)

Jakamistalous nähdään edelleen Vaughanin ja Daverion (2016) mukaan liian usein ongelmallisena verotuksen ja lainsäädännön kannalta ja uusia malleja ja rakenteita jakamistalouden liiketoiminnan mahdollistamiseksi syntyy hitaammin kuin uusia palvelu- ja tulee markkinoille (Vaughan & Daverio 2016, 22). Oikeudenmukaisin rakentein toimien jakamistalouden mahdollisuudet ovat myös tuloerojen kaventamisessa. Jakamistaloutta tutkiva New York Stern United Business Schoolin professori, Arun Sundararajan pitää jakamistaloutta tasavertaisena mahdollisuutena, sillä mikroyrittäjänä kuka tahansa voi digitaalisen alustan kautta vuokrata, myydä tai vaihtaa omaisuuttaan. Pääomien jakautuessa tasaisemmin yhteiskunnassa, globaalien suuryritysten valta-asemakin kutistuu pienempiin yrityksiin nähden. (Garlo 2016, 1–3) Jakamistalouden edistys vaatii julkisien tahojen päättäjien perehtymistä ja syvempää ymmärrystä jakamistalouden rakenteista ja merkityksistä – kuten myös yhteistyötä niin valtioiden, poliitikoiden ja jakamistalouden alustojen rakentajien eli yritysten välillä (Vaughan & Daverion 2016, 22).

Jakamistalouden myötä myös työnteon luonne muuttuu. Uudet talouden mallit syn-nyttävät uusia rakenteita, ja yhä enemmän vakituisen työn sijaan tehdään tilapäistyötä. Yhdysvalloissa vuonna 2016 lähes neljännes työssäkäyvistä ihmisistä työskenteli freelancereina, ja osuuden arvioidaan kasvavan jopa 50 prosenttiin seuraavan kahdenkymmenen vuoden aikana. (Garlo 2016, 1-3) Useimpien jakamistalouden palveluiden toimiessa kansainvälisesti korostavat Vaughan ja Daverio (2016) myös kansainvälisesti yhtenäisten pelisääntöjen ja rakenteiden määrittämisen tärkeyttä. Toistaiseksi vain 17 prosenttia eurooppalaisista on käyttänyt jakamistalouden palveluita ja vertaisten välisessä liiketoiminnassa luottamus nähdään suurimmaksi haasteeksi. (Vaughan & Daverio 2016, 2–22) Vuonna 2016 New York Business Schoolin professori Arun Sundararajan määritteli Helsingissä Update Forum-tapahtumassa potentiaaliseksi uhaksi työntekijöiden hyvinvointia tukevan sosiaalisen turvaverkon häviäminen. Työntekijöiden tukeminen vaatii perinteisten työnantajan rahoittamien etujen sijaan

uudenlaisen mallin, joka jakaa vastuuta niin työntekijän, alustan kuin myös julkisen tahon kesken, vakituisten työsuhteiden korvautuessa esimerkiksi freelance-yrittäjyydellä ja jakamistalouden mahdollistamin lisäansioin. (Garlo 2016, 1–3)

Sundararajan toteaa jo vuonna 2013 talousjulkaisu Forbesin haastattelussa jakamista- louden vaikutusten olevan merkittäviä, mutta niiden mittaaminen ja käyttöönvaljasta- minen vaatii taloudellisten mallien sekä mittareiden kehittämistä. Sundararajan mukaan kiintoisin kysymys on, luoko jakamistalous tulevaisuudessa nykyisten talouden muoto- jen rinnalle lisää uusia liiketoiminta-alueita, vai korvaako se nykyisiä talouden malleja. (Geron 2013, 1-4). Jakamistalouden ylläpitäminen, kriittisen massan saavuttaminen ja tunnettuuden lisäys vaatii Vaughanin ja Daverion (2016) mukaan erityisesti luottamusta herättävien järjestelmien rakentamista ja markkinointia (Vaughan & Daverio 2016, 22).

### 3 Liikkumisen palvelut<sup>3</sup>

#### 3.1 Liikkumisen palveluiden ominaispiirteet

Liikkuminen on nykyajan sukupolville yksi perustarpeistamme. Vuonna 2010, maailmassa käytettiin yhteensä 6.4 triljoonaa euroa ihmisten ja tavaroiden kuljettamiseen. Se tarkoittaa lähes tuhatta euroa per asukas koko maailman mittakaavassa. Maailmanlaajuisesti liikkumisen markkinat ovat nelinkertaistuneet viimeisten 40 vuoden aikana. Kun maailman bruttokansantuote on tuona aikana kasvanut keskimäärin 3.1 prosenttia vuositaitin, ovat liikkumisen markkinat kasvaneet keskimäärin 3.8 prosenttia. Liikkumiseen liittyvät tuotteet ja palvelut ovat tuottaneet noin 13 prosenttia 2010-luvun bruttokansantuotteesta. (Cornet ym. 2013, 8)

Tampereen Yliopiston tekemän Liikkuminen palveluna –selvityksen (2016) mukaan henkilöliikenteen muuttuminen palveluksi on yksi liikenteen suurimmista murroksista. Liikennejärjestelmään kohdistuvia vaatimuksia muuttavat muun muassa yhteiskunnan trendit ja arvot. Esimerkiksi verkossa toimivat kaupat, kaupungistuminen ja jatkuvasti etenkin nuorien sukupolvien keskuudessa vähenevä halu oman auton omistamiseen ovat tekijöitä, jotka ohjaavat yksilöitä uudentlaisiin valintoihin päivittäisen liikkumisen järjestämisessä. Samaan aikaan teknologian kehitys tarjoaa jatkuvasti mahdollisuuksia uudentlaisille liikkumispalveluille. (Piirainen ym. 2015, 3) Kehittyneissä maissa yhä useammat suurkaupungeissa asuvat ovat korvanneet auton omistamisen autojen yhteiskäyttöpalveluilla ja erilaisilla kyytien jakamiseen tarkoitetuilla palveluilla. Auton omistamisen merkitys vapauden symbolina on vähentynyt, mutta auton käyttämisen ja liikkumisen tarve on säilynyt. (Morewedge ym. 2020, 1) Teknologia ja vertaisverkostot määrittelevät nyt uudelleen perinteistä jakamista, vaihtokauppaa, lainaamista, vuokraamista ja kaupankäyntiä (Lahti & Selosmaa 2013, 45).

Vanha kahtiajako yksityisautoilun ja perinteisen julkisen liikenteen välillä ei enää vastaa kuluttajien tarpeita ja vaatimuksia. Omistusautoilla tulee jatkossakin olemaan merkittävä osuutensa liikennejärjestelmässä, mutta samaan aikaan pelkästään julkisen liikenteen nykyinen palvelutarjonta ei pysty tarjoamaan tarpeeksi ketterästi ratkaisuja kuluttajien muuttuviin vaatimuksiin. (Piirainen ym. 2015, 6) Julkisen liikenteen kehittämällä on olennainen merkitys paitsi kaupunkiliikenteen parantamiseksi myös kaupunkien yleisen elinkelpoisuuden parantamiseksi. Banisterin (2005) mukaan liikenteen kehittämällä on päästöjen vähentämisen ohella myös sosiaalista osallistamista lisäävä vaikutus tavallisten kuluttajien näkökulmasta. (Banister, 2005).

Perinteisellä julkisella liikenteellä tarkoitetaan henkilöliikennettä, joka hoidetaan kaikkien käytettävissä olevilla liikennevälineillä. Ne voivat olla esimerkiksi junia, linja-autoja, raitiovaunuja, metrojuna tai laivoja. Joukkoliikenteellä taas tarkoitetaan henkilöiden kuljettamista suurille henkilömäärille

---

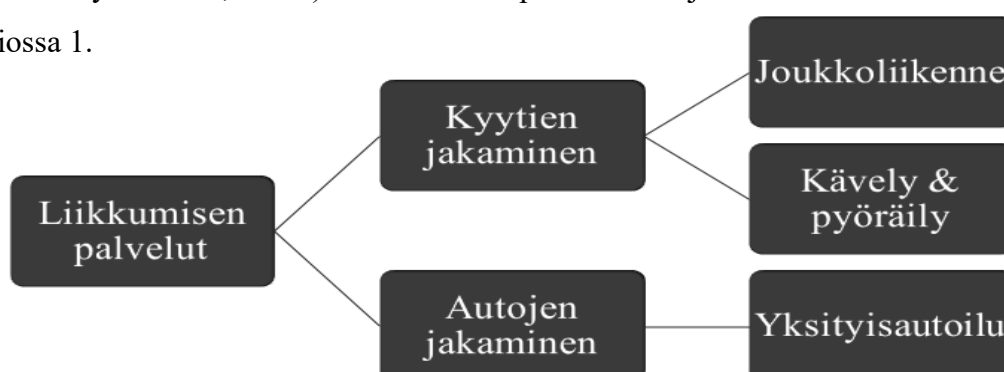
<sup>3</sup> Tässä kappaleessa hyödynnetään tekijän aikaisempaa kandidaatin tutkielmaa *Jakamistalous ja liikkumisen palvelut – Liikkumisen murros kuluttajakäyttäytymisen ja palveluiden markkinoinnin näkökulmasta (2017)*

tarkoitetuilla liikennevälineillä. Joukkoliikenteen käytännön esimerkkejä ovat usein esimerkiksi kaupungin tai valtion järjestämien linja-autojen ja junien liikennöinti. (Piirainen ym. 2015, 6)

Suurin osa nykyajan uusista palveluista rakennetaan toimimaan internetin välityksellä ja skaalautumaan myös älypuhelimiin, tai varsinainen tuote tai palvelu on jo matka- puhelinsovellus itsessään. Logiikka pätee myös useimpien uusien liikkumisen palveluiden syntyyn ja toimintaan. Niiden toiminnan mahdollistava internet on historiamme suurin ja merkittävin yhteinen toiminta-alusta ja tiedon lähde. Sen sisältö on tarkoitettu yhteiseen käyttöön ja internetissä julkaistua sisältöä varten on luotu jakamiseen rohkaiseva tekijänoikeuslisenssi, Creative Commons. Siinä kaikkien oikeuksien pidättämisen sijaan ainoastaan tietyt, ennalta sovitut ja määritellyt oikeudet pidätetään. (Lahti & Selosmaa 2013, 26) Myös liikkumisen palveluiden digitaalisissa alustoissa rajapinnat ovat auneet viime vuosina eri toimijoille, jotka voivat toimia kuluttajan näkökulmasta yhden alustan, kuten esimerkiksi mobiilisovelluksen välityksellä. Vuoden 2015 jälkeen liikkumisen palveluita käsittelevässä keskustelussa ja kirjoittamisessa esiintyy toistuvasti termi MaaS (Mobility as a Service) eli liikkuminen palveluna (Burrows & Bradburn 2016, 1). MaaS –käsitteen yhtenä isänä pidetään liikkumisen palvelualustoihin erikoistuneen MaaS Finlandin toimitusjohtaja Sampo Hietasta. (McCluskey 2016, 3). MaaS (Mobility as a Service) on ollut trendikäs uutis- ja tutkimusaihe erityisesti Suomessa, mutta ei niinkään kaikissa Etelä-Euroopan maissa, kuten Ranskassa (Mola ym. 2014, 2)

Maas on muodostunut erilaisia liikkumisen palveluita yhdistävän alustan käsitteeksi ja sitä kokeillaan parhaillaan käytännössä erilaisten palvelualustojen avulla muun muassa Lontoossa ja Helsingissä. MaaS-käsitteen toiminta-ajatuksena on koota kaikki nykyajan liikkumisen palvelut yhdelle digitaaliselle alustalle. Kuluttajalle yksittäiset palveluntarjoajat eivät esittäydy Maas –palveluissa erillisinä, vaan kuluttaja ostaa ainoastaan matkaketjun paikasta A paikkaan B. (Burrows & Bradburn 2016, 1) Suomessa kuluttajat tuntevat Maas -palvelut Whim -sovelluksena, jonka kautta on tehty kansainvälisesti jo yli 16 miljoonaa matkaa marraskuuhun 2020 mennessä (Whim:n kotisivut).

Kuluttajalähtöisesti rakennetut, uudet julkiset ja yksityiset liikkumispalvelut ovat onnistuneet vähentämään omistusautojen tarvetta ja niiden määrää erityisesti kaupungeissa, mutta suurin osa liikkumispalveluiden potentiaalista on vielä valjastamatta. (Piirainen ym. 2015, 3). Käytännön esimerkkejä uusista liikkumisen palveluista ovat esimerkiksi autojen jakaminen ja yhteiskäyttöautoilu tai kyytien jakaminen eli kimppakyydit ja näiden erilaisia muotoja yhdistelevät palvelut tai alustat. (Piirainen ym. 2015, 8–18) Liikkumisen palvelualustojen muodostumista kuvaillaan seuraavassa kuviossa 1.



Autojen jakaminen tai yhteiskäyttöautoilu (car sharing) tarkoittavat auton jakamista esimerkiksi yhteisön tai yrityksen osapuolien kesken. Perinteisestä auton vuokrauksesta yhteiskäyttöautoilu eroaa esimerkiksi siten, että yhteiskäytössä olevan auton voi useimmiten vuokrata lyhyeksikin aikaa, kuten tunniksi tai kahdeksi. Yksi yhteiskäyttö- autoilun muoto on myös auton vertaisvuokraus (peer-to-peer car sharing). Tällöin autot omistavat yksityishenkilöt, jotka jakavat ajoneuvojaan, vastikkeetta tai vastikkeellisesti. Kimppakyydillä tai kyytien jakamisella (ride sharing) tarkoitetaan useimmiten keskenään tuntemattomien henkilöiden yhteismatkustusta, jossa käytetään kulkuvälineenä yksityisesti omistettuja autoja tai kimppatakseja, joita ajavat palkatut kuljettajat. Uusia liikkumisen palveluita yhdistelevät alustat voivat sisältää myös joukkoliikenteen ominaisuuksia tai kävelyä ja pyöräilyä reitittäviä toimintoja. (Piirainen ym. 2015, 6)

### **3.2 Erilaiset liikkumisen palvelut 2020-luvulla**

McCluskeyn (2016) mukaan tulevaisuuden liikenteen mullistavat tekijät eivät ole itsessään teknisiä tuotteita, vaan teknisiä innovaatioita hyödyntäviä liikkumisen palveluita. Helppokäyttöisyys ja käyttäjäkokemus ovat esimerkiksi kyytipalvelu Uberin menestystekijöitä ja ne tulevat olemaan keskiössä muissakin tulevaisuuden liikkumisen palveluissa. McCluskeyn artikkelissa Smoother Ride (2016), on haastateltu MaaS Finlandin toimitusjohtaja Sampo Hietasta. Hietasen mukaan auto on tulevaisuudessakin keskeinen liikkumisen väline. Kuluttajien ei tulevaisuudessakaan tarvitse luopua autoilun mukavuudesta, mikäli autojen käyttöastetta parannetaan autojen ja kyytien jakamisen keinoin. Tällä hetkellä autot ovat käyttämättöminä keskimäärin yli 95 prosenttia eliniästään. Hietasen mukaan liikkumisen palveluiden piilevä markkinapotentiaali on suuri, sillä kehittyneissä maissa ihmiset käyttävät jopa 500 euroa kuukaudessa liikkumisen kustannuksiin. (McCluskey 2016, 36–38) Liikkuminen palveluna -konseptin suosiota on vauhdittanut muut globaalit trendit, kuten digitalisaatio ja palvelullistuminen. Erilaisia liikkumisen palveluita yhdeksi kokonaisuudeksi yhdistäviä palveluita on jo kokeiltu useissa eri maissa. Käytännön esimerkkejä näistä ovat Ubigo Ruotsissa, Smile Itävallassa, Switch Saksassa ja Whim Suomessa. (Mola, 2020, 61)

Yhdysvaltalainen Zipcar on esimerkki kaupallisesta, autojen jakamiseen erikoistuneesta yrityksestä. Zipcarin tapauksessa kyse on yhteiskäyttöautoilusta, sillä autot ovat yrityksen omistamia. Autoja on saatavilla Pohjois-Amerikassa ja useissa Euroopan suurkaupungeissa. Palvelun jäsenet maksavat vuosimaksua, joita vastaan he voivat varata autoja verkkopalvelun välityksellä. (Belk 2013, 1597) Autojen ovet avataan autoa noutaessa sähköisellä jäsenkortilla. Autot ovat käytettävissä muutaman tunnin kerrallaan, jonka jälkeen auto tulee palauttaa takaisin noutopaikkaan. Auton käyttäjä voi valita palvelusta tarpeisiinsa sopivan auton eikä hänen tarvitse huolehtia polttoaineesta, vakuutuksesta, pysäköintimaksusta tai huolloista. (Lamberton & Rose 2012, 110) Mikä- li auton tankkaus on

tarpeellista, on sitä varten autossa huoltoaseman luottokortti. Esi- merkiksi kaupunkipyöriin verrattuna Zipcarin kaltaiset autojen yhteiskäyttöpalvelut eivät kuitenkaan ole vielä yhtä joustavia, sillä auto tulee useimmiten palauttaa samaan paikkaan, josta se on noudettu. Tulevaisuudessa autonomiset eli itse-ajavat autot kenties mahdollistavat sen, että autot tulevat sinne, missä autoa tarvitseva palvelun käyttäjä on. (Belk 2013, 1597)

Myös perinteiset autovuokraamot ovat huomanneet uusien liikkumisen palveluiden, kuten autojen jakamisen eli yhteiskäyttöautojen ja vertaisvuokrauspalvelujen luoman kilpailun. Yksi maailman suurimmista perinteisistä autovuokraamoista, Avis osti vuonna 2013 autojen yhteiskäyttöpalvelu Zipcarin. Samaan aikaan, kun perinteiset autovuokraamot muuttavat muotoaan, myös autojen valmistajat suunnittelevat palveluita perinteisten ydintuotteidensa, eli autojen tueksi. Liikkuminen palveluna (MaaS) -konseptin ajatellaan tulevaisuudessa mullistavan koko autoalan (Smith ym. 2020). Viimeisten viiden vuoden aikana autoala on digitalisoitunut ja autovalmistajat keskittyvät yhä enemmän tuottamaan erilaisia liikkumisen palveluita. Esimerkkejä tällaisista palveluista ovat autonvalmistajien omat yhteiskäyttöautopalvelut, kuten BMW:n Drivenow tai PSA-konsernin Free2move -palvelut. Liikkuminen palveluna on merkittävä osa autoalan palvelullistamista, joka kehittyy ja kasvaa jatkuvasti. Kuluttajan näkökulmasta kyse on sekä tuotteen että palvelun yhdistämisestä, mutta molemmat tuottavat kuluttajalle arvoa nimenomaan liikkumisen tarpeisiin (Mola ym. 2020, 548). Autonvalmistajien omistamat ja operoimat autojen yhteiskäyttöpalvelut mahdollistavat tietyn merkkisellä autolla ajamisen ilman sen omistamisen tarvetta. (Belk 2013, 1597) Kuluttajilla, joilla on erityinen suhde johonkin tiettyyn brändiin, voi olla hankalampi omaksua useita jakamistalouden liikkumisen palveluita. Esimerkiksi Mercedes-Benz -merkkisiin autoihin omistautuneella kuluttajalla voi olla hankaluuksia omaksua autonjakopalveluun, jonka valikoimista suosikkibrändiä ei löydy. Toisaalta jollekin kuluttajalle fyysisellä paikalla tai kivijalkaliikkeeseen liittyvällä, erityisellä asiakaspalvelulla voi olla ratkaiseva merkitys jonkin palvelun tai tuotteen kuluttamisessa. Tällöin digitaalisen alustan tarjoama palvelu tai tuote ei tyydytä näitä kuluttajan tarpeita. (Morewedge ym. 2020, 17) Osa palveluista mahdollistaa myös ostetun auton jakamisen muiden kuluttajien kesken eli auton vertaisvuokraamisen. Suurin osa autonvalmistajien suunnittelemissa autonjakopalveluista on käytettävissä autonvalmistajien omien matka- puhelinsovellusten avulla. (Belk 2013, 1597)

Mutta miksi autonvalmistajat tuottavat palveluita, jotka kannustavat itse ydintuotteen ostamatta jättämiseen? Esimerkiksi Hünwaldt (2016) haastatteli tutkimukseensa yli kahtasataa liikkumisen alojen asiantuntijaa yhdeksältä eri liiketoiminnan osa-alueelta. Yli 90 prosenttia tutkimukseen vastanneista oli sitä mieltä, että autoteollisuuden tulisi laajentaa liiketoimintaansa liiketoiminnan palveluihin ja tehdä yhteistyötä niihin erikoistuneiden startup-yritysten kanssa. (Hünwaldt 2016, 1) Myös liikkumisen kuluttaja- käyttäytymisen tutkimukset osoittavat, että auton omistamisen halu ja auton kautta oman identiteetin ilmaisemisen tarve on etenkin nuorten keskuudessa yhä pienempi, mutta samaan aikaan korostuu joustavan liikkumisen tarpeet. Lisäksi sama nuori sukupolvi näkee auton omistamisen kustannukset, kuten huollot ja pysäköinnit ja toisaalta kaupunkiasumiseen liittyvät auton



omistajan ongelmat, kuten ruuhkat ja pysäköintipaikan etsimisen, suuremmaksi ongelmaksi kuin auton omistamisesta saatavan hyödyn. Autonvalmistajat näkevät lyhytaikaiseen auton vuokraamiseen tarkoitettut palvelut ratkaisuna nuorien sukupolvien yksityisautoiluun liittyviin ongelmiin. (Belk 2013, 1597) Autoteollisuus joutuu majoituspalveluiden tavoin kohtaamaan lainsäädäntöön ja verotukseen liittyviä haasteita, kun uudenlaista liiketoimintaa syntyy. Siinä missä majoitusta välittävä palvelu Airbnb on joutunut kansainvälisesti yksin kohtaamaan lainsäädännöllisiä esteitä, on autoteollisuudella kuitenkin vahva, useista autonvalmistajista koostuva joukko muuttamassa liiketoiminnan rakenteita. (Geron 2013, 3)

Autonvalmistajat ovat yksi esimerkki kasvavasta kyytien ja autojen jakamiseen keskittyvästä alasta, mutta myös itsenäisiä palveluntarjoajia tulee koko ajan lisää markkinoille. Kansainvälisesti tunnetuin ja suurin on Uber, mutta sen lisäksi myös esimerkiksi LocalMotion, Zimride, Spride, Getaround, Lyft, Sidecar ja Blablacar tarjoavat kyytien jakamiseen erikoistunutta palvelua (Belk 2013, 1598). McCluskeyn (2016) mukaan keskustelu moderneista liikkumisen palveluista kääntyy usein kertaluontoiseen työhön tai jakamistalouteen: palveluntarjoaja mahdollistaa palvelun, kuten esimerkiksi Uberin kaltaisen taksikyydin tai hyödykkeen lyhytaikaisen käytön, kuten esimerkiksi auton vuokrauksen vertaisvuokrauspalvelun kautta. Omistamiselle vaihtoehtoiset tavat eivät kuitenkaan aina ole suoraan jakamista. Esimerkiksi Uberin tapauksessa McCluskeyn mielestä kyse ei ole jakamisesta, vaan ennemminkin käyttöoikeudesta ja lopulta edullisesta taksipalvelusta, sillä toiminta-ajatus ei perustu joutilaiden resurssien tehostamiseen, eli auton jakamiseen silloin kun omistaja ei sitä käytä. Päinvastoin autolla ajetaan ensisijaisesti ansaintamielessä, joka McCluskeyn mukaan tappaa sääntelemättömänä taksialan kilpailua. (McCluskey 2016, 5) Toisaalta Uberissa on kuitenkin jakamistalouden piirteitä, sillä käytännössä se on joukkoistettu kyydinvälityspalvelu, jossa jaetaan joutilaita resursseja (Piirainen ym. 2016, 12).

### **3.3 Jakamistalouden palvelut ratkaisuna liikkumisen ongelmiin**

Iso-Britannialainen liikkumisen ratkaisuja kehittävä yritys Catapult Transport systems, teetti vuonna 2016 tutkimuksen liikkumisen palveluiden mahdollisuuksista Iso-Britannian liikenneongelmien ratkaisemiseksi. Selvityksessä haastatellun Catapult Transport systemsin toimitusjohtajan, Steve Yiannin mukaan tiedon saatavuus, teknologian tehokkuuden valjastaminen hyötykäyttöön ja älypuhelin merkittävä läsnäolo kaikessa tekemisessämme on antanut kuluttajille mahdollisuuden haastaa perinteisiä liikkumisen tapoja. (Datson 2016, 3) Sen sijaan, että kuluttaja paikantaisi julkiseen liikenteen reitit, varaisi ja maksaisi kaikki matkat erikseen, mahdollistavat digitaaliset liikkumisen palvelualustat liikkumisen suunnittelun, varaamisen ja ostot joko yhden alustan tai muutaman sovelluksen välityksellä. Lisäksi ne mahdollistavat sekä palvelun tarjoajan että kuluttajan kannalta tehokkaan hinnoittelun, joka useimmiten muodostuu ja vaihtelee kysynnän ja tarjonnan lakien mukaan. Hinnoittelu voi käytännössä olla kuu-kausimaksu, tai ainoastaan käyttöön ajallisesti tai esimerkiksi kilometrien perusteella perustuva. (McCluskey 2016, 4)

Matkustajien ei enää tarvitse hankkia ja pitää mukanaan eri liikennevälineiden, kuten linja-autojen tai junien aikatauluja tai taksipalveluiden tai autovuokraamojen yhteystietoja. Kuluttajien liikkumisen helpottamista varten on olemassa lukemattomia matkapuhelinsovelluksia, jotka antavat esimerkiksi reaaliaikaista liikennetietoa julkisen liikenteen myöhästymisistä tai auto-onnettomuuksista. Samalla uudet liikkumisen palvelut mahdollistavat kuluttajalle matkaketjun optimoinnin rahan ja ajan käytön kannalta – tai monesta muustakin eri näkökulmasta, kuten lyhimmän reitin, nopeimman reitin, tai esimerkiksi ympäristöystävällisimmän reitin perusteella. Lisäksi ne mahdollistavat arkea helpottavat liikkumiskäytännöt esimerkiksi riippuen siitä, matkustaako kuluttaja yksin vai esimerkiksi lastensa kanssa. (Datson 2016, 3)

Yksittäisen kuluttajan kannalta liikkumisen palvelut mahdollistavat parhaimmillaan paitsi liikkumisen itsessään, mutta myös siihen liittyvien muiden tarpeiden hoitamisen saumattomasti ja etukäteen tiedossa olevalla hinnalla. Tampereen Yliopiston teettämässä Liikkuminen palveluna –tutkimuksessa verrataan liikkumisen palveluja nykyajan matkapuhelinliittymiin. Kuluttaja saa tietyn määrän käyttöönsä tekstiviestejä, dataa eli internetin käyttöoikeutta ja puheluja. Uudet liikkumisen palvelut ja niitä yhteen kokoavat alustat mahdollistavat matkapuhelinliittymään verrattavissa olevan kokonaisuuden, joka voi sisältää vaihtoehtoja niin autojen vertaisvuokraamisesta, yhteiskäyttöautoilusta, kimppatakseista, julkisesta liikenteestä kuin kaupunkipyörästäkin. (Piirainen ym. 2016, 21)

McCluskeyn (2016) mukaan liikkumisen palvelualustat kasvattavat matkustamisen mukavuutta kuluttajien näkökulmasta erityisesti kaupungeissa. Liikkumisen palveluiden tulisi tehdä matkustamisesta yksinkertaista ja saumatonta, huomaamatonta ja helppoa, edellytyksenä kalliin auton omistamisen sijaan ainoastaan älypuhelimien omistaminen ja verkkoyhteys. Reaaliaikainen tieto ja erilaisten liikkumisen muotojen kokoaminen yhteisille alustoille tekee myös liikkumismuodoista tasa-arvoisempia toisiinsa nähden: älypuhelinsovellus välittää tiedon kuluttajalle, jos esimerkiksi polkupyörä on autoa nopeampi vaihtoehto valitulle reitille. (McCluskey 2016, 5)

Ambrosinon ym. (2016, 181) mukaan on tärkeää tuoda uudenlaiset, jakamistalouden mahdollistamat liikkumiskäytännöt osaksi poliittista päätöksentekoa ja kaupunkien suunnittelua. Yksi malli ei kuitenkaan sovi jokaiseen ympäristöön, vaan räätälöinti ja eri liikennemuotojen ja palvelujen yhdistely tulisi aina tehdä kyseiseen ympäristöön sopivaksi. Ambrosino ym. (2016, 181) listaa kuitenkin muutaman perusongelman, joihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota ympäristöstä riippumatta:

Linja-autoliikenteen tulisi olla kysyntäohjattua, jolloin tiheän vuorovälin sijasta vastattaisiin kysyntään. Myös linja-autoliikenteen mukavuuteen tulisi panostaa nykyistä enemmän.

Kimppakyydit tulisi integroida osaksi julkista liikennettä ja niiden tulisi olla saatavilla julkisen, luotettavan palvelun kautta. Merkityksellistä on, että kimppakyytejä hallinnoi ja koordinoi luotettava instituutio. Erilaiset ITS -tietohallintojärjestelmät tulisi suunnitella palvelemaan kaupunkia ja kyseisen kaupungin julkista liikennettä. Ambrosino ym. (2016, 181) muistuttavat, että uusien, jakamistalouden

edellytyksin toimivien liikkumispalvelu -strategioiden omaksuminen käytäntöön edellyttää tehokasta yhteistyötä päättäjien, yritysten ja yksittäisten kaupunkien välillä. Käytännössä sekä julkisen liikenteen edellytyksiä, että itse palveluita tulisi parantaa, jotta ne voitaisiin integroida toimimaan yhteen uudenlaisten, yhteisöllisten liikkumisen palveluiden kanssa.

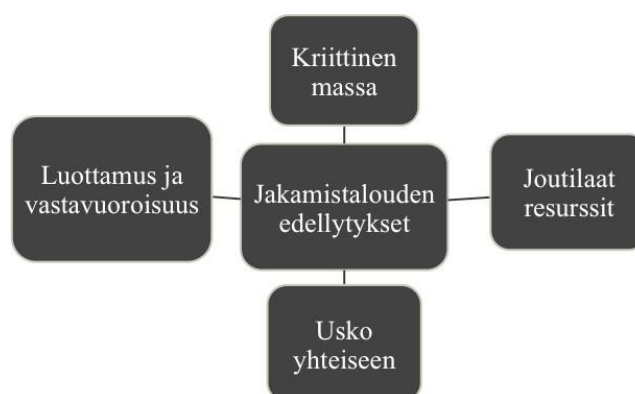
(Ambrosino ym. 2016, 181) Datsonin (2016) mukaan liikkumisen palveluilla on lopulta kaksi keskeistä vahvuutta: Ne tekevät kuluttajan näkökulmasta liikkumisesta aidosti palvelun kaltaisen kokemuksen. Toisena erityisenä vahvuutena pidetään digitaalisen informaation eli datan välittymistä kuluttajilta palveluiden tarjoajille, kuluttajien todellisista tarpeista. Kuluttajien tarpeita käsittelevän datan avulla palvelun tarjoajien on mahdollista kehittää palvelujaan yhä paremmiksi. Tuotteistettu liikkumisen palvelu voi Datsonin mukaan käytännössä tarkoittaa joko kaikkia palveluntarjoajia yhteen kokoavaa digitaalisessa ympäristössä toimivaa alustaa tai mobiilisovellusta, tai vaihtoehtoisesti yksittäisiä kuluttajan tarpeita vastaavia liikkumisen palveluiden operaattoreita, jotka tarjoavat kuluttajalle sopivia käyttöliittymiä ja palveluja. (Datson 2016, 6)

## 4 Liikkumisen palvelut kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta<sup>4</sup>

### 4.1 Jakamistalouden palveluiden toiminnan edellytykset

Kumran (2007) mukaan kuluttajakäyttäytyminen on kuluttajan psykologisia prosesseja, jotka liittyvät tarpeiden tunnistamiseen ja niiden täyttämiseen liittyvien ratkaisujen löytämiseen. Kuluttajakäyttäytymisessä keskeisiä toiminnan muotoja ovat kulutuksen kohteisiin liittyvän tiedon kerääminen ja tiedon hyödyntäminen sekä hankintojen suunnittelu ja toteutus. Kuluttajakäyttäytyminen käsittää myös oston jälkeisen käyttäytymisen. Laajemmin Kumra (2007) määrittelee kuluttajakäyttäytymistä tutkimuksena siitä, miten ihmiset tai organisaatiot käyttäytyvät tuotteiden tai palveluiden hankkimisessa, käytössä ja hävittämisessä. (Kumra 2007, 2) Solomonin ym. (2006) mukaan kuluttajakäyttäytyminen on paljon laajempi tutkimussuunta tai käsite kuin ostamiseen liittyvän käyttäytymisen tutkiminen. Kuluttajakäyttäytyminen tutkii myös sitä, miten omistaminen ja ostaminen vaikuttavat kuluttajien elämään ja miten kuluttajien päätökset vaikuttavat toisiin kuluttajiin. Samalla kuluttajakäyttäytyminen pyrkii selvittämään, miten tuotteet, palvelut ja kuluttaminen vaikuttavat laajemmin yhteiskunnan kehitykseen. (Solomon ym. 2006, 15)

Botsman ja Rogers (2016) pitävät kuluttajakäyttäytymistä keskeisenä näkökulmana jakamistaloutta tutkittaessa ja listaavat neljä keskeistä jakamistalouden edellytystä kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta: 1) kriittinen massa, 2) joutilaat resurssit, 3) usko yhteiseen ja 4) luottamus ja vastavuoroisuus. (Botsman & Rogers 2010, 16) Seuraavassa kuviossa 2 jakamistalouden edellytyksiä ympäröivät ne osatekijät, joita jakamistalous vaatii toimiakseen.



Kuvio 2 Jakamistalouden edellytykset kuluttajakäyttäytymisessä (mukaiillen Botsman & Rogers 2010, 16, 75–93)

Kuviossa 2 kriittisellä massalla tarkoitetaan riittävää määrää käyttäjiä jossain tietyssä verkostossa tai palvelussa. Kriittinen massa auttaa käyttäjiä paitsi löytämään riittävästi

<sup>4</sup> Tässä kappaleessa hyödynnetään tekijän aikaisempaa kandidaatin tutkielmaa *Jakamistalous ja liikkumisen palvelut – Liikkumisen murros kuluttajakäyttäytymisen ja palveluiden markkinoinnin näkökulmasta* (2017)

heitä kiinnostavaa sisältöä, mutta sen myötä myös uusien käyttäjien määrän kasvun pysymään tasaisena. Kriittinen massa, eli tarpeeksi suuri käyttäjämäärä ja valinnan mahdollisuudet ovat edellytykset minkä tahansa markkinapaikan toiminnalle. Uuden palvelun ensimmäiset käyttäjät toimivat myös esimerkkinä ja sosiaalisena todisteena tuleville käyttäjille siitä, että markkinapaikka, verkosto tai palvelu toimii. Käyttäjien suosittamat palvelut ja jaetut kokemukset auttavat uusia käyttäjiä ylittämään sosiaalisen ja psykologisen kynnyksen uuden toimintamallin tai palvelun kokeilemisessa ja omaksumisessa. Kokemukset ja niiden jakaminen ovat siis sosiaalisia todisteita palvelun olemassaolosta ja toimivuudesta. (Botsman & Rogers 2010, 75-80)

Yhteisöllisen kuluttamisen ytimessä on, miten kuluttajat voivat valjastaa kuviossa 2 esitellyn jakamistalouden toisen edellytyksen eli joutilaan resurssin, ja jakaa sen tehokkaasti. Joutilaan resurssin tehokasta hyödyntämistä voi olla porakoneen lainaaminen sen ostamisen sijaan, tai kyydin jakaminen matkalla töihin kollegoiden kesken, mikäli autossa on tilaa. (Botsman & Rogers 2010, 83–85). Myös Price ja Belk (2016) näkevät joutilaat resurssit tärkeiksi, mutta samalla he korostavat, että omistaminen ja jakaminen eivät ole ainoita perustavanlaatuisia kuluttajakäyttäytymisen muotoja, vaan tavallisia kuluttajakäyttäytymisen vuorovaikutuksen ilmentymiä, jotka voivat tulla esille useiden sosiaalisten yhteenliittymien kautta niin yksilöiden kuin ryhmienkin kesken. (Price & Belk 2016, 193) Kuluttajat kokevat usein heidän käyttöoikeutensa digitaalisiin palveluihin tai hyödykkeisiin väliaikaisena. Kuluttajat maksavat pääsystä palveluun tai yksittäisistä palvelun käyttökerroista tarpeen mukaan. Useimmiten palvelun maksu- ja käyttölogiikka on jakamistaloudessa palvelua tarjoavan alustan määrittelemä. (Morewedge ym, 2020, 11)

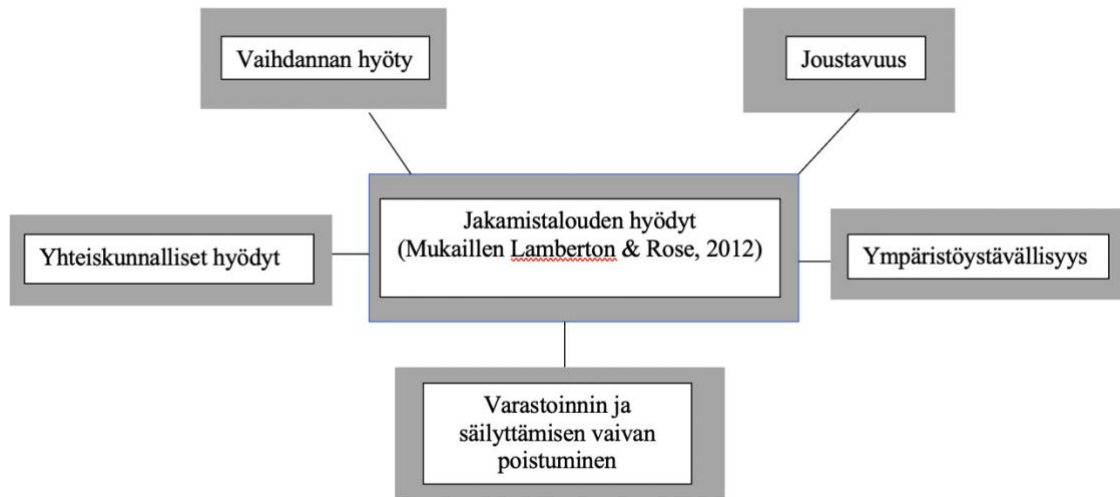
Kuvion 2 kolmannella jakamistalouden edellytyksellä eli Uskolla yhteiseen Botsman ja Rogers (2010) tarkoittavat kuluttajakäyttäytymistä, joka perustuu yhdessä tekemiseen ja yhteisöllisyyteen. Lisäksi jakaminen ja omistaminen ovat sosiaalisesti määriteltyjä ja arvoihin ja kulttuuriin vahvasti sidoksissa olevia normeja, ihmissuhteita ja tunteita. (Botsman & Rogers 2010, 88-91) Usein omistamiseen tai omistamatta olemiseen, kuten jakamiseenkin liittyy myös sosiaalista painostusta (Price & Belk 2016, 193). Jakamiseen ja vertaisvuokraamiseen perustuvat palvelut tarvitsevat yhteisöllisyyttä samalla tavalla kuin ruuhkasta selviytyminen liikenteessä tai matkapuhelimesta hyötyminen – ruuhkassa ajaessa joustetaan ajamalla vaihtoehtoisia reittejä ja matkapuhelimesta hyötyy vain, mikäli jollain muullakin on matkapuhelin. (Botsman & Rogers 2010, 88-91)

Kuvion 2 neljännet jakamistalouden edellytykset ovat Luottamus ja vastavuoroisuus. Niitä voidaan pitää koko jakamistalouden olennaisina peruspilareina. Jakamistalouden palveluissa olennaista on luottamus. Perustuuhan palvelun toteutuminen kahden yksityisen henkilön väliseen sopimukseen. Palvelualustan rooli on olla mahdollistajana. Alusta tuo palvelun resurssia tarjoavan (esimerkiksi auton omistajan, joka tarjoaa vuokralle omaa autoaan) ja resurssia (autoa vuokralle) tarvitsevan yhteen. Palvelun olennainen rooli on lisätä osapuolien välistä luottamusta. (Möhlmann, 193-207, 2015) Luottamus voi olla rakennettu erilaisilla mekanismeilla, varmennuksilla ja lisäpalveluilla. Tällaisia ovat esimerkiksi tunnistamiseen ja varmentamiseen liittyvät palvelut, joilla tunnistetaan ja varmistetaan palvelun osapuolien oikea henkilöllisyys. Lisäpalveluita voivat olla esimerkiksi vakuutukset vuokrattua autoa varten, tai Airbnb -asuntoa varten. (Acquier ym. 5, 2017)

Todelliset riskit jakamistalouden palvelujen käytössä ovat pienempiä, kuin yleisesti luullaan. Arjesta suuri osa perustuu luottamukseen vieraiden ihmisten kesken, kuten työpaikkasiivoojaan tai linja-auton kuljettajaan, joka vie töihin tai lapsen kouluun. Sosiaalinen media ja muu viestintäteknologia on mahdollistanut luottamuksen rakentamisen ja mittaamisen digitaalisessa ympäristössä. Verkottuminen ja palaute esimerkiksi jakamistalouden palveluissa ovat jokaiselle yksilölle luottamuspääomaa. Tärkeä osa luottamuksen saavuttamisessa on vastavuoroisuudella ja avoimuudella, jota vaaditaan monisuuntaisessa palautteessa palveluntarjoajan, jakajien ja käyttäjien välillä. (Botsman & Rogers 2010, 91-93)

## **4.2 Liikkumisen palveluiden hyödyt**

Tärkeä osa kuluttajan näkökulmasta on jakamistaloudesta saatavilla hyödyillä. Lambertson ja Rose (2012) jaottelevat jakamistalouden hyödyt kuluttajan näkökulmasta viiteen eri luokkaan: Vaihdannan hyötyyn, joustavuuteen, varastoinnin ja säilyttämisen vaivan poistumiseen, ympäristöystävällisiin ja yhteiskunnallisiin hyötyihin. (Lambertson & Rose 2012, 110) Näitä jakamistalouden hyötyjä havainnollistetaan seuraavassa kuviossa 3.



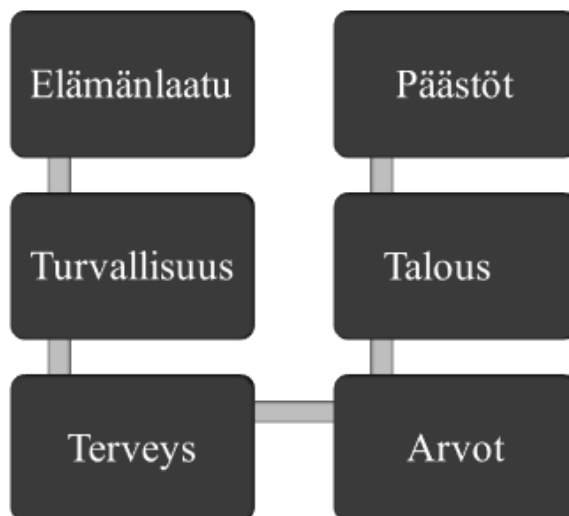
Kuvio 3 Jakamistalouden hyödyt kuluttajan näkökulmasta (mukaiillen Lamberton & Rose 2012, 110)

Kuviossa 3 jakamistalouden ensimmäinen jakamistaloudesta kuluttajalle seuraava hyöty eli *Vaihdannan hyöty* on verrattavissa jakamistaloudesta kaupan transaktioon. Molemmilla osapuolilla, tarjoajalla ja kuluttajalla, on suhteellinen etu, kun hyödyke tai palvelu jaetaan vastikkeellisesti. Kuviossa 3 vaihdannan hyödyn alapuolella on Lambertontin ja Rosen (2012) mukaan toiseksi tärkein jakamistaloudesta saatava hyöty eli kuluttajan kannalta sen mahdollistama *joustavuus*. Esimerkiksi Zipcarin kaltaisten autojen yhteiskäyttö- tai vertaisvuokrauspalveluiden tarjoamat autot erilaisiin tarpeisiin ovat saatavilla useilta paikkakunnilta, parhaimmillaan naapurilta. Jakamistalous mahdollistaa siis joustavasti esimerkiksi autoilusta saatavan hyödyn ilman auton omistamisen tarvetta. Osa jakamistalouden joustavuutta on myös kolmantena jakamistalouden hyötynä mainittu *tavaran säilyttämiseen ja varastointiin liittyvän vaivan* poistuminen. Esimerkiksi kyyti- ja yhteiskäyttöautopalveluissa käyttäjän ei tarvitse huolehtia auton säilytyksestä, vaan auton omistava yritys tai yksityinen, joka jakaa autoaan, säilyttää auton silloin, kun palvelun käyttäjä ei sitä vuokraa tai lainaa. (Lamberton & Rose, 2012, 110) Shaheen ym. (150, 2021) tekemässä tutkimuksessa talouteen kuuluvien autojen lukumäärän vähentämisen ja omistamatta jättämisen kokivat hyvin tärkeäksi syyksi käyttää jakamistalouden liikkumisen palveluita jopa lähes kaksi kolmasosaa vastanneista.

Neljäntenä jakamistalouden hyötynä Lambertontin ja Rose (2012) näkevät resurssien tehokkaan hyödyntämisen *ympäristöystävällisin* keinoin. Joutilaita resursseja, kuten paikallaan käyttämättöminä olevia autoja voidaan käyttää tehokkaammin jakamalla niitä

useiden käyttäjien kesken, jolloin auton käyttöaste kasvaa. Sama pätee kyytien jakamiseen siihen tarkoitettujen palvelujen välityksellä. Dey ym. (2022, 216) näkevät jakamistalouden periaattein toimivat liikkumisen palvelut yhtenä tulevaisuuden ympäristöystävällisen liikkumisen merkittävimpänä strategiana, edellyttäen sekä tekniikan että kaupunkien liikennesuunnittelun edelleen kehittymistä. Viidentenä ja viimeisenä hyötynä Lamberton ja Rose (2012) näkevät jakamisen *yhteiskunnan* kannalta hyödyllisenä, ympäristöystävälliseen kuluttamiseen kannustavana toimintana. (Lamberton & Rose, 2012, 110) Myös Shaheen ym. (153, 2021) näkevät yhteiskunnallisia hyötyjä, kuten monipuolisen liikkumisen ja asioinnin mahdollistamisen heille, joilla ei ole mahdollisuutta hankkia tai omistaa omaa autoa.

Salonen (2017) taas tunnistaa kuusi osa-aluetta, jotka ovat keskeisiä ajureita kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa yksityisautoilusta ja perinteisen julkisen liikenteen käytöstä kohti liikkumisen palveluita: elämänlaatu, turvallisuus ja terveys, päästöt, talous ja arvot. (Salonen 2017, 1–2) Näitä ajureita havainnollistetaan seuraavassa kuviossa 4.



Kuvio 4 Ajurit kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa kohti liikkumisen palveluita (mukaillen Salonen 2017, 1–2)

Kuviossa 4 Salosen (2017) määrittelemät liikkumisen palveluiden käyttöön johtavat ajurit ovat tekijöitä, jotka ovat keskeisiä syitä kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa liikkumisen palveluiden yhä aktiivisempaan käyttöön. Yksityisautoilun perinteisissä omistussuhteissa resurssit ovat usein tehottomassa käytössä. Eurooppalaiset käyttävät keskimäärin noin 20 prosenttia tuloistaan liikkumisen kustannuksiin, mutta autoillaan



eurooppalaiset ajavat keskimäärin vain noin puoli tuntia päivässä. Autot siis ovat käyttämättöminä käyttämättöminä yli 90 prosenttia ajasta. Kyse on talouden kannalta tehottomasta resurssien käytöstä ja talouden merkitys on keskeinen ajurina kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa yksityisautoilusta kohti liikkumisen palveluita. (Salonen 2017, 1- 2)

Liikkumisen kokonaiskustannuksiin sekä yhteiskunnan että yksittäisen kuluttajan kannalta vaikuttavat talouden lisäksi myös erilaiset elämänlaatuun liittyvät ajurit, jotka seuraavat kuviossa 4 toinen toisiaan. Liikenteen ongelmien ratkaiseminen liikkumisen palveluiden avulla lisää myös kaupunkien viihtyvyyttä, sillä ajoneuvoja ja pysäköintialueita tarvitaan vähemmän, jossa autolla liikkuminen perustuu omistussuhteeseen, jota käyttää pääsääntöisesti yksi kuljettaja. Salosen (2017) mukaan elämänlaatu ja terveys ja niiden myötä myös liikenteen turvallisuus paranevat liikkumisen palveluiden ratkaistessa liikenteen ongelmia, kuten päästöjä ja ruuhkia. (Salonen 2017, 1-2)

Lopulta kuluttajat tekevät kulutustottumuksiin liittyvät muutokset. Silloin on kyse arvoista. Salosen (2017) mukaan kuluttajat hakevat arjen ratkaisullaan elämälleen syvempiä merkityksiä kuin asioiden tai esineiden omistamista. Liikkumisen palveluihin siirtyminen on osa arvojen muutosta halusta omistaa kohti käyttöoikeutta, liikkumisen palveluiden vapaata ja ongelmattonta saatavuutta. (Salonen, 2017, 1-2). Usein arvoa ja kuluttajakäyttäytymistä määriteltäessä ekonomistit viittaavat hyötyteoriaan ja rajahyötyyn. Teorian mukaan kuluttajat käyttävät elinkeinostaan saamiaan tulojaan ensisijaisesti oman hyötynsä ja tyytyväisyytensä maksimointiin. Kokonaishyödyllä tarkoitetaan hyötyä, joka seuraa resurssien hallussapidosta saatavaa tyydytystä ja rajahyödyllä tyydytystä, jonka kuluttaja saa hankkimalla tai luopumalla yhden yksikön (Bowman & Ambrosini, 2000, 2)

Useat näkemykset jakavat ajatuksen, jossa resurssien oletetaan olevan arvokkaita. Toisaalta esimerkiksi Wernerfelt (1984), määrittelee resurssit kaikeksi, mitä voidaan ajatella vahvuutena tai heikkoutena. (Wernerfelt 1984, 2) Resurssin arvoa käsitellään usein varsin yleisellä tasolla. Arvon määritelmää verrataan usein resursseihin. Esimerkiksi Barney (1991) ajattelee, että resurssit ovat arvokkaita suhteessa tiettyyn markkinaympäristöön. Heidän mukaansa resurssien ensisijainen tarkoitus on luoda arvoa, ja pystyä tyydyttämään tarpeita. (Barney, 1991, 106)

Kuluttajat osallistuvat jakamistalouden toteuttamiseen tai käyttävät jakamistalouden palveluita monenlaisista eri syistä. Xu:n (2020, 2) mukaan verrattuna perinteiseen markkinatalouteen, jossa usein keskitytään tarpeiden tyydyttämiseen, käytetään jakamistalouden palveluita myös ideologisista syistä. Jakamistaloudessa korostuvat yhteisöllinen hyvän tekeminen, resurssien tehokas käyttö ympäristöä säästäen. Kuluttajat hakevat jakamistaloudesta myös elämyksiä: jakamistaloudessa harvat tuotteet tai palvelut ovat standardisoituja. Kokemus on ainutlaatuinen. Jakamistalouteen sitoutuminen on aina yksilöllistä, samoin siitä koetut hyödyt. Xu:n (2020, 2) mukaan jakamistalouden palveluita voidaan käyttää jopa omakuvan parantamiseen ja oman tunnon tuskien lievittämiseen, mikäli halutaan tehdä ympäristön kannalta kestävää henkilöbrändiä. (Xu, 2020, 2) Xu:n ohella myös Pappas (2019) toteavat, että kuluttajan käsityksiin jakamistaloudesta ja itse kuluttajan käyttäytymiseen vaikuttavat muun muassa kuluttajan kokemat riskit, jakamistalouden palveluiden markkinointi ja mainonta ja sosiaaliset, taloudelliset sekä hinnoitteluun liittyvät tekijät. Myös sosiaalisella kanssakäymisellä resurssia tarjoavan osapuolen kanssa, on olennainen merkitys siihen, miten kuluttaja koee jakamistalouden palvelut. (Pappas, 2019, 415–424)

Jakamistaloutta on tutkittu myös kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta. Kuluttajien kokemina merkittävinä arvoina ja hyötyinä ovat aiemmin toistuvasti korostuneet luottamus (Liang ym, 2018b), kiintymys (Yang ym. 2019), henkilöbrändi -yhteys, voiman tunne (Liu & Mattila, 2017), hintakeskeisyys (Liang ym, 2018a), ja kuluttajan persoonallisuus ja luonteenpiirteet (Poon ja Huang, 2017). Negatiivisista tekijöistä korostui jakamistalouteen liittyvät riskit. (Mao ja Lyu, 2017) Myös Chengin (2016) tutkimuksessa korostui luottamuksen rakentamisen merkitys. Jakamistaloudessa osallistujat ovat toisilleen useimmiten entuudestaan tuntemattomia osapuolia ja päätökset tehdään palvelusta saatavilla olevan rajallisen tiedon varassa, tutustumatta kohteeseen etukäteen. Chengin (2016) tutkimuksessa korostui myös hinnan ja kustannusten merkitys. (Cheng, 2016) Munzelin (2016) tutkimuksessa korostui tuotteen tarjoajasta itsestään saatavilla olevan tiedon merkitys. Myös sillä, millaiselta henkilöltä tarvittavan resurssin käyttöönsä vuokraa, on erityistä merkitystä. (Munzelin 2016, 3–4)

Sosiaalisen vaihdannan teorian mukaan kuluttajat tekevät jatkuvaa kustannus-hyöty analyysiä määritelläkseen, millaisen suhteen rakentaminen myyjään tai resurssia tarjoavaan osapuoleen on järkevää. (Shiau ja Luo, 2012). Koller ym. (2010, 1156–1158) näkevät vastuullisen kuluttamisen hyödyn muodostuvan neljästä arvojen eri osa-alueesta:

sosiaalisista arvoista, toiminnallisesta arvosta, taloudellisesta arvosta sekä henkilökohtaisesta arvosta.



*Kuvio 5 Vastuullisen kuluttamisen hyödyistä muodostuvien arvojen malli (mukaillen Koller ym. 2011)*

Nykypäivän markkinoilla asiakkaan kokemasta arvosta on tullut jopa tärkein kaikkea markkinointia ohjaava tekijä. (Patterson & Spreng, 1997). Holbrook (1994, s. 22) toteaa asiakasarvon ja edelleen sen asiakkaalle tuottamien hyötyjen olevan jopa kaiken markkinointitoiminnan perusta. Jotta arvoa pystytään tarkastella ja käsitteellistämään riittävän moniulotteisesti, tulee siinä huomioida niin kognitiiviset (toiminnalliset ja taloudelliset) että affektiiviset (emotionaaliset ja sosiaaliset) seikat. Holbrook, 1994; Sánchez-Fernández, Inieta-Bonillo, & Holbrook, 2009, Koller 2010).

### **4.3 Liikkumisen palveluiden heikkoudet ja haasteet**

Jakamistalous tekee kustannus-hyötysuhteen arvioinnista yhä monimutkaisempaa, kolmesta näkökulmasta. Kustannuksia ja hyötyjä arvioidessa vähemmän standardisoitujen palvelujen rahallisen arvon määrittäminen on hankalampaa, kun suoraa vertailukohtaa ei välttämättä ole saatavilla. Toisekseen, usein jakamistalouden

palveluiden varaaminen vaatii myös kuluttajalta enemmän vaivaa, kuin perinteisten markkinatalouden palveluiden. Tästä Xu:n ym. (2021, 1–23) mukaan konkreettinen esimerkki ovat esimerkiksi jakamistalouden periaattein toimivat vertaismajoituspalvelut. Vaikka jaettava resurssi on eri, on vertaisvuokraamisen idea samanlainen kuin esimerkiksi autojen vertaisvuokrauspalvelussa. Liang ym. (2018a) totesivat tutkimuksessaan, että tuotteet ja palvelut Airbnb:ssä olivat ennalta kuluttajalle tuntemattomia, verrattuna perinteisiin majoituspalveluihin. Syyksi todettiin, että jakamistalouden palvelut ovat yleisesti ottaen huomattavasti vähemmän vakiolaatuisia tai standardisoituja, kuin perinteiset markkinatalouden palvelut. Tämä taas johtaa helposti tilanteeseen, jossa juuri vastaavanlaisesta toimintamallista tai palvelusta kuluttajalle ei kerry aikaisempaa kokemusta. Lisäksi palvelun tarjoajat voivat olla kotoisin tai lähtöisin hyvin erilaisista lähtökohdista ja kulttuureista. (Ert ym. 2016, 4).

Opitut tavat, kulttuuri ja asenteet vaikuttavat myös palveluiden käyttöön. Barbu ym. (2018, 375) toteavat esimerkiksi tietyissä kulttuureissa, kuten entisissä sosialistisissa maissa ei nykyajan kulttuuri kannusta omaisuuden jakamiseen, vaan omistaminen nähdään ja koetaan erityisen tärkeänä. Barbun ym. (2018, 375) mukaan jakamispalveluiden käytölle erityisen otollisia kohderyhmiä tällaisissa kulttuureissa ovat lähinnä nuoret sukupolvet.

Palvelualueella on Xu:n ym. (2021,2) mukaan merkittävä rooli myös resurssia tarjoavien osapuolien hallinnoimisessa: on tärkeää, että palvelu vastaa kuvausta ja on riittävällä tasolla. Saatuun kriittiseen palautteeseen on tärkeää reagoida. Tutkimuksen mukaan palvelualueen reagointi- ja hallintakyvyllä on olennainen merkitys kuluttajan ostopäätökseen. (Xu, 2021, 2) Araghi ym. (2020, 6) toteaa, että myös palveluntarjoajat asettavat omat rajoitteensa palvelun toteutumiselle. Uudet liikkumisen palvelut perustuvat usein volyymiin, ja palvelu saatetaan rajata maantieteellisesti pienelle alueelle, tai sen tarjonta saatetaan lopettaa alueella, jossa toiminta ei ole ollut kannattavaa. (Araghi ym. 2020, 6) Toisinaan myös todellisten kustannusten hahmottaminen saattaa olla haastavaa. Esimerkiksi kyytien jakopalveluissa ei välttämättä ole huomioitu kyytiin otettavien henkilöiden noutoja ja kyydistä jättöjä riittävällä tarkkuudella, vaikka niiden merkitys on olennainen sekä kuljetun matkan että matkaan käytetyn ajan kannalta. (Dey ym. 185-189, 2022) Palvelun toiminta edellyttää riittävää määrää sen säännöllisiä käyttäjiä. Uudenlaisten liikkumisen palveluiden käyttöönoton omaksumisessa Araghi ym. (2020, 6) toteaa rajoitteena esimerkiksi sujuvan palveluiden käytön älypuhelimella,

joka ei välttämättä ole itsestäänselvyys ihmisille jotka ovat tottuneet esimerkiksi ostamaan juna- tai linja-automatkalle fyysisen lipun.

Yksi yleisimpiä uusien liikkumisen palveluiden haasteita on ymmärtää käyttöliittymän tärkeys ja tietotekniikan merkitys (Ambrosino ym. 2016, 182). Araghin ym (2020, 6) mukaan myös palveluiden turvallisuutta ja tietoturvallisuutta saatetaan rajoittaa ja säännellä tarkasti paikallisesti lainsäädännön kautta. Tiedon jakamisen rajoittaminen hankaloittaa olennaisesti esimerkiksi useiden palveluiden toimimista saman palvelualustan kautta. (Araghi Ym. 2020, 6)

Kuluttajalle niiden toimivuus näyttäytyy lopulta FTS -toimintoina (From booking and trip planning /assignment to the reporting and accountability), eli koko matkaketjuun liittyvinä yksittäisinä vaiheina, jotka tekevät kokemuksesta sujuvan. Matkaketju sisältää kaikki tapahtumat aina reitin suunnittelusta sen varaamiseen, osto- ja kulutustapahtumiin sekä niiden raportointiin, esimerkiksi käytettyyn aikaan ja kustannuksiin liittyen. Ambrosinin ym. (2016, 182) mukaan tietoliikenteellä ja yksittäisillä tietotekniikan mahdollistamilla toiminnoilla on olennainen merkitys sekä uudenlaisten palveluiden tietoisuuden kasvattamisessa että niiden käytettävyydessä. (Ambrosino ym. 2016, 182) Huonosti toteutettu digitaalinen ympäristö ei saa potentiaaliselta asiakkaalta välttämättä edes mahdollisuutta, sillä toiseen palveluun on niin helppo siirtyä digitaalisessa ympäristössä, kuten internetissä, sosiaalisessa mediassa tai älypuhelinsovelluksessa. (Grönroos 2007, 463-464) Britton (2015) taas pitää teknologian ja sosiaalisuuden linkittymistä toisiinsa vuorovaikutuksen rakentamisessa ja nopeassa reagoinnissa tärkeänä, jotta asiakas tuntee itsensä tärkeäksi osaksi palvelua (Britton 2015, 7).

Liikkumisen palveluiden tiedottamisen ja markkinoinnin tulisi menestyäkseen olla informoivaa ja tehokasta, sillä aluksi esimerkiksi yhteiskäyttöautot ovat potentiaalisille asiakkaille tuntemattomia. Yhteiskäyttöautot vaativat Liikkuminen palveluna -selvityksen tulosten perusteella hyvin toimivan joukkoliikenteen toimiakseen joustavasti. Siten yhteiskäyttöautojen nouto- ja palautuspaikkojen tulee olla joukkoliikenteen pysäkkien läheisyydessä. Tehokkaita markkinointi- ja tiedotuskanavia ovat digitaalisen ympäristön lisäksi esimerkiksi mainoksin teipatut yhteiskäyttöautot ja pysäkit. (Piirainen ym. 7–8). Toisaalta esimerkiksi Hünewardtin tutkimus (2016) korostaa liikkumisen palveluiden tunnettuuden kasvun ja markkinointitoimenpiteiden kannalta erityisesti

yhteistyötä liikkumisen palveluiden operaattoreiden, autonvalmistajien ja julkisen liikenteen välillä (Hünewardt 2016, 1–2).

Pelkästään tiedon vapaa liikkuvuus ei kuitenkaan riitä uusien liikkumisen palveluiden linkittämiseen osaksi olemassa olevia julkisen liikenteen rakenteita tai useita liikkumisen palveluita yhdisteleviä palvelualueita. Vankkoilla, olemassa olevilla julkisen liikenteen palveluilla on jäykät rakenteet, jotka eivät välttämättä helposti mahdollista uusien startupien ja niiden tarjoamien palveluiden pääsyä osaksi julkista liikennettä. Rakenteet saattavat liittyä olennaisesti esimerkiksi käyttäjädataan tai julkisen liikenteen maksurakenteisiin kuluttajan näkökulmasta. Esimerkkinä Araghi ym. (2020, 5) käyttää Hollantia, jossa julkisen liikenteen maksuvälineenä käytetään OV-Chipkaart – matkustuskorttia, jonka ulkopuolelle ovat jääneet valtaosa uusista palveluiden tarjoajista. (Araghi ym. 2020, 5) Myös hinnoittelulla on erityisen merkittävä rooli uusien liikkumisen palveluiden menestystekijöinä, sillä ennalta tuntemattomien, uusien palveluiden kokeilemisen kynnyks saattaa olla suuri ja siksi uudenlaisien, ennalta tuntemattomien palvelujen tulisi olla hinnoittelun osalta houkuttelevia uusille potentiaalisille asiakkaille (Piirainen ym. 2015, 31–33).

#### **4.4 Yhteenveto: Teoreettinen viitekehys**

Jakamistalouden liikkumisen palveluiden kokemus on jokaisella käyttökerralla ainutlaatuinen ja harvoin standardisoitu. Myös kuluttajan kokemat hyödyt ovat yksilöllisiä, kuten myös jakamistalouden palveluihin sitoutuminen. (Xu, 2020, 2) Jakamistalouden periaattein toimivista liikkumisen palveluista pystyy kuitenkin erottelemaan erityispiirteitä, joita ovat muun muassa:

1. *Resurssitehokkuus*: Jakamistalouden periaattein toimivat liikkumisen palvelut pyrkivät hyödyntämään joutilaita, olemassa olevia resursseja, kuten henkilöautoja tai polkupyöriä mahdollisimman tehokkaasti. (Esim. Botsman & Rogers 2010, 83–85)

2. *Yhteisöllinen kuluttaminen ja vertaisverkostot*: Liikkumisen palveluissa resursseja jaetaan usein digitaalisissa ympäristöissä toimivien vertaisverkostojen tai alustojen

kautta, mikä mahdollistaa yksityisten ihmisten välisen resurssien jakamisen. (Esim. Belk 2013, 1597) ja Botsman & Rogers 2010, 88-91)

3. *Digitaaliset alustat*: Useat jakamistalouden periaattein toimivat liikkumisen palvelut toimivat matkapuhellinsovellusten tai verkossa toimivien alustojen kautta. Alustojen tehtävänä on toimia mahdollistajana ja yhdistää resurssia tarjoavat ja tarvitsevat osapuolet. Alustojen tehtävänä on muun muassa mahdollistaa resurssien varaaminen ja tunnistaa osapuolet. (Esim. Datson, 2016, 6)

4. *Osapuolien arvostelumahdollisuus*: Jakamistalouden liikkumisen palveluissa olennaisessa osassa on osapuolien arvostelumahdollisuus. Esimerkiksi kyytipalveluissa on usein mahdollista arvostella sekä kuljettaja että kyydissä ollut osapuoli. Arvostelumahdollisuuksien tarkoituksena on muun muassa lisätä palveluiden luotettavuutta ja auttaa parantamaan käyttäjäkokemusta. (Esim. Puschmann & Alt 2016, 93–99).

Puschmann ja Alt (2016, 93–99) tunnistavat jakamistalouden palveluiden suosion kasvuun useita syitä, kuten kuluttajakäyttäjymisen muutoksen, sosiaaliset yhteisöt ja kaupankäynnin siirtymisen digitaaliseen ympäristöön sekä digitaalisten alustojen ja matkapuhelinsovellusten tuomat hyödyt ja mahdollisuudet. Kuluttajakäyttäjymisen muutoksella Puschmann ja Alt tarkoittavat erityisesti käyttöoikeuden merkityksen kasvua verrattuna tavaran omistamiseen, toisin sanoen palvelua tai resurssin jakamista omistamisen sijasta. Jakamistalouden palveluiden hyödyistä Pushmann ja Alt (2016, 93-99) korostavat erityisesti helppoutta, alhaisempia hintoja ja ekologisuutta. Burrows ja Bradburn taas korostavat jakamistalouden liikkumisen palveluissa joustavuuden merkitystä, eli palveluiden nopeaa saatavuutta, helppoutta ja taloudellisuutta. (Burrows & Bradburn 2015, 3–11). Jakonen ja Silvasti (2016,163) korostavat ekologisen kulutuksen merkityksen kasvua sekä taloudellisesta että kestävän kuluttamisen näkökulmasta.

Yhteenvedon jakamistalouden periaattein toimivista liikkumisen palveluista voi erotella ainakin seuraavia hyötyjä:

1. *Joustavuus*: Jakamistalouden liikkumisen palvelut ovat usein helposti käyttöön otettavissa mobiilisovellusten tai internetissä toimivien palvelualustojen avulla. Palvelut

ovat saatavilla lyhyellä varoitusaajalla ja ne mahdollistavat loppukäyttäjälle liikkumisen tarpeen ratkaisun myös lyhyille siirtymille. (Esim. Lamberton & Rose, 2012, 110)

2. *Ympäristöystävällisyys ja kestävä kuluttaminen*: Jakamistalouden liikkumisen palvelut tarjoavat mahdollisuuksia jättää ostamatta oma henkilöauto tai muu kulkuväline. Resurssien tehokas käyttö ja jakaminen yhteiskäyttöön pienentävät ympäristön kuormitusta ja auttavat vähentämään liikenteen aiheuttamia päästöjä. (Esim. Shaheen ym. (150, 2021)

3. *Kustannustehokkuus ja kustannusten jakaminen*: Jakamistalouden liikkumisen palvelut mahdollistavat resurssin hankkimisen käyttöön silloin, kun tarve on ajankohtainen. Resurssien, kuten kulkuvälineiden tai kyytien jakaminen mahdollistaa myös kustannusten, kuten kuljetun matkan tai omistetun auton kustannusten jakamisen käytetyn resurssin käyttäjien kesken.

Jakamistalouden periaattein toimivista liikkumisen palveluista pystytään tunnistamaan myös heikkouksia ja kehityskohteita, joista teoreettisessa viitekehyksessä esille nousivat erityisesti seuraavat:

1. *Palveluiden vaihteleva laatu ja yksilöllinen palvelukokemus*: Jakamistalouden liikkumisen palvelut ovat harvoin standardisoituja tai vakiomuotoisia ja niiden toteutumiseen sekä laatuun vaikuttavat kolme eri osapuolta: palvelun mahdollistava alusta, resurssia tarjoava osapuoli ja resurssia tarvitseva osapuoli. Palvelun mahdollistavalla alustalla on olennainen rooli palvelun laadun ja tarjotun resurssin kuvauksen oikeellisuuden varmistamisessa. (Esim. Xu:n ym. 2021,2) ja Araghi ym. 2020, 6)

2. *Kustannus-hyötysuhteen arvioiminen ja lopullisten kustannusten hahmottaminen*: Koska jakamistalouden liikkumisen palvelut eivät ole vakiomuotoisia tai standardisoituja, on niiden rahallisen arvon määrittäminen ja vaihtoehtoihin liikkumisenpalveluihin vertailu hankalampaa myös kustannusten ja palvelusta saatavien hyötyjen osalta. Palveluiden käyttöön varaaminen ja sopivan palvelun löytäminen saattaa vaatia myös enemmän vaivaa, kuin perinteisten markkinatalouden palveluiden varaaminen tai ostaminen. (Esim. Xu & Jackson, 2019)



3. *Palveluiden saatavuuden vaihtelevuus ja rajallisuus:* Monet jakamistalouden liikkumisen palveluista on rajattu alueellisesti kaupunkien keskustoihin, jolloin niitä ei ole mahdollista käyttää keskusta-alueiden ulkopuolella. Toisaalta jotkin palvelut ovat palveluntarjoajan mukaan saatavilla sijainnista riippumatta, mutta niiden todellinen saatavuus on heikkoa ja epävarmaa. (Esim. Araghi ym. 2020, 6)

Jakamistalouden liikkumisen palvelut ovat usein yhteisöllistä kuluttamista, jossa myös sosiaalisella kanssakäymisellä palvelun koettuun laatuun nähden on olennainen merkitys. Palveluita käytetään tarpeiden tyydyttämiseen, mutta taustalla jakamistalouden palveluiden käyttöön ohjaavana tekijänä voi olla myös ajatus kuluttaa kestävästi ja hyötynä edelleen siitä saatu mielihyvä. (Xu, 2020, 2) Kuluttajan käyttäytymiseen ja kokemuksiin jakamistalouden liikkumisen palveluita kuluttaessa vaikuttavat lopulta niin kuluttajan kokemat ja arvioimat riskit, kuin palvelun markkinoinnista kuluttajalle palvelusta syntynyt kuva sekä palveluista saatavat hyödyt ja niistä koituvat kustannukset. (Pappas, 2019, 415–424)

## 5 Tutkimusmetodologia

### 5.1 Tutkimusparadigma ja laadullinen tutkimusote

Tutkimuksen tekeminen vaatii useita erilaisia ja tärkeitä päätöksiä, jotka koskevat esimerkiksi sen aihetta ja tutkimusaukkoa, tutkimuksessa käytettyjä materiaaleja, tiedon lähteitä ja tutkimustapaa. Valinnat tulisi tehdä harkiten ja tutkimuksen tavoite huomioiden. Tutkimuksen kannalta merkityksellisimmät päätökset tehdään myös filosofisella tasolla, ja ne voidaan tehdä joko tietoisesti tai tiedostamatta (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2009, 123). Tärkeää on, että tutkimukseen valittu lähestymistapa ja käytetyt menetelmät vastaavat tutkimuksen tarkoitusta ja tukevat vastauksien löytämistä tarkastelun alla oleviin osaongelmiin (Eriksson & Kovalainen 2008, 27).

Tämän luvun tarkoituksena on raportoida tutkimukseen metodologiaan liittyvistä valinnoista. Erikssonin ja Kovalaisen (2008, 13–14) mukaan metodologian tarkoitus on selittää, miten tutkimuskysymykseen suhtaudutaan tutkimuksen empiirisessä osiossa. Luku avaa esimerkiksi filosofisia oletuksia, tutkimusstrategiaa, tutkimusmenetelmiä ja menetelmiin liittyviä valintoja. Myös tietojen kerääminen, analysointi ja tutkimuksen luotettavuus käsitellään tässä luvussa.

Jakamistalouden liikkumisen palveluiden kuluttamisessa tärkeiksi koettuja arvoja ja hyötyjä tutkittaessa sopiva lähestymistapa on laadullinen tutkimus. Se mahdollistaa ilmiön perustavanlaatuisen kuvaamisen ja ymmärtämisen. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on tarkastella aihetta kokonaisvaltaisesti ja pyrkiä mahdollistamaan uusien näkökulmien löytämisen (Hirsjärvi ym. 2009:161).

Sekä jakamistalouden palveluiden kasvavan suosion että liikkumisen uudenlaisten palveluiden tarjonnan kasvun taustalla on kuluttajien ja erityisesti nuoren Y-sukupolven muuttuneet tarpeet. (Frost & Sullivan, 3, 2010 & 2014) Kuluttajien käyttäytyminen on siis olennaisessa roolissa jakamistalouden palveluita tarkasteltaessa ja tutkittaessa.

Yksi merkittäviä kuluttajakäyttäytymiseen sovellettavia tieteenfilosofia suuntauksia on relativismi. Relativismin mukaan kaikki on suhteellista. Suuntauksen mukaan objektiivista tai absoluuttista yhtä totuutta ei ole lainkaan olemassa, vaan tulkitsemme kaikki havaintomme jonkunlaisessa suhteessa aiempiin havaintoihimme ja omiin kokemuksiimme (Tieteen termipankki 2020). Myös ympäristön rakenteilla ja opitulla

käyttäytymisellä on merkitystä ja vaikutusta siihen, miten tulkitsemme asioita (Koppa 2015; Stanford Encyclopedia of Philosophy 2015).

Relativismin mukaan tutkijan asema tutkimuksessa korostuu. (Jyväskylän yliopisto 2015.) Tutkimuksen tekijänä koin relativismin mielekkääksi tieteelliseksi suuntaukseksi tarkastella myös jakamistaloutta. Se antaa perspektiiviä ja vaihtoehtoisia teorioita pohtia, miksi ja millä perusteilla teemme kuluttamiseen liittyvät valintamme. Monet erityisesti liikkumiseen liittyvistä valinnoistamme ovat opittuja jo perheestä tai lapsuudestamme. Synnymme esimerkiksi perheeseen, jossa joko on tai ei ole auto. Perheemme joko on tai ei ole tottunut käyttämään julkista liikennettä. Vartuttuamme opituilla malleilla ja ympäristömme rakenteilla on merkitystä siihen, miten alamme käyttäytymään arjessamme, kuluttamista koskevissa valinnoissamme. Ympäristömme rakenteet ja opittu käyttäytyminen ohjaavat siis kuluttamisen käyttäytymistä.

Relativismilla katsotaan olevan myös erilaisia alaluokkia, kuten esimerkiksi moraalisia, kulttuurillisia tai epistemologisia relativismin alaluokkia (New World Encyclopedia 2019.) Nämä alaluokat ovat aina suhteessa johonkin viitekehyksiin (Westacott 2020).

Jakamistalouden ja sen periaattein toimivien liikkumisen palveluiden käyttöä voi tarkastella tulkitsemalla relativismin erilaisia alaluokkia. Monelle tärkeitä voivat olla esimerkiksi moraaliset syyt. Palvelun käyttäjä tuntee velvollisuutta toimia mahdollisimman kestäväällä tavalla, vaikka se vaatisikin uuden opettelua ja perinteiseen markkinatalouden palveluun tai tuotteeseen verrattuna enemmän aikaa ja vaivaa. Toisaalta myös eettiset syyt voivat olla lähellä ja toimia yhden moraalisen relativismin kanssa. Kuluttaja on esimerkiksi ottanut selvää erilaisista tarjolla olevista vaihtoehdoista ja päättänyt siksi käyttämään jotain tiettyä jakamistalouden palvelua. Relativismi tarjoaa mahdollisuuksia tarkastella, mikä on opittua esimerkiksi ympäristöstämme ja millaisista muista viitekehyksistä tarkastelemme ja koemme kuluttavamme jotain tiettyä tuotetta tai palvelua. Toisaalta relativismin oppien mukaan, tulkitsemme ympäristöämme myös kulttuurien sääntöjen luomien harhojen kautta (New World Encyclopedia 2020).

Monet opituista käyttäytymisen malleista voimme tulkita esimerkiksi kriittisen relativismin kautta. Tässä tarkastelussa on olennaista huomioida myös tutkijan omat tulkinnat ja uskomukseni suhteessa tutkittavaan ilmiöön. Tällöin tutkielmassa tulisi huomioida, missä kulttuurissa ja missä olosuhteissa tulkitseen ja tutkin liikkumisen

palveluiden kuluttajakäyttäytymistä. Oletuksena tutkija voi ajatella esimerkiksi, että Suomessa olemme tottuneet pitkiin etäisyyksiin ja siihen, että lähes jokaisessa keskiluokkaisessa taloudessa on auto. Se on opittu malli, jota vasten voimme tarkastella jakamistalouden palveluiden kuluttajakäyttäytymistä. Näin usein tehdäänkin, mutta edelleen tämä on yksi mahdollinen tutkimusasetelma, kulttuuri ja ympäristön sanelema rakenne, jota vasten aihetta tutkija lähestyy ja jota vasten sitä tarkastellaan.

Luottamus rakentuu aina yksilöllisesti. Relativistinen tieteenfilosofia sopii yksilöllisten kokemusten tutkimiseen. Airbnb -asuntoa tai vertaisvuokrattua autoa vuokratessa, kyse ei ole ainoastaan siitä, että asunto on ilmoitettu vuokrattavaksi ja se on heti varattavissa. Luottamus rakentuu jakamistalouden palveluissa esimerkiksi ilmoitustekstin ja vuokralle tarjoajan ja vuokraajan saamien arvostelujen perusteella. Ennako-oletukseni tutkimukseeni on, että jakamistalouden palveluissa kuluttajakäyttäytymisessä korostuu sekä luottamuksen, että käytännössä sen välineiden merkitys enemmän kuin perinteisissä markkinatalouden palveluissa. Esimerkkinä voisi ajatella, luotatko saavasi tarvitsemäsi palvelun tunnetulta markkinatalouden toimijalta (esimerkiksi perinteiseltä hotelliketjulta tai suurelta autovuokraamo -ketjulta) vai naapurustossasi asuvalta tuntemattomalta henkilöltä, joka on ilmoittanut asuntonsa tai autonsa vuokrattavaksi johonkin jakamistalouden palveluun. Osana luottamusta voi mielestäni ajatella myös kuluttajan kokemuksen siitä, voiko palvelun saatavuuteen luottaa silloin kun tarve on akuutti. Opitut mallimme ja ympäristömme rakenteet ovat kasvattaneet meidät siihen, että oletamme saavamme palvelun markkinatalouden tunnetulta palveluntarjoajalta. Oletan siis ennako-odotuksena että jakamistalouden periaattein toimivien liikkumisen palveluiden käytössä luottamuksen merkitys korostuu ja kokeilemisen kynnyks on vastaavaa markkinatalouden palvelua suurempi. Osana tutkimusta selvitetään myös, mitkä ovat yleisimmät syyt jättää käyttämättä jakamistalouden liikkumisen palvelu silloin kun se on vaihtoehtona.

Relativismia on perinteisesti hyödynnetty myös antropologisissa tutkimuksissa (New World Encyclopedia). Toivoisin menetelmäni mahdollistavan löytää sellaisia kuluttajakäyttäytymiseen liittyviä seikkoja, joita en ole osannut ottaa huomioon ennako-odotuksissani. Ne voivat liittyä esimerkiksi siihen, miten ja minkä takia kuluttajat päätyvät käyttämään jakamistalouden liikkumisen palveluita. Relativistisen tieteenfilosofian näkökulmasta minua tutkijana kiinnostaa myös, rikkooko jakamistalouden normejamme ja opittuja kuluttamisen malleja, vai ovatko sitäkin koskevat johtopäätökset

juuri tutkijasta riippuvaisia. Baghramian & Carterin (2019) mukaan relativismi toimii ikään kuin kattoterminä monille suhteellisille teorioille, joiden mukaan asiat ovat aina tarkastelijasta ja viitekehyksistä riippuvaisia. Tämä näkemys antaa myös tulkinnanvaraa ja mahdollistaa erilaisten suhteellisten näkemysten hyödyntämistä tutkimuksessa.

## **5.2 Aineiston keruun menetelmät ja tutkimuseettiset kysymykset**

Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituna haastattelututkimuksena. Puolistrukturoidulla haastattelulla tarkoitetaan haastattelutapaa, jossa kysymysten tarkka muoto ja järjestys eivät välttämättä ole ennalta tarkasti määritellyt, mutta kysymysten teema on asetettu. Käytännössä tämä tarkoittaa, että haastattelun yhteydessä jää tilaa myös tutkijan ja haastateltavan väliselle keskustelulle ja haastattelun vastauksista tulee vapaamuotoisia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, 203). Haastattelut ovat yleinen tapa kerätä aineistoa laadullisissa tutkimuksissa. Haastattelut ovat luonteeltaan vuorovaikutustilanteita, joissa on ainakin kaksi osapuolta: tutkija ja haastatteluun osallistuva, haastattelun antava osapuoli. Haastattelut toimivat hyvin silloin, kun halutaan selvittää esimerkiksi ihmisten asenteita ja mielipiteitä. (Eskola & Suoranta 1998, 12)

Tässä tutkimuksessa haastattelut toteutettiin kasvotusten sekä etäyhteyksin yksilöhaastatteluina. Haastatteluissa huomioitiin myös tutkimuksen eettiset seikat. Haastatteluihin osallistuneiden henkilöllisyyttä ei tutkimuksessa esitellä ja haastatteluihin osallistuneilta on erikseen kysytty lupa tietojen keräämiseen tutkimustarkoituksessa. Haastattelututkimuksissa on kerätty ainoastaan tutkimuksen kannalta merkittäviä tietoja. Vastauksia käsitellään luottamuksellisesti ja niitä on hyödynnetty ainoastaan tässä tutkimuksessa. Haastatteluiden vastaukset ja tutkimuksen tulokset on esitelty niin, että niistä ei voi henkilöidä vastauksia. Haastattelut on nauhoitettu ja jokaiselta tutkimukseen osallistuneelta on erikseen kysytty lupa haastattelun nauhoittamiseen.

Tutkimuksessa haastateltaviksi valittiin ensisijaisesti henkilöitä, joilla on henkilökohtaista kokemusta jakamistalouden periaattein toimivista liikkumisen palveluista. Potentiaalisia haastateltavia pyrittiin tunnistamaan sosiaalisen median yhteisöistä ja verkostoista, joiden olemassaolo ja tarkoitus liittyy tavalla tai toisella olennaisesti uusiin liikkumisen palveluihin. Haastateltavia haettiin myös liikkumisen palveluita tarjoavien yritysten avulla, pyytämällä heidän asiakkaitaan osallistumaan haastattelututkimukseen.

Haastateltavien otanta rajattiin Suomessa asuviin täysi-ikäisiin henkilöihin. Muita rajoituksia otannassa ei tehty, eli esimerkiksi sukupuolta, asuinpaikkaa tai muita demografisia tai psykografisia rajoituksia otannassa ei ole tehty.

<b>Henkilö</b>	<b>Asuinpaikka</b>	<b>Haastattelutapa</b>	<b>Haastattelun kesto</b>	<b>Haastateltavan käyttämät jakamistalouden palvelut</b>
A	Helsinki	Lähihaastattelu	32	Uber, Voi, Tier, Drivenow, Blox Car, Airbnb
B	Helsinki	Lähihaastattelu	34	Airbnb, Drivenow, Blox Car, Drivenow, Voi, Uber
C	Jyväskylä	Zoom	41	Airbnb, Drivenow, Blox Car, Drivenow, Voi, Tier, Uber
D	Espoo	Lähihaastattelu	40	Airbnb, Blox Car, Uber
E	Espoo	Zoom	47	Airbnb, Drivenow, Blox Car, Drivenow, Voi, Uber, Tier, Omago
F	Helsinki	Lähihaastattelu	44	Airbnb, Drivenow, Blox Car, Drivenow, Voi, Uber
G	Helsinki	Google Meets	44	Airbnb, Drivenow, Blox Car, Drivenow, Voi, Uber
H	Helsinki	Lähihaastattelu	36	Airbnb, Drivenow, Voi, Tier, Uber

Kuvio 6 Tutkimukseen haastatellut kuluttajat

Haastateltavia kuitenkin haettiin erityisesti uudennlaisiin liikkumisen palveluihin liittyvistä foorumeista, joten haastateltavat olivat tavalla tai toisella ilmaisseet etukäteen kiinnostuksensa uudennlaisiin liikkumisen palveluihin. Haastattelut toteutettiin pääosin etäyhteyksin vallitsevien pandemia-olojen vuoksi. Haastatteluun oli varattu aikaa tunti per haastateltava. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina. Haastattelut oli jaettu neljään eri teemaan.

Haastatteluteemat:

1. Jakamistalous ilmiönä ja kokemusten erityispiirteet kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
2. Liikkumistottumukset & kokemukset jakamistalouden liikkumisen palveluista
3. Valintaa ohjaavat tekijät ja tarpeet sekä palveluiden käytöstä koettu hyöty
4. Liikkumisen palveluiden toimivuus, saatavuus ja kehityskohteet

Keskustelut aloitettiin jakamistalouden yleisestä käsittelystä ja käsitteen määrittelystä. Tarkoituksena oli pyrkiä erottelemaan jakamistalouden palveluiden erityispiirteitä yleisellä tasolla. Haastatteluissa pyrittiin myös tunnistamaan, onko jakamistaloudella itsessään merkitystä kuluttajien kokemien hyötyjen perusteella tehtyjen valintojen näkökulmista. Haastattelut jatkuivat tunnistamalla haastateltavien liikkumistottumuksia ja kartoittamalla kokemuksia jakamistalouden liikkumisen palveluista. Tarkoituksena oli selvittää, mitkä liikkumisen muodot näyttelevät olennaista osaa haastateltavien arjessa ja mitkä liikkumisen palvelut tai ratkaisut ovat satunnaisia.

Haastattelussa edettiin kohti uudenlaisten jakamistalouden periaattein toimivien liikkumisen palveluiden syvällisempää käsittelyä. Tarkoituksena oli selvittää, millaiset tekijät auttoivat valitsemaan kyseisen palvelun ja millaisiin ongelmiin ne tarjosivat ratkaisuja. Toisin sanoen, miksi haastateltavat olivat käyttäneet kyseisiä palveluja ja mitä hyötyjä he kokivat saaneensa kyseisten palveluiden käytöstä. Haastattelujen lopussa haettiin myös uudenlaisten liikkumisen palveluiden kehityskohteita sekä etsittiin yleisimpiä syitä niiden käyttämättä jättämiselle.

Tutkielman tarkoitus: Kuluttajan kokeman hyödyn ja arvon muodostuminen jakamistalouden periaattein toimivia liikkumisen palveluita kuluttaessa

Tutkimuksen haastattelukysymykset kokonaisuudessaan liitteenä, ks. liite 1.

Osaongelma	Avainasiat	Teema	Esimerkkikysymyksiä
1) Mitä erityispiirteitä jakamistalouden liikkumisen palveluissa on kuluttamisen näkökulmasta?	Jakamistalous-trendi, jakamistalous talouden muotona, yksityisten henkilöiden välinen resurssien jakaminen, vastuullinen kuluttaminen	Teema 1: Jakamistalous ilmiönä ja kokemuksien erityispiirteet kuluttajakäyttämisen näkökulmasta  <i>Henkilökohtaiset arvot, vastuullinen kuluttaminen -&gt;</i>  Suhtautuminen jakamistalouteen kuluttamisen näkökulmasta, kokemukset jakamistaloudesta yleisellä tasolla	Kysymykset 1-8:  - Tunnetko jakamistalouden käsitteen? Kerro lyhyesti omin sanoin.  - Käytätkö tietoisesti jakamistalouden palveluita?  - Mitä jakamistalouden palveluita käytät, miksi?  - Miten palvelukokemus mielestäsi eroaa perinteisistä markkinatalouden palveluista?
2) Millaista hyötyä jakamistalouden liikkumisen palvelut tuovat kuluttajalle?	Liikkumisen palvelut, käytettyjen palveluiden toimintaperiaatteet, jakamistalouden rooli liikkumisen palveluissa	Teema 2: Liikkumistottumukset & Kokemukset liikkumisen palveluista  <i>Toiminnalliset arvot-&gt;</i>  palveluiden käytettävyys, palveluista saatava hyöty  Teema 3: Valintaa ohjaavat tekijät sekä palveluiden käytöstä koettu hyöty	Kysymykset 9-17:  - Mitä liikkumismuotoja käytät tavallisesti arjessasi?  - Mitä liikkumisen palveluita käytät?  - Millaisista jakamistalouden liikkumisen palveluista sinulla on kokemusta?  - Millaisia käytännön hyötyjä koet saavasi näiden palveluiden käytöistä?  - Millaisia ongelmia jakamistalouden liikkumisen palvelut sinulle ratkaisevat?
3) Mitkä tekijät estävät kuluttajia käyttämästä uudenlaisia liikkumisen palveluita?	Kuluttajakäyttämisen liikkumisen palveluissa, kuluttajien kokema arvo ja hyöty palveluita kuluttaessa	Teema 4: Liikkumisen palveluiden toimivuus, saatavuus ja kehityskohteet  <i>Sosiaaliset arvot ja vuorovaikutus-&gt;</i> Palveluiden käyttöön	Kysymykset 18-30:  - Oletko ollut tyytyväinen käyttämiisi palveluihin?  - Onko palveluita ollut helposti ja riittävästi saatavilla?  - Miten uudet liikkumisen



		liittyvät sosiaaliset ulottuvuudet  <i>Taloudellinen arvo</i> -> palvelun hinnan lisäksi palvelun käyttöön liittyvät hankaluudet, uhraukset, muu koettu lisäarvo	palvelut on mielestäsi hinnoiteltu?  - Millaisia käyttäjäkokemuksia sinulla on ollut?  - Tuottaako sosiaalinen vuorovaikutus sinulle lisäarvoa?  - Mihin seikkoihin olet ollut tyytyväinen käyttämässäsi palveluissa?  - Missä olisi parantamisen varaa?  - Silloin kun et käytä näitä palveluita, mitkä ovat yleisimmät syyt käyttämättä jättämiselle?
--	--	--	---

Kuvio 7 Operationalisointitaulukko

Operationalisointitaulukossa on tutkimuksen tarkoitus jaettu järjestyksessä osa-ongelmittain edelleen haastatteluteemoihin ja esitelty esimerkinomaisesti kysymyksiä kustakin haastatteluteemasta. Ensimmäisen osa-ongelman haastatteluteeman kysymysten avulla pyrittiin löytämään vastauksia siihen, miten kuluttajat ajattelevat jakamistalouden ilmiönä ja käsitteenä sekä kartoittaa kuluttajien kokemuksia jakamistaloudesta yleisellä tasolla. Tarkoituksena oli pyrkiä tunnistamaan, miten haastateltavat kokevat jakamistalouden ja mitkä ovat heidän mielestään erityisesti jakamistalouden palveluille ominaisia piirteitä. Jakamistaloudesta saatavaa hyötyä tarkasteltiin esimerkiksi henkilökohtaisen arvon kautta. Hyötyä pyrittiin tarkastelemaan esimerkiksi kysymällä, onko jakamistaloudella itsessään merkitystä liikkumisen tarpeita ratkaistaessa tai palvelun valintaa tehdessä.

Seuraavan tutkimusongelman ja haastatteluteeman kysymykset pyrkivät kartoittamaan kuluttajan kokemia hyötyjä toiminnallisten arvojen kautta. Käytännönläheisten kysymysten tarkoituksena oli saada kuluttajien liikkumistottumuksia ja kokemuksia jakamistalouden liikkumisen palveluista kartoittamalla vastauksia 2. osaongelmaan *Millaista hyötyä jakamistalouden liikkumisen palvelut tuovat kuluttajalle?* Haastateltavilta kysyttiin muun muassa, millaisista uudenaikaisista liikkumisen palveluista heillä on omakohtaista kokemusta ja millaisia ongelmia palvelut heille ratkaisevat.

Kolmanteen osa-ongelmaan *Mitkä tekijät estävät kuluttajia käyttämästä uudenlaisia liikkumisen palveluita?* pyrittiin löytämään vastauksia liikkumisen palveluiden toimivuutta, saatavuutta ja kehityskohteita tarkastelevan haastatteluteeman avulla. Kuluttajan kokemaa kustannus-hyötysuhdetta tarkasteltiin muun muassa taloudellisen arvon kautta ja palveluiden saatavuutta ja niiden käyttöön liittyviä sosiaalisia ulottuvuuksia sosiaalisen arvon kautta. Haastattelukysymyksillä pyrittiin selvittämään, miten kuluttajat kokevat palveluiden käyttöön liittyvät sosiaaliset tilanteet ja missä palveluille ominaisissa seikoissa olisi parantamisen varaa.

Jokainen haastattelu on nauhoituksen lisäksi kirjoitettu sellaisenaan, kuin se on haastattelijan ja haastateltavan välillä käyty. Haastattelu on kirjoitettu myös puhtaaksi ja analysoitu edelleen tutkimuskysymysten mukaisesti osa-alueittain ja haastatteluteemoittain. Jokaisen haastattelun analyysissä on pyritty tunnistamaan ja erittelemään tutkimuksen kannalta olennaisia seikkoja ja tuloksia on tämän tutkimuksen tulosluvussa esitelty tasa-arvoisesti jokaisen haastateltavaan ja haastatteluun nähden, kuitenkin tutkimuksen tarkoitus ja vastausten merkittävyys sekä samankaltaisuus tai poikkeavuus toisistaan huomioiden. Kaikkia haastatteluissa ilmenneitä asioita tai haastattelukysymysten vastauksia ei siis sellaisenaan ole tutkimuksessa esitelty.

Tutkimuksen luotettavuutta ja sisäistä validiteettia arvioidessa on syytä huomioida, että kyseessä on laadullinen tutkimus rajallisella otannalla. Siitä huolimatta tulokset tukivat teoriassa esiteltyjä uskomuksia ja aikaisempia tutkimuksia. Tulosten siirrettävyyttä ja ulkoista validiteettia arvioitaessa tarvitsee ottaa huomioon tulosten kontekstisidonnaisuus: Suomessa jakamistalouden palveluiden ja edelleen sen periaattein toimivien liikkumisen palveluiden tarjonta on rajallinen ja niistä on kuluttajilla verrattain lyhyeltä ajalta omakohtaisia kokemuksia. Tuloksissa paljastui, että uudenlaisten liikkumisen palveluiden käyttäjäkokemusta verrattiin usein myös muihin jakamistalouden palveluiden kokemuksiin, kuten vertaismajoituksen palveluihin.

Tutkimuksessa on pyritty esittelemään projektin eteneminen mahdollisimman yksiselitteisesti, jotta lukija voisi muodostaa oman käsityksensä prosessin uskottavuudesta. Tulosten vakuuttavuudeksi tulosluvussa on esitetty myös suoria lainauksia ja sitaatteja. Lisää tutkimuksen luotettavuudesta on kerrottu lyhyesti myös johtopäätökset -luvussa.

## 6 Tulokset

### 6.1 Jakamistalouden liikkumisen palveluiden erityispiirteet

Haastattelut alkoivat aina samalla kysymyksellä, jossa kysyttiin, tunteeko haastateltava jakamistalouden käsitteen, joka myös pyydettiin kuvailemaan lyhyesti omin sanoin. Kaikki haastateltavat tunnustivat jakamistalouden peruselementit: jaetaan vajaalla käytöllä olevaa resurssia, jota kuluttaja tarvitsee, mutta ei hankita kyseistä resurssia loppukäyttäjän omaksi. ”--käytännössä voit vaikka jakaa sitä asettia-- Tai voit lainata, vuokraa käyttöön sitten omien tarpeiden täyttämiseksi. (C)”, kuvasi eräs haastateltava jakamistalouden toteutumista käytännössä. ”En kovin hyvin tunne, mutta varmaan näin että, sun ei tarvii omistaa jotakin asiaa jota et niin usein käytä. Tai käytät, mutta voit sen jollakin muulla tavalla vuokraa tai ostaa sen joltain toiselta. (H)”, kuvasi haasteltu resurssien tai niiden käyttöoikeuden jakamisen omistamisen sijasta olevan jakamistalouden keskiössä. Jakamistalouden käsitettä määriteltäessä korostui jakamistalouden kantava ajatus siitä, että vajaalla käytöllä olevan resurssin käyttöä pyritään jakamistalouden palveluiden avulla parantamaan: ”--Jakamistaloudessa, niin yksityisen tai yrityksen resursseja, jotka ei ole niin kuin täydellä käyttöasteella, niin pyritään jakamaan niitä haluaville käyttäjille jotta saataisiin niin kuin sen resurssin käyttöaste mahdollisimman korkeaksi. (B)”

Myös ajatus siitä, että jakamistalous mahdollistaa hyödykkeen käytön ilman sen hankkimista omaksi, esiintyi jakamistalouden määritelmässä useasti: ”Ehkä on ajatus juuri siitä että kaikkea ei tarvitse itse omistaa, että että sinulla on jotain tuotannon tekijöitä ja sä voit niitä niitä jakaa eteenpäin. Toisaalta sitten taas niitä tuotannon tekijöitä mitä sul ei oo, niin taas sitten taas vuokrata tai hankkia niinku jakamistalouden kautta. (F)”

Käsitteen määrittelyssä tuli useaan otteeseen esille, että jakamistalouden toteutumiseen käytännössä vaaditaan useampi osapuoli. Yrityksen rooli nähtiin haastatteluissa palvelun toteutumisen mahdollistajana: ”--se miten itse olen ymmärtänyt jakamistalouden, on käytännössä se, että hyödynnät omaisuuttasi, esimerkiksi autoa tiettyjen palveluntarjoajien avulla. (E)” Jakamistalouden käsitettä määriteltäessä haastateltavat usein asettautuivatkin nimenomaan resurssia tarjoavan osapuolen asemaan siinä missä

useimmissa liikkumista ja palveluita koskevilla kysymyksillä he taas puhuivat nimenomaan palvelun käyttäjän näkökulmasta. *”Voin tarjota omaa ruohonleikkuriani kyläyhteisön jäsenille käytettäväksi, esimerkiksi. (D)”* kuvasi yksi haastateltava jakamistaloutta resurssia tarjoavan näkökulmasta, kun taas eräs kuvasi sitä seuraavasti: *”Jakamistalous tarkoittaa sitä, että mulla on jotain ja sä haluat vuokrata sitä. (A)”*

Haastattelut jatkuivat kysymyksellä, jonka tarkoituksena oli selvittää, käyttäkö haastateltava tietoisesti jakamistalouden palveluita. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää myös, mitkä ja millaiset palvelut haastateltu mieltää jakamistalouden periaattein toimiviksi. Sattumalta yhdistävä tekijä kaikille haastatelluille oli, että heillä oli kokemusta paitsi jakamistalouden liikkumisen palveluista, myös jakamistalouden periaattein toimivista vertaismajoituspalveluista. Maailman suurin jakamistalouden periaattein toimiva yritys, majoituksen vertaisvuokrauspalvelua tarjoava Airbnb, oli kaikille haastatelluille tuttu palvelu, josta oli kaikilla myös henkilökohtaista kokemusta. Myös liikkumisen palveluiden käyttäjäkokemusta korvamerkittiin ja verrattiin Airbnb:hin, jonka sujuvaa käyttäjäkokemusta useat haastateltavat pitivät maininnan arvoisena.

Ehdottoman yksiselitteinen ja yhtenevä jakamistalouden käsite ei haastateltavien keskuudessa ollut. Myös kiertotalouden käsite rinnastui jakamistalouteen haastateltujen mielissä. Osa haastatelluista käsitti jakamistaloudeksi kaikki yhteiskäyttöresursseja tarjoavat palvelut, kun osa rajasi sen tarkemmin nimenomaan yksityishenkilöiden väliseksi resurssien jakamiseksi, ja rajasi yritysten omistamien resurssien yhteiskäyttöpalvelut pois jakamistalouden periaattein toimivien palveluiden joukosta: *”-Tai en mä tiedä, ehkä mä en sit ajattele että ne on niin kuin yhteiskäyttöresursseja. Että tollainen niin kuin puhtaampi, Shareit Blox Car -tyyppinen, jossa mä otan niin kuin suoraan joltain toiselta, niin kuin kaiffarilta niin se on helpompi jotenkin mieltää jotenkin puhtaaksi jakamistaloudeksi, kuin se että mä käytän jonkun yrityksen tarjoamia yhteiskäyttöresursseja. Että just toi niin kuin Drive Now:n ja Shareit Blox Car:n ero, niin se on mun mielessä se jaottelu. (C)”* Toisaalta monet haastatellut eivät nähneet käsitteellistä tai muuten merkityksellistä eroa sillä, oliko resurssin tarjoaja yritys vai yksityinen henkilö: *”En oo koskaan vuokrannut autoa sieltä vertaisvuokrauspalvelusta. Hei, oon mä käyttänyt sitä Drive Now:ta! Sitä oon käyttänyt paljon. (A)”*

Myös epäkohtia esimerkiksi jakamistalouden periaattein toimivien palveluiden kannalta tuli esille esimerkiksi palveluiden työntekijöiden näkökulmasta: *”Uberia olen käyttänyt,*

*mutta sehän ei ole puhdasta jakamistaloutta, että se on orjatyövoiman käyttöä niiden kuskien kannalta se Uber. Että tämmöistä niinku yhteisöllistä jakamista niin että kylässä olisi yksi puimuri ja yksi traktori ja yksi kaivinkone ja niitä saisi käyttää kaikki kyläläiset jollain sopimusehdoilla... (D) ”*

Vertaismajoituksen suhteen jakamistalouden käsite lienee jakamistalouden periaattein toimivia liikkumisen palveluita vakiintuneempi, sillä se usein mainittiin ensimmäisenä: *”Oon mä kerran ollut Airbnb:ssä, tai kaksi tai kolme. (A) ”* Majoituksen ja autojen vertaisvuokrauspalvelut olivat selkeästi useimmiten ensimmäisenä mieleen tulleet jakamistalouden palvelut, jotka mainittiin: *”Oon käyttänyt Airbnb:tä, ja autojen vertaisvuokrauspalveluita, Voi -skoottereita kerran. Onkohan sitten muita, ei taida ehkä muita olla. Tai ei tuu ainakaan heti mieleen. (B) ”* Tämän jälkeen haastateltava kuitenkin täydensi vastaustaan useilla eri jakamistalouden liikkumispalveluilla, kuten Uberilla ja Drive Now:lla.

Lähes kaikki vastaajat olivat kokeilleet useampaa kuin yhtä jakamistalouden liikkumisen palvelua. Monet mielsivät jakamistalouden ikään kuin sateenvarjoksi, jonka alla toimii samankaltaisin periaattein rakennettuja palveluita: *”-ainakin Airbnb, jota on tullut käytettyä, viimeksi viime kesänä. Drivenow:n osalta olin aiemmin autottomana jopa sellainen puoliaktiivinen käyttäjä. Että sellaiset arkiliikkumiset hoidin aikalailla julkisilla, mutta kaikki sellaiset autotarpeet hoidin sillä. Että se Drivenow on myös tullut tutuksi. Uber toki yhtäläillä ollut sitten käytössä aiemmin. Ja varmaan moni muukin tällainen jakamistalouden sateenvarjon alle kuuluva palvelu. (E) ”*

Jakamistalouden palveluista oli resurssia tarjoavan osapuolen näkökulmasta kokemusta ainoastaan kahdella tutkimukseen osallistuneella. Toinen heistä oli tarjonnut omia autojaan vuokralle vertaisvuokrauspalvelun välityksellä ja toinen vuokralle omaa asuntoaan. Molemmat heistä kuvasivat itseään myös aktiivisiksi jakamis- ja kiertotalouden liikkumisen palveluiden käyttäjiksi. Yksi kyselyyn vastanneista oli kokeillut selvästi muita aktiivisemmin jakamistalouden palveluita huomattavan moniin eri tarpeisiin, kuten esimerkiksi vertaisvuokrausta remontti-työkalujen tarpeeseen. Sama henkilö oli kokeillut myös lähes kaikkia Suomessa tarjolla olevia jakamistalouden periaattein toimivia liikkumisen palveluita, kuten kyytipalveluita, kaupunkipyöriä-, skoottereita, yhteiskäyttöautoja ja autojen vertaisvuokrausta.

Haastatteluissa haluttiin myös tarkastella, miten jakamistalouden palvelut koettiin verrattuna perinteisiin, esimerkiksi markkinatalouden palveluihin. Tarkoituksena oli selvittää kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta, oliko palvelukokemuksissa merkittäviä eroja, tuntuivatko jakamistalouden palvelukokemukset jotenkin erityisiltä, tai pystyikö niiden käytöstä erittelemään jakamistalouden palveluille tyypillisiä erityispiirteitä.

Yleisesti ottaen jakamistalouden palvelut koettiin helppoina ja käyttöliittymiltään kehittyneempinä kuin perinteiset palvelut: *”No ne mitä mä oon käyttänyt. Niin ne on olleet niin kuin yleisesti ottaen parempia. Että jos mä mietin jotain niin kuin Airbnb:tä, Uberia tai tämmöstä. Kun ne on uusia bisneksiä niin kuin suurin osa, ne on uusia ajatuksia, niin sit ne on myös ne järjestelmät niin kuin hiotumpia, ne on niin kuin parempia. (F)”*

Jakamistalouden liikkumisen palveluja koskien haastatellut kokivat, että älypuhelinsovellus tai verkkopalvelu mahdollistaa usein runsaan, etukäteen saatavilla olevan tiedon koskien resurssia, kuten kyytiä tai vertaisvuokrattua autoa tai yhteiskäyttöautoa: *”--- Ja sait hinnankin sille heti siinä alussa, mikä taas oli lisäarvoa, että mä tiedän tai pystyn jouhevammin tilaamaan sen taksin ja tiedän etukäteen sen kustannuksen ja sen lisäksi mä saan etukäteen myöskin inputtia siitä, että miten tää kuski on arvosteltu. Ja sitä kautta jonkinlaista aavistusta siitä, että kuinka miellyttävä siitä matkasta tulee. (C)”*

Haastateltujen mielestä käytettävyydeltään jakamistalouden liikkumisen palvelut olivat erityisen kehittyneitä: *”Että siinä missä taksin sai varattua pelkästään käytännössä johonkin taksikeskukseen puhelimitse soittamalla, niin Uberissa pystyi käytännössä painamaan nappia sovelluksessa ja kertomaan, että mä olen tässä ja tarviin auton paikkaan Y. (E)”*

Erityisesti palvelun käyttöönotto ja tietyn resurssin nopean tarpeen ratkaiseminen korostuivat.

*”Että just vertailuna joku perinteinen auton vuokraus, joka on ollut aina niin kuin todella epämiellyttävää, sä meet johonkin koppiin passin ja luottokortin kanssa vääntämään ja sitten riidellään niin kuin naarmuista. Niin verrattuna siihen Drive Now:n palvelukokemukseen, että kuinka helppo se oli ottaa vaan kadulta, tai sitten vaikka Blox Cariin, niin kyllä ne on mun mielestä lähtökohtaisesti parempia. (F)”*

Toisaalta sekä jakamistaloutta itsessään että sen periaattein toimivia palveluita miellettiin myös yhtenä luontevana markkinatalouden osana. Jakamistalouden erityispiirteinä pidettiin usein paitsi resurssitehokkuutta, myös jakamisen ympäristö- ja yhteiskunnallista tehokkuutta: ”-- yksi sivujuonne markkinatalouteen. Tavallaan uusi niinku mahdollinen kehityssuunta, siinä niinku ehkä se tavallaan se maailmaa syleilevä ja perusajatus on se, että et se välttämättä se voiton maksimointi ei monesti ole se kaiken kaiken a ja o, että siinä on myös sen tyyppisiä ihmisiä jotka vaikka omia tuotannontekijöitään jakaa niin on muukin tarkoitus. Ja jopa päätarkoitus joku muu kuin se voiton maksimointi. Tavallaan se omien kulujen pienentäminen, mutta toisaalta taas se että et ehkä niinku voidaan myös kokea tavallaan niinku yhteiskunnallisesti tärkeitä työtä tuota niinku jakamalla (F)”, kuvasi yksi haastateltu jakamistalouden käsitettä omasta näkökulmastaan.

Useissa palveluissa palvelun mahdollistajina ovat yksityinen, resurssia tarjoava henkilö itse palveluntarjoajan lisäksi. Joidenkin palveluiden käyttö vaatii siten myös henkilökohtaista kanssakäymistä. Sen vuoksi tutkimuksessa haluttiin selvittää myös, miten kuluttajat kokevat jakamistalouden palveluiden käyttöön liittyviä sosiaalisia tilanteita. Valtaosalla haastatelluista oli kokemusta erityisesti majoituksen vertaisvuokrauksen isäntien tai emäntien kanssa koetuista kanssakäymisistä: ”Mutta onhan se niin kuin aina jonkunlainen kohtaaminen, että juuri näissä palveluissa mitä itse käyttänyt, niin jollain tavalla sä oot kuitenkin vuorovaikutuksessa sen auton tai asunnon jakajan kanssa, tai silloin kun sitten niinku omaa autoa jakoi, niin myös sitten niinku toiseen suuntaan. Että sinänsä niinku mulle ehkä parhain niinku yhteydenpitotapa on se tota niinku joku sähköposti tai Whatsapp -viesti. Mutta tota, sitten on ihan hauskoja, myös ihan fyysisiä kohtaamisia. (F)”

Myös ajoneuvojen vertaisvuokrauspalveluiden käyttöön ja kyytipalveluiden käyttöön liittyviä, sosiaalisen kanssakäymisen kokemuksia jaettiin haastattelussa. Sosiaalinen kanssakäyminen koettiin luonnollisena osana palveluiden käyttöä: ”No, oon tutustunut Airbnb- isäntiin ja on olleet pääsääntöisesti hyvin miellyttäviä. Tietysti, kun ne vuokraa sitä omaansa ja haluaa myöskin, että heidän palveluitaan sitten käytettäisiin jatkossa. Ja se on ollut aika luonnollista se kanssakäyminen. Ehkä Uberissa se on tietysti ne kuskit ikään kuin vaihtelee ja heidän palvelualltius ja muu. Mutta yleensä on kuitenkin perille päästy. (B)”

Sosiaalisia kanssakäymisiä pidettiin myös jakamistalouden palveluiden positiivisina erityispiirteinä, joita verrattiin perinteisten palveluiden käytön vaatimaan asiointiin: ” -- mun mielestä tosi mukavia ja se varmaan osittain mun mielestä siitä, että niitä käyttää aika niin kuin samanhenkiset niinku ihmiset, että siinä ollaan vähän niin kuin samalla asialla. Niin mä oon kokenut ne niinku tosi rennoiksi ja mukaviksi. Jopa niin kuin mukavemmiksi kuin tosiaan perinteisemmissä kanavissa. Että se on niin kuin välittömämpi Airbnb:ssä se kohtaaminen, kuin esimerkiksi joku hotellin aulaan tulo, joka taas on tosi niin kuin geneeriseksi hiottu, ihan sama oliko Puolassa tai Mexicossa. (C) ”

Toisaalta jakamistalouden palveluissa nähtiin myös kokemuksellisia ja elämyksellisiä piirteitä juuri palveluiden käyttöön liittyvien sosiaalisten kanssakäymisten ansiosta. ”Uskon, että auton vertaisvuokraamisessa jossain ulkomailla on vähän sama kuin joissain kämpissä, että sä pääset niin kuin vähän enemmän kärryille siitä että millasia niin kuin paikalliset on, niin se on tosi niin kuin miellyttävä kokemus esimerkiksi matkalla. (C) ” Joillakin haastateltavista oli sosiaalisen kanssakäymisen tuottamasta lisäarvosta myös omakohtaista kokemusta erityisesti juuri vertaismajoituksen palveluiden käyttöön liittyen: ”Airbnb:n osalta taas sitten se on ollut niinä harvoina kertoina, kun ollaan oltu isäntäperheeseen yhteydessä, ovat he kertoneet esimerkiksi siitä alueesta täkyjä, mitä ei ehkä ole itse osannut ajatella. Niin esimerkiksi se paikallistuntemus on ollut silloin se lisäarvoa tuottava asia. (E) ”

Sosiaaliset kanssakäymiset koettiin myös erilaisina eri palveluiden käyttöön liittyen. Vertaisvuokrauspalveluissa kanssakäyminen on edellytys palvelun toteutumiselle, esimerkiksi resurssin luovuttamiseen ja palauttamiseen liittyen. Kyytipalveluissa vaadittu keskustelu tapahtuu usein palveluntarjoajan alustan välityksellä ja keskustelu esimerkiksi kuljettajan kanssa on vapaaehtoista. Myös näissä palveluissa esimerkiksi resurssia tarjoavan osapuolen arvostelut asettivat sosiaalisia tilanteista koskeville odotuksille, niiden täyttymiselle ja palvelun toteutumisen sujuvuudelle edellytyksiä: ”Uberin kautta kokemukset ovat olleet neutraaleja ja positiivisia. Tottakai aikaikkuna on verrattain lyhyt Uberissa. Ja jos siinä syntyy jotain mukavaa jutustelua, niin hyvä näin. Mutta tota, sinällään itselle triviaalia se, että kun puhutaan vaikka viiden minuutin siirtymästä paikasta toiseen. Mutta tietysti niissä tilanteissa, joissa kuski on saanut hyvän arvion, on se odotusarvo myös täytynyt ja ollaan saatu myös mukava keskustelu. (E) ”



Osalla haastatelluista oli ollut myös haasteita ja ongelmatilanteita jakamistalouden palveluihin liittyen. Haastatellut kokivat, että jakamistalouden palveluissa myös ongelmatilanteet pystyttiin ratkaisemaan inhimillisesti ja miellyttävällä tavalla palveluntarjoajan määrittelemien sääntöjen puitteissa: *”Jopa niinku ikävät tilanteet on hoitunut, niinku tosi hyvin, mitä sitten taas ehkä tämmöisen niinku puhtaan kaupallisen, perinteisen liiketoiminnan kanssa ei välttämättä ole. Että ollaan niinku oltu hyvin ymmärtäväisiä puolin ja toisin. Ehkä juuri se, että ei tarvitse miettiä minkään taulukon mukaan, että paljon voi reklamaatiosta maksaa. Vaan tavallaan se, että on niinku vaan helpompi sovittaa ja sitten, ehkä ihmisillä on semmoinen niinku hyvä yhteisymmärrys siinä. Että tavallaan, että molemmat saa siitä jotain ja kumpikaan ei kohtuuttomasti hyödy niin silloin se, ehkä sovittelu on niinku myös helpompaa, (F)”* kuvasi yksi haastatelluista kohtaamiaan ongelmatilanteita jakamistalouden palveluissa.

Haastatteluissa esille tulleita jakamistalouden erityispiirteitä esitellään seuraavassa kuviossa 8.



Kuvio 8 Haastatteluissa esille tulleet jakamistalouden erityispiirteet

Vaikka yhtä selkeää ja yksiselitteistä määritelmää jakamistaloudelle ei ole, erityisesti jakamistalouden käsitettä avattaessa esille tuli haastateltavien ajatukset yhteisöllisestä kuluttamisesta, jossa on kyse resurssien jakamisesta. Haastatteluissa toistui digitaalinen

ja mobiilissa toimiva käyttöliittymä, joka koettiin palvelusta riippumatta pääsääntöisesti viimeisteltynä ja helppona käyttää. Erityispiirteiksi kuvattiin myös sosiaalinen vuorovaikutus resurssia tarjoavan osapuolen kanssa. Jakamistalouden tärkeimpinä motiiveina pidettiin käyttöasteen parantamista ja resurssitehokkuutta, joka mahdollistaa jonkun resurssin omistamatta jättämisen.

## 6.2 Motiivit ja koettu hyöty jakamistalouden liikkumisen palveluiden käytössä

Haastatteluissa haluttiin selvittää yleisesti jakamistalouden ja sen periaattein toimivien palveluiden käytön motiiveja, myös ilman rajausta erityisesti liikkumisen palveluihin. Haastateltuja pyydettiin yksinkertaisesti selittämään, miksi he käyttävät näitä palveluita. Selvisi, että monien palveluiden käyttöä yhdisti tilanne, jossa omistamisen sijaan tietyn resurssin hankkimista haluttiin nimenomaan välttää: *”Vältyäkseni ostamasta omaa resurssia, mitä oon halunnut käyttää, oli se sit niin kuin auto tai kämppä. (C)”*

Monet kokivat myös, että jakamistalouden palvelut ovat yksilöllisempiä ja kohtuullisella vaivannäöllä voi löytää perinteisiä palveluita paremmin omiin tarpeisiinsa soveltuvan, usein hieman räätälöidyn palvelun: *”Koen, että oon saanut niin kuin enemmän arvoa mun rahalleni, vaikka niin kuin reissussa oon saanut esimerkiksi isomman kämpän, vaikka sitten on joutunut luopumaan joistakin hotellin muista mukavuuksista. Mutta ne on olleet niin kuin mulle osuvampia palveluita. (C)”* Usein esimerkkinä räätälöidyistä ja yksilöllisistä palveluista käytettiin nimenomaan vertaismajoituspalveluita: *”- - Sä saat mielenkiintoisempia, monipuolisia kohteita, koska tavallaan se hotellimajoitus ei oo tuota...ei ole välttämättä aina se paras ja mielenkiintoisin. Vaan just tällainen niinku ehkä jopa kodinomainen asuminen jossain niin on mielekästä tavallaan. (F)”*

Myös taloudelliset syyt laskettiin tärkeäksi syyksi. Taloudellisesta näkökulmasta korostuivat sekä yksilöllisten tarpeiden täyttäminen taloudellisesti tehokkaalla tavalla, että yhteiskunnallinen resurssiviisaus: *”-- dilemma siitä että että autojen käyttöaste on niin heikko ja se tuotannon tekijä huonossa käytössä.”* Myös resurssin hankkimatta jättämiselle oli taloudelliset perusteet olennaiset: *”--en näe tarpeelliseksi ostaa ja investoida tällaisiin hyödykkeisiin rahaa, että se olisi mielekästä sitten jollain diilillä vuokrata sitten täältä läheltä näin. (D)”* Jakamistalouden mahdollistamasta räätälöidystä

ostokokemuksesta ollaan toisinaan myös valmiita maksamaan, vaikka jotkut mielsivät palveluiden hintojen nousseen: ”--hinnat tuntuu et ne on niinku nousnut, mut sit sä saat mielenkiintoisempia, monipuolisaa kohteita. (F)”

Jotkut näkivät hinnan ensisijaisena syynä valita jakamistalouden palvelu, kuten esimerkiksi vertaismajoitus: ”Airbnb:n osalta sitten taas on ollut, että miten heidän palveluun on ajautunut niin siinä on taas sitten jonkin verran peilannut siihen että mikä on ollut majoitustarjonta niissä kohteissa mihin on mennyt. Ja niissä kohteissa on taas sitten hinta ollut aika usein määräävänä tekijänä”(E).

Haastatteluissa selvitettiin myös, millaisia liikkumisen tarpeita uudenlaiset jakamistalouden palvelut ratkaisevat. Haastateltavilta kysyttiin, millaisiin matkoihin he käyttävät erityisesti jakamistalouden liikkumisen palveluita. Jakamistalouden palvelut miellettiin myös helpoksi tavaksi ratkaista liikkumisen tarpeet. Mikäli ei omista esimerkiksi omaa autoa, miellettiin jakamistalouden palvelut, kuten esimerkiksi yhteiskäyttöautot, perinteistä auton vuokrausta helpommaksi ja edullisemmaksi tavaksi ratkaista satunnainen liikkumisen tarve: ”Drivenow:n osalta oli tietysti tämä autottomuus, joka ohjasi satunnaiseen autontarpeeseen. Ja saatavilla olevista vaihtoehtoista se liittyi ennen kaikkea siihen, että, että otan taksin tai vuokraan joltain isommalta toimijalta, tai lainaan vanhemmilta, kavereilta tai muilta tai sitten otan tällai jakamistalouden palvelun kautta. Niin se jakamistalouden palvelun kautta se tuntui kaikkein helpoimmalta. (E)”

Palveluiden helppo ja nopea käyttöönotto näkyi myös spontaanien matkojen tarpeiden ratkaisuna eli useat haastatellut kertoivat käyttävänsä palveluita erityisesti lyhyiden ja spontaanien siirtymien tarpeisiin. ”Ne on ollut lyhyitä matkoja, saman kaupungin sisällä pääsääntöisesti. Taksilla ehkä pisimmillään parikymmentä kilometriä, samoin Uberilla. Samanhenkisiä matkoja sitten tolla Drivenow:lla, vaikka palveluntarjoaja tarjosi kyllä mahdollisuutta tehdä sinällään järkevästi myös esimerkiksi tollaisen viikonloppukeikankin, niin puhuttiin enemmän lyhyistä matkoista paikasta a paikkaan b.” (C) , eräs aktiivinen ja säännöllinen liikkumisen palveluiden käyttäjä kuvasi omia matkojaan. Usea haastateltava määritteli jakamistalouden palveluiden ratkaisevan erityisesti muutaman kilometrin lyhyiden siirtymien tarpeita: ” -- sanoisin, että varmaan 90 prosenttia oon käyttänyt sellaista lyhyttä, Helsingin sisällä, vois sanoa että alle kymmenen kilometrin matkoja. (A)” Lyhyimmät matkat saattoivat olla jopa alle

kilometrin mittaisia, muutamien minuuttien matkoja, joita kuljetaan yhteiskäyttöpotkulaudoilla : ”--auto ollut parkissa jossain tietyssä paikassa niin oon sit ajanut sillä skootilla sen auton luokse. Huitasee nopeasti siitä sen muutamana minuutin matkan. (G)”, kuvasi eräs haastateltava omaa yhteiskäyttöpotkulaudan käyttöään.

Erityisesti yhteiskäyttöautoja ja vertaisvuokrausautoja olivat haastatellut vuokranneet myös esimerkiksi viikonlopuiksi. Usein tarve oli ollut esimerkiksi jonkun tavaran siirtämiseen tarvittava pakettiauto tai satunnaisen, esimerkiksi mökille suuntautuvan viikonloppumatkan vaatima auton tarve: ”--oon myös ottanut, vaikka niin kuin Blox Carista vaikka viikoksi auton ja Drive Now:stakin mä oon ottanut viikonlopuksi kerran auton, mutta se on ollut niin kuin hyvin harvinaista. --Koska sitten jos mä oisin kokenut, että jos oon tarvinnut autoa enemmän pitkille matkoille, niin sitten olisi tullut varmaan harkintaan se oman auton hommaaminen. (C)”, kertoi haastateltu auton tarpeen koskevan erityisesti viikonloppuja. Auton satunnainen tarve tavaran siirtämiselle mainittiin useamman kerran: ”jos mä oon tarvinnut vaikka pakettiauton vaikka jotakin varten hetkeksi. Niin sitten mä oon voinut ottaa sen vaikka Blox Carista, esimerkiksi. (H)”

Jotkut näkivät erityistä lisäarvoa sillä, että palveluiden kautta saattaisi olla saatavilla kulkuneuvoja johonkin tiettyyn erityistarpeeseen, kuten matkailuauto lomalle vuokralle: ”En pidä mahdollisena että vuokraisin vaikka matkailuauton ja lähtisin ajelemaan vaikka tuonne Pohjanmaalle Kalajoen hiekkasärkille. Joo sellainen, vapaa-ajalle matkailuauto, se voisi olla ihan mahdollinen. (D)”

Liikkumisen palveluiden käytössä korostui myös erityisesti tietyn palvelun käyttö yhteen suuntaan eli yhdensuuntaiset matkat: ”Mä sanoisin, että yhden suuntaisia on suurin osa. Koska ne on just ratkaisseet jotain ongelmaa, mun on pitänyt roudaa jotain kamaa tai mulla on ollut kiire. Koska yleensä se on vaan toiseen suuntaan, se ongelma jota mä ratkaisin. (C)” Myös esimerkiksi juhlimiseen ja ystävien tapaamiseen kerrottiin käytettävän jakamistalouden liikkumisen palveluita: ”No varmasti esimerkiksi silloin kun ei itse pysty ajamaan (B)”. Usein liikkumisen palveluita, ja erityisesti kyytipalveluita käytettiin myös yö-aikaan: ”Ehkä tuolta jos kattoisi viimeisen kahden vuoden datan, niin ajoittuu varmaan sinne klo 12 ja yö kolmen välille (H)”.

Myös käyttötilanne ratkaisee liikkumisen palvelun valinnassa. Esimerkiksi työn takia tehtyihin matkoihin harva kertoi käyttävänsä jakamistalouden palveluita, eikä yksikään maininnut töissä kannustettavan palveluiden käyttöön: ”No siis lähinnä sitä niinku nää

*vuokra-autot tai vuokra-asunnot, niin just niinku lomamatkoihin, että sitten taas jotenkin mä nään että jos ois vaikka joku firman matka niin sitten se autovuokraamo on helpompi. Mutta sitten Uberia ihan niin kuin, tuota käyttötarpeesta riippumatta. Että aiemmin oli käytetty perinteistä taksia enemmän, mutta nyt sitten on ehkä intressi myös vähän säästää firman rahoja, niin sitten tavallaan on tullut siirryttyä siihen että käyttää sekä vapaa ajalla että työssä sitä Uberia. (F)*” Kyytipalveluita kerrottiin käytettävän taksin sijasta esimerkiksi lentokentälle siirtymisiin: *”--niissä harvoissa tilanteissa, joissa ei ole autoa käytössä, joissa omissa tilanteissa korostuu esimerkiksi lentokenttäreissut niin niissä tulee hyödynnettyä Uberia sitten enemmän. (E)*”

Haastattelut tehtiin pääosin koronapandemian pahimpaan aikaan ja usea haastateltava mainitsi, että pandemian aikana liikkumisen palveluiden käyttö oli olennaisesti vähentynyt ja niiden käytöstä oli tullut epäsäännöllisempää. *”No ennen pandemiaa käytin kyllä Uberia tosi paljon, ja Airbnb:tä. Ehkä kerran viikossa tuli käytettyä, mutta nyt on ollut tosi hiljaista sen suhteen.” (E)*, kuvasi eräs haastateltava palveluiden käytön lakanneen lähes kokonaan. Kaksi haastatelluista oli hankkinut koronapandemian aikana myös oman auton, toinen heistä ensimmäisensä ja toinen vuosien tauon jälkeen.

Valtaosa haastatelluista oli säännöllisiä liikkumisen palveluiden käyttäjiä ja pari haastateltua käytti palveluita satunnaisesti. Aktiivisimmat käyttäjät käyttivät uudenlaisia liikkumisen palveluita viikoittain: *”--Tommosia autoilupalveluita, niin ennen kuin mulla oli oma auto, niin kuin Drivenow tai Blox Car -tyyppisiä mä käytin, sanoisin että kerran viikossa keskimäärin. Ja sitten Uber tai Yango -palveluita mä käytän keskimäärin pari kertaa viikossa. (C)*” Säännölliset, mutta vähemmän aktiiviset liikkumisen palveluiden käyttäjät käyttivät palveluita 1-2 kertaa kuukaudessa: *”10-12 viime kuukauden aikana voidaan varmasti laskea kahden käden sormilla, puhutaan sitten Uberista tai skoottereista esimerkiksi.(E)*” säännöllinen, mutta vähemmän aktiivinen liikkumisen palveluiden käyttäjä kertoi käyttävänsä palveluita muutaman kerran vuodessa. Aktiivisillakin käyttäjillä palveluiden käytön määrä vaihteli runsaasti: *”Tässä kuussa oon käyttänyt Uberia viisi kertaa, välillä on ollut kuukausi etten ole käyttänyt yhtään” (G).*

Myös esimerkiksi vuoden ajat vaikuttavat palveluiden käytön aktiivisuuteen. Tietyt palvelut, kuten free floating -mallilla toimivat, vuokrattavat sähköskootterit ja kaupunkipyörät ovat saatavilla keväästä syksyyn. Loma-ajat ja kesäaika yleisesti tunnistettiin liikkumisen palveluiden sesongiksi: *”Se on ollut jokseenkin kausiluontoista.*

*Kesällä tietysti tunnistaa käyttävänsä vaikka Voi-skoottareita aina silloin tällöin, se on ehkä myös sellaista pientä huvittelua silloin tällöin jota sallii itselleen satunnaisesti. (E)”,* kuvasi yksi haastateltu oman liikkumisen palveluiden käyttönsä kausiluonteisuutta.

Aktiivinen ja kokeilunhaluinen jakamistalouden liikkumisen palveluiden käyttäjä piti tämän hetkistä palveluista erityisen toimivana Whimiä, joka kokoaa eri palveluita yhteen. Kuluttajalla on siis käytettävissään yhden älypuhelinsovelluksen kautta useita eri liikkumisen palveluita. Aktiivinen käyttäjä koki tämän mahdollistavan toimivan matkaketjun loppukäyttäjälle sujuvalla tavalla: *”--tarjontaa tuli kun se laajeni skoottereihin ja pyöriin ja muihin. Että kun yhden sovelluksen kautta pääsi käsiksi ei ainoastaan bussiin vaan myös muihin liikkumisen ratkaisuihin. -- niin kuin Voin ja Tierin ja kaikki sai saman sovelluksen kautta. Voista ja Tieristä sitten että hinnoittelu on kohtalaisen läpinäkyvää ja se on pieni nyanssi näiden palvelun tarjoajien välillä. Ja se tilauksen flow on todella yksinkertainen, että sulla on qr-lukija, jolla tunnistaa sen skootterin ja sä oot jo liikkeellä sillä ihan muutamissa sekunneissa. Ja tietty sellainen helppokäyttöisyys on viety äärimmäisen hyvälle tasolle, että ei tarvi pohtia sitä että mitkä on ne perusedellytykset siinä että pääsee palvelua ylipäättänsä käyttämään. (E)”*

Säännöllisesti jakamistalouden liikkumisen palveluita käyttäneet pitivät niiden toimivuutta hyvänä, mutta näkivät sen myös kehittyneen lyhyessä ajassa nopeasti ja kehittyvän yhä edelleen. Jotkut näkivät pandemia-ajan myös vauhdittaneen palveluiden tarjontaa ja kehitystä: *”--huomaa että tavallaan ollaan lähdetty niinku hyvinkin niinku nollasta. Ja sitten nyt on jo aikaa kulunut, ne on niinku kehittynyt ja myös sitten ehkä tää niinku Covid-aika ja huoli. Että kehitys on ollut nopeampaa tämän tyyppisissä niinku, jos miettii et se on niinku, ei joukkoliikennettä, vaan tällöinen niinku yksilöllistä liikkumista niin siellä on varmasti kysyntää tätä kautta. Plus sitten tietenkin siellä on paljon julkista rahaa mitä on voitu käyttää kehittämiseen tämän Covid -tilanteen aikana. (F)”* Toimivuuden suhteen samojen jakamistalouden liikkumisen palveluiden nimet toistuivat positiivisina käyttäjäkokemuksina: *”Mm, ne ovat toimineet kyllä hyvin. Varsinkin nää, mitkä on olleet isoja globaaleja toimijoita, jotka ovat breikanneet jollain tavalla. Ja kyllä ne on aika loppuun asti hiottuja ja mietittyjä. (B)”*

Toiset näkivät jakamistalouden liikkumisen palveluissa, kuten kyytipalveluissa hyvin käytännönläheisiä palveluiden toimivuuteen ja kuluttajakokemukseen vaikuttavia etuja. Haastatteluiden vastauksissa korostuivat vertailu esimerkiksi kyytipalvelujen ja

taksipalvelujen välillä: *”Ne osaa ajaa, ne menee, mihin mä haluan. Paremmin kuin taksit. Ja ne autot on olleet tosi siistejä, ei haise niinku tupakka. Mm, jos joku haisee niin ehkä joku raikastin ja siitä mä en oikein aina tykkää. Yleensä ne kuskit ei puhu mitään ja musta se on plussa. Taksikuskit laskuttaa siitä juttelusta. No, se on palvelua ehkä enemmän. Mutta mä en arvosta sitä, vaikka mä arvostan palvelua niin mä arvostan hiljaisuutta ehkä enemmän tollaisissa yhdentekevissä. Niin kuin ne on ihan yhdentekeviä keskusteluita, kun ne on niin lyhyitä ne matkat. (A)”*

Kuten jo aiemmin tuloksissa tuli ilmi, myös autovuokraamojen ja autojen jakamista tai yhteiskäyttöä tarjoavien palveluiden toimivuutta ja käyttäjäkokemusta vertaillaan keskenään: *”silloin aikanaan kun olin kortin saanut niin oon jonkun verran vuokrannut autoa niin kuin perinteisistä autovuokraamoista. Kyllähän mä olisin tietysti niin kuin niiden käyttöä jatkanut, jollei nää uudet palvelut ois olleet jollain tavalla parempia, tai varsinkin parempia suhteessa hintaan. Tai mun kokemus on niin kuin se, että vaikka edullisimman hinnan ottaa pois tosta yhtälöstä, niin noi palvelut on toimineet paremmin. Ja siinä on mun mielestä taustalla, että ne on niin kuin tuoreempia ajatuksia, ja toteutustavat on jotenkin tuoreempia ja fressimpiä niin kuin varsinkin mun kaltaiselle digikäyttäjälle” (C)*, kuvasi yksi haastatelluista kokemuksiaan autovuokraamojen ja yhteiskäyttöautopalveluiden eroista.

Palveluiden toiminnassa usea haastateltava mainitsi tärkeäksi ominaisuudeksi myös helpoksi tehdyn mahdollisuuden antaa palautetta palvelualusta kautta: *”No ihan hyviä. Mä olen antanut monta tähteä niille yberi-kuskeille. Ja ne on antanut mulle monta, silloin kun mä ajojin niillä. Ihan ystävällisiä ihmisiä. (A)”*

Pyysin haastatteluihin osallistuneita myös erottelemaan, mihin seikkoihin he ovat olleet erityisen tyytyväisiä käyttämässään palveluissa. Vastaukset olivat kolmen ominaisuuden suhteen yhteneviä. Erityisesti palvelujen toimivuus, helppokäyttöisyys ja luotettavuus toistuivat ominaisuuksina, joihin oltiin erityisen tyytyväisiä. *”-- se helppous, että siihen on voinut luottaa, että se palvelu toteutuu sillä tavalla kuin se on minulle kuvattu. Ja ehkä se käyttäjäkokemus on ollut alusta loppuun asti hyvä. (B)”*, yksi haastateltava kuvasi kokemuksiaan.

Digitaalisten liikkumisen palveluiden saatavuus vuorokauden ympäri ilman ennakkovarausta oli myös toistuva tyytyväisyyden aihe: *”Erityisen tyytyväinen*

*helppokäyttöisyyteen ja siihen, että palveluita on saatavilla käytännössä on demand 24/7 (E)”.*

Spontaanin saatavuuden voidaan tulkita myös madaltavan palvelun kokeilemisen kynnystä: *”Toinen mistä oon tyytyväinen, että palvelun käyttöönotto on tehty todella helpoksi. Että se toimii vaikka tulisi johonkin palveluun aivan uutena käyttäjänä, että lähtökohtaisesti kaikki kokemukset on sen suhteen olleet tosi positiivisia. Että se sisäänheitto on niin kuin tosi hyvä (E)”.*

Osa perusteluista oli myös tunneperusteisia. Useampi haastateltu mainitsi, että yksinkertaisesti halusi kokeilla kaikenlaisia uusia digitaalisia palveluita: *”No mä tykkään kaikesta uudesta, tavallaan se on yksi mulla sellainen, kun uutuudenviehätys, niin ehdottomasti tavallaan, kyllä mä niinku jokaista palvelua mielellään varmaan niinku kerran ainakin kokeilen (F)”.*

Toimivuus ja käytettävyys yhdistettynä saatavuuteen asetettiin toisinaan esimerkiksi hinnan edelle. Hinnalla oli käyttäjien mielestä erityistä merkitystä vasta siinä vaiheessa, kun palvelun käytöstä on tullut säännöllistä: *”--Sitten se toimivuus on minulle tärkeä. Että siitä kaikki silleen lähtee, ja sitten hinta on semmoinen mikä sitten saa pysymään siinä (F)”. , kuvaili yksi haastatelluista hinnan merkitystä palveluiden valintakriteerinä. Myös alennukset ja kampanjat houkuttelivat käyttämään palveluita: ”Olen ollut tyytyväinen niihin ilmaisiin kreditteihin, niin kuin vaikka Voi-skoottereihin ja alennuskodeihin Uberissa (G)”.*

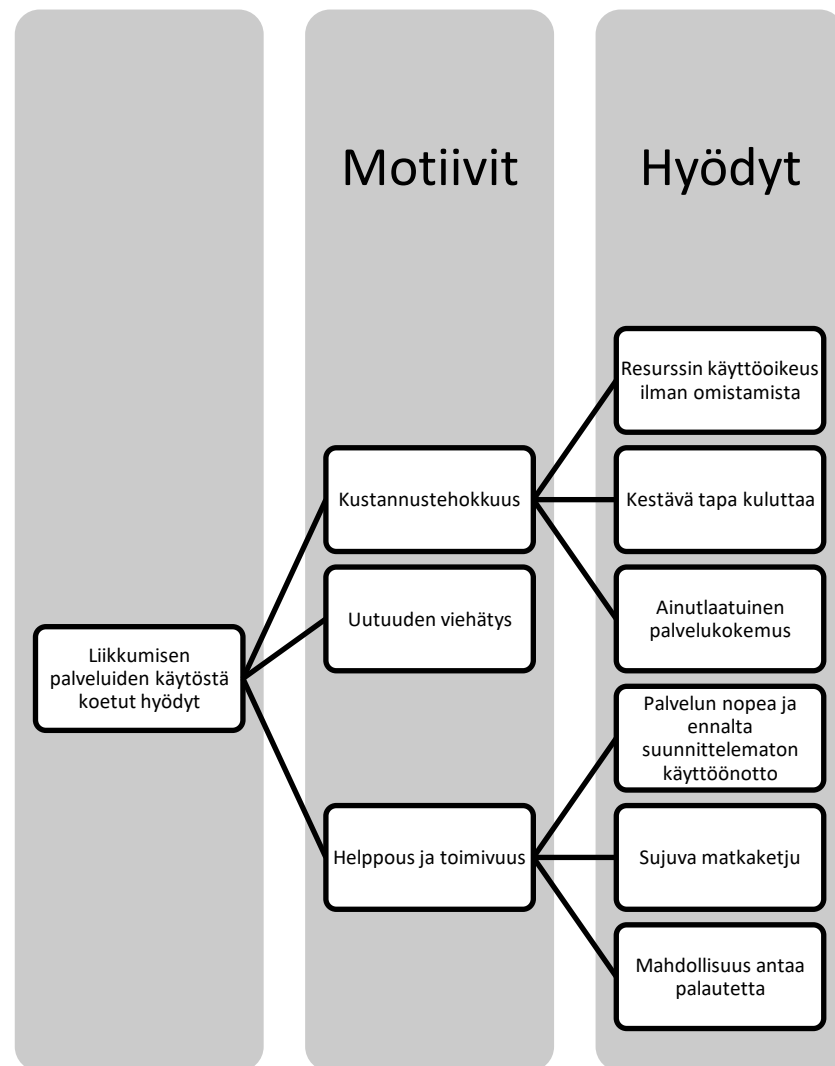
Halusin tutkimuksessani myös selvittää, onko kestävillä arvoilla merkitystä jakamistalouden palveluiden valintakriteerinä ja mielletäänkö jakamistalous ylipäättään kestäväna tapana kuluttaa. Tutkimuksen haastatteluissa kysyttiin *”Koetko kuluttavasi kestävästi, kun kulutat jakamistalouden palveluita?”*. Tutkimukseen osallistuneet mielsivät jakamistalouden pääsääntöisesti kestäväksi tavaksi kuluttaa, sikäli kun he olivat ajatelleet asiaa palvelun valinnan tai säännöllisen käytön yhteydessä: *”Joo. Kyllä mä koen, että se on niin kuin, kestävä tapa kuluttaa niinku lähtökohtaisesti. Varmaan sielläkin voi olla jotain sellaisia ei niin kestäviä. Mutta just se, että jos pitää kategorisesti sanoa niin kyllä. (A)”, punnitsi eräs haastatelluista valintojensa kestävyyttä.*

Osa haastatelluista nimesi esimerkiksi autojen jakamisen palveluksi, jonka he kokivat kestäväna resurssien jakamisena: *”--esimerkiksi autot on hyvä esimerkki siitä, että*



suurimmalla osalla saattaa auto olla ja viis-kuus päivää viikossa seistä parkkipaikalla ja eihän se oo millään tavalla kestävä ratkaisu tän meidän maapallon kannalta, että jokaisella on oma auto mutta suurimmaksi osakseen seisoo siellä parkkipaikalla. On se hyvä, että ne tulee laajempaan käyttöön. (B)”

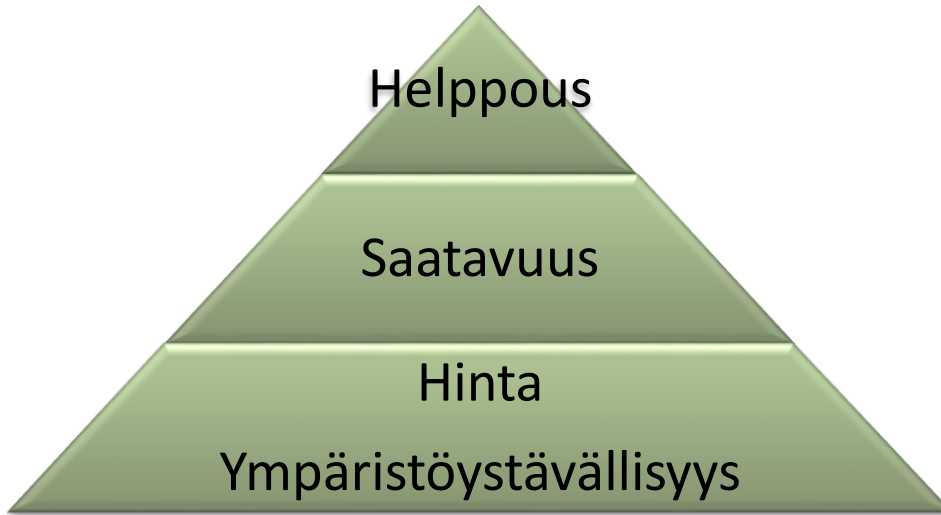
Haastatteluissa ilmenneitä hyötyjä on havainnollistettu seuraavassa kuviossa 9.



Kuvio 9 Liikkumisen palveluiden käytöstä koetut hyödyt

Liikkumisen palveluita kerrottiin käytettävän erityisesti niiden helppouden ja toimivuuden takia. Palvelut koettiin myös kustannustehokkaina tapoina kulkea erityisesti lyhyitä matkoja. Hyötyinä koettiin muun muassa ainutlaatuinen palvelukokemus, joka oli monille tapa kuluttaa kestävästi. Osa haastatteluihin osallistuneista ei ajatellut jakamistalouden liikkumisen palveluita ympäristön tai kestävästi kuluttamisen takia lainkaan, vaan niiden käytön motiiveina oli ensisijaisesti sujuva matkaketju ja erityisenä hyötyinä koettu palvelun nopea ja helppo käyttöönotto.

Pyysin haastatteluihin osallistuneita laittamaan seuraavat arvot järjestykseen sen mukaan, mitkä olivat heille liikkumisen palveluissa tärkeitä: Hinta, helppous, ympäristöystävällisyys ja saatavuus. Tuloksia havainnollistetaan kuviossa 10.



Kuvio 10 Liikkumisen palveluiden ominaisuudet tärkeysjärjestyksessä haastattelujen tuloksia mukailten

Helppous oli ylivoimaisesti tärkein ominaisuus. Seuraavaksi tärkeimpänä ominaisuutena pidettiin hintaa. Jakamistalouden ja liikkumisen palvelut tarjoavat usein tilaisuuksia jättää jokin resurssi hankkimatta. Erityisesti sen vuoksi mielestäni oli olennaista kysyä myös, miten tutkimukseen osallistuneiden mielestä jakamistalouden liikkumisen palvelut ovat hinnoiteltu. Vastausten perusteella tutkimukseen vastanneet kuluttajat kokevat pääsääntöisesti saavansa rahoilleen vastinetta. ”Mun kokemus on se, että ne on hinnoiteltu järkevästi. Mä koen, että siihen nähden mitä ongelmia ja tarpeita ne ratkaisee, niin suurimman osan jopa niin kuin edullisiksi. Eli suurimmasta osasta palveluita, mulla on niin kuin edullinen mielikuva. (C)”, kuvasi yksi tutkimukseen osallistuneista ajatuksiaan palveluiden hinnoittelusta.

Saatavuus oli lähes yhtä tärkeä arvo kuin ympäristöystävällisyys. Palveluja koettiin yleisesti ottaen olevan helposti ja riittävästi saatavilla, joskin yhteiskäyttö- ja vertaisvuokrausautojen saatavuus koettiin muita palveluita heikommaksi. Palveluiden erilaisuuden ansiosta koettiin, että erilaisiin liikkumisen tarpeisiin löytyy yleensä sopiva palvelu digitaalisten jakamistalouden periaattein toimivien liikkumisen palveluiden joukosta. Aktiiviset palveluiden käyttäjät kokivat, että palveluiden saatavuuteen voi luottaa akuutissa kiireessäkin: ”--aina on niin kuin joku niistä löytynyt. Ja mä oon niin kuin kokenut, että niitä on monia erilaisia niitä palveluita ja kyllä sekin musta niin kuin

*kertoo että niitä on riittävästi, koska mä oon uskaltanut niin kuin tukeutua niihin monissa tilanteissa. Että ne on niin kuin toimineet just niin kuin kiireessä vaihtoehtona. (C)''*

Tärkeänä ominaisuutena pidettiin myös sitä, että digitaalisissa liikkumisen palveluissa saatavuus oli helppo tarkistaa etukäteen: *''-- mä voin samalla kusen mitalla tarkistaa niin kuin Yangon ja Uberin toiminnan, kun ne toimii niin smuutisti. Kun se niin kuin lisää ainakin ajatusta siitä, että niitä on saatavilla. Ja sitten mä tykkään noista palveluista just sen takia, kun niistä niin kuin selkeämmin näkee sen että onko sitä resurssia saatavilla vai ei. Kun just jos sä ennen vanhaan tilasit taksin, niin eihän sulla just ollut mitään käsitystä vaikka, että oliko kuinka paljon takseja ajossa tai vapaana. (C)''*

Vastauksista voi myös tulkita, että palveluiden helppo käyttöönotto vaikuttaa myös siihen, miten kuluttajat kokevat digitaalisten palveluiden ylipäättään saatavuuden. *''-- tietysti palvelualustan käyttöönotto tai tässä tapauksessa mobiiliapplikaation käyttö, että se löytyy appstoresta ja pystyy lataamaan missä vaan nettiä löytyy. Että se on sinällään tehty tosi helpoksi. Ja tunnistautumiset sun muut löytyy jo olemassa olevilla tunnuksilla että se lisää sitä helppoa sisään heittoa näissä. (E)''*, kuvasi yksi haastateltava palveluiden käyttöönottoa ja saatavuutta omien kokemuksiansa kautta.

Joissakin palveluissa saatavuus todetaan suoraan sieltä, missä resurssi on otettavissa käyttöön. Näin on usein esimerkiksi sähköskootterien tai kaupunkipyörien käyttötilanteissa. *''--kun puhutaan näistä liikkumisen palveluista niin tarviin jonkun välineen siihen liikkumiselle niin siinä en koe välttämättä että olis hirveen isoa eroa liikkumisvälineiden saatavuudessa. Että Voita ja Tieriä esimerkiksi ollut tosi hyvin saatavilla pääkaupunkiseudulla. Miksei muuallakin saatavilla. Ja senkin on pystynyt kiertämään sillä, että lataa molempien sovellukset niin aina on skootteri sitten saatavilla, mahdollisimman lähellä. (E)''*, kuvasi haastateltu omia kokemuksiaan sähköskootterien ja kaupunkipyörien saatavuudesta.

Ympäristöystävällisyys oli jokaisella vastaajalla edellä mainituista arvoista viimeisenä. Se ei yhdelläkään vastaajista noussut esimerkiksi hinnan tai helppouden edelle tai ylipäättään päällimmäiseksi kriteeriksi: *''Ääh, eh. En ajattele. Eli ei oo ollut kyllä osana sitä valintakriteeristöä. Että siinä on kyllä valitettavasti sitten muut asiat ajaneet edelle. (E)''*, vastasi yksi haastatelluista ja *''No joo, jos mä sitä hetken sitä funtsin, mutta joo, ei se oo mulla mitenkään ohjaava ajatus siinä. Että en ajattele asiaa. (C)''* vastasi toinen.

### 6.3 Liikkumisen palveluiden heikkoudet ja kehityskohteet

Uusien liikkumisen palvelujen epäkohtien määrittäminen oli haastateltavien mielestä yleisesti ottaen haastavampaa kuin seikkojen, joihin he olivat tyytyväisiä. Myös vastaukset erosivat selkeästi enemmän toisistaan.

Myös toistuvia liikkumisen palvelujen heikkouksien piirteitä pystyi vastauksista erottelemaan. Yksittäiset palvelut ja niiden käyttöalustat eli digitaaliset verkkopalvelut tai älypuhelinsovellukset koettiin helppokäyttöisinä ja toimivina, ”*Hmm. En osaisi ainakaan Airbnb:tä tai Uberia parantaa. Appihan on todella hyvä ja simppeleä käyttää. Ei tuu nyt mieleen mitään, mihin kiinnittäisi suoraan huomiota (B)*”, kuvasi yksi tutkimukseen vastanneista palveluiden käyttöä yksikkötasolla. Kuitenkin moni palveluiden käyttäjä usean palvelun ja sovelluksen käytön raskaaksi. Eri palvelun tarjoajia yhteen kokoavia palveluita toivottiin: “*--varmaan moni noitten niin kuin palveluiden pyörittäjien toivois että käytettäis niin kuin yhdessä. Että ne olis selkeemmin, kun nyt ne monesti niin kuin nakertaa toisiaan. Ja kilpailee toisiaan vastaan. Että olis joku sellainen yhteenliittymä, jossa voisi paremmin hyödyntää niitä niin kuin yhdessä. Että olis joku sellainen foorumi, joku appi tai platta, josta näkisi kaikki nämä palvelut. Koska en mä tiedä niinku mitä uusia on niin kuin tullut. (C)*” Toisaalta tietoisuus erilaisista palvelun tarjoajista ja siitä mitä palveluita on tarjolla, nähtiin yleisesti ongelmana: ”*Näen haasteita palveluiden saatavuudessa ja markkinoinnissa ja viestinnässä siitä, mitä kaikkea on tarjolla. (D)*”

Liikkumisen palveluiden tarjoajien kokoamista yhteen verrattiin majoituksen ja ulkomaanlentojen välityspalveluihin, kuten Booking.com ja Hotels.com, jotka tarjoavat matkailijalle majoituksen lisäksi myös muut matkustamisen olennaisimmat palvelut, kuten lentolippujen hankinnan ja autonvuokrauksen. Toiset näkivät, että liikkumisen palveluiden lisäksi yhteen voisi koota jakamis- ja kiertotalouden palveluita laajemminkin: ”*-- että jakamistalouden toimijat toimisi jotenkin niin kuin yhteenliittymänä. Ja sitten niin kuin se promoominen kävis helpommaksi. Että olisi yksi paikka, jossa mä kävisin kattomassa niin kuin ratkaisua mun tarpeeseen. Ja sitten siellä olisi eritelty eri toimijat ja eri ratkaisuihin. (C)*”

Yksittäisiä palveluita koskien oli monilla kehitysehdotuksia. Niistä monet koskivat palveluita, joita he itse olivat käyttäneet aktiivisesti: ”*jos on vaikka autojen vertaisvuokrauspalvelu tai Uber niin voisi miettiä että siellä olisi vaikka kontissa sitten 5 kiinalaista sateenvarjoa, ja sitten kun sateisena päivänä otat Uberin niin kysytään että*

*otatko 50:llä sentillä tosta sonsan tähän samaan pakettiin. Niin jotain tällaista. Että pieniä ekstrapalveluja voisi lisätä. (E)*”, kuvasi eräs tarpeitaan, joihin hän kaipasi lisäpalveluja koskien erityisesti kyyti- ja autojen jakamispalveluita.

Palveluita kuvattiin miellyttäväksi käyttää ja niissä nähtiin mahdollisuuksia esimerkiksi myös pelillistämisen muodossa: *”--mä tykkään aina jos siinä on joku sellainen pelillistäminen ehkä tavallaan, se vois just pelillistää sitä, että vaikka Uberissakin niin sit sä pääsisit jollekin tietylle tasolle. Että ajat vielä yhden kyydin tässä kuussa niin pääset seuraavalle tasolle niin ehkä sitä sitä niinku semmoinen pelillistäminen voisi olla seuraava. (F)*”

Yksittäisistä palveluista eniten negatiivisia tuntemuksia herätti free floating -mallilla toimivat sähköpotkulautojen vuokrauspalvelut: *”Mun mielestä noi skuutit voisi kaikki tuhota ja hävittää. Niistä ei ole mitään muuta kuin harmia. Jengi ajaa niillä kolareita. Ja siis vaikka mä nyt oon ite ajanut niillä muutaman kerran, niin se on ihan holtiton laite. Että mun mielestä ne vois kaikki hävittää (G)*”. Myös sähköpotkulautojen vuokrauspalvelujen kehittämiseksi löytyi rakentavia ehdotuksia, jotka sisälsivät myös kannustimia käyttää palvelua tarkoitetulla tavalla: *” --pitäisi olla parkkipaikat selkeämmin määritelty. Että tosta mä saan aina sen. Että sä tietäisit että tosta mä saan aina niin eikä sillain että tuolla on joku esterata niitä. Siellä sun täällä jätettyinä. Että vaikka jos saisi jonkun alennuskoodin. Että jos palautat sen tohon oikealle paikalle, mihin se kuuluisi niin saat vaikka pienen alennuksen. (A)*”

Haastatteluissa selvitettiin myös, mitkä ovat yleisimmät syyt jakamistalouden palveluiden käyttämättä jättämiselle eli tilanteille joissa kuluttaja on valinnut jakamistalouden palvelun sijasta jollakin muulla periaatteella toimivan palvelun. Joidenkin palveluiden heikko käytettävyys, saatavuus tai toiminta ovat olleet ratkaiseva syy olla lopulta käyttämättä palvelua, vaikka haastateltava oli jo ilmaissut kiinnostuksensa ja rekisteröitynyt palveluun: *”Kerran yritin vertaisvuokrata opetuspolkimella varustetun auton, mutta se oli juuri silloin huollossa, joten se palvelu jäi lopulta kokeilematta. Lainasin kaverilta vastaavan auton, mutta se ei ollut yleisessä jakelussa, vaan ihan kaverilta suoraan lainattu auto. (D)*” Myös joidenkin liikkumisen palveluiden, kuten kyytipalveluiden kysyntään perustuva, muuttuva hinnoittelu karsi kyytipalvelu-vaihtoehdon pois tietyissä tilanteissa: *”--Mutta niillä kun on se vapaa hinnoittelu. Tavallaan niitä palveluita on, mutta mitä enemmän on kysyntää niin sitä*

*kovempi hinta on. Joka sitten tavallaan tekee sen, että sitten niitä ei oo omaan budjettiin riittävästi” (G).*

Palveluiden käytön säännöllisyys vaikutti korreloivan haastatteluissa myös siihen, miten haastateltavat kokivat palveluiden olevan saatavilla. Haastatteluissa kysyttiin, oliko palveluita tarjolla riittävästi heidän omiin tarpeisiin. Edelleen pyydettiin kuvailemaan, millaisille palveluille olisi tarvetta, mikäli tarjoama ei vastannut heidän omia tarpeitaan. Vastaukset olivat vaihtelevia. Osa haastatelluista koki, että palveluita oli saatavilla riittävästi: *”On, en koe että mitään niin kuin puuttuisi. En osaa kuvitella, että kaipaisin mitään niin kuin lisää. (B)”* Aktiiviset käyttäjät osasivat yhdistää myös useita eri palveluita yhden matkan tarpeisiin, jolloin palveluista syntynyt matkaketju ratkaisi käyttäjän ongelman: *”-- usein, jos mä niin kuin käytän jotain noita palveluita niin mä yleensä käytän niin kuin yhden mun tarpeen tyydyttämiseen montaa palvelua. Että yksi esimerkki, että saatoin ajaa vaikka kaupunkipyörällä vaikka hakemaan jotain... Tai ajoin vaikka Ruoholahden Cittariin. Ja sitten mä tulin Drive Now:lla takaisin kun mä olin tehnyt ostokset. Tai nyt mä saatan mennä vaikka kaupunkisygällä metrikselle ja sitten metrolla käyn hakee Blox Carista vuokratun pakettiauton. Että mä oon niin kuin yhdistellyt niitä usein toisiinsa. (C)”*

Vaikka haastateltujen asuinpaikkaa ei erikseen kysytty, myös sillä tuntui olevan erityistä merkitystä siihen, miten tutkimukseen osallistuneet kokivat palveluiden tarjonnan. Kaupunkien keskustassa tai niiden välittömässä läheisyydessä asuvat kokivat palveluiden tarjonnan riittäväksi, kun taas lähiössä tai maaseudulla palveluiden saatavuus koettiin huomattavasti hankalemmaksi: *” Saatavuudessa on selkeästi haasteita, esimerkiksi autojen vertaisvuokrauspalvelujen tarjonta ei aina kohdannut kohdannut kysyntää, ja Uberi ei ole käynyt hakemassa minua täältä kotoa ikinä... mutta näihin bussilinjoihin on voinut aina luottaa, ne on toimineet kuin junan vessa. (D)”*. Myös tietoisuus saatavilla olevista palveluista vaihteli olennaisesti ja jakamistalouden liikkumisen palveluiden markkina koettiin vielä tuoreena ja kehittyvänä: *”Mm, no sinänsä voisi ajatella, että Suomessa tämä on hyvinkin tuore markkina tai tarjoama. (B)”*

Erityisesti yhdensuuntaisiin matkoihin kaivattiin sujuvampia ratkaisuja ja lisää palveluntarjoajia: *”Drive Now:n poistuttua jäi lovi niinku omaan tarpeeseen, mitä mä oon täyttänyt sillä Uberillä kyllä. Että koska mä mielellään ajan itse, ja sitten taas mä koen että joku tommoinen niinku Blox Car -tyyppinen, niin tavallaan, no se ei niin hirveen*

*hyvin sovellu yhdensuuntaisiin matkoihin. Monesti tarve on niinku yhdensuuntaisia matkoja, mutta yhdensuuntaisen matkan, ja tavallaan palvelun puuttuminen on se ongelma pois lukien Uber. (F)*” Useampi haastateltava mainitsi nimenomaan keväällä 2020 Suomessa lopettaneen Drive Now:n kaltaisen, free floating -mallilla toimivan yhteiskäyttöautopalvelun puutteen. Free floating -mallilla tarkoitetaan palvelua, jossa resurssi on vapaasti otettavissa käyttöön tietyn alueen, esimerkiksi kaupungin sisällä (Balac ym. 101–102, 2019).

Verrattuna esimerkiksi kyyteihin, sähköpotkulautoihin ja kaupunkipyöriin, koettiin autoja tarjoavien liikkumispalveluiden saatavuus selkeästi heikommaksi ja epävarmemmaksi. Erityisesti autojen saatavuus oli myös enemmän kausiluonteista ja kysyntäpiikkien aikana rajatumpaa:

*”Näistä autoihin liittyvistä palveluista, niin toi verkoston laajuus on tietysti sellainen, joka tuntuu elävän omaa elämäänsä. Että varsinkin yhteiskäyttöautoissa huomasin sen, että arkisin autoja oli selkeästi saatavilla, kun taas perjantaisin viikonloppuisin huomasin, että se varaus kannatti lukita sitten mieluummin ennemmin kuin myöhemmin että sen oman tarpeen sai sitten täytettyä. (E)*”, kertoi yksi haastateltava omista autojen yhteiskäyttöä tarjoavien palvelujen kokemuksistaan.

Yhden suuntaiseen liikkumiseen soveltuvan yhteiskäyttöautopalvelun poistuminen pääkaupunkiseudulta Drive Now:n lopetettua vaikutti myös siihen, miten tutkimukseen osallistuneet kokivat yhdensuuntaiseen liikkumiseen soveltuvien palveluiden olevan ylipäättään saatavilla: *”Mun mielestä on ollut, ja tavallaan löytyy niinku aika helposti. Ehkä silleen itse niinku tietääkin aika hyvin mitä on tarjolla, että sitten just se yhdensuuntaisella liikkumisen poistuminen, niin se oli niinku selkeä semmoinen, mikä ei istunut minkään niinku muun muun tota muun palveluvalikoimaan (C)*”, kertoi haastateltu kokevansa yhdensuuntaisen liikkumisen tarjonnan puutteelliseksi.

Liikkumisen palveluissa selkeästi yleisin syy valita jokin muu palvelu oli toimiva julkinen liikenne, jolla pääsi tilanteessa vaaditun matkan ”ovelta ovelle”, kuten haastattelussa useamman kerran todettiin. Jakamistalouden liikkumisen palveluita kerrottiin tässä yhteydessä käytettävän nimenomaan silloin, kun palvelulta vaadittiin joustavuutta ja räätälöityä resurssia. Toiseksi yleisin mainittu syy oli jakamistalouden vaihtoehdon tarjonnan puute vaadittuun tarpeeseen. Esimerkiksi kyytipalvelut, yhteiskäyttöautot ja vertaisvuokrausautot eivät haastateltujen kokemuksien mukaan kata

alueellisesti riittävästi. Kokemusten mukaan kaupunkien ulkopuolella kotimaassa palveluita ei ole riittävästi saatavilla.

Tutkimukseen osallistuneilla oli kokemuksia palvelulupauksen pettämisestä, jolloin haluttu palvelu on jäänyt toteutumatta. Tällaisia tilanteita olivat olleet esimerkiksi tilattu kyyti, joka ei ollut saapunut aikataulussa, tai vertaisvuokrauspalvelun kautta varattu auto, jonka varaus oli peruuntunut resurssia tarjoavan osapuolen toimesta. Näissä tilanteissa turhautuneisuus oli usein johtanut kokonaan palvelun vaihtamiseen vaaditun resurssin käyttöön saamiseksi. Osa haastatelluista koki, että jakamistalouden liikkumisen palvelut eivät ole riittävän tasalaatuisia tai ennalta ennustettavia toteumaltaan: *”No Uberista ei ikinä tiedä mitä sieltä tulee, mutta kun Kovasen tilaa niin tietää että sieltä tulee joku jämäpti kuski, joka tuntee mestat eikä ala kikkailee sen enempiä. Että että, kyllä niin kuin perinteinen on parempi tällä hetkellä. Mutta en tiedä mikä tällä hetkellä tilanne, että miten noi hinnat eroaa. Että hinnan perässähän sitä menee tällaisessa taloudellisessa tilanteessa. (G)”* Kuten muidenkin ominaisuuksien osalta, myös hintojen suhteen tehtiin vertailua perinteisiin, pidempään tarjolla oleviin palveluihin. Esimerkiksi kyytipalvelu Uberia ja taksia vertailtiin hinnan suhteen keskenään: *”--jotain Uberia vaikka herkästi vertaa johonkin vaikka taksiin. Jolloin se tota tuntuu äkkiseltään halvulta, itselle. (E)”* Erityisesti kyytipalveluiden hinnoittelua yhdisti se, että ne koettiin hinnoiltaan houkutteleviksi, järkeviksi, kilpailukykyisiksi ja jopa edullisiksi. Toisaalta kyytipalveluiden kuljettajien ansaintamahdollisuudet arvelluttivat ja pohdintaa syntyi esimerkiksi siitä, kohteleeiko verotus oikeudenmukaisesti jakamistalouden palveluita ja niiden osapuolia. Jotkut pitivät liikkumisen palveluita myös kalliina silloin, kun niiden hinta perustui hetkelliseen kysyntään: *”--vois aina olla halvempi. On jäänyt joskus ottamatta hinnan takia joku palvelu. Että esimerkiksi uutena vuotena me käveltiin Merihaasta Töölöön, kun oli kallis Uber. Olisi ollut jotain 50 tai jotain. Niin Merihaasta Töölöön ei kyllä ole viiden kymmenen matka” (G).*

Jakamistalouden palveluiden käyttämättä jättämisen syiden erottelun lomassa usea haastateltu kertoi asettavansa jakamistalouden palvelun etusijalle silloin kun se oli mahdollista ja järkevää. He siis käyttivät yleisesti ottaen mieluummin jakamistalouden liikkumisen palveluita verrattuna perinteisempiin palveluihin tai julkiseen liikenteeseen, vaikka myös jakamistalouden liikkumisen palveluissa tunnistettiin heikkouksia.



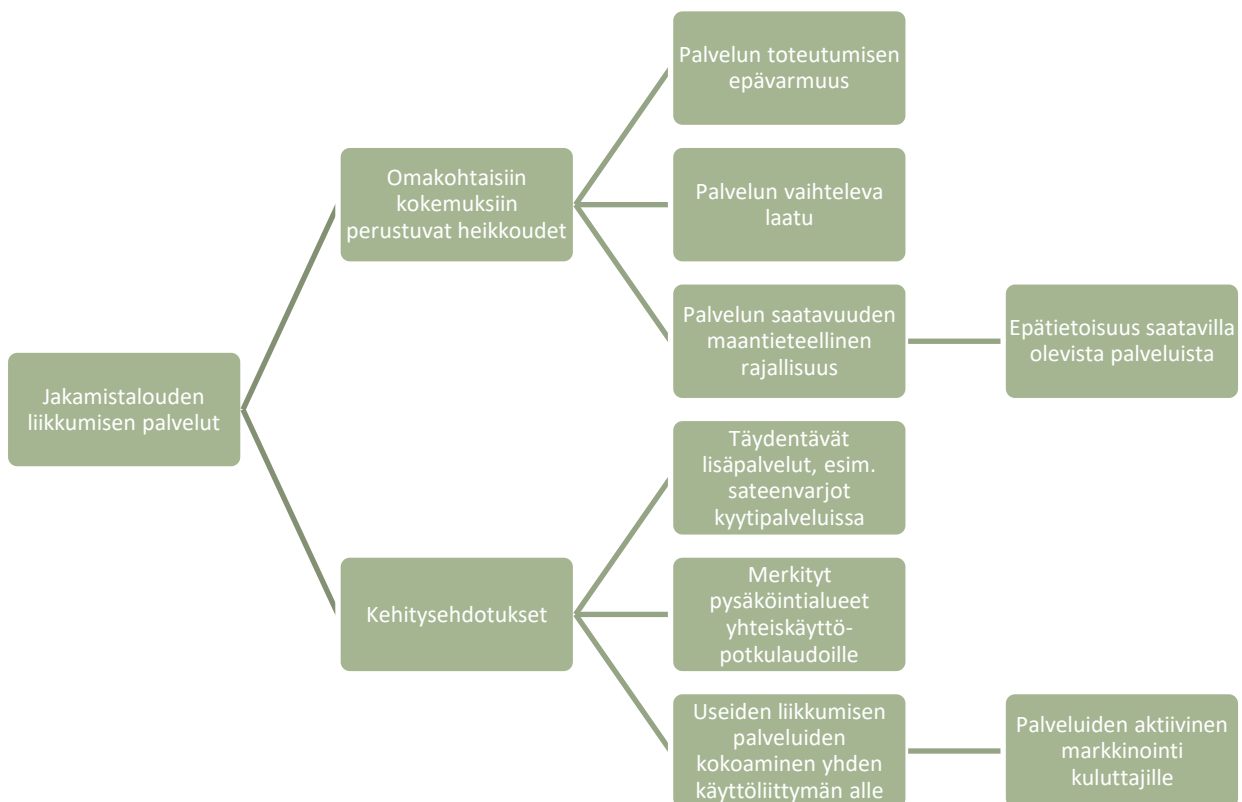
Yhteiskäyttöautojen ja autojen vertaisvuokrauspalveluiden hintojen suhteen vastaukset jakautuivat. Niitä kerrottiin käytettävän selkeästi harkitummin, koska vaadittava rahallinen panostus resurssin käyttöön saamiseen oli merkittävä. ”--*Drivenow oli ainoa sellainen, mitä mä ajattelin alkuun, että se oli kallis, ja olihan se niinku minuuttihinnaltaan kallis ja ne yksittäiset käyttökerrat oli kalliita. Mutta sitten kun sitäkin suhteutti siihen niin kuin yksityisautoilun kustannukseen, niin sitten loppuviimein sekin oli tosi edullinen. Mutta se on ainoa noista palveluista, joissa mulla on tullut edes sellainen ajatus, että onpas niin kuin hintava. (C)*”, kuvasi eräs tutkimukseen osallistuneista yhteiskäyttöautopalvelu Drivenow:n hinnoittelua. Toiset pitivät myös yhteiskäyttöautopalveluiden hinnoittelua kohtuullisina: ” *Drive Now:kin olisi nykyhinnoilla aika edullinen, 12 minuutin työmatka olisi noin 5 euroa (H).*” Jakamistalouden liikkumisen palveluiden kuvattiin myös näyttelevän liikkumisen todellisia kuluja. Useampi tutkimukseen osallistunut arvioi haastatteluissa katteen olevan pieni ja jakamistalouden liiketoiminnan kannattavuuden perustuvan suuriin volyymeihin. Toisaalta vastaajien keskuudessa hinta koettiin joissain tapauksissa osittain myös palvelun käyttöä rajaavana tekijänä.

Jakamistalouden palveluiden tarjonnan kasvu edellyttää myös resurssia tarjoavia osapuolia. Ainoastaan kaksi tutkimukseen vastanneista oli ollut resurssia tarjoavana osapuolena jossain jakamistalouden palvelussa. Toisella heistä oli kokemusta asunnon tarjoamisesta majoituksen vertaisvuokrauspalvelun välityksellä. Toinen oli tarjonnut omia autojaan autojen vertaisvuokrauspalvelun kautta. Molemmat heistä piti tärkeänä, että resurssin jakamisesta koitua taloudellinen hyöty oli riittävän suuri kattamaan mahdolliset haitat ja koetun vaivan.

Lähes jokainen haastatteluun osallistunut oli pohtinut mahdollisuutta jakaa myös jotakin omaa resurssiaan erilaisten palveluiden välityksellä, mutta koki sen myös vaativan jonkin verran vaivaa ja perehtymistä: ”*Toki olen pohtinut sitä, että olisinko laittanut vaikka autoni Blox Cariin tai sitten tota jotain Uber keikkaa heittänyt silloin tällöin, mutta se on jäänyt vain ajatuksen asteelle. (B)*” Usealla haastateltavalla ajatus oman resurssin jakamisesta oli käynyt mielessä, mutta sitä ei koettu riittävän kiinnostavaksi vaihtoehdoksi, jotta asiaa kokeiltaisiin käytännössä: ”--*en ole kyllä ollut (jakavana osapuolena). Mutta voisin ajatella kyllä olevani, vaikka autoa tarjota vuokralle. Ehkä asunnon kanssa mieltisin, onko lyhytaikainen vuokraus kannattavaa (H).*” Monet resurssit, kuten auto ja asunto koettiin myös liian henkilökohtaisiksi jaettaviksi: ”*Niin no*

jos vaikka ajattelee Airbnb:n käyttöä, niin ehkä siinä on se kynnyks että haluaako omaan kotiinsa laittaa sinne. (B)” Joillekin omaisuuden turmeltumisen riski jaettaessa oli myös ratkaiseva kynnyks sille, ettei omaa omaisuuttaan kuten henkilöautoa ollut valmis jakamaan: ”Vaatii se kuitenkin aikaa ja vaivaa. Ja sitten jotain ärsyttäviä pikkujuttuja, että tulisi naarmuja tai sisältä olisi ovet potkittu (G)”. Myös resurssien jakamisesta aiheutuvien tulojen verottamiseen liittyvistä käytännöistä tutkimukseen osallistuneilla oli epävarmuutta ja haastatteluihin osallistuneet kaipaisivat niihin liittyen enemmän selkeitä ohjeita verottajan puolesta.

Haastateltavien omakohtaisiin kokemuksiin perustuvia jakamistalouden liikkumisen palveluiden käyt heikkouksia ja kehitysehdotuksia on vedetty yhteen seuraavassa kuviossa 11.



Kuvio 11 Yhteenveto: Jakamistalouden liikkumisen palveluiden heikkoudet ja kehitys-ehdotukset (haastattelujen tuloksia mukaillen)

## 7 Johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset

### 7.1 Tulosten pohdinta

Jakamistalous ei ole uusi käsite, mutta se on alati muuttuva ja murroksessa yhdessä kiertotalouden ja digitaalisten palveluiden kanssa. Jakamistalouden käsite ei ole yksiselitteinen ja toiset palveluista ovat selkeämmin juuri jakamistalouden palveluita, kun joissakin palveluissa tietyt piirteet täyttävät jakamistalouden tunnusmerkkejä. Yleisesti ottaen jakamistalouden käsite tunnustetaan resurssien tehokkaana käyttönä, jossa jaetaan resursseja useamman kuin yhden käyttäjän hyödyksi. Olemassa olevien tutkimusten, kuten tässäkin tutkielmassa hyödynnetyn teorian mukaisesti jakamistalouden käsite ei ole yksiselitteinen, eikä sille ole olemassa yhtä tiukasti rajattua määritelmää. Xu (2020, 1-4) kuvaa jakamistaloutta yhteisöllisenä kulutuksena, joka toimii tänä päivänä käytännössä usein digitaalisten palvelualustojen ja yhteisöjen kautta. Niinpä luontevaa oli lähestyä tutkimukseen haastateltavaksi henkilöitä, joiden aktiivista toimintaa ja vuorovaikutusta oli tunnistettu digitaalisten liikkumisen palveluiden yhteisöissä.

Tutkimuksen ensimmäinen osa-ongelma tarkasteli jakamistalouden erityispiirteitä kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta. Uusia jakamistalouden palveluita syntyy ja poistuu markkinoilta jatkuvasti. Niin tapahtui myös Suomen markkinoilla tämän tutkimuksen kirjoittamisen aikana – palveluita tuli tutkimuksen aikana paitsi lisää, myös hävisi markkinoilta. Myös tutkimuksessa hyödynnetty teoria tukee väitettä jakamistalouden markkinan muuttuvan nopeasti: Jakosen ja Silvastin mukaan teknologian kehitys onkin mahdollistanut digitaalisten markkinapaikkojen ja verkostojen nopean syntymisen (Jakonen & Silvasti 2015, 162–164). Merkittävä osa näistä uusista jakamistalouden digitaalisista palveluista on uudenlaisia, jakamistalouden periaattein toimivia liikkumisen palveluita. Usein palveluntarjoajan rooli on nimenomaan koordinoita ja mahdollistaa palvelun toimintaa, kuten Hamari, Sjöklint, Ukkonen (2015, 1) esimerkiksi toteavat. Myös haastattelututkimuksissa tuli ilmi jakamistalouden palveluiden jatkuvasti muuttuva luonne. Vaikka haastateltavat käyttivät säännöllisesti uusia jakamistalouden palveluita, useat kokivat ettei heillä ole täydellistä tai kattavaa käsitystä tämän hetken saatavilla olevasta palvelutarjonnasta.

Haastattelututkimuksiin osallistui kahdeksan henkilöä, joita voisi kuvata jakamistalouden palveluiden ”early adoptereiksi” – käyttäjiksi, joilla on jo useasta erilaisesta palvelusta

kokemusta ja kynnys kokeilla uutta palvelua on suhteellisen matala. Myös olemassa oleva teoria ja kirjallisuus esittelee yhä jakamistalouden liikkumisen palvelut usein kokeiluina joita käyttävät aktiivisesti niin sanotut matalan kynnyksen käyttäjät ja pysyviä, suurelle yleisölle ja käyttäjäkunnalle suunnattuja palvelumalleja yhä kehitetään aktiivisesti. Tästä käytännön esimerkkinä toimitat teoria-osuudessakin esiteltyt MaaS eli mobility as a service (liikkuminen palveluna) -kokeilut ja hankkeet, joiden tarkoituksena on ollut yhdistää uusia liikkumisen palveluita yhtenäiseksi matkaketjuksi yhden käyttöliittymän alle. (Burrows & Bradburn, 2016, 1 ja Mc Cluskey 2016,3) Yksi haastatteluissa toistuva palvelun kokeilemisen ja toistuvan käytön motiivi olikin uusien liikkumisen palveluiden uutuudenviehätys.

Tutkimuksen toinen osa-ongelman avulla selvitettiin, millaisia hyötyjä kuluttajat kokevat saavansa jakamistalouden liikkumisen palveluiden käytöstä. Tutkimuksen perusteella suuret, kansainvälisesti toimivat palvelut, kuten majoituksen vertaisvuokrauspalvelu Airbnb, jota usein verrattiin myös liikkumisen palveluihin käyttöliittymänsä suhteen, tai kyytipalvelu Uber ovat vakiinnuttaneet asemansa myös Suomessa erityisesti digitaaliset palvelut omaksuneiden nuorten kuluttajien keskuudessa. Palveluita pidettiin kehittyneempinä ja yksilöllisimpinä verrattuna perinteisiin, pitkään tarjolla olleisiin palveluihin, kuten autonvuokraus-, taksi- ja hotellipalveluihin.

Erityisen tyytyväisiä jakamistalouden periaattein toimivissa liikkumisen palveluissa oltiin palveluiden käytön helppouteen. Uudet digitaaliset palvelut koettiin helpoksi omaksua ja ottaa käyttöön. Usein tarve ei ole tarkkaan ennalta suunniteltu, vaan palvelu otetaan suoraan käyttöön ilman ennakkovaroitusta. Myös teoria-osuudessa esiteltiin helppokäyttöisyyden ja sujuvuuden olevan yksi uudenlaisten liikkumisen palveluiden tärkeimmistä eduista (Esim. (Datson 2016, 3).

Palveluiden käytön helppouden lisäksi tutkimukseen vastanneet olivat erityisen tyytyväisiä yksilölliseen ja joustavaan palvelukokemukseen. Tutkimuksessa esille noussut joustavuuden merkittävä käytännön ominaisuus on palvelujen käyttöönotto ilman niiden varaamista ennakkoon. Tämä tulee esille myös teoria-osuudessa, jossa esimerkiksi Lamberton ja Rose (2012, 110) toteavat digitaalisten alustojen ja mobiilisovellusten mahdollistavan joustavan ja nopean palvelun käyttöön oton myös lyhyille siirtymille. Jakamistalouden palvelukokemus harvoin on vakiomuotoinen ja lopputulos on lopulta usein yksilöllinen. Palveluiden resurssitehokkuus mahdollistaa myös kuluttajan

näkökulmasta järkevän hinnoittelun, joka toimii houkuttelevana tekijänä kokeilla uusia palveluita. Kuitenkin hieman yllättäen haastattelututkimuksessa korostuivat tärkeinä ominaisuuksina palveluiden käytön helppous ja saatavuus verrattuna hintaan ja palveluiden ympäristöystävällisyyteen. Teoria-osuudessa ympäristöystävällisyys ja kestävä kuluttaminen katsottiin yhtenä jakamistalouden palveluiden merkittävimpanä hyötynä (esim. (Esim. Shaheen ym. (150, 2021). Haastattelututkimuksissa taas palveluiden kestävyys ympäristön kannalta nähtiin enemmän alitajuntaisena ja tietoisena ominaisuutena kuin valintaa ohjaavana tekijänä.

Kolmas tutkimuksen osa-ongelma etsi vastauksia jakamistalouden liikkumisen palveluiden heikkouksia ja kehitysehdotuksia käsitteleviin kysymyksiin. Teoria-osuudessa huomiota kiinnitettiin muun muassa palvelujen vaihtelevaan laatuun, johon myös palvelua koordinoivalla palveluntarjoajalla on olennainen vaikutus (esim. Xu:n ym. 2021,2) ja Araghi ym. 2020, 6). Niin ikään haastattelututkimuksissa tuli ilmi, että joillakin oli kokemusta palvelulupauksen pettämisestä ja erityisesti palvelujen epävarmasta saatavuudesta. Joissakin tapauksissa epävarmuus palvelun toteutumisesta nähtiin palvelun käyttöä estävänä tekijänä, jonka vuoksi haastateltu oli valinnut tarpeeseensa jonkin muun kuin jakamistalouden liikkumisen palvelun. Teoriaosuudessa erääksi liikkumisen palveluiden heikkoudeksi katsottiin useaa palvelua koskeva maantieteellinen raja, joka käytännössä usein tarkoittaa palvelujen olevan käytettävissä ainoastaan kaupunkien ydinkeskustoissa tai niiden lähiympäristössä (esim. Araghi ym. 2020, 6). Joissakin tapauksissa maantieteellinen raja tarkoitti haastateltavan kohdalla käytännössä sitä, että jakamistalouden palveluja ei käytetty omassa arjessa heikon saatavuuden vuoksi, mutta kaupunkiympäristössä ne olivat mielekäs ja luonteva valinta.

## **7.2 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusaiheet**

Tutkimus tehtiin kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta. Se antaa pintaraapaisun siihen, mitä on jakamistalous ja miten kuluttajat kokevat uudenlaiset jakamistalouden periaattein toimivat liikkumisen palvelut. Tutkimus on tehty kvalitatiivisena eivätkä tämän tutkimuksen tulokset ole kvalitatiiviselle tutkimukselle ominaisesti laajasti yleistettävissä, vaikka yhteneväisyyksiä tuloksista teoria-osuuteen löytyikin. Tutkimus on laadittu puolistrukturoituna haastatteluna. Kahdeksan henkilön otos haastatteluihin on rajallinen ja se tulee huomioida tutkimuksen luotettavuutta ja tulosten yleistettävyyttä

arvioitaessa. Toisaalta rajallinen otanta mahdollisti myös kahdenkeskiset keskustelut, joissa pyrittiin saamaan mahdollisimman syvälinen käsitys siitä miten haastateltu kokee uudenlaiset jakamistalouden periaattein toimivien liikkumisen palveluiden hyödyt ja rajoitteet. Tutkimusta arvioitaessa tulee huomioida myös haastattelujen ja niistä johdettujen tulosten kuvaavan suomalaisessa ympäristössä ja kulttuurissa tehtyjä haastatteluja, joita tuloksiin asenteet, kulttuuri ja opitut tavat vaikuttavat.

Tutkimus pyrki selvittämään muun muassa, miksi ja millaisiin matkoihin palveluita käytetään eli millaisiin tarpeisiin jakamistalouden palvelut tarjoavat ratkaisuja ja millaisia hyötyjä kuluttajat kokevat saavansa palveluiden käytöstä. Jo pelkästään kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta jatkotutkimuksen mielekkäitä aiheita on useita. Palvelun tarjoajia tullessa ja poistuessa jatkuvasti markkinoilta, olisi mielenkiintoista ja mielekästä tutkia esimerkiksi, miksi kuluttajat valitsevat tietyn palvelun ja käyttävät sitä toistuvasti, kun toinen vastaava palvelu ei samaan aikaan saa välttämättä lainkaan mahdollisuutta. Jo tämän tutkimuksen perusteella pystymme sanomaan, että helppo ja sujuva käyttäjäkokemus on keskiössä palvelua arvioitaessa. Palvelun helppo käytettävyys ja luotettava saatavuus lyhyellä varoitusaikalla ovat selvästi uusien liikkumisen palveluiden käytössä toistuvia ominaispiirteitä. Jatkotutkimuksissa yksityiskohtia ja palveluiden menestystekijöitä pystyisi tutkimaan edelleen tarkemmin ja erottelemaan menestystekijöitä ja sudenkuoppia yhä enemmän palveluntarjoajien kehitystyötä edesauttavista näkökulmista.

Koronapandemian aikana usea haastatteluihin osallistuneista kertoi liikkumisen tarpeiden vähentyneen muun muassa etätöihin siirtymisen takia. Osa heistä myös kertoi hankkineensa oman auton pandemian aikana, kun aikaisemmin liikkuminen oli hoitunut palveluiden avulla. Hyvä pohdinnan ja tutkimuksen aihe on myös, mitkä ovat sellaisia jakamistalouden palveluiden edellytyksiä joiden tulee täytyä jotta kuluttajat luottaisivat ja turvautuisivat niihin myös epävarmoina aikoina.

### **7.3 Käytännön toimenpidesuosituks**

Tulevaisuuden kannalta merkitykselliseksi kehityssuunnaksi nähtiin palveluiden riittävä saatavuuden ja tarjonnan varmistaminen. Vaikka palveluita koettiin olevan jo nyt tarjolla monenlaisiin tarpeisiin, nähtiin muun muassa erityisesti pidemmät yhdensuuntaiset

matkat haastaviksi toteuttaa jakamistalouden liikkumisen palveluilla. Haastattelututkimuksiin osallistuneiden asuinpaikkaa ei erikseen kysytty, mutta se tuli haastatteluissa poikkeuksetta ilmi. Kaupunkien keskustojen ulkopuolella asuvat toivat itse haastatteluissa esille kokemuksensa jakamistalouden liikkumisen palveluiden paikallisesta puutteesta. Myös olemassa oleva kirjallisuus tukee tätä väitettä: toistaiseksi jakamistalouden liikkumisen palveluiden tarjonta rajoittuu pääosin suuriin kaupunkeihin ja niitä ympäröiviin lähialueisiin.

Palveluiden saatavuudessa ja tarjonnassa ei myöskään ole välttämättä kyse siitä, etteikö palveluita olisi olemassa. Palveluiden näkyvyys ja markkinointi nähtiin haasteelliseksi myös kuluttajan näkökulmasta. Useat haastatteluihin osallistuneista kokivat, ettei heillä ollut riittävästi tietoa saatavilla olevista palveluista. Usein jakamistaloutta ja uusia palveluita käsittelevässä kirjallisuudessa toistui niin ikään ajatus siitä, että menestyäkseen uudet palvelut tarvitsevat paitsi riittävästä markkinointia, hyvien käyttäjäkokemusten jakamista ja käyttäjien kriittisen massan. Tutkimukseen vastanneet kokivat työläänä perehtymisen useaan, toisiaan vastaavaan palveluun oma-alotteisesti. Olemassa oleva kirjallisuus näkee yhtenä ratkaisuna tähän eri palveluntarjoajia ja palveluita yhteen kokoavat palvelut. Aktiivisimmat tähän tutkimukseen osallistuneet liikkumisen palveluiden käyttäjät toivoivat samaa eli useita erilaisia liikkumisen palveluiden vaihtoehtoja yhden käyttöliittymän taakse. Ne mahdollistaisivat kokonaisen ja ehyen matkaketjun yhden käyttöliittymän, sovelluksen tai digitaalisen verkkopalvelun kautta. Toisinaan palveluista arveltiin olevan runsauden pulaa tai vähintäänkin riittävä tarjontaa, mutta tutkimukseen osallistuneet toivoivat niitä yhden käyttöliittymän alle, monien sovelluksien lataamisen ja käytön sijasta. Joitain esimerkkejä tällaisista useita palveluntarjoajia yhdistävistä sovelluksista on jo markkinoilla, mutta yksittäisten palveluiden toimivuus ja saatavuus ratkaisee kokonaisuuden sujuvuuden. Kehitysehdotuksina liikkumisen palveluita tarjoaville yrityksille voisi haastattelujen tuloksista johtaa aikaisempaa tiiviimpää yhteistyötä, tavoitteena mahdollistaa kuluttajille useita eri liikkumisen palveluiden tarjoamia nykyistä harvalukuisempien käyttöliittymien, eli usein matkapuhelinsovellusten kautta.

Sujuva käyttäjäkokemus ilman ennakkovarausta asettaa haasteita palveluiden saatavuudelle, joista monet rakentuvat kolmen osapuolen eli palvelun tarjoajan, sen mahdollistavan resurssin omistajan ja palvelua tarvitsevan yhteistyönä. Myös

lainsäädäntöä ja asetuksia tarvitaan: jakamistalous tarvitsee toimiakseen selkeät ansainta- ja verotusmallit resurssia tarjoaville osapuolille.

Suomessa uudistettiin taksilakia muun muassa kyytipalveluiden toiminnan mahdollistamiseksi ja täysin uusia lakeja on laadittu muun muassa sähköpotkulautojen vuokraustoimintaa ja niiden turvallista käyttöä varten. Tutkimuksen perusteella erityisesti sähköpotkulautojen turvallisuus huolettaa liikkumisen palveluiden käyttäjiä. Lainsäädännön ja asetusten suhteen valmista syntyy harvoin yhdellä yrittämällä. Sähköpotkulautojen turvallisuuden lisäksi taksi- ja kyytipalvelujen hinnoittelut saivat tutkimuksessa mielipiteet jakautumaan. Tämän tutkimuksen suhteen tulee kuitenkin huomioida, että laadullisena haastattelututkimuksena toteutetun tutkielman otos on pieni ja rajattu ja jokaisen tutkimukseen vastanneen kokemukset yksilöllisiä. Yhteenvedona sekä lainsäätäjille, että palveluja tarjoaville yrityksille oli, että turvallisuuteen ja kaikkien osapuolien näkökulmasta oikeudenmukaiseen hinnoitteluun kaivattiin huomiota ja toimenpiteitä. Sillä voisi edelleen olla merkittävä parantava vaikutus myös palvelujen vaihtelevana koettuun laatuun.



## Lähteet

- Acquier, Aurélien, Daudigeos, Thibault, Pinkse, Jonatan – Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework, *Technological Forecasting & Social Change* (2017)
- Airbnb:n kotisivut, About us. <<https://www.airbnb.fi/about/about-us>>, haettu 05.03.2017
- Araghi Y. – Larco N. – Bouma G.M – Doll C. – Vonk. Noordegraaf D.M – Krauss K. Proceedings of 8th Transport Research Arena TRA 2020, April 27-30, 2020, Helsinki, Finland – Drivers and Barriers of Mobility-as-a-Service in urban areas.
- Avery, Paul A. – Yang, Ken – Tang, Ming – Liu, Hao – Kashyap, Gaurav – Corey, Jonathan – Dey, Kakan – Eustace, Deogratias – Rahman, Tawhidur – Qawasmeh, Baraah. *Disruptive Emerging Transportation Technologies*, 2022; 1 st ed.
- Balac, Milos, Becker, Henrik, Ciari, Francesco, Axhausen, Kay W. – Modeling competing free-floating carsharing operators – A case study for Zurich, Switzerland. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, Volume 98, January 2019, Pages 101-117
- Barbu, C.M., Florea, D.L, Ogarcă, R.F. and Barbu, M.C.R., 2018. From Ownership to Access: How the Sharing Economy is Changing the Consumer Behavior. *Amfiteatru Economic*, 20(48), pp. 373-387
- Barney, Jay – Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management* 1991, Vol 17. No.1 99-120
- Belk, Russel (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*. Vol 67 (8), 1595-1600.
- Botsman, Rachel – Rogers, Roo (2010). *What’s mine is yours – The rise of collaborative consumption*. HarperCollins, New York.
- Bowman, Cliff – Ambrosini, Veronica (200). *Value Creation Versus Value Capture: Towards a Coherent Definition of Value in strategy*. *British Journal of Management*, Vol.11, 1–15 (2000)
- Britton, Matt (2015). *YouthNation: Building Remarkable Brands in a Youth-Driven Culture*. Wiley, New York.
- Burrows, Alex – Bradburn, John (2015). *Journeys of the future*. Atkins Mobility.
- Campbell, Harry (2015). *My Rating System for Uber and Lyft Passengers*.

- <http://therideshareguy.com/my-rating-system-for-uber-and-lyft-passengers/>), haettu 09.04.2017
- Cheng, Mingming (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*.
- Cornet, Andreas – Mohr, Detlev –, Weig, Florian – Zerlin, Benno – Hein, Arnt-Philipp (2012). *Mobility of the Future*. McKinsey, Munich
- Datson, James (Transport Systems Catapult) (2016). Exploring the opportunity for Mobility as a Service in UK.
- Eriksson, Päivi – Kovalainen, Anne (2008) *Qualitative Methods in Business Research*, Sage Publications, Englanti.
- Ert, Eyal – Fleischer, Aliza – Magen, Nathan (2016) Trust and reputation in the sharing economy: the role of personal photos in Airbnb
- Frost and Sullivan (ed). 2010 – Sustainable and innovative personal transport solutions—strategic analysis of carsharing market in Europe. Saatavilla verkossa: [www.frost.com](http://www.frost.com) (haettu 05/2022)
- Garlo, Nina (2016). Jakamistalous palauttaa yhteisöllisyyden. <http://eventolehti.fi/artikkelit/jakamistalous-palauttaa-yhteisollisyyden/>), haettu 15.03.2017
- Geron, Tomio (2013), Forbes 11/2013. Airbnb And The Unstoppable Rise Of The Share Economy. <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#6d5c7266aae3>), haettu 10.03.2017
- Grönroos, Christian (2007). *Service Management and Marketing – Customer Management in Service Competition*, third edition. Wiley, New York.
- Hamari, Juho – Sjöklint, Mimmi – Ukkonen, Antti (2016) The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 67(9):2047-205.
- Hirsjärvi, Pirkko – Remes, Sirkka – Sajavaara, Paula (2009) *Tutki ja kirjoita*, Tammi, Helsinki.
- Holbrook, Morris B (1994). *The Nature of Customer's Value: An Axiology of Service in Consumption Experience*.
- Hünnewaldt, Egbert (2016). European start-ups will dominate the New Mobility market - New Mobility Survey. Green business Development GmbH
- Jakonen, Mikko – Silvasti, Tiina (2015). *Talouden uudet muodot*. Into, Helsinki.
- John, Nicholas A. (2013) The Social logics of Sharing. *Communication review* 16/2013.

113-131.

Koller, Monika – Floh, Arne – Zauner, Alexander (2011). Further Insights into Perceived Value and Consumer Loyalty: A “Green” Perspective

Kumra, Rajeev (2007). Consumer Behavior. Himalaya Pub.House.

Kylänen, Mika – Haapea Pia (2016). Kiertotalous palveluliiketoimintana – resursseista palveluksi. AMK-lehti – Journal of Universities of Applied Sciences.

<<https://uasjournal.fi/tutkimus-innovaatiot/kiertotalous-palveluliiketoimintana-resursseista-palveluksi/>>, haettu 25.02.2017.

Lahti, Vesa-Matti – Selosmaa, Jenni (2013). Kaikki Jakoon! – Kohti uutta yhteisöllistä taloutta. Atena.

Lamberton, C.P – Rose. L (2012). When Is Ours Better Than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems. Journal of marketing. Vol 76. (4), 109-125

Liang, Lena – Choi, Hwansuk Chris – Joppe, Marion (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb.

Liu–Stephanie – Mattila, Anna (2017). Airbnb: Online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions.

Mao, Zhenxing – Lu, Jiaying (2017). Why travelers use Airbnb again?: An integrative approach to understanding travels repurchase intention. International Journal of Contemporary Hospitality Management.

McCluskey, Ben (2016). Smoother Ride. Engineering & Technology 10/2016. 36-41

Morewedge, Carey.K – Monga, Ashwani – Palmatier Robert.W – Shu, Suzanne B. –

Small, Deborah.A (2020). Evolution of consumption: A Psychological

Ownership Framework. Journal of Marketing 2020, 1–23.

Möhlmann, Mareike – Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav. 14: 193–207 (2015)

Munzel, Andreas (2016). Assisting consumers in detecting fake reviews: The role of identity information disclosure and consensus. Journal of Retailing and Consumer Services.

Oba, Demi (2017). How Uber’s Referral Program Drives Radical Growth?

<<https://www.sweettoothrewards.com/blog/how-ubers-referral-program-drives-radical-growth/>>, haettu 08.04.2017.

- Pappas, Nikolaos – (2019) The complexity of consumer experience formulation in the sharing economy. *International Journal of Hospitality Management*.
- Patterson, Paul G. – Spreng, Richard A (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination. *International Journal of Service Industry Management*
- Piirainen, T. – Korhonen, H. – Lintusaari, J. – Kallio, S., Tampereen Yliopisto (2015). Raportti: Liikkuminen palveluna – esiselvitys.
- Poon, Ka Yin – Huang, Wei-Jue (2017). Past experience, traveler personality, and tripographics on intention to use Airbnb. *International journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Price, L – Belk, R (2016) Consumer Ownership and Sharing: Introduction to the Issue. *Journal of Association for Consumer Research*. Vol 1.(2), 193-197.
- Puschmann, Thomas – Alt, Rainer (2016). Sharing Economy. *Business information & Engineering*. Vol 58. (1), 93-99.
- AMK-lehti – Journal of Universities of Applied Sciences. <<https://uasjournal.fi/puheenvuoro/tulossa-parempaa-liikkumiskulttuurin-murroksen-piirteet/#1458134585005-b3f22396-5506>>, haettu 25.02.2017.
- Salonen, Arto.O (2017). Getting better? From the ownership of cars to the use of services. <<https://www.linkedin.com/pulse/getting-better-from-ownership-cars-use-services-arto-o-salonen>>, haettu 25.02.2017
- Sánchez-Fernandez, Raquel – Iniesta-Bonillo, M. Angeles – Holbrook B. Morris (2018). The Conceptualisation and Measurement of Consumer Value in Services. *International Journal of Market Research*.
- Shaheen, Susan – Martin, Elliot & Hoffman-Stapleton, Mikaela (2021) Shared mobility and urban form impacts: a case study of peer-to-peer (P2P) carsharing in the US, *Journal of Urban Design*, 26:2, 141-158, DOI: 10.1080/13574809.2019.1686350
- Shiau, Wen-Lung – Luo, Margaret Meiling (2012). Factors affecting online group buying intention and satisfaction: A social exchange theory perspective
- Solomon, Michael – Bamossy, Gary – Askegaard, Soren – Hogg, Margaret.K (2006) *Consumer Behavior – A European perspective*. Third Edition. Prentice Hall, Financial Times.
- Työ- ja elinkeinoministeriö, PWC (2016). *Jakamistalous Suomessa 2016 – Nykytila ja kasvunäkymät*.

- <[https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79253/TEMrap\\_9\\_2017\\_verkkojulkaisu.pdf?sequence=1](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79253/TEMrap_9_2017_verkkojulkaisu.pdf?sequence=1)>, haettu 25.02.2017 Uberin kotisivut.  
<<https://www.uber.com/fi/>>, haettu 08.04.2017
- Vaughan, R.– Daverio, R. (2016). Assessing the size and the presence of the collaborative economy in Europe. PWC UK.
- Whim:n kotisivut. <<https://whimapp.com/fi/>>, haettu 16.11.2020
- Baghramian, Maria – Carter, J. Adam (Winter 2019 edition). Relativism.  
<<https://plato.stanford.edu/archives/win2019/entries/relativism/>>, Haettu 29.9.2020.
- Koppa, Jyväskylän yliopisto (2015) Relativismi.  
<<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tieteenfilosofiset-suuntaukset/relativismi>>, haettu 29.9.2020.
- New World Encyclopedia (2019 & 2020) Relativism  
<<https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Relativism>>, haettu 29.9.2020.
- Puolakka, Kalle (2012) Tulkinnallinen relativismi.  
<<https://filosofia.fi/node/6184#Relativismi%20taiteen%20tulkinassa>>, haettu 29.9.2020.
- Tieteen termipankki (2020) Filosofia: Relativismi.  
<<http://tieteen termipankki.fi/wiki/Filosofia:relativismi>>, haettu 29.9.2020.
- Wang, Yu-Bin – Wei-Ho Ching (2017) No Money? No Problem! The Value of Sustainability: Social Capital Drives the Relationship among Customer Identification and Citizenship Behavior in Sharing Economy
- Westacott, Emrys (2020) Internet Encyclopedia of Philosophy: Relativism.  
<<https://iep.utm.edu/relativi/>>, haettu 29.9.2020.
- Wernerfelt, Birger (1984) A Resource-Based View of the Firm
- Xu, Xun (2020) How do consumers in the sharing economy value sharing? Evidence from online reviews.
- Yang, Sung-Buyng – Lee, Kyungmin – Lee, Hanna – Koo, Chulmo (2019). In Airbnb we trust: Understanding consumers trust-attachment building mechanisms in the sharing economy

## Liitteet

### Liite 1. Haastattelurunko

**Jakamistaloutta koskevat kysymykset, teema 1** (*Jakamistalous ilmiönä ja kokemusten erityispiirteet kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta*)

- 1) Tunnetko jakamistalouden käsitteen? Kerro lyhyesti omin sanoin.
- 2) Käytätkö tietoisesti jakamistalouden palveluita?
- 3) Mitä jakamistalouden palveluita käytät?
- 4) Miksi käytät näitä palveluita?
- 5) Miten jakamistalouden palveluiden palvelukokemus mielestäsi eroaa perinteisistä palveluista?
- 6) Oletko tutustunut uusiin ihmisiin käyttäessäsi jakamistalouden palveluita?
- 7) Miten olet kokenut sosiaaliset tilanteet liittyen jakamistalouden palveluihin?
- 8) Koetko kuluttavasi kestävästi, kun kulutat jakamistalouden palveluita?

**Liikkumisen palveluja koskevat kysymykset, teema 2** (*Liikkumistottumukset & kokemukset jakamistalouden liikkumisen palveluista*) & teema 3 (*Valintaa ohjaavat tekijät ja tarpeet sekä palveluiden käytöstä koettu hyöty*)

- 9) Mitä liikkumismuotoja käytät tavallisesti arjessasi? Esim. kävely, linja-auto, henkilöauto, polkupyörä.
- 10) Omistatko auton?
- 11) Mitä liikkumisen palveluita käytät?
- 12) Millaisista jakamistalouden liikkumisen palveluista sinulla on kokemusta?
- 13) Millaisia käytännön hyötyjä koet saavasi näiden palveluiden käytöistä?

- 14) Onko jakamistaloudella itsessään sinulle merkitystä, kun etsit tarpeisiisi sopivaa liikkumisen palvelua?
- 15) Millaisia ongelmia jakamistalouden liikkumisen palvelut sinulle ratkaisevat?
- 16) Millaisiin matkoihin käytät näitä palveluita?
- 17) Kuinka säännöllisesti käytät uudenlaisia liikkumisen palveluita?

**Liikkumisen palveluja koskevat kysymykset, & teema 4** (*Liikkumisen palveluiden toimivuus, saatavuus ja kehityskohteet*)

- 18) Onko tarpeisiisi soveltuvia liikkumisen palveluita tarjolla riittävästi?
- 19) Miten käyttämäsi palvelut ovat mielestäsi toimineet?
- 20) Oletko ollut tyytyväinen käyttämiisi palveluihin?
- 21) Onko palveluita ollut helposti ja riittävästi saatavilla?
- 22) Miten uudet liikkumisen palvelut on mielestäsi hinnoiteltu?
- 23) Millaisia käyttäjäkokemuksia sinulla on ollut?
- 24) Oletko tutustunut uusiin ihmisiin käyttäessäsi jakamistalouden palveluita?
- 25) Mihin seikkoihin olet ollut tyytyväinen käyttämässäsi palveluissa?
- 26) Missä olisi parantamisen varaa?
- 27) Silloin kun et käytä näitä palveluita, mitkä ovat yleisimmät syyt käyttämättä jättämiselle?
- 28) Oletko ollut resurssia tarjoavana osapuolena jossain jakamistalouden palvelussa?  
Jos kyllä, missä?
- 29) Oletko tyytyväinen julkisen liikenteen palveluihin asuinalueellasi? Missä olisi parantamisen varaa? Mikä toimii erityisen hyvin?

30) Laita seuraavat seikat sinulle arvojärjestykseen sen mukaan, mikä sinulle on tärkeintä liikkumisen palvelussa: Hintaa, saatavuus, helppous, ympäristöystävällisyys