

Kirjojen kiertotalouden edistämistratkaisujen löytäminen asiakaskyselyn avulla

Case: Finlandia Kirja

Tiivistelmä

Tekijä(t) Leevi Pennanen	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 36 + 1 liite	Valmistumisaika 2023
Työn nimi Kirjojen kiertotalouden edistämiskäytäntöjen löytäminen asiakaskyselyn avulla Case: Finlandia Kirja		
Tutkinto ja koulutusala Tradenomi (AMK), liiketalous ja logistiikka		
Toimeksiantajaorganisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja) Finlandia Kirja Oy		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää kirjojen kiertotalouden edistämiskäytäntöjä asiakaskyselyn avulla. Toimeksiantajana toimi Finlandia Kirja Oy, joka on vuonna 2010 perustettu verkossa toimiva pohjoismaiden suurin antikvariaatti.</p> <p>Tutkimus tehtiin kvantitatiivisena tutkimuksena sähköisen kyselylomakkeen avulla. Lomake toteutettiin Google Forms- kyselyhallintaohjelmaa käyttäen, jonka jälkeen aineisto analysoitiin ja käytiin läpi huomioita sekä ratkaisuehdotuksia tutkimuskysymykseen vastausten perusteella. Kysely lähetettiin kaikille toimeksiantajayrityksen uutiskirjeen tilaajille, joita oli noin 90 000 kappaletta. Vastauksia kyselyyn saatiin 2269.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella Finlandia Kirjan asiakkaat arvostavat ekologisuutta, kirjojen lukukäytössä pysymistä sekä helppoja kirjojen kierrätysmahdollisuuksia niiden elinkaaren tullessa loppuun. Näiden vastausten perusteella palveluita voidaan kohdentaa paremmin eri asiakasryhmille sopiviksi.</p>		
Asiasanat kiertotalous, palvelumuotoilu, hankintatoimi, kulutuskäyttäytyminen		

Abstract

Author(s) Leevi Pennanen	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2023
	Number of Pages 36 + 1 attachment	
Title of Publication Kirjojen kiertotalouden edistämiskäytäntöjen löytäminen asiakaskyselyn avulla Case: Finlandia Kirja		
Degree, Field of Study Bachelor's Degree in Business and Logistics		
Organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party) Finlandia Kirja Oy		
Abstract <p>The goal of this thesis was to find out solutions for promoting the circular economy of books by the means of a customer survey. The client was Finlandia Kirja Oy, which is the largest online antiquarian in the Nordics, founded in 2010.</p> <p>The study was conducted as a quantitative study using an electronic questionnaire. The form was implemented using the Google Forms survey management program, after which the material was analyzed, and observations and proposed solutions were reviewed based on the answers to the research question. The survey was sent to all subscribers of the client company's newsletter, which numbered around 90,000. 2269 responses were received to the survey.</p> <p>Based on the research results, Finlandia Kirja's customers value being ecological, keeping the books in reading use, and the easy recycling possibilities of the books when they reach the end of their life cycle. Based on these answers, services can be better targeted to suit different customer groups.</p>		
Keywords circular economy, service design, procurement action, consumption behavior		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Taustaa	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset	1
1.3	Tutkimusongelma ja tutkimusmenetelmä	2
1.4	Tutkimuksen toteutus ja eteneminen	3
2	Toimeksiantajayrityksen esittely.....	4
2.1	Finlandia Kirja.....	4
2.2	Kirjojen kiertotaloushankkeiden nykytila.....	4
3	Teoreettinen viitekehys	6
3.1	Kiertotalous.....	6
3.2	Palvelumuotoilu	8
3.2.1	Asiakasymmärrys	9
3.2.2	Tuplatimantti.....	9
3.3	Hankintatoimi.....	10
3.3.1	Hankintaprosessi	11
3.3.2	Hankintatoimen kehittäminen.....	12
4	Tutkimusmenetelmä	14
4.1	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	14
4.2	Kyselytutkimus.....	15
4.3	Tiedon mittaaminen	15
5	Kyselyn tulokset.....	17
5.1	Kyselylomake	17
5.2	Vastaajien taustat	17
5.3	Tulevaisuuden näkymät.....	20
5.4	Suhtautuminen kierrätysmahdollisuuksiin	22
5.5	Avoimet vastaukset.....	30
5.6	EdistämISRatkaisut.....	30
6	Yhteenveto	32
	Lähteet	34

Liite 1. Kirjojen kiertotalouskysely Case: Finlandia Kirja

1 Johdanto

1.1 Taustaa

Opinnäytetyö toteutetaan asiakaskyselytutkimuksena, jonka tavoitteena on selvittää, kuinka kirjojen kiertotalouden mahdollisuuksia voitaisiin edistää asiakkaiden kulutus- ja kierrätystottumuksia tutkimalla. Pyrkimyksenä on löytää asiakkaiden kierrätystottumuksiin sopivia ratkaisuja ja kysyä myös, minkälaisia ratkaisuja pitäisi olla, jotta asiakkaat voisivat kierrättää käytetyt kirjansa mielekkäämmin. Kierrättäminen sekä kiertotalous ovat jatkuvasti yhä näkyvämpi osa ihmisten elämää, ja tietoisuus kiertotalouden merkityksestä sekä mahdollisuuksista kasvaa alati (Uusiouutiset 2020), siitäkin huolimatta kirjojen kierrätyksestä sekä hyödyntämisestä puhutaan vain vähän.

Ympäristönäkökulmasta erityisen tärkeää on, että kirjoja ei nähtäisi kertakäyttötuotteina, vaan niiden elinkaarta saataisiin pidennettyä mahdollisimman pitkäksi. Kirjojen aiheuttamista hiilidioksidipäästöistä 97 % syntyy niiden valmistusprosessissa (VTT 2010), ja niin kauan kuin kirja pysyy lukukäytössä, sitä enemmän luontoa säästyy. Toimeksiantajayritys kehittää sekä tarjoaa kirjojen kiertotalouden palveluita eri muodoissa, keskittyen erityisesti kirjojen elinkaaren pidentämiseen ja niiden pitämiseen lukukäytössä. Yrityksen asiakas-kunta on näin ollen myös otollinen kyselytutkimuksen kohderyhmä, koska asiakkaat ovat oletettavasti kiinnostuneita niin kirjallisuudesta kuin kiertotaloudestakin.

Mikäli ihmisille voitaisiin tarjota entistä mielekkäämpiä ratkaisuja kotikirjastojensa kierrättämiseen, näkyisi tämä myönteisesti niin kiertotalousyritysten liiketoiminnassa, kuin myös ympäristön sekä yksityishenkilön kannalta. Vaikka mielekkäitä ratkaisuja löytyisikin valmiina, kirjat eivät päädy silti välttämättä uudelleenkäyttöön. Tämä vaatii yhteistyömallien kehittämistä kiertotalousalan toimijoiden kesken.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyössä käsitellään kyselytutkimuksen avulla yksityishenkilöiden kirjojen osto-, myynti-, sekä kierrätystottumuksia. Kierrätyksellä tarkoitetaan tässä yhteydessä tarkemmin uudelleenkäyttöä sekä materiaalikierrätystä ja uusiokäyttöä. Tavoitteena on saada ymmärrys siitä, kuinka kierrätysmahdollisuuksia lisäämällä sekä parantamalla saataisiin kirjojen elinkaarta pidennettyä sekä lisättyä positiivisia ympäristövaikutuksia. Tutkimuksen avulla pystytään myös vertailemaan, miten eri muuttajat, kuten esimerkiksi asuinpaikka tai ikä vaikuttavat kulutus- ja kierrätystottumuksiin ja pyritään kartoittamaan myös lähitulevaisuuden näkymiä. Näiden tietojen avulla kiertotalousalan toimijat saavat arvokasta dataa siitä, mitkä

tekijät vaikuttavat asiakkaiden käyttäytymiseen niin kuluttamisen kuin kiertotaloudenkin saralla.

Opinnäytetyö ja kyselytutkimus on rajattu koskemaan asiakkaiden kierrätystottumuksia ja sitä, mikä saisi ihmiset kierrättämään kirjansa vastuullisemmin. Tutkimuksesta on rajattu pois siis varsinaiset kirjojen hankintaan liittyvät menetelmät, sekä kustannukset – enemmän keskitytään nimenomaan keinoihin, joilla kierrätystä saataisiin edistettyä vastuullisempaan suuntaan.

Suora palaute asiakkailta on yrityksille usein ensiarvoisen tärkeää. Tässä opinnäytetyössä pyritään saamaan tärkeää informaatiota suoraan asiakkailta siitä, kuinka he ovat aikaisemmin ylimääräiset kirjansa kierrättäneet, haluaisivatko he kierrättää kirjansa vastuullisemmin ja mitkä keinot saisivat heidät kierrättämään entistä enemmän. Toimeksiantajayritys tarjoaa kirjojen kierrätykseen useita erilaisia ratkaisuja, kuten kotinoutoja sekä kirjastoihin sijoitettavia ”Kirjan kiertorata”-pisteitä. Lisäksi asiakkaat voivat tuoda ylimääräiset kirjansa Orimatilan tai Villähteen toimipisteille sisällön mukaan joko lahjoituksena tai rahallista korvausta vastaan. Finlandia Kirja laittaa suuren osan saamistaan kirjoista suoraan myyntiin, josta luonnollisesti tulee yritykselle taloudellista hyötyä. Myyntiin kelpaamattomat, kuten vaikkapa homeiset kirjat kierrätetään asianmukaisesti ja ympäristöystävällisesti. Yksi suurimpia kirjojen uudelleenkäytön lisääjiä on esimerkiksi Finlandia Kirjan järjestämä ”Ilmaisen kirjan päivä”, jossa jaetaan vuosittain kymmeniä tuhansia lukukelpoisia kirjoja ilmaiseksi eteenpäin. (Finlandia Kirja Oy, 2021.)

Kirjojen sisään virtaamisen lisäksi yritys saa tärkeää tutkimustietoa ihmisten kierrätystottumuksista, ja tätä työtä voidaanakin tulevaisuudessa käyttää erilaisten yhteistyökumppanuuksien sekä kierrätysprojektien tukena.

1.3 Tutkimusongelma ja tutkimusmenetelmä

Kierrätys- sekä kulutustottumusten ja asiakaskokemuksen muodostuminen on hyvin yksilöllistä henkilön mukaan. Asiakkailta voi olla kiertotalousalan yrityksiin kohdistuvia erilaisia toiveita, tarpeita sekä ennakkokäsityksiä, jotka muodostavat kunkin henkilön kannalta erilaisen lähtökohdan kyselyyn vastaamiseen. Tutkimuksessa keskityttiin tarkastelemaan asiakkaiden valmiutta kirjojen kierrättämiseen, ja sitä, millä keinoin sitä saataisiin mahdollisimman hyvin lisättyä. Tutkimusongelmaksi muodostuikin siis:

- Millä keinoin ihmiset saataisiin kierrättämään ylimääräiset kirjansa vastuullisemmin?

Kyselytutkimukseen sisältyvät kysymykset kartoittavat lisäksi myös sitä, ostavatko ihmiset kirjansa normaalisti uutena vai käytettynä, tulevaisuuden näkymiä tulevan 5 vuoden

aikajänteellä sekä kirjoista saatavan korvauksen vaikutusta kierrättämiseen. Myös tiedonhankintaan liittyviä kysymyksiä kysytään, jotta tulevaisuudessa pystyttäisiin helpommin kohdentamaan kirjojen kiertotalouteen liittyvää mainontaa sekä informaatiota paremmin.

Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Määrällisessä tutkimusmenetelmässä tietoa tarkastellaan numeerisesti ja se vastaakin kysymyksiin, *kuinka paljon, kuinka usein ja kuinka monta?* Tutkijan tehtävä taas on avata tätä dataa sanallisesti (Vilkkä 2007, 14)

Tähän tutkimukseen määrällinen menetelmä valikoitui, koska sen avulla voidaan helposti käsitellä suuria määriä dataa. Pyrkimyksenä oli saada mahdollisimman paljon tietoa mahdollisimman monelta asiakkaalta, jotta saisimme mahdollisimman laajan kuvan asiakkaiden mielipiteistä. Tutkimusta varten kehitettiin asiakaskysely, joka jaettiin kaikille toimeksiantajayritys Finlandia Kirjan uutiskirjeen tilaajille. Kysymykset on muodostettu niin, että ne tuottavat kattavan kuvan nykytilanteesta ja kertovat, minkälaisilla menetelmillä kirjojen kierrätystä saataisiin mahdollisesti lisättyä ja mitkä menetelmät tai vaihtoehdot olisivat mielekkäitä tulevaisuuden kannalta.

1.4 Tutkimuksen toteutus ja eteneminen

Tutkimus toteutetaan kahdessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa laadimme yhdessä toimeksiantajayrityksen kanssa asiakaskyselyn, joka lähetetään kaikille yrityksen uutiskirjeen tilanneille henkilöille. Kyselyn avulla saadaan tietoa ihmisten kirjojen osto- sekä kierrätystottumuksista ja kartoitettiin tietoa siitä, millä keinoin ja minkälaisia mahdollisuuksia tarjoamalla ihmiset saataisiin kierrättämään kirjansa vastuullisesti eteenpäin. Toisessa vaiheessa kyselyn tuloksia analysoitiin tarkasti, jotta saataisiin selkeä kuva kirjojen kiertotalouden nykytilasta sekä siitä, millä keinoin sitä saataisiin tehokkaasti ja asiakaslähtöisesti lisättyä.

Toimeksiantajan puolelta aikataulu tutkimuksen tekemiselle sekä tulosten analysoinnille oli joustava, mutta pyrkimyksenä oli saada kysely asiakkaille maaliskuun 2023 aikana, jotta aikaa jäisi myös tulosten käsittelyyn sekä analysointiin. Tulosten perusteella pyritään selvittämään, millä keinoin kirjojen kiertotalousratkaisuja tulisi edistää, jotta ihmiset saataisiin kierrättämään kirjansa vastuullisemmin ja kuinka tästä saataisiin hyöty myös toimeksiantajayritykselle sekä muille kiertotalousalan toimijoille. Vastausten pohjalta laaditaan kehitysehdotuksia, joilla sekä toimeksiantajayritys että koko toimiala saisi parannettua palveluitaan tulevaisuudessa.

2 Toimeksiantajayrityksen esittely

2.1 Finlandia Kirja

Finlandia Kirja Oy on pohjoismaiden suurin, vuonna 2010 perustettu verkossa toimiva kotimainen kirja-antikvariaatti sekä samalla yksi Euroopan suurimmista käytettyjen kirjojen myyjistä. Tuotteita yrityksellä on valikoimissaan yli 450 000 ja työntekijöitä 23. Vastuullisuus sekä ekologisuus kuuluvat Finlandia Kirjan ydinarvoihin ja kaikkea yrityksen toimintaa määrittävät nämä arvot. Yrityksen liikevaihto vuonna 2021 oli 1,4 miljoonaa euroa ja tilikauden tulos 293 000 euroa.

Yritys hankkii myytävät tuotteensa yksityishenkilöiltä sekä yrityksiltä, isompia tuote-eriä saapuu esimerkiksi konkurssi- ja kuolinpesistä. Kirjojen kiertotalous ja sen edistämiskäytännöt ovat tärkeä osa yrityksen toimintaa ja esimerkkinä tästä toimii mm. Kirjan Kiertoratahanke, jonka puitteissa yritys toimittaa suomen kirjastoihin kierrätyslaatikoita, joihin asiakkaat voivat korvausta vastaan ylimääräiset kirjansa kierrättää. Tuotteiden hankinnan jälkeen kirjat käydään läpi ja lajitellaan joukosta erikseen myyntiin kelpaavat ja kelpaamattomat kirjat. Myyntiin kelpaavat kirjat menevät eteenpäin myyntiinlaitettavaksi, myyntiinlaitossa kirjat kunto luokitellaan tarkasti asteikolla K1-K5 ja hinnoitellaan. Myyntiin kelpaamattomat kirjat yritys käsittelee vastuullisesti eteenpäin kierrättämällä ne asianmukaisesti uusiokäyttöön. Hyväkuntoiset, mutta muuten myyntiin kelpaamattomat kirjat päätyvät uusiokäyttöön lämmöneristeeksi Ekovilla Oy:lle.

Tallennusvaiheen jälkeen kirjat varastoidaan hyllyihin odottamaan myyntiä. Finlandia Kirja toimii ainoastaan verkossa, eli kirjat myydään varastosta sitä mukaa, kun asiakkaat niitä verkkosivuilta tilaavat. Verkkokauppa-alustoina toimivat yrityksen omat verkkosivut sekä antikvaari.fi, antikvariaatti.net ja huuto.net.

2.2 Kirjojen kiertotaloushankkeiden nykytila

Suurimpana kirjojen kiertotalousprojektina Finlandia Kirjalla on ollut ”Kirjan Kiertorata”-palvelu, joka on osa yrityksen aloittamaa kehitystyötä, jossa rakennetaan käytetyille kirjoille maanlaajuista kierrätysverkostoa. Kyseinen kiertotalousmalli pyrkii nostamaan esiin kirjojen elinkaaren pidentämisen ympäristönäkökohtia, saattaa kirjat uusiin koteihin jälleenmyynnin sekä erilaisten tapahtumien ja hankkeiden, kuten ilmaisen kirjan päivän kautta sekä jalostaa lukukäyttöön kelpaamattomat kirjat uudelleen kiertoön esimerkiksi uusioraaka-aineiksi.

Kiertorata-palvelun lisäksi yritys ostaa kirjoja niin yrityksiltä, kuin yksityishenkilöiltäkin, järjestäen tarpeen vaatiessa niille myös kuljetuksen. Suurimmat erät saapuvat mm. konkurssi-

tai kuolinpesistä sekä yksityishenkilöiden realisoidessa kokoelmiaan. Kirjoja saa myös lahjoitusmielessä tuoda paikan päälle yrityksen kahteen toimipisteeseen vuorokauden ympäri.

Toimeksiantajayritys on toteuttanut myös Business Finlandin rahoittamana kirjojen kiertotalouden investointihankkeen, jolla nostetaan kierrätyskirjojen käsittelykapasiteettia ja pysyttään helpommin käsittelemään lukukäyttöön kelpaamattomat kirjat edelleen uusioraaka-aineiksi. Myös yhteistyötä koulujen kanssa on pilotoitu onnistuneesti. Opinnäytetyöni pyrkii kartoittamaan parannus- ja lisäysehdotuksia näiden jo olemassa olevien kirjan kiertotalousmenetelmien rinnalle.

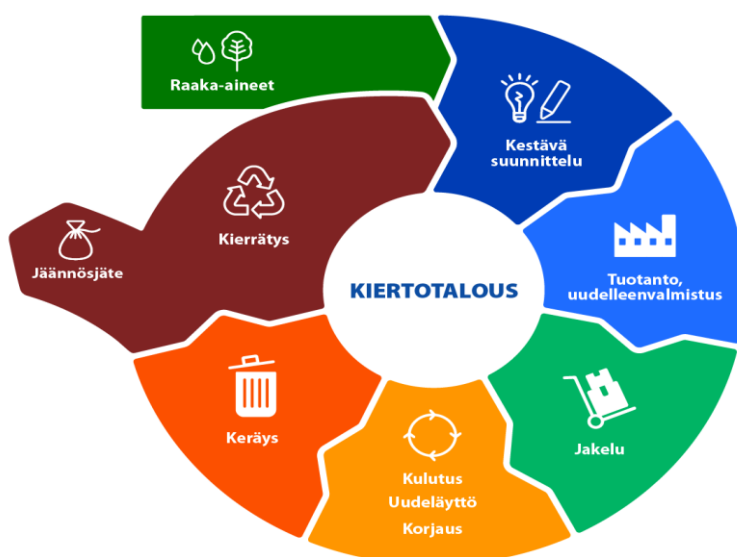
3 Teoreettinen viitekehys

3.1 Kiertotalous

Kiertotalous on ollut vahvasti esillä julkisessa keskustelussa 2010-luvun alusta saakka. Sitran määritelmän mukaan kiertotalous on talouden malli, jossa tuotteen ja materiaalien arvo pyritään säilyttämään mahdollisimman pitkään, eikä materiaaleja niiden elinkaaren lopussa tuhota, vaan ne pyritään säilyttämään kierrossa mahdollisimman pitkään. Kierrättäminen, vuokraaminen sekä jakaminen ovat vaihtoehtoisina malleina kestävämpiä uuden ostamisen sekä omistamisen sijaan. Kiertotalous antaa työkaluja luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseen sekä luonnonvarojen ylikulutuksen hillitsemiseen. (Sitra 2020.)

Kiertotaloudesta odotetaan tulevan tulevaisuuden talousmalli, jonka avulla hillitään luonnonvarojen ylikulutusta sekä ilmastonmuutosta. Myös uusia liiketoimintamalleja kehitetään jatkuvasti kiertotalouden edistämisen parissa. Kirjojen kiertotaloudesta puhuttaessa kiertotalous toteutuu siten, että kirjan elinkaari pyritään pitämään mahdollisimman pitkänä, eikä lukukelpoisia tuotteita hävitetä, vaan ne pysyisivät lukukäytössä mahdollisimman niin pitkään kuin mahdollista.

Kiertotalousmalli:
vähemmän raaka-aineita, vähemmän jätettä, vähemmän päästöjä



Kuvio 1 Kiertotalous (EU-parlamentti 2023)

Kiertotalouden prosessit voidaan jakaa kolmeen osaan, prosessitehokkuuteen, hukan vähentämiseen sekä materiaalikierron tiukentamiseen. Kaikki edellä mainitut toimintamallit tähtäävät siihen, että materiaalin arvo pysyisi ennallaan tai paranisi. Prosessitehokkuus tähtää tuotannon tehostamisen sekä optimoinnin keinoin hyvään materiaalitehokkuuteen. Hukan vähentäminen on materiaalien uudelleenkäyttöä tai uusiksi raaka-aineiksi saattamista kierrätyksen kautta. Kierron tiukentaminen taas tarkoittaa tuotteen kierrättämistä uusiokäyttöön, uudelleen valmistukseen tai vaikkapa vuokrattavaksi. (Sitra 2014, 5.)

Euroopan vihreän kehityksen ohjelma Green Deal, luo hyvän viitekehyksen kiertotalouden periaatteiden toteuttamiselle. Suomen hallituksen hallitusohjelma vuosille 2019–2023 on ottanut yhdeksi keskeisimmistä tavoitteistaan kiertotalouteen siirtymisen ja vuonna 2020 valmisteltu kiertotalouden strateginen ohjelma pyrkii tekemään kiertotaloudesta Suomen uuden taloudellisen perustan vuoteen 2035 mennessä. Kestävien palveluiden sekä tuotteiden tulisikin olla valtavirtaa ja tuotteiden sekä materiaalien tulisi pysyä kierrossa mahdollisimman pitkään. (Circwaste 2021, 5.)



Kuvio 2 Kiertotalouspyramidi (Lakeuden Etappi)

Yritykset sekä kuluttajat ovat kestävän kulutuksen edistämisen kannalta erityisen tärkeitä. Kuluttajat haluavat entistä enemmän vaikuttaa kulutusvalinnoillaan ja yritysten tulee tästä syystä tuoda esiin ympäristövaikutukset tuotteissaan ja palveluissaan (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2019). Kulutuksen kestävyys toteutuu, kun kuluttaja omilla valinnoillaan minimoi kuluksestaan aiheutuvat huonot ympäristövaikutukset.

3.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu tarkoittaa nimensä mukaisesti yrityksen, organisaation, julkisen sektorin tai yhdistyksen palvelujen muotoilua. Pyrkimyksenä on kehittää aineettomia palveluita niin, että ne parhaalla tavalla vastaisivat esimerkiksi yrityksen tarpeita ja olisivat mahdollisimman jouhevasti toimivia, sujuvia ja oikeanlaisia palveluiden käyttäjille. (Jaakkola, 2019.)

Palvelumuotoilun tärkeimpiin tavoitteisiin kuuluu ihmisten tarpeiden ja heidän käyttäytymisensä parempi ymmärtäminen sekä uusien toimivien liiketoimintamallien toteutus ja suunnittelu. Pyrkimyksenä onkin tulevaisuuteen suuntaava ja asiakaslähtöinen työtapo, jolla liiketoiminnan tarpeet saadaan yhdistettyä asiakkaiden tarpeisiin. (Kreapal, n.d., s.6.)

Palvelumuotoilu on usein toimialasta riippumatonta ja sitä voidaan hyödyntää millä tahansa alalla, joka käyttää digitaalisia tai fyysisiä palveluita (Palvelumuotoilu Palo, 2020). Useimmiten palvelumuotoilu konkreettisemmin koskettaa niitä henkilöstön jäseniä, jotka työskentelevät asiakasrajapinnassa ja ovat päivittäin tekemisissä asiakkaiden kanssa (Tuulaniemi, 2011, s.28).

Palvelualan kasvu, internetin yleistyminen ja teknologian kehitys synnyttivät uusia palvelu-alaan liittyviä vaatimuksia ja kehitysongelmia. Palvelumuotoilun voidaankin katsoa kehittyneen 1990-luvun alun Euroopassa vahvan yhteiskunnallisen muutoksen aikakautena (Tuulaniemi 2016, 61–63). Palvelumuotoilu käsitteenä on esiintynyt aikaisemminkin 1980-luvulla, lähinnä liiketoiminnan johtamisen sekä markkinoinnin kirjallisuudessa, mutta sitä käytettiin enemmänkin palvelun teknisenä määritteenä, kuin tämän päivän asiakaslähtöisenä innovointina (Koivisto ym. 2019, 32).

Yrityksen kehittämisessä, kehittämisen tulisi olla asiakaslähtöistä. Tähän palvelumuotoilu tarjoaa hyviä ratkaisumalleja ja sen voidaankin katsoa olevan kehittämistote, jota yritys voi hyödyntää alati muuttuvassa kilpailuympäristössä. Palvelumuotoilun kehitysmallit ottavat asiakkaan sekä kehittämisen lähtökohdaksi, että myös aktiiviseksi osallistujaksi koko kehittämisprosessiin. (Koivisto ym. 2019, 48.)

Palvelumuotoilu on myös kiertotalouden ja kestäväen kehityksen kannalta mielenkiintoinen ajatusmalli, sillä voimme siirtyä resurssien kuluttamisen sijasta niiden jakamiseen, fyysisten tavaroiden sijasta prosessien hyödyntämiseen, sekä vaihdannasta vuorovaikutukseen. Palveluiden energiankulutus on myös huomattavasti vähäisempää, kun tavaroiden valmistaminen tai hävittäminen. (Tuulaniemi 2011. I.1.)

3.2.1 Asiakasymmärrys

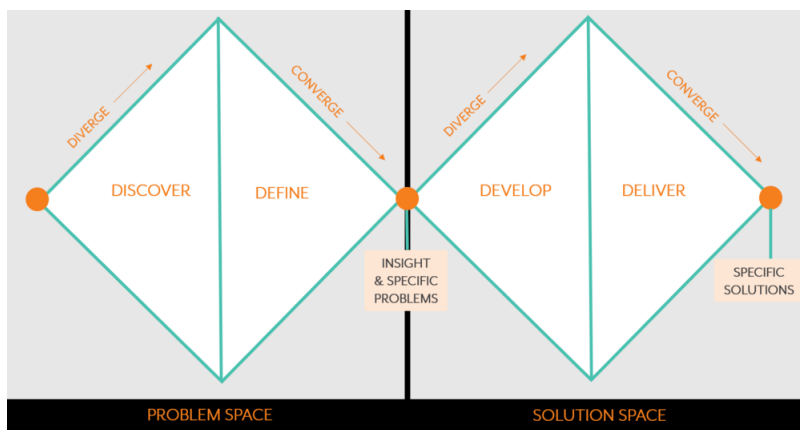
Asiakkaiden tarpeiden tuntemus on yksi tärkeimmistä palvelumuotoilun lähtökohdista ja resursseista. Paremman palvelun laadun kautta saadaan lisättyä asiakasuskollisuutta, palvelumuotoilussa onkin siis keskeistä osallistaa palvelun eri osapuolet prosessiin jo heti alkuvaiheessa. Asiakasymmärryksen lisäämiseksi asiakkaita voidaan osallistaa esimerkiksi kyselytutkimuksen avulla. (Tuulaniemi 2011, 24–29.)

Tutkimuksessa oli oleellista nostaa asiakasymmärryksen vaikuttavuus esiin liiketoiminnallisesta näkökulmasta. Tavoitteen kannalta olennaista oli löytää heti aluksi oikeat menetelmät, jotta saataisiin luotua luotettavaa ja lisäarvoa tuovaa tietoa toimeksiantajalle.

Kvantitatiivisen tiedon lisäksi tarvittiin myös hieman kvalitatiivista tietoa, jotta saataisiin parempi ymmärrys asiakkaiden tarpeista ja tavoitteista. Pienimuotoinen kvalitatiivinen tiedonkeruu järjestettiin kyselytutkimukseen liittyvillä avoimien vastausten mahdollisuudella.

3.2.2 Tuplatimantti

Yksi tunnetuimmista palvelumuotoilun prosessimalleista on niin kutsuttu tuplatimantti. Malli on saanut nimensä kahdesta timantin muodosta, jotka kuvaavat luovaan ongelmanratkaisuun liittyvän divergentin ja konvergentin ajattelun vaihtelua. Divergenssillä tarkoitetaan avoimuutta, jonka tarkoituksena on kerätä paljon tietoa ja konvergenssilla tarkoitetaan tiedon analysointia tiiviin kiteyttämisen luomiseksi. Kyseessä on siis tiedon tai ideoiden määrän sekä laadun vuorottelu. Timantti koostuu neljästä vaiheesta, jotka ovat tutkiminen ja kartoittaminen, ymmärtäminen ja määrittely, kehittäminen ja ideointi sekä ratkaisun toimitaminen. (Maula & Maula, 2019, 187.)



Kuvio 3 Tuplatimantti (Palvelumuotoilu Palo 2018)

Jokaiselle palvelumuotoilun parissa työskentelevälle henkilölle tuplatimantti on varmasti tuttu. Sen on perustanut Design Councilissa (Suunnitteluneuvosto) työskennellyt joukko ihmisiä johtajanaan Richard Eisermann. Monelle olikin tuttu sana ”design”, mutta kyseinen ryhmä pyrki käyttämään muotoilua enemmänkin ongelmanratkaisuvälineenä. (Design Council 2019)

Ensimmäinen vaihe, eli tutkiminen ja kartoitus koostuu projektin suunnittelusta, tavoitteiden asettamisesta sekä mahdollisimman monipuolisesta tiedonkeruusta. Vaiheen tarkoitus on siis kerätä mahdollisimman paljon tietoa asiakkaiden kokemuksesta, toiveista sekä motiiveista. Toinen vaihe, ymmärrä ja määrittele, tavoittelee asiakasymmärryksen syventämistä ja määrittelee ratkaistavan ongelman. Tässä vaiheessa tulee karsia projektin kannalta epäoleellinen tieto, jolloin päästään tärkeimmän ja olennaisimman tiedon äärelle. Näillä keinoin pyritään ymmärtämään asiakasta ja kiteytetään ratkaistava ongelma. Tuplatimantin kolmas vaihe, eli kehittäminen ja ideointi kehittää ratkaisuja edellisessä vaiheessa löydettyihin ongelmiin ja kysymyksiin. Tähän vaiheeseen on olemassa useita ideointia ja innovaatioita synnyttäviä työkaluja, joiden avulla kehitetään mahdollisimman paljon erilaisia ratkaisuja. Potentiaalisimpia ratkaisuja testataan erilaisten prototyyppien avulla oikeissa ja aidoissa tilanteissa. Viimeisessä vaiheessa testauksen myötä joukosta karsiutuu toimimattomat ratkaisumallit ja jäljelle jää toimivat. Kyseisistä ratkaisuista tehdään konsepti, jonka voi virallisesti ottaa käyttöön. Tuplatimantti on hyödyllinen työkalu palvelumuotoiluun, mutta vasta käytäntö näyttää ratkaisujen lopullisen toimivuuden. (Ahtola, H. 2020.)

3.3 Hankintatoimi

Hankintatoimi on osa yrityksen logistiikkaprosessia. Hankintatoimen vastuualueisiin kuuluu materiaalien hankinta yrityksille ja sekä hankintaan liittyvien muiden toimien organisointi.

Materiaalien hintojen ja hankintakanavien kehityksen seuraaminen kuuluvat myös olennaisena osana hankintatoimen tehtäviin. (Haverila, Kouri, Miettinen & Uusi-Rauva 2009, 458.)

Hankinnan tehtäviin on perinteisesti kuulunut esimerkiksi eri toimittajien kilpailuttaminen, tärkeimpänä kriteerinä usein on ollut edullisin ostohinta. Nykyisellään kuitenkin hankintatoimen työnkuvaan on kuulunut myös kasvavissa määrin asiakassuhteiden hallinta ja yhteistyökumppanuudet. (Huuhka 2019, 24.) Hankintatoimen rooli on siitäkin syystä merkittävä, että sen tarkoituksena on tuottaa lisäarvoa yritykselle ja asiakkaille. Hankinnat vaikuttavat suuresti eritoten yrityksen kustannuksiin, mutta myös taloudelliseen tulokseen. (Haverila, Kouri, Miettinen & Uusi-Rauva 2009, 459.)

Hankintatoimi on käytännössä joukko toimenpiteitä, joiden toteuttamisen seurauksena yritys saa käyttöönsä ne tuotteet tai palvelut, joita se tarvitsee liiketoimintansa toteuttamiseen. Näihin toimenpiteisiin kuuluu toimittajan etsiminen ja valinta, sopimusten neuvottelemineen, laatiminen ja tilaaminen sekä kuljetusten järjestely ja hyödykkeiden laadun valvonta. (Sakki 2009, 18.)

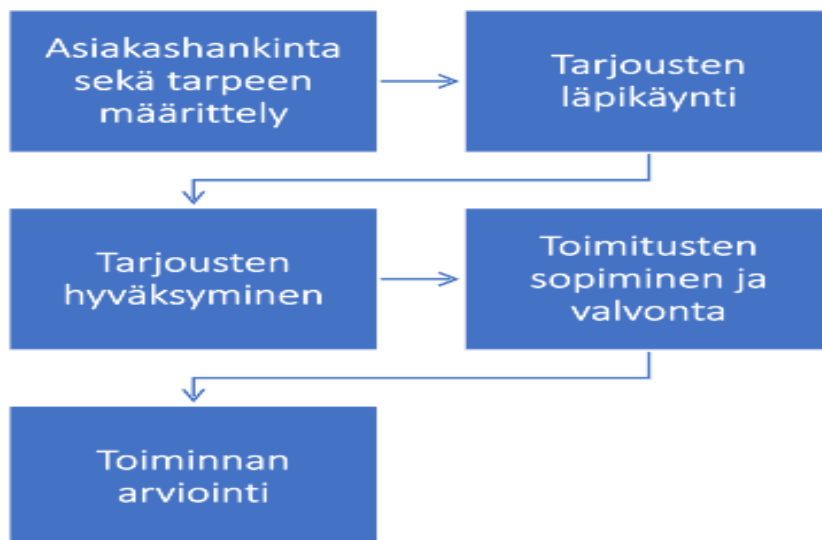
3.3.1 Hankintaprosessi

Hankintaprosessit vaihtelevat riippuen yrityksestä, ja prosessit ohjautuvat aina kyseisen yrityksen liiketoimintamallin sekä tarpeiden mukaisesti. Prosessin vaiheet ovat aina toisistaan riippuvaisia ja vaikuttavat toistensa onnistumiseen, oli vaiheiden järjestys mikä tahansa (Nieminen 2016, 52–53). Toimeksiantajayritys hankkii tuotteensa, eli käytetyt kirjat pääosin yrityksiltä sekä yksityishenkilöiltä. Hankintaprosessi muodostuu kuvion 4 mukaisesti.

Toimeksiantajayrityksen hankintaprosessin ensimmäinen osio on siis asiakkaiden hankinta. Yrityksen toiminnan tullessa jatkuvasti tutummaksi suurelle yleisölle, asiakkaat ottavat yritykseen yhteyden usein itse ja tarjoavat käytettyjä kirjojaan myytäväksi, määrät vaihtelevat yksittäisistä kirjoista jopa kymmenien tuhansien kirjojen kokoelmiin. Isompia kirjamääriä virtaa sisään esimerkiksi konkurssipesistä tai valikoimaansa vähentäviltä muilta kirja-alan yrityksiltä. Yritys pitää myös itse silmällä uusia hankintamahdollisuuksia jatkuvasti. Asiakkaiden kontaktoinnin jälkeen, etenkin yksityishenkilöitä pyydetään lähettämään kuvat tarjoamistaan tuotteista yleisluontoisesti (esimerkiksi hylly kerrallaan), joiden perusteella hankintapäällikkö tekee tarjouksen koko erästä. Finlandia Kirja ei myöskään ostotarjouksissaan poimi parhaita päältä, vaan tarjous tehdään aina koko erästä. Kun asiakas on hyväksynyt tarjouksen, sovitaan erän toimituksesta toimeksiantajayritykselle. Mikäli asiakas ei pääse itse tuomaan kirjaeräänsä, sovitaan nouto kuljetusliike DB Schenkerin kanssa.

Toimitusten saapumista valvoo hankintapäällikkö muun henkilökunnan avustuksella. Kirjaerän saapumisen jälkeen sille annetaan eränumero, jonka avulla pystytään seuraamaan

erästä saatua tuottoa tai maksamaan provisiokorvaus. Erän saavuttua se tarkistetaan mahdollisten kosteus- ja homevaurioiden tai muiden hajuhaittojen (kuten tupakka) varalta ja lajitellaan myyntiin menevät kirjat ennen niiden siirtymistä edelleen verkkokauppatyöntekijöille käsittelyyn.



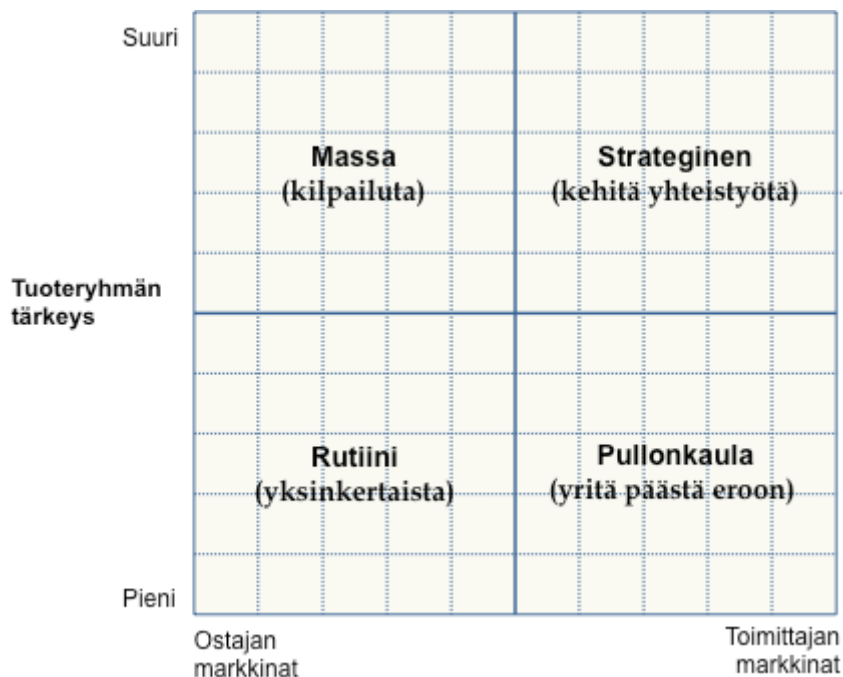
Kuvio 4 Hankintaprosessi

3.3.2 Hankintatoimen kehittäminen

Hankintatoimen kehittäminen tulee aloittaa nykytilan kartoituksella. Yrityksen tulee selvittää tekijät, joiden kautta löydetään yrityksen vahvuudet sekä heikkoudet. Selvitys tulee tehdä laaja-alaisesti, jotta saadaan mahdollisimman hyvä kokonaiskuva yrityksen hankintatoimesta ja sen vaikutuksista koko yrityksen toiminnalle. (Koskinen, Lankinen, Sakki, Kivistö & Vepsäläinen. 1995, 227.)

Hankintatoimen nykytila voidaan kartoittaa useilla menetelmillä:

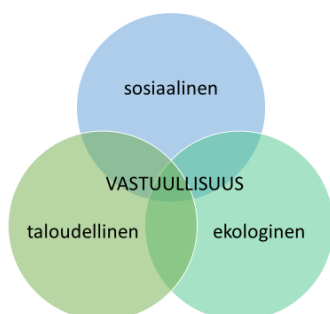
- ABC-Analyysi selvittää yrityksen tärkeimmät tuotteet sekä tavarantoimittajat esimerkiksi ostolaskujen määrän lukumäärän ja laskujen kokonaisarvojen mukaisesti.
- SWOT-analyysin (strengths, weaknesses, opportunities, threats) avulla voidaan täsmentää kuvaa nykytilanteesta kartoittamalla heikkouksia, vahvuuksia, uhkia ja mahdollisuuksia
- Ostosalkku-analyysi on hyvä keino luokitella tuotteet ostovoiman ja ostoriskin mukaisesti. (Koskinen, A. & kumpp. 1995. 227–237.)



Kuvio 5 Ostosalkku-analyysi (Logistiikan Maailma)

Toimeksiantajayrityksen kohdalla hankintaprosessin kehittämässä tulee jatkuvasti miettiä myös ympäristö- ja vastuullisuusnäkökohtia. Kiertotalouden edelläkävijänä yrityksen tuleekin siis jouhevasti saada yhdistettyä tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä vastuullisuus, kannattavuus sekä uudet innovatiiviset ratkaisumallit.

Nykyisin yrityksiltä myös odotetaan perinteisen kasvun ja kannattavuuden lisäksi myös ekologisuutta, kestävän kehityksen periaatteiden mukaista toimintaa sekä sosiaalista vastuullisuutta. Kestävän kehityksen ajatuksena onkin kehittyminen siten, että se ei tapahdu tulevien sukupolvien kustannuksella. Hankintatoimessa, kuin myös muussa liiketoiminnassa kannattaakin pitää jatkuvasti mielessä niin sanottu kolmen pilarin vastuullisuuskehikko, jonka mukaan sosiaalisen ja ekologisen vastuun sekä taloudellisen kannattavuuden tulee olla keskenään tasapainossa. (Joutsenvirta, M. 2011.)



Kuvio 6 Kokonaisvaltainen vastuullisuus (Kangas, E. 2021)

4 Tutkimusmenetelmä

Valitsin opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi määrällisen, eli kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän. Määrällinen tutkimusmenetelmä tunnetaan myös tilastollisena tutkimuksena. Kvantitatiivinen tutkimus sopii menetelmäksi parhaiten, koska halusin saada mahdollisimman paljon vastauksia kyselytutkimukseen, jotta saisin tutkittua ihmisten kierrätystottumuksia ja -toiveita laajalla skaalalla. Suuri vastausmäärä mahdollistaa myös mahdollisimman todenmukaisen ja kattavan tutkimustuloksen. Kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimusmenetelmä ei sopinut opinnäytetyöni menetelmäksi, koska tutkimusjoukot ovat pieniä ja ne antavat yksilöiden vastauksille suuremman merkityksen. Kvalitatiivisen tutkimuksen edetessä, myös kysymykset saattavat prosessin aikana muuttua ja halusin tutkimuksessani selvittää vastauksia mahdollisimman tarkasti rajattuihin kysymyksiin.

Määrällisen tutkimuksen avulla pystytään myös selvittämään lukumääriin sekä prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Näin ollen kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston keruussa usein käytetty menetelmä on asiakaskyselylomake, jossa on tarkasti rajatut kysymykset ja vastausvaihtoehdot. Taulukossa 1 on selvitettyinä kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen tärkeimmät erot.

	LAADULLINEN TUTKIMUSOTE	MÄÄRÄLLINEN TUTKIMUSOTE
Tutkimuksen tarkoitus	Ymmärtäminen: mistä tässä on kyse Tulkinta	Yleistäminen Syy-seuraussuhteet Ennustaminen
Teorian ja käytännön suhde	Induktio (käytännöstä teoriaan)	Deduktio (teoriasta käytäntöön)
Tutkijan rooli	Ulkopuolinen Osallistuja (mahdollinen)	Ulkopuolinen Tarkkailija
Ihmiskäsitys	Holistinen	Atomistinen
Käsitys tiedosta	Tulkinnallinen Subjektiiivinen	Tekninen Objektiiivinen
Aineisto	Teksti	Luvut

Taulukko 1 Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot (Kananen 2011, 15.)

4.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on tarkkaan etenevä tutkimus, prosessi, joka pyrkii yleistämään. Määrällisessä tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksena saatua aineistoa tilastollisin menetelmin ja siinä tehdään mittauksia kvalitatiivista tutkimusta enemmän. Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää tiettyä määrää havaintoyksiköitä, jotta tulokset olisivat luotettavia ja se perustuu positivismiin, jossa korostetaan tiedon luotettavuutta,

yksiselitteisyyttä, ja perusteluja. Mittaukseen perustuva kvantitatiivinen tutkimus pyrkii siis tuottamaan perusteltua, yleistettävää ja luotettavaa tietoa. (Kananen 2008, 10–14.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen prosessi etenee vaihe vaiheelta. Tutkimuksen lähtökohtana on aina tutkimusongelma, johon ratkaisua tai vastausta haetaan. Kun ongelman ratkaisemiseksi tarvittava tieto on määritelty, määritellään tiedon hankinta sekä keräysmenetelmät. Tällaisia menetelmiä voivat olla esimerkiksi postikyselyinä, puhelinhaastatteluna tai henkilökohtaisena haastatteluna. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään yleistämään tutkimustulokset ja tuloksia analysoidessa tulee ottaa kantaa myös niiden luotettavuuteen eli reliabiliteettiin ja validiteettiin. Mikäli luotettavuus jää alhaiseksi, on analysoijan ainakin tuotava asia ilmi raportissaan. Tutkimus ei ole myöskään aina sataprosenttisen luotettava, sillä virhelähteitä löytyy käytännössä aina. (Kananen 2008, 10–14.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen kysymyksiä laadittaessa ei voida myöskään täysin varmaa ja luotettavaa kysymyksen esittämistapaa löytää, koska vastaaja voi ymmärtää tekstin tai kysymyksen asettelun monella tapaa. Kysymykset tuleekin siis rajata mahdollisimman hyvin, poissulkien mahdollisimman paljon virhetulkintojen mahdollisuuksia. Kysymyksiä laatiessa tulee pitää jatkuvasti mielessä myös tutkimuskysymys, jotta kysymykset palvelisivat mahdollisimman hyvin tarkoitustaan. (Kananen 2008, 10–14.)

4.2 Kyselytutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus alkaa aina tutkimusongelman määrittelystä (Kananen 2011, 21). Opinnäytetyöni tiedonkeruumenetelmäksi valitsin kyselytutkimuksen, joka toteutetaan verkkokyselyinä, ja jonka kohderyhmänä toimii toimeksiantajayritys Finlandia Kirjan uutiskirjeen tilaajat.

Kyselytutkimus on tehokas tapa kerätä tietoa ihmisten toiminnasta sekä mielipiteistä. Tutkimuskysymykset esitetään lomakkeen avulla. Lomakkeen huolellinen suunnittelu ja kysymysten asettelu on ensiarvoisen tärkeää, sillä kyselyä ei voi enää muuttaa sen jälkeen, kun se on lähetetty vastaajille. Kysymysten asettelun oikeellisuus varmistettiin tutkimustyöhön perehtyneen konsultin sekä yrityksen johdon kanssa. Tilastollisesti arvokkaan ja luotettavan tiedon saaminen riippuukin siis siitä, miten onnistuneesti tutkimuslomake on onnistuttu rakentamaan. (Vehkalahti 2014, 11.)

4.3 Tiedon mittaaminen

Tilastollinen tutkimus perustuu mittauksiin. Määrällisen tutkimuksen edellytyksenä on määritellä käsitteet niin, että ne ovat mitattavissa. Mittauksen ja aineistonkeruun tuloksena saatuja lukuja käsitellään tilastointiin tarkoitetuilla ohjelmilla. Käytetyt mittarit tulee perustella ja

määritellä hyvin, tämä auttaa myös mahdollisessa uusintamittauksessa. Myös kohderyhmän kuvaaminen ja määrittely on tärkeää. Kaikki nämä seikat lisäävät tutkimuksen luotettavuutta sekä uskottavuutta. (Kananen 2008, 16–17.)

Mitattava ominaisuus on nimeltään muuttuja, käsitteenä se onkin kvantitatiivisen tutkimuksen oleellisin käsite. Muuttuja muutetaan määrällisessä tutkimuksessa kysymykseksi, johon vastataan, tällainen muuttuja voisi olla esimerkiksi ikä, joka saa vastauksessa numeraalisen arvon. Muuttujan ominaisuudet vaikuttavat siihen, mitä tilastollisia menetelmiä voidaan myöhemmin käyttää aineiston käsittelyssä. Mittarin valintaan kannattaa siis kiinnittää huomiota, koska valinta vaikuttaa tulosten analysointimahdollisuuksiin. (Kananen 2008, 18.)

Kyselylomakkeissa vastausvaihtoehdot ovat usein valmiina tulosten analysoinnin nopeuden ja selkeyden vuoksi, kuitenkin mukaan on tärkeää lisätä myös joitakin avoimia kysymyksiä, jotta vastaajat pääsevät tuomaan esille ajatuksiaan myös vapaammin (Ylikoski 2001, 163). Avoimia kysymyksiä lisättiin myös tässä opinnäytetyössä käytettävään kyselylomakkeeseen, jotta toimeksiantaja saisi tutkimuksesta irti parhaan hyödyn.

5 Kyselyn tulokset

5.1 Kyselylomake

Kyselytutkimukseni on toteutettu Google Forms kyselyhallintaohjelmistolla. Kysely on suunniteltu yhteistyössä toimeksiantajayrityksen edustajan kanssa ja siihen sisältyvät kysymykset on kehitetty palvelemaan myös yrityksen liiketoiminnan kehittämistä. Kysely lähetettiin sähköpostitse kaikille Finlandia Kirjan uutiskirjeen tilaajille. Kyselyyn osallistuneiden asiakkaiden kesken arvottiin 3 kappaletta Finlandia Kirjan 100 euron arvoisia lahjakortteja.

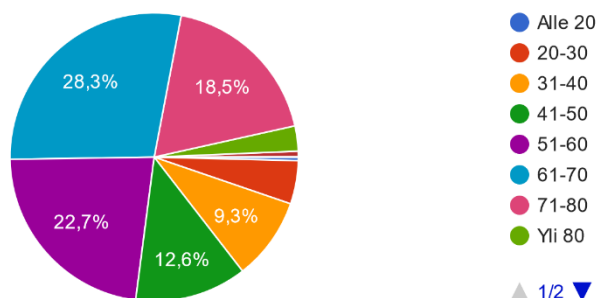
Kysely toteutettiin aikavälillä 5.4.2023-18.4.2023. Katsoimme toimeksiantajan kanssa parhaaksi toteutusajaksi kahden viikon jakson, jotta mahdollisimman moni asiakas ehtisi vastaamaan kyselyyn. Ensimmäisen viikon jälkeen lähetimme vielä muistutuksen kyselystä niille, jotka eivät olleet siihen vielä käyneet vastaamassa. Kysely lähetettiin yhteensä noin 90 000 asiakkaalle ja vastauksia kyselyyn tuli lopulta 2269.

5.2 Vastaajien taustat

Kyselyyn vastanneista 55,5 prosenttia oli naisia ja 42,1 prosenttia miehiä, ”muu”-vastauksia oli 0,9 prosenttia ja 1,5 prosenttia vastaajista ei halunnut tähän kysymykseen vastata. Ikäjakauma oli luokiteltu kahdeksaan eri luokkaan, alle 20-vuotiaat, 21–30-vuotiaat, 31–40-vuotiaat, 41–50-vuotiaat, 51–60-vuotiaat, 61-70-vuotiaat, 71-80-vuotiaat sekä yli 80-vuotiaat. Lisäksi oli myös ”En halua vastata”-vaihtoehto. Huomattava enemmistö vastaajista oli yli 50-vuotiaita (yhteensä 69,5 %), kun taas selkeään vähemmistöön jäivät nuoret, alle 30-vuotiaat (yht. 5,2 %). Ikäjakauma vaikuttaa huomattavasti kirjojen kiertotalousratkaisujen kehittämiseen ja se tulee ottaa suurena osatekijänä huomioon uusia ratkaisumalleja selvitettäessä. Kuvio 7 kuvaa ikäjakaumaa.

Ikä?

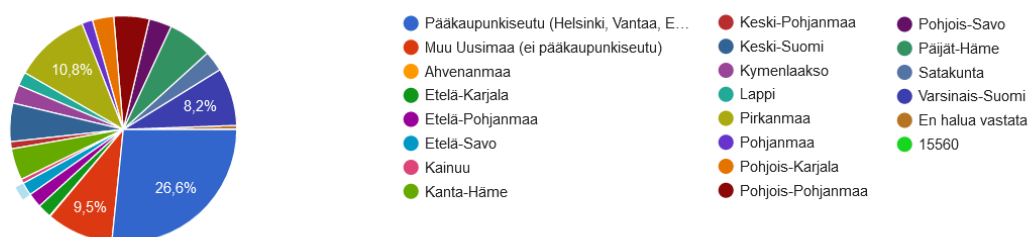
2 269 vastausta



Kuvio 7 Vastaajien ikäjakauma

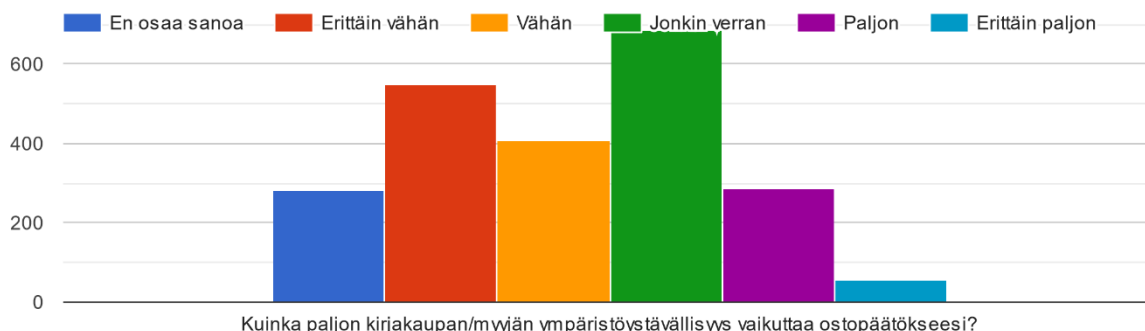
Taustatiedoissa kysyttiin myös, missä maakunnassa vastaajat asuvat, saadakseni selville, miten asuinpaikka vaikuttaa mahdollisiin kulutus- ja kierrätystottumuksiin ja minkälaisia palveluita kussakin maakunnassa kaivattaisiin eniten. Vastausvaihtoehtoina oli kaikki 19 Suomen maakuntaa, lisäksi Uudenmaan maakunta oli jaettu pääkaupunkiseutuun (Helsinki, Vantaa, Espoo, Kauniainen) sekä muuhun Uusimaahan. Selkeästi suurin vastaajajoukko, 36,1 prosenttia, olivat Uudeltamaalta. Toiseksi eniten vastaajia löytyi Pirkanmaalta (10,8), kun taas kaikki loput Maakunnat sijoittuivat taulukkoon tasaisesti. Kuvio 8 havainnollistaa vastaajien sijoittumista maakunnittain.

Maakunta
2 269 vastausta



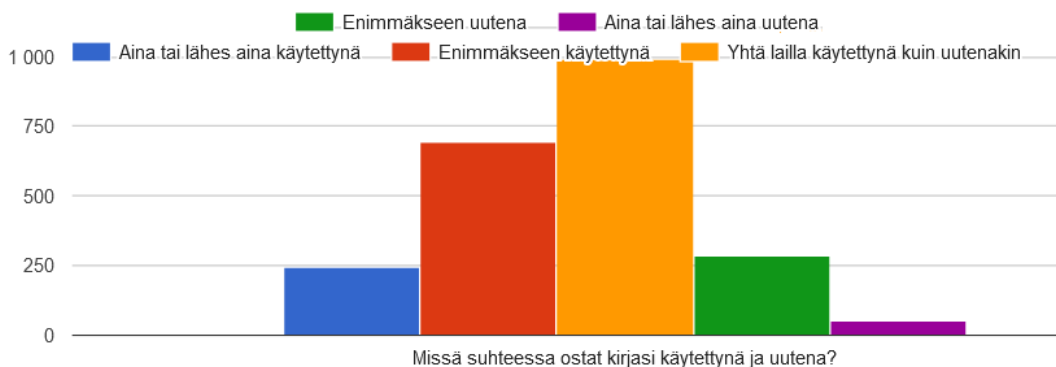
Kuvio 8 Vastaajat maakunnittain

Seuraavassa kohdassa kysyttiin, kuinka monta fyysistä kirjaa vastaajat arvioivat ostavansa vuodessa. Vastauksen sai antaa vapaasti tekstimuodossa ja vastausvaihtoehdot vaihtelivatkin aina yhdestä neljäänsataan kirjaan. Valtaosa vastaajista ostaa noin 10 kirjaa vuodessa. Ostomäärää tärkeämpänä kysymyksenä kiertotalousratkaisujen kannalta tulivat kuitenkin kysymykset: ”Kuinka paljon kirjakaupan/myyjän ympäristöystävällisyys vaikuttaa ostopäätökseesi?” ja ”Missä suhteessa ostat kirjasi käytettynä tai uutena?”. Molemmissa kysymyksissä vastausasteikkona käytettiin Likert-asteikkoa. Enemmistö vastaajista vastasi, että kirjakaupan tai myyjän ympäristöystävällisyys vaikuttaa heidän ostopäätökseensä jonkin verran, toiseksi eniten vastauksia oli saanut vastausvaihtoehto ”erittäin vähän”, kun taas loput vastaukset (en osaa sanoa, vähän, paljon) jakautuivat melko tasaisesti keskenään. Vastausvaihtoehto ”erittäin paljon” oli saanut vähiten vastauksia. Kuvio 9 näyttää miten vastaukset jakautuivat tämän kysymyksen kohdalla.



Kuvio 9 Kuinka paljon myyjän ympäristöystävällisyys vaikuttaa ostopäätökseesi?

Yksi tärkeä kysymys tutkimuksen kannalta oli selvittää, missä suhteessa asiakkaat ostavat kirjansa käytettynä ja uutena. Tämän kysymyksen kohdalla on tärkeää muistaa, että kyselyn kohderyhmä on antikvariaatin asiakaskuntaa, joten vastaukset oletettavasti poikkeavat esimerkiksi uusien kirjojen myynnin kauppa-asiakaskunnan mielipiteistä. Vastauksien perusteella selkeä enemmistö ostaa kirjansa yhtä lailla käytettynä kuin uutena, vastauksien jakaumasta kuitenkin pystytään huomaamaan, että hieman suurempi osuus vastaajien kokonaismäärästä ostaa kuitenkin kirjansa mieluummin käytettynä. Kuvio 10 näyttää tämän jakauman.

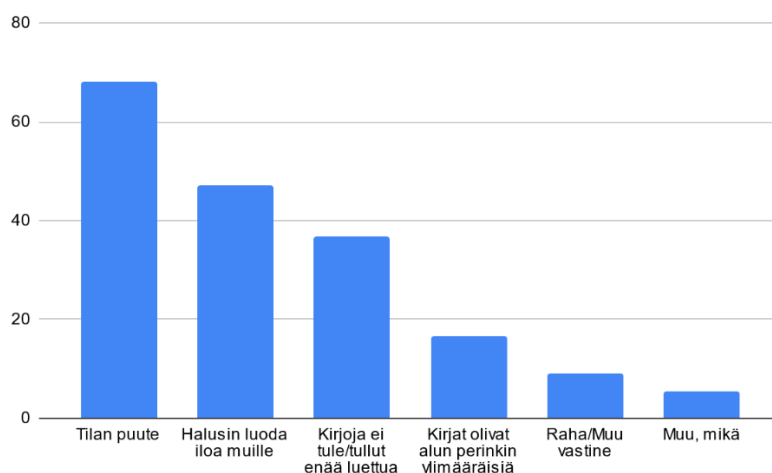


Kuvio 10 Missä suhteessa ostat kirjasi käytettynä ja uutena?

5.3 Tulevaisuuden näkymät

Seuraavassa osiossa pyrittiin selvittämään, ovatko vastaajat luopuneet kirjoistaan viimeisen 5 vuoden sisään tai aikovatko he luopua niistä. Lisäkysymyksenä näihin kysyin vielä, mitä kautta vastaajat ovat kirjoistaan luopuneet tai mitä kautta he aikovat sen tehdä.

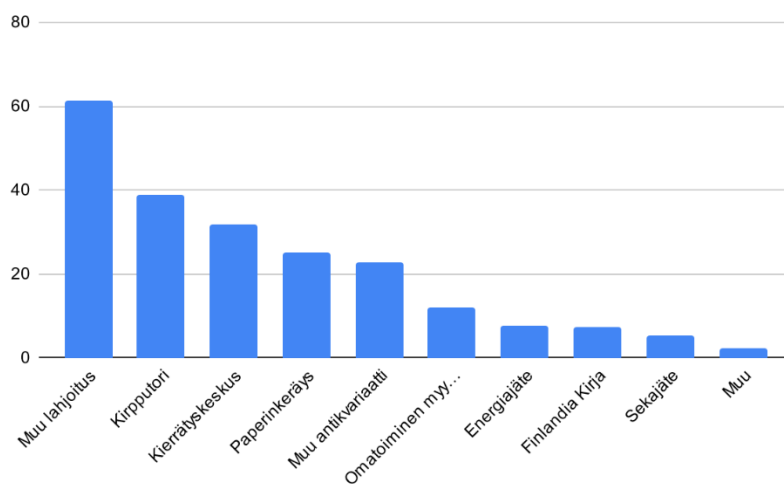
Valtaosa vastaajista (78,6 %) ovat luopuneet kirjoistaan viimeisen viiden vuoden sisään, kun taas loput 21,4 % eivät ole. Tästä voidaan jo suoraan päätellä, että kysely on aiheellinen ja ajankohtainen. Mikäli vastaaja oli luopunut kirjoistaan viimeisen 5 vuoden sisään, hänelle aukesi uudet kysymykset, joissa kysytään miksi, ja mitä kautta vastaaja on kirjoistaan luopunut. Kysymykseen ”Mikä sai sinut luopumaan kirjoistasi?” annoin vastausvaihtoehtoiksi tilan puute, kirjoja ei tullut/tule enää luettua, halusin saada niistä rahaa tai muuta vastinetta, kirjat olivat alun perinkin ylimääräisiä koska en itse hankkinut niitä (esim. perintö), halusin luoda iloa muille laittamalla kirjat eteenpäin sekä vapaa tekstikenttä, johon asiakkaat saivat itse antaa sanallisen vastauksen. Ehdottomasti eniten (68 %) kirjoja on laitettu kiertoon tilan puutteen vuoksi. Kysymykseen sai antaa useammankin vastauksen, joten prosenttiosuudet menevät sen vuoksi osittain päällekkäin. Kuvioista 11 huomaamme heti merkittäviä havain- toja. Kirjoista saatu raha tai vastine ei ole vastausten perusteella ihmisille olennainen asia, sillä pystymme siitä päättämään, että maksamalla kirjoista enemmän, ei niiden hankki- mista voida merkittävästi lisätä. Myös ”halusin luoda iloa muille”- on korostunut vastaus- vaihtoehto. Tämä ohjaa toimeksiantajan palvelutarjontaa sekä viestintää tiettyyn suuntaan. Esimerkiksi kirjojen päätyminen ilmaisen kirjan päivään helpottaa hankintatyötä, koulu- ja yhdistysyhteistyö voi toimia hyvin, kunhan koulu tai yhdistys hyötyy siitä samalla, myös markkinoinnissa voidaan korostaa toimeksiantajalta lukukäyttöön päätyvien kirjojen osuutta enemmän.



Kuvio 11 Mikä sai sinut luopumaan kirjoistasi?

Seuraava kysymys oli tutkimuksen kannalta yksi olennaisimmista: ”Mitä kautta olet enimmäkseen laittanut kirjoja eteenpäin?”, vastausvaihtoehdoiksi laitoin antikvariaatit, kierrätyskeskukset, kirpputorit sekä joitakin eri jätteen kierrätystapoja, kuten paperinkeräys, energiajäte ja sekajäte. Myös tässä kysymyksessä vapaan vastausmahdollisuuden sisällyttäminen oli olennaista, jotta toimeksiantajayritys saisi hyvän kuvan siitä, mihin ihmiset kierrättävät käytetyt kirjansa. Kuten kuviosta 12 käy ilmi, suurin osa vastaajista on vastannut ”muu lahjoitus”. Huomionarvoista tässä tilastossa on myös se, että toimeksiantajayritykselle kirjojaan lahjoittanut 7,3 % vastaajista. Merkittävä osa kirjoista viedään vastausten perusteella kirpputoreille, kirjat kuitenkin liikkuvat siellä melko huonosti, eli paljon kirjaa jää todennäköisesti myymättä. Toimeksiantajayritys voisi merkittävästi hyötyä kirpputorien kanssa tehdystä yhteistyöstä. Paljon käytetään myös kierrätyskeskuksia, alueellisilla kierrätyskeskuksilla sisään tulevat kirjamäärät ovat todella suuria, ja paljon luku- sekä myyntikelpoista kirjaa jää uudelleenkäytön ulkopuolelle, tässäkin olisi valtavat yhteistyömahdollisuudet toimeksiantajayrityksen sekä alueellisten kierrätyskeskusten välillä.

Erittäin suuri osa kirjoista päättyy vastausten perusteella myös paperinkeräykseen ja muuksi jätteeksi. Yhteistyötä jätehuollon kanssa tulee lisätä, esimerkiksi lisäämällä jätehuoltoyhtiöiden kotisivuille tietoa Finlandia Kirjan kotinouto-palvelusta sekä muista kirjojen materiaali-kierrätykseen liittyvistä vaihtoehdoista, jotta saataisiin kirjat pidettyä mahdollisimman pitkään lukukäytössä.



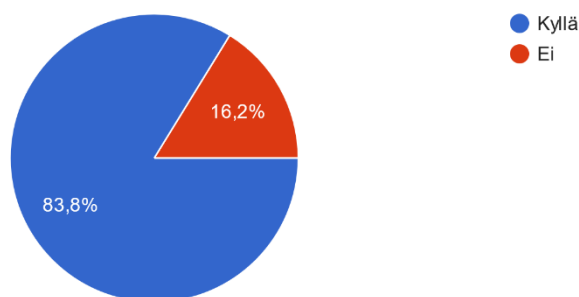
Kuvio 12 Mitä kautta olet enimmäkseen laittanut kirjoja eteenpäin?

Viimeisimpinä taustatietokysymyksinä kysyin, aikovatko vastaajat luopua kirjoistaan seuraavan viiden vuoden sisään ja jos aikovat, niin kuinka suuresta määrästä. Mikäli tähän kysymykseen vastasi ”kyllä”, vastaus laukaisi jatkokysymykset, joissa kysyttiin, millaisista

määristä ja mitä reittejä pitkin ihmiset aikovat kirjoistaan luopua. Näillä kysymyksillä saadaan hyvin kartoitettua alan tulevaisuudennäkymiä ja tarvetta erilaisille kirjojen kiertotalouden edistämiskäytännöille. 83,8 prosenttia kaikista vastaajista ovat aikeissa luopua kirjoistaan tulevien viiden vuoden aikana, joten selkeästi erilaisille kiertotalouspalveluille tulee olemaan kysyntää. Määrät vaihtelevat asiakaskohtaisesti, suurin osa vastaajista aikoo luopua yksittäisistä tai korkeintaan kymmenistä kirjoista. Yhteensä 14,2 % on aikeissa luopua yli sadasta, parhaimmillaan jopa yli viidestäsadasta kirjasta. Kuvioista 13 ja 14 käy ilmi, miten vastaajat ovat kumpaankin kysymykseen vastanneet.

Aiotko luopua joistakin kirjoistasi seuraavan 5 vuoden sisään?

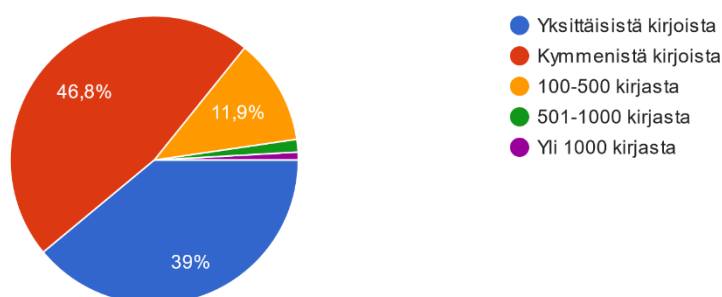
2 269 vastausta



Kuvio 13 Aiotko luopua joistakin kirjoistasi seuraavan 5 vuoden sisään?

Kuinka suuresta määrästä olet aikeissa luopua seuraavan 5 vuoden sisään?

1 901 vastausta



Kuvio 14 Kuinka suuresta määrästä olet aikeissa luopua seuraavan 5 vuoden sisään?

5.4 Suhtautuminen kierrätysmahdollisuuksiin

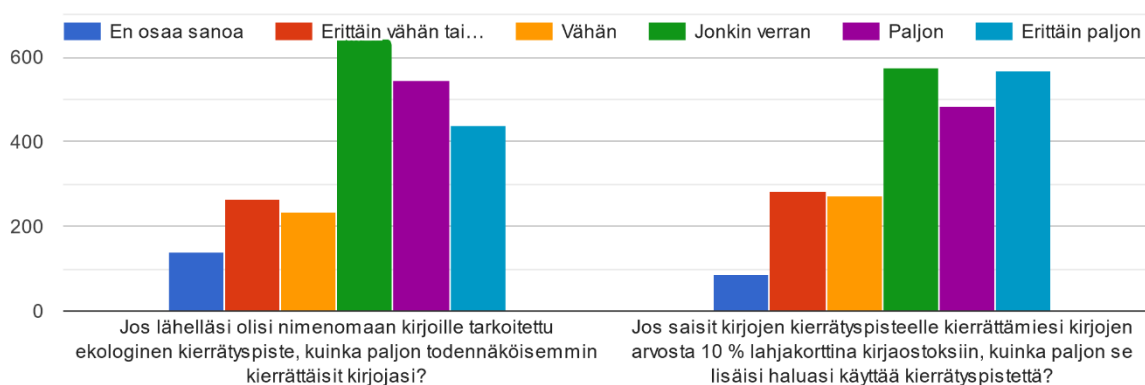
Tässä osiossa haluttiin selvittää, miten eri muuttujat vaikuttavat vastaajien suhtautumiseen kierrättää kirjojaan eri tavoin. Näiden kysymyksien avulla pyrittiin ensisijaisesti selvittämään, kannattaisiko Finlandia Kirjan kehittämiä toimintamalleja, kuten Kirjan Kiertorata-

hanketta laajentaa. Ensimmäiseksi kysyin, kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat vastaajien kiinnostukseen kierrättää kirjoja:

- Jos lähelläsi olisi nimenomaan kirjoille tarkoitettu ekologinen kierrätyspiste, kuinka paljon todennäköisemmin kierrättäisit kirjojasi?
- Jos saisit kirjojen kierrätyspisteelle kierrättämiesi kirjojen arvosta 10 % lahjakorttina kirjaostokseen, kuinka paljon se lisäisi haluasi käyttää kierrätyspistettä?

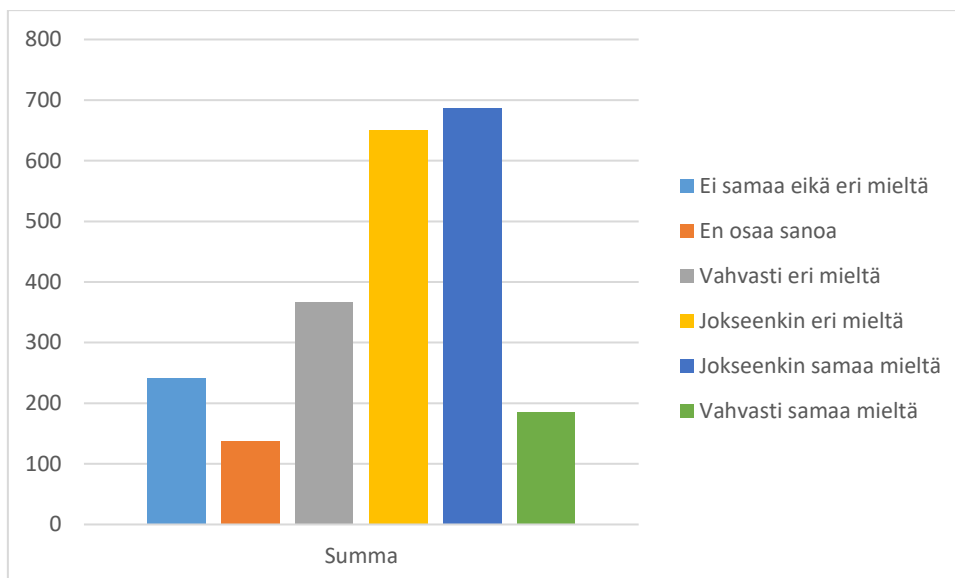
Vastauksista voidaan todeta, että mikäli kirjoille tarkoitettuja ekologisia kierrätyspisteitä olisi tarjolla enemmän, ihmiset kierrättäisivät kirjansa todennäköisemmin. Myös kirjoista saatava korvaus on vastausten perusteella merkittävä tekijä, ja kuviossa 15 esitetyistä vastauksista voidaankin tehdä johtopäätös, että valtaosa vastaajista käyttäisi kierrätyspistettä enemmän, mikäli kierrättämisestä olisi luvassa korvaus.

Kysymme seuraavaksi, kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat kiinnostukseesi kierrättää kirjoja



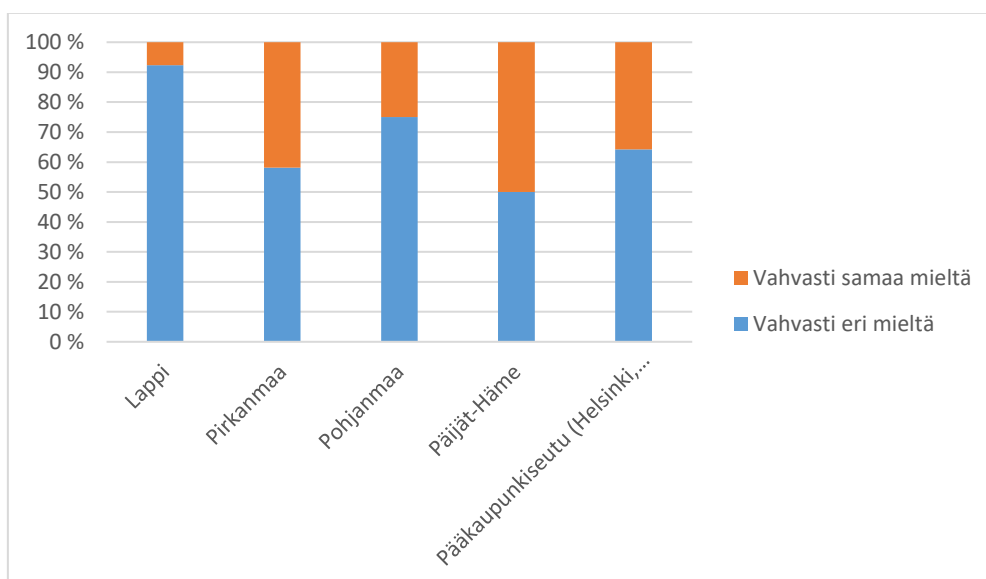
Kuvio 15

Kysyttiin myös, löytyykö kirjojen kierrättämiseen riittävästi mielekkäitä kanavia. Tämä on myös merkittävä kysymys, sillä se ilmaisee suoraan tarpeen mielekkäiden kanavien lisäämiselle, mikäli sellaista ilmenee. Vastaukset tähän kysymykseen jakoutuivat melko tasaisesti, lähes sama määrä vastaajia oli jokseenkin samaa ja jokseenkin eri mieltä. Ääripäät kuitenkin korostuivat tämän kysymyksen kohdalla, ja vahvasti eri mieltä olevia vastaajia löytyykin huomattavasti enemmän, kuin vahvasti samaa mieltä olevia vastaajia.



Kuvio 16 Kirjoista luopumiseen on riittävästi mielekkäitä kanavia?

Mielekkäiden kanavien löytymiseen liittyvää kysymystä on syytä avata myös hieman tarkemmin, esimerkiksi maakunnittain voi löytyä suuriakin eroja vastausten välillä. Vertasin ristiintaulukoinnin avulla ääriavastausten eroja pääkaupunkiseudun sekä Pohjanmaan välillä ja huomaammekin heti selkeän eron, pääkaupunkiseudulta olevat vastaajat kokevat löytävänsä enemmän mielekkäitä kanavia kirjojensa kierrättämiseen, kuin pohjanmaalaiset. Pääkaupunkiseudun ja Lapin välillä erot korostuvat vieläkin enemmän, kun taas Pirkanmaan ja pääkaupunkiseudun kohdalla ero on melko vähäinen. Päijät-Hämäläisistä taas puolet kokevat löytävänsä kirjoista luopumiseen mielekkäitä kanavia, johon esimerkiksi toimeksiantajayrityksen sijainti Päijät-Hämeessä saattaa vaikuttaa.



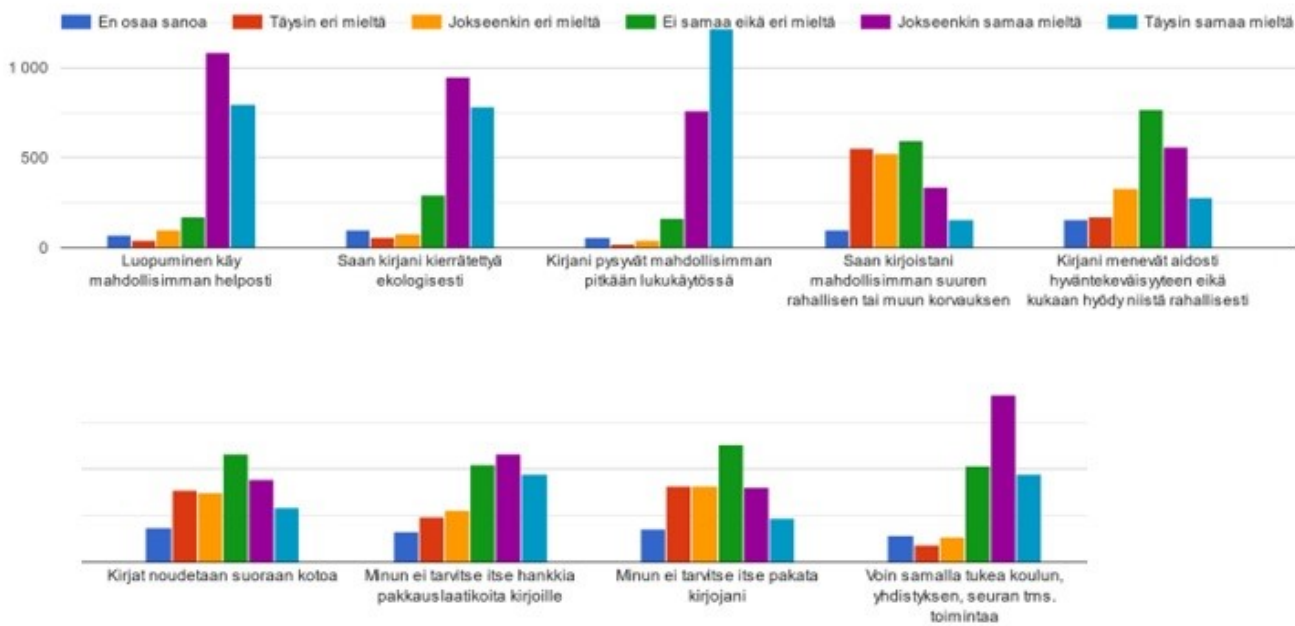
Kuvio 7 Mielekkäät luopumismahdollisuudet maakunnittain

Edelleen tarkemmin tiedusteltiin, mitkä asiat ovat vastaajille tärkeitä, kun he kirjoistaan luopuvat. Kysymys sisälsi seuraavat kohdat:

- Luopuminen käy mahdollisimman helposti
- Saan kirjani kierrätettyä ekologisesti
- Kirjani pysyvät mahdollisimman pitkään lukukäytössä
- Saan kirjoistani mahdollisimman suuren rahallisen tai muun korvauksen
- Kirjani menevät aidosti hyväntekeväisyyteen eikä kukaan hyödy niistä rahallisesti
- Kirjat noudetaan suoraan kotoa
- Minun ei tarvitse itse hankkia pakkauslaatikoita kirjoille
- Minun ei tarvitse itse pakata kirjojani
- Voin samalla tukea koulun, yhdistyksen, seuran tms. toimintaa

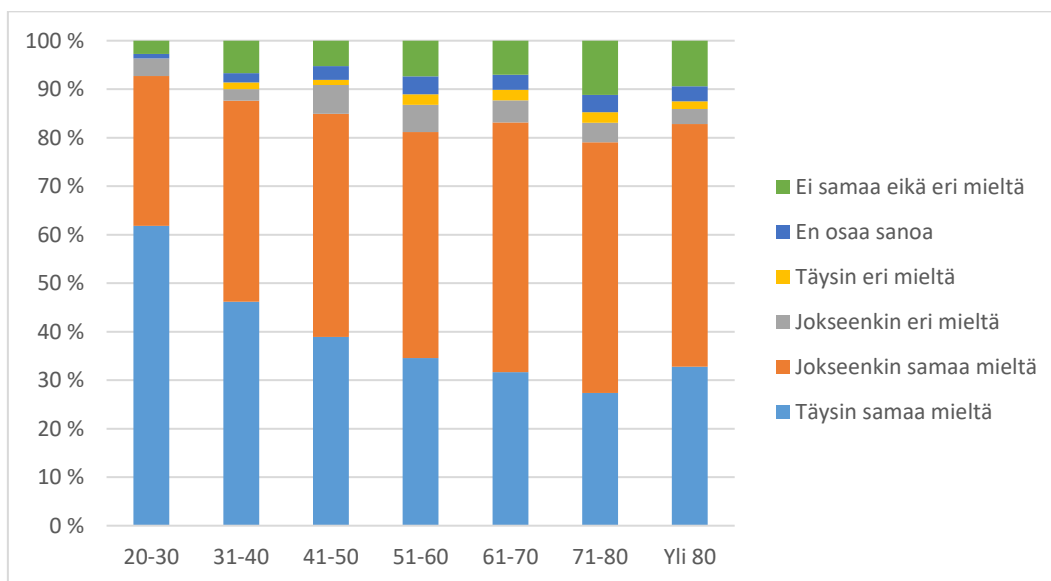
Vastauksista saadaan monia mielenkiintoisia löydöksiä. Huomataan, että kierrätysvaiheessa ekologisuus on vastaajille tärkeämpää, kuin ostovaiheessa. Kirjan säilyminen lukukäytössä on huomattavasti korostunut tärkeänä asiana vastauksissa, kirjan uudelleenkäytöllä on siis iso merkitys ja tätä aspektia tulee toimeksiantajayrityksen markkinoinnissa lisätä. Vastaajat myös tuntuvat kaihtavan sitä, että joku saa heidän kirjoistaan rahallista hyötyä, joka luo vaikean kilpailutilanteen voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden kanssa. Toimeksiantajayrityksen tuleekin siis korostaa entisestään taloudellista vastuuta sekä yhteiskuntavastuuta ja tuoda esiin esimerkiksi pitkäaikaiset työllistämismahdollisuudet. Tässä kohdassa toimeksiantajan eduksi ovat Finlandia Kirjan voittoa tavoittelemattomat toiminnot, kuten ilmaisen kirjan päivä sekä negatiivisella katteella myytävä osa valikoimasta, jolla tavoitellaan kirjan lukukäytössä pysymistä sekä kulttuurin säilyttämistä. Myös yrityksen toimittamia pakkauslaatikoita arvostetaan enemmän, kuin on ajateltu.

Myös yhteistyötä koulujen ja yhdistysten kanssa arvostetaan korkealle, ja tätä yhteistyötä tulee entisestään lisätä.



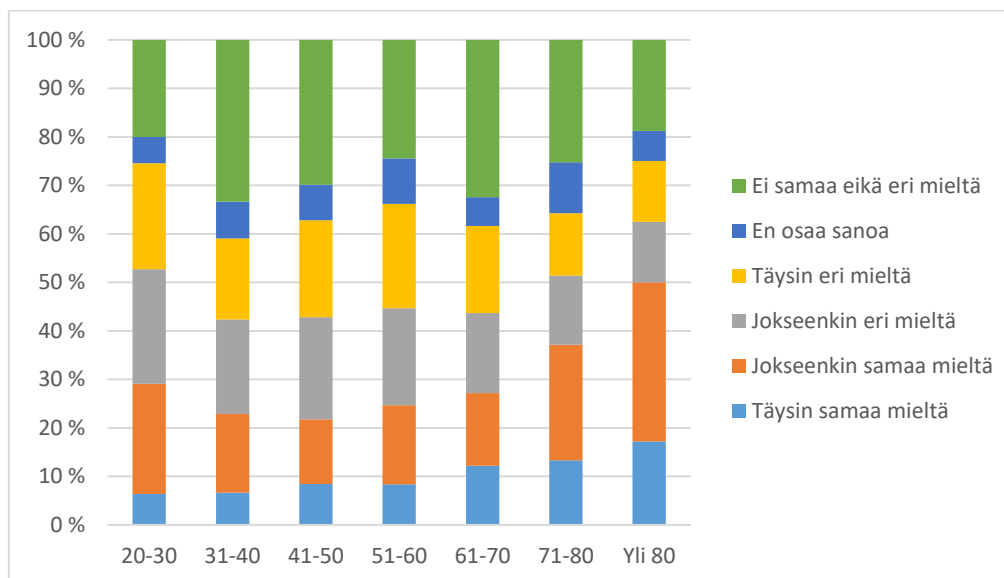
Kuvio 18 Luopuessani kirjoistani minulle on tärkeää että

Ristiintaulukoinnin avulla saamme jälleen tarkempaa tietoa eri aihealueista ja tärkeä tieto onkin, miten vastaajien ikä tai asuinpaikka vaikuttaa eri asioihin. Ensinnäkin lähdettiin tutkimaan, vaikuttaako vastaajan ikä kirjojen kotoa noutamisen tarpeeseen. Tuloksia tarkastelemalla huomasi, mitä korkeammaksi vastaajan ikä nousee, sitä tärkeämpää heille olisi, että kirjat noudettaisiin kotoa.



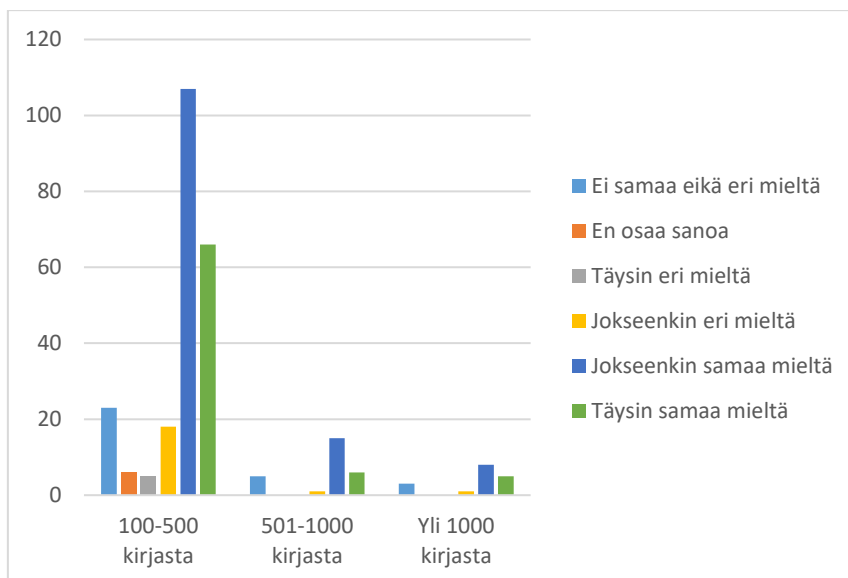
Kuvio 19 Eri ikäisten tarve kotinoudolle

Koska huomaamme, että iäkkäämpi väestö kokee kotinoudon tarpeellisemmaksi, selvitettiin myös suhtautumisen pakkauspalvelun tarpeeseen, eli siihen että asiakkaan ei itse tarvitse pakata kirjojaan. Myös tämän kysymyksen kohdalla suuremmat ikäluokat kokevat tärkeämmäksi sen, että heidän ei tarvitse itse pakata kirjojaan. Näistä päätelmistä toimeksiantajayritys hyötyy myös kohdentaessaan markkinointia ja palveluitaan eri ikäryhmille.

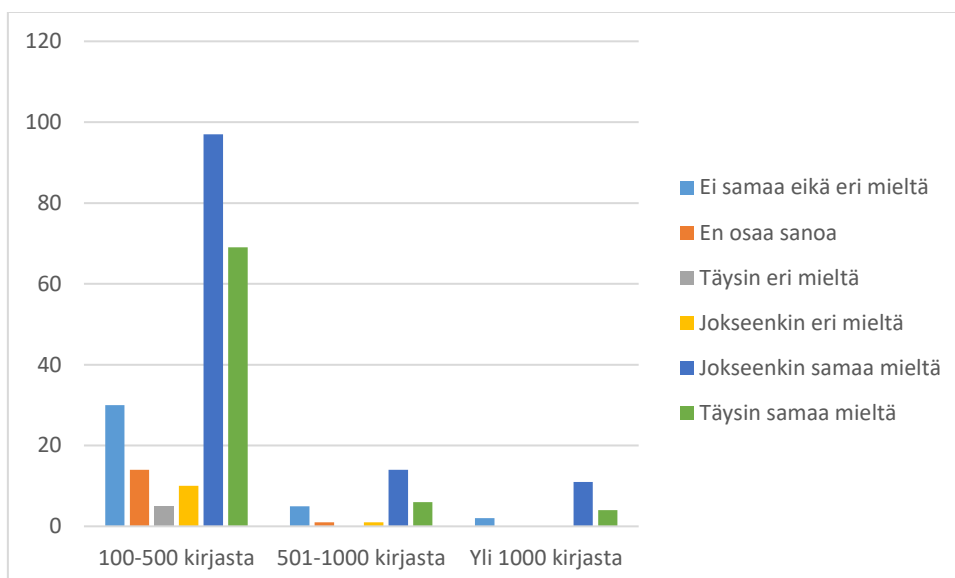


Kuvio 20 Eri ikäisten tarve kirjojen pakkauspalvelulle

Tutkimuksen lopputuloksen ja tulevaisuuden näkymien selvityksen kannalta on myös tärkeää, että perehdytään tarkemmin siihen, minkälaisia mielipiteitä on niillä vastaajilla, jotka aikovat luopua kirjoistaan seuraavan viiden vuoden aikana. Erityisen tärkeäksi liiketoiminnan kannalta katsoimme toimeksiantajayrityksen kanssa selvittää, miten tärkeinä yli 100 kirjasta luopumassa olevat henkilöt kokevat eri vaihtoehdot. Ensimmäiseksi selvitettiin, kuinka paljon yli 100 kirjasta luopumassa olevat arvostavat luopumisen helppoutta. Kuten kuvio 21 käy ilmi, valtaosa vastaajista arvostaa vahvasti helppoa luopumista. Lisäkysymyksenä tähän selvitettiin vielä, arvostavatko samat henkilöt sitä, että kirjat kierrätetään ekologisesti, myös tässä kohdassa vastaukset olivat selkeästi ekologisen kierrätyksen puolella, kuten kuvio 22 osoittaa.

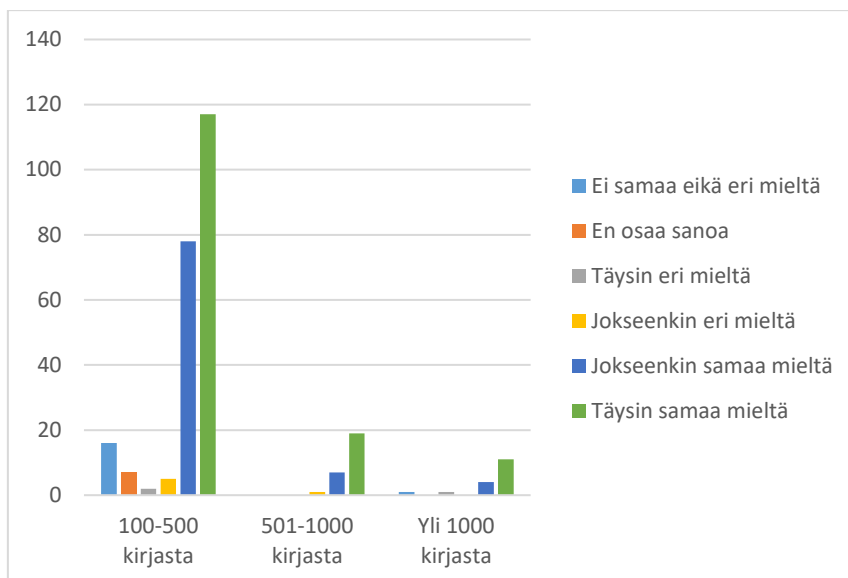


Kuvio 8 Luopuminen käy mahdollisimman helposti?

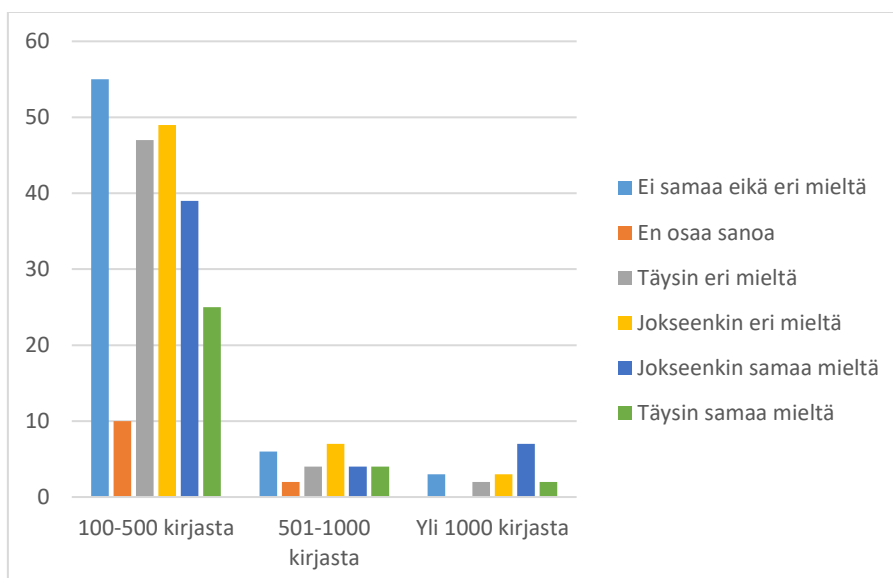


Kuvio 22 Saan kirjani kierrätettyä ekologisesti.

Jotta saataisiin vielä tarkemman kuvan siitä, miten kirjojen uusiokäyttöön tarkoitettuja palveluja tulisi kehittää ja kohdentaa, selvitettiin lisäksi miten tärkeää kirjojen lukukäytössä pysyminen ja mahdollinen rahallinen korvaus vaikuttavat luopumisaikaisiin vastaajiin. Valtaosa vastaajista haluaa, että heidän kirjansa pysyvät mahdollisimman pitkään lukukäytössä (Kuvio 23), Rahallisen korvauksen kohdalla vastaukset jakautuvat tasaisemmin, mutta eri mieltä olevia vastaajia on kuitenkin enemmän (Kuvio 24).



Kuvio 23 Kirjani pysyvät mahdollisimman pitkään lukukäytössä



Kuvio 9 Saan kirjoistani mahdollisimman suuren rahallisen korvauksen

Näistä vertailutuloksista voidaankin vetää johtopäätös, että vastaajille on tärkeää helppo luopuminen ja ekologisuus sekä kirjojen pysyminen lukukäytössä. Rahallisen korvauksen merkitys ei korostu huomattavasti. Toimeksiantajayritys voikin näiden johtopäätösten avulla kehittää lähitulevaisuuden toimintaansa siten, että tehdään kirjoista luopuminen asiakkaille mahdollisimman helpoksi ja lisätään ekologisuutta sekä kirjan käyttöikä. Kirjoista tullaan toki tapauskohtaisesti edelleen maksamaan kuten ennenkin, mutta vastausten pohjalta erityoten uusien kierrätysmahdollisuuksien lisääminen kohdennettuna eri kohderyhmille tulee olemaan tulevaisuudessa erittäin tarpeellista.

5.5 Avoimet vastaukset

Tässä osiossa esitellään avoimista kysymyksistä saatuja tuloksia. Avoimia kysymyksiä oli kolme. Vastaajat saivat näiden kysymysten kohdalla avata valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi omin sanoin miksi, ja mitä kautta he ovat luopuneet kirjoistaan, ja mistä he ovat hakenneet tai aikovat hakea tietoa kirjojen kierrätysmahdollisuuksista.

Ensimmäisessä avoimessa kysymyksessä, vastaajat saivat kertoa, miksi he laittoivat ylimääräiset kirjansa eteenpäin. Valmiiden vastausvaihtoehtojen ohella kirjoista luovutaan usein vastausten perusteella esimerkiksi muuton tai siivoukseen liittyvän tavaramäärän vähennyksen yhteydessä. Kirjojen kotinoutopalvelun tai muiden luopumISRatkaisujen tarjoaminen voi tulla kyseeseen juuri edellä mainittujen tilanteiden yhteydessä, kun kirjoista pitää päästä eroon nopeasti, helposti ja vastuullisesti.

Toinen avoin vastauskohta liittyi kysymykseen ”mitä kautta olet enimmäkseen laittanut kirjoja eteenpäin?”. Valmiiden vaihtoehtojen lisäksi vastauksissa esiintyi paljon voittoa tavoittelemattomia yhdistyksiä sekä internetin kauppapaikkoja. Toimeksiantajayritys voisi siis harkita, kuinka saisimme yhteistyötä kehitettyä eri yhdistysten kanssa. Myös laajentamista entisestään useammille internetin myyntialustoille voisi miettiä.

Kolmas ja viimeinen avoin kysymys koski tiedonhankintaa. Kysyimme, mitä kautta vastaajat hakevat tai aikovat hakea tietoa kirjojen kiertotalouteen liittyen. Huomion arvoiseksi nousi, että valmiiksi annettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi, vastaajat hakevat tietoa muilta käytettyä tavaraa myyville tahoilta, kuten esimerkiksi kirpputoreilta. Kiertotalousratkaisuiden mainontaa voidaankin näiden vastausten perusteella kohdentaa näkyville muihin kiertotalousalan yrityksiin.

5.6 EdistämISRatkaisut

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää kirjojen kiertotalouden edistämISRatkaisuja asiakaskyselyyn perustuen, ja tässä osiossa avataan tarkemmin muutamia johtopäätöksiä, joita vastauksista voidaan tehdä.

Tulokset tukevat vahvasti sitä, että kiinnostusta ekologisille kirjojen kierrätyspisteille löytyy, kunhan ne ovat helposti saavutettavissa. Finlandia Kirjan jo olemassa olevia hankkeita kannattaa siis laajentaa ja lisätä esimerkiksi Kirjan Kiertorata laatikoita yhä useammille paikkakunnille. Mitä kauemmas pääkaupunkiseudusta mennään, sen hankalampana vastaajat kokevat kirjojen vastuullisten kierrätysmahdollisuuksien löytämisen, eritoten näille seuduille palveluiden tarjoaminen nouseekin siis ensiarvoisen tärkeäksi. Kirjojen ekologinen ja vastuullinen kierrättäminen on suurimmalle osalle vastaajajoukosta tärkeää, ja tätä

toimeksiantajayritys tulee kehittämään myös tulevaisuudessa. Myös materiaalien uusiokäyttömahdollisuuksia tutkitaan jatkuvasti ja kirjat pyritään ensisijaisesti pitämään luku-käytössä mahdollisimman pitkään ja kierrättämään ne kokonaisuudessaan mahdollisimman tehokkaasti elinkaaren lopussa.

Kirjoista saatu rahallinen vastine ei ollut vastaajille suurin motivaattori, mutta kiinnostusta esimerkiksi lahjoitettujen kirjojen arvosta saatavaan 10 % lahjakorttiin taas löytyy. Tätä ajatusta voidaan myös hyödyntää kiertotalousratkaisujen markkinoinnissa. Erityisesti vanhempi väestö arvostaa myös kirjojen noutamista kotoa ja jopa mahdollista pakkauspalvelua, tähän voidaan kehittää erilaisia tarjouskampanjoita, joihin sisältyvät molemmat palvelut.

Vastaajat kokivat tärkeänä myös sen, että heidän lahjoituksistaan hyötyisivät myös koulut, yhdistykset sekä muut vastaavat tahot. Voittoa tavoittelevien hankkeiden lisäksi onkin syytä entisestään vielä lisätä yhteistyötä juuri koulujen ja eri yhteisöjen kanssa.

Huomionarvoista on myös, että vastaajajoukko muodostui suurelta osin suuremmista ikäluokista. Tämä vaikuttaa omalta osalta osaltaan siihen, kuinka markkinointia ja erilaisia ratkaisumalleja tulee kohdentaa ja suunnitella. Tulee myös miettiä, miten saataisiin tavoitettua nuorempaa asiakaskuntaa. On selvää, että digitaalisten viihdykkeiden yleistyessä kirjojen lukeminen on jäänyt marginaaliin, mutta nuorisoa voitaisiin aktivoida kiertotalous- ja ympäristönäkökulmiin vetoamalla sekä mahdollisesti myös digitaalisten ratkaisujen innovatiivisella käytöllä.

6 Yhteenveto

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää asiakkaiden mielipiteitä olemassa olevista kirjojen kiertotalousratkaisuksista ja siitä, miten niitä voitaisiin kehittää. Pyrkimyksenä oli myös kartoittaa tulevaisuuden näkymää siitä, missä määrin ihmiset ovat luopumassa käytetyistä kirjoistaan. Vastausten perusteella pohdin, minkälaisia palveluita toimeksiantajayritys Finlandia Kirja voisi kehittää vastatakseen asiakkaiden tarpeeseen. Tutkimus oli määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus ja se toteutettiin verkkokyselynä Google Forms- kyselyhallintaohjelmaa käyttäen.

Tutkimusta varten laadittu kiertotalouskysely lähetettiin kaikille Finlandia Kirja Oy:n uutiskirjeen tilaajille, eli noin 90 000 asiakkaalle. Vastauksia kyselyyn saatiin 2269, eli noin 2,5 %. Motivaationa vastaamiseen, vastaajien kesken arvottiin kolme 100 euron arvoista lahjakorttia www.finlandiakirja.fi -verkkokauppaan.

Kyselyyn sisältyi 16 strukturoitua kysymystä, joista kolmeen sai halutessaan antaa myös avoimen vastauksen. Kartoitin ensin vastaajien taustatiedot, jonka jälkeen kysyin tarkentavia kysymyksiä liittyen kirjojen kierrätysmahdollisuuksiin ja ratkaisuihin. Vastauksista voitiin päätellä, että kirjojen vastuullisia kierrätysmahdollisuuksia olisi syytä lisätä, asiakkaat arvostavat kirjojen pysymistä mahdollisimman pitkään lukukäytössä, kirjoista luopumisen tulisi olla mahdollisimman helppoa ja ne tulisi elinkaarensa päässä lopulta kierrättää mahdollisimman vastuullisesti.

Edistämiskäytökäsit kohdassa nostettiin esiin kohtia, mitkä kaipaavat kehittämistä ja joihin toimeksiantajayritys voisi konkreettisesti tarttua. Mikäli näitä ehdotuksia tullaan laittamaan käytäntöön, koen että toimeksiantajayrityksen asiakastyytyväisyys sekä asiakkaiden kierrätystottumukset tulevat muuttuvaan positiivisempaan suuntaan. Finlandia Kirjan tarjotessa omia ratkaisujaan asiakkaiden toiveisiin vastaamiseksi, hyötyy yritys tästä myös taloudellisesti.

Jatkotutkimus

Tuloksia analysoidessa vastaan tuli ristiriita, joka voisi olla mahdollinen jatkotutkimuksen aihe. Suuri osa asiakkaista vastasi, että kirjoista saadulla vastineella ei ole suurta merkitystä kirjoista luopumisen yhteydessä. Toisessa vaiheessa kuitenkin kirjojen arvosta saatava 10 % lahjakortti kiinnosti huomattavasti. Erittäin mielenkiintoinen selvittämisen aihe olisikin, milloin ja missä tilanteissa kirjoista saatavalla korvauksella tai vastineella on merkitystä, ja milloin ei. Mikäli tämän tutkimuksen perusteella tullaan tekemään muutoksia, kyselyn voi tulevaisuudessa myös suorittaa uudestaan, jotta nähtäisiin, ovatko muutokset vaikuttaneet ihmisten asenteisiin.

Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimustuloksia ja niiden luotettavuutta arvioitaessa, puhutaan validiteetista ja reliabiliteetista. Validiteetilla tarkoitetaan oikeiden asioiden tutkimista, oikeellisten tutkimustulosten saavuttamiseksi. Reliabiliteetilla taas tarkoitetaan tulosten pysyvyyttä, eli sitä että eri tutkimuskerroilla saman tutkimuksen tulisi tuottaa samat tulokset. (Kananen 2011, 118–119.)

Tutkimuksen validius tulee varmistaa etukäteen kyselyn huolellisella suunnittelulla, kyselytutkimus tulee siis suunnitella vastaamaan tutkimuskysymykseen ja mittaamaan tutkimuksen kannalta oleellisia asioita. (Heikkilä 2008, 30)

Tämän opinnäytetyön validiteetti onnistui mielestäni hyvin, sillä kysymykset ja niiden vastaaminen tutkimuskysymykseen suunniteltiin etukäteen hyvin toimeksiantajayrityksen edustajan kanssa. Ennalta määriteltyjen vastausvaihtoehtojen lisäksi myös avoimet vastaukset vastasivat annettuihin kysymyksiin hyvin, antaen uusia kehitysehdotuksia. Tutkimukseni reliabiliteetista ei vielä pysty sanomaan paljoa, koska sitä varten tutkimus tulisi toistaa. Mikäli tässä opinnäytetyössä pohdittuja kehitysehdotuksia tullaan ottamaan käyttöön, kyselyn toistaminen näiden muutosten jälkeen voisi olla aiheellista, tällöin myös vastaustulosten kehitettyjen osa-alueiden osalta tulisi olla parempia. Kyselyä toistettaessa on syytä huomioida myös, että vastaajajoukko tulee ainakin osittain olemaan eri, kuin alkuperäisen kyselyn kohdalla.

Lähteet

Ahtola, H. 2020. Palvelumuotoiluprosessi ja sen vaiheet. Viitattu 11.4.2023. Saatavissa: <https://www.artter.fi/palvelumuotoiluprosessi-ja-sen-vaiheet/>

Circwaste. 2021. Kiertotaloushankintojen käsikirja. Viitattu 9.4.2023. Saatavissa: https://is-suu.com/suomenymparistokeskus/docs/circwaste_kiertotaloushankintojen_k_sikirja_18.5

DesignCouncil. 2019. Framework for Innovation: Design Council's Evolved Double Diamond. Viitattu 11.4.2023. Saatavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/>

Euroopan Parlamentti. 2023. Mitä kiertotalous on ja miksi sillä on merkitystä? Viitattu 12.4.2023. Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/economy/20151201STO05603/mita-kiertotalous-on-ja-miksi-silla-on-merkitysta>

Finlandia Kirja Oy. 2021. Tietoa Finlandia Kirjasta. Viitattu 19.3.2023. Saatavissa: <https://www.finlandiakirja.fi/fi/tietoja-finlandia-kirjasta-henkilosto-rekrytointi>

Haverila, M. & Kouri, I. & Miettinen, A. & Uusi-Rauva, E. 2009. Teollisuustalous. Hämeen Kirjapaino Oy. Tampere. Viitattu 9.4.2023.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy. Viitattu 28.4.2023.

Jaakkola, E. 2019. Mitä palvelumuotoilu on? Turun yliopisto. Viitattu 19.3.2023 Saatavissa: https://www.youtube.com/watch?v=qh_TS_oyQvM

Joutsenvirta, M. & Wilska, T. 2011. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Gaudeamus Helsinki University Press. Viitattu 25.4.2023

Kananen, J. 2008. Kvantti – Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Viitattu 12.4.2023

Kananen, J. 2011. Kvantti – Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 12.4.2023.

Karttunen, M. Sitra. 2020. Kuusi faktaa kiertotaloudesta. Viitattu 2.3.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/kuusi-faktaa-kiertotaloudesta/>

K, Emilia. 2021. Yrityksiltä odotetaan nykyään kokonaisvaltaista vastuullisuutta. Viitattu 25.4.2023. Saatavissa: <https://lehti.seamk.fi/yritysjyys-ja-kasvu/yrityksilta-odotetaan-nykyaan-kokonaisvaltaista-vastuullisuutta>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 2019. Kestävä kulutus on yhteispeliä - kuluttajien on voitava luottaa yritysten ympäristövaihteisiin. Viitattu 29.4.2023 Saatavissa: <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/Tiedotteet/2019/kestava-kulutus-on-yhteispelia--kuluttajien-on-voitava-luottaa-yritysten-ymparistovaihteisiin>

- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent. Viitattu 9.4.2023.
- Kreapal. (n.d.). Palvelumuotoilu. Opas palvelumuotoiluun. Viitattu 19.3.2023. Saatavissa: <https://www.kreapal.fi/wp-content/uploads/Palvelumuotoilu-opas.pdf>
- Koskinen, A., Lankinen, M., Sakki J., Kivistö, T., Vepsäläinen, A. 1995. Viitattu 25.4.2023. Ostotoiminta yrityksen kehittämisessä. Porvoo: WSOY:n graafiset laitokset.
- Lakeuden Etappi. Jätehuolto osana arjen kiertotaloutta. Viitattu 25.4.2023. Saatavissa: <https://www.etappi.com/jateneuvonta/jatehierarkia-ohjaa-toimintaa/>
- Logistiikan maailma. Hankintastrategiat ja ostoportfolio. Viitattu 25.4.2023. Saatavissa: <https://www.logistiikanmaailma.fi/osto-ja-myynti/hankintatoimi-ja-ostotoiminta/hankintastrategiat-ja-ostoportfolio/>
- Maula, Hanna & Maula, Jesse. 2019. Design ja johtaminen. Alma Talent, Helsinki. Viitattu 19.3.2023.
- Nieminen, S. 2016. Hyvä hankinta – parempi bisnes. Helsinki. Alma Talent Oy. Viitattu 11.4.2023.
- Palvelumuotoilu Palo. 2008. Palvelumuotoilun prosessin vaiheet. Viitattu 12.4.2023. Saatavissa: <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-prosessin-vaiheet/>
- Sakki, J. 2009. Tilaus-toimitusketjun hallinta. (Digitalisoitumisen haasteet). Jouni Sakki Oy. Vantaa. Viitattu 9.4.2023
- Sitra. 2014. Sitran selvityksiä 84- Kiertotalouden mahdollisuudet Suomelle. Sitra. Viitattu 9.4.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/app/uploads/2017/02/Selvityksia84.pdf>
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 19.3.2023
- Uusiouutiset. 2020. Kiertotalous näkyy yhä useamman suomalaisen arjessa. Viitattu 2.3.2023. Saatavissa: <https://www.uusiouutiset.fi/kiertotalous-nakyy-yha-useamman-suomalaisen-arjessa/>
- VTT. 2010. Kirjan Hiilijalanjälki. Viitattu 2.3.2023. Saatavissa: https://projectsites.vtt.fi/sites/leader/www.vtt.fi/sites/leader/en/kirjan_hiilijalanjalki_2010.pdf
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa - Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi. Viitattu 2.3.2023
- Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas?. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy. Viitattu 12.4.2023.

Liitteet

Liite 1: Kirjojen kiertotalouskysely Case: Finlandia Kirja

Ikä:

- Alle 20
- 20–30
- 31–40
- 41–50
- 51–60
- 61–70
- 71–80
- Yli 80
- En halua vastata

Sukupuoli

- Mies
- Nainen
- Muu
- En halua vastata

Maakunta

- Pääkaupunkiseutu (Helsinki, Vantaa, Espoo, Kauniainen)
- Muu Uusimaa (ei pääkaupunkiseutu)
- Ahvenanmaa
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu

- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Pirkanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Varsinais-Suomi
- En halua vastata

Kuinka monta fyysistä kirjaa arvioit ostavasi vuodessa?

- Lyhyt vastausteksti

Kuinka paljon kirjakaupan/myyjän ympäristöystävällisyys vaikuttaa ostopäätökseesi?

- En osaa sanoa
- Erittäin vähän
- Vähän
- Jonkin verran
- Paljon
- Erittäin paljon

Missä suhteessa ostat kirjasi käytettynä ja uutena?

- Aina tai lähes aina käytettynä

- Enimmäkseen käytettynä
- Yhtä lailla käytettynä kuin uutenakin
- Enimmäkseen uutena
- Aina tai lähes aina uutena

Oletko luopunut joistain kirjoistasi viimeisen 5 vuoden sisään?

- Kyllä
- Ei

Mikä sai sinut luopumaan kirjoistasi? (voit valita useita)

- Tilan puute
- Kirjoja ei tullut/tule enää luettua
- Halusin saada niistä rahaa tai muuta vastinetta
- Kirjat olivat alun perinkin ylimääräisiä, koska en itse hankkinut niitä (esim. perintönä)
- Halusin luoda iloa muille laittamalla kirjat eteenpäin
- Muu, mikä?

Mitä kautta olet enimmäkseen laittanut kirjoja eteenpäin? (voit valita useita)

- Sekajäte
- Energijäte
- Paperinkeräys
- Antikvariaatti Finlandia Kirja (kotinouto, Kirjan Kiertorata-keräyslaatikko tai paikan päälle tuominen)
- Muu antikvariaatti (myyminen tai lahjoitus)
- Kirpputori (myyminen tai lahjoitus)
- Kierrätyskeskus
- Muu lahjoitus (kirjastot, yhdistykset, ystävät yms.)
- Omatoinen myynti verkossa
- Muu, mikä?

Aiotko luopua joistakin kirjoistasi seuraavan 5 vuoden sisään?

- Kyllä
- Ei

Kuinka suuresta määrästä olet aikeissa luopua seuraavan 5 vuoden sisään?

- Yksittäisistä kirjoista
- Kymmenistä kirjoista
- 100-500 kirjasta
- 501-100 kirjasta
- Yli 1000 kirjasta

Kysymme seuraavaksi, kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat kiinnostukseesi kierrättää kirjoja:

-Jos lähelläsi olisi nimenomaan kirjoille tarkoitettu ekologinen kierrätyspiste, kuinka paljon todennäköisemmin kierrättäisit kirjojasi?

-Jos saisit kirjojen kierrätyspisteelle kierrättämiesi kirjojen arvosta 10% lahjakorttina kirjaostokseen, kuinka paljon todennäköisemmin se lisäisi haluasi käyttää kierrätyspistettä?

- En osaa sanoa
- Erittäin vähän tai en lainkaan
- Vähän
- Jonkin verran
- Paljon
- Erittäin paljon

Missä määrin olet samaa tai eri mieltä seuraavista väittämistä, jotka liittyvät kirjoista luopumiseen:

-Kirjoista luopumiseen löytyy riittävästi mielekkäitä kanavia

- En osaa sanoa
- Vahvasti eri mieltä
- Jokseenkin eri mieltä

- Ei samaa eikä eri mieltä
- Jokseenkin samaa mieltä
- Vahvasti samaa mieltä

Luopuessani kirjoistani minulle on tärkeää että:

1. Luopuminen käy mahdollisimman helposti
2. Saan kirjani kierrätettyä ekologisesti
3. Kirjani pysyvät mahdollisimman pitkään lukukäytössä
4. Saan kirjoistani mahdollisimman suuren rahallisen tai muun korvauksen
5. Kirjani menevät aidosti hyväntekeväisyyteen eikä kukaan hyödy niistä rahallisesti
6. Kirjat noudetaan suoraan kotoa
7. Minun ei tarvitse itse hankkia pakkauslaatikoita kirjoille
8. Minun ei tarvitse itse pakata kirjojani
9. Voin samalla tukea koulun, yhdistyksen, seuran tms. toimintaa
 - En osaa sanoa
 - Täysin eri mieltä
 - Jokseenkin eri mieltä
 - Ei samaa eikä eri mieltä
 - Jokseenkin samaa mieltä
 - Täysin samaa mieltä

Mistä olet hakenut tai aiot hakea tietoa erilaisista kirjoista luopumisen vaihtoehtoista?

- Hakukone (esim. Google)
- Kirjasto
- Antikvariaatti
- Ystävät tai sukulaiset
- Lehti-ilmoitukset
- Kierrätyskeskus

- Jätehuolto
- Muu, mikä?