



Vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen

Milla Grönstrand & Erika Koskinen

2023 Laurea



Vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen

Milla Grönstrand & Erika Koskinen

Liiketalous

Opinnäytetyö

Lokakuu 2023

Milla Grönstrand, Erika Koskinen

Vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen

2023

Sivumäärä 40

Opinnäytetyömme tavoitteena oli lisätä vuokrauskulttuurin tietoisuutta. Tarkoituksena oli tutkia syvemmin, miten ihmiset suhtautuvat vuokraukseen. Opinnäytetyömme tarkoituksena oli myös löytää keinoja, joilla vuokrauskulttuuria voidaan tuoda enemmän ihmisten tietoisuuteen.

Vuokrauskulttuuri viittaa kulutuskäyttäytymisen muotoon, jossa yksilöt tai organisaatiot valitsevat vuokraamisen tai lainaamisen omistamisen sijaan. Vuokrauskulttuuri voi ilmetä erilaisissa muodoissa, kuten tavaroiden, palveluiden ja tilojen vuokraamisena tai lainaamisena. Tutkimusmenetelminä käytimme 8-kenttäistä SWOT-analyysia, Instagram-kyselyä sekä teemahaastattelua.

Tutkimusten perusteella saimme selville, että ihmiset ovat kyllä tietoisia vuokrauksesta, mutta suurin osa ei ajattele tuotteiden valmistamisprosessia sen pidemmälle, esimerkiksi kestävän kehityksen kannalta. Ostaminen koetaan edelleen helpommaksi ja siitä syystä se on edelleen suosittuempaa kuin vuokraaminen. Siksi olisikin tärkeää, että vuokrauspalvelut tehtäisiin kuluttajille helpommiksi ja houkuttelevammiksi. Niitä tulisi markkinoida tehokkaammin ja kehittää niiden ympärille esimerkiksi mobiilisovelluksia.

Asiasanat: Kestävä kehitys, kulutuskäyttäytyminen, vuokrauskulttuuri, ympäristötietoisuus

The objective of the thesis was to raise awareness of the rental culture. The purpose was to explore in more depth how people feel about renting. It also aimed to find ways to make people more aware of the rental culture.

Rental culture refers to a form of consumer behavior in which individuals or organizations choose to rent or borrow rather than own. It can take different forms, such as renting or borrowing goods, services, and facilities. An 8-field SWOT analysis was used together with thematic interviews and an Instagram survey as research methods.

Based on the research, it was discovered that people are aware of renting, but most of them do not think beyond the process of making the products, for example in terms of sustainability. Buying is still perceived easier than renting and for this reason it is still more popular than renting. It would therefore be important to make rental services easier and more attractive for consumers. They should be marketed more effectively and developed, for example, through mobile applications.

Keywords: Consumer behavior, environmental awareness, rental culture, sustainable development

Sisällys

1. Johdanto	7
2. Vuokrauskulttuuri ja kestävä kehitys	8
3. Tutkimusmenetelmät	13
4. Tutkimustulokset	16
4.1 Tulokset Instagram-kyselystä	16
4.2. Tulokset teemahaastatteluista.....	19
4.3 8-kenttäinen SWOT-analyysi	24
4.4 Yhteenveto selvittämistyöstä	27
5. Vuokrauskulttuurin edistäminen	28
5.1. Ympäristönäkökulma	28
5.2 Taloudellinen näkökulma.....	30
5.3. Edistäminen ja haasteet	31
5.4. Eri viestintäkeinot	33
6. Yhteenveto.....	35
Lähteet	36
Kuvat.....	39
Kuviot.....	40

1. Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen. Kulutuskäyttäytyminen on jatkuvassa muutoksessa, kun yhteiskunta pyrkii kohti kestävämpää ja vastuullisempaa elämäntapaa. Tämä muutos on synnyttänyt uusia kulutuskäytäntöjä, joista yksi merkittävä on vuokrauskulttuurin nousu. Vuokrauskulttuuri tarjoaa vaihtoehdon perinteiselle omistamiselle, korostaen käyttöä omistamisen sijaan. Tämä kehitys on saanut aikaan paitsi taloudellista joustavuutta yksilöille myös potentiaalia vähentää kulutuksen ympäristövaikutuksia. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja analysoida vuokrauskulttuurin edistämisen mahdollisuuksia. Vuokrauskulttuurin ymmärtäminen ja edistäminen ovat tärkeitä näkökulmia nykypäivän yhteiskunnassa, joka pyrkii entistä kestävämpään ja resurssitehokkaampaan elämäntapaan. Vuokrauskulttuuri tarkoittaa kulutustapaa, jossa ihmiset vuokraavat tai lainaavat tavaroita, tuotteita tai palveluita sen sijaan, että omistaisivat niitä.

Opinnäytetyö tehdään parityönä. Opinnäytetyössä käsitellään vuokrauskulttuurin edistämisen perusteita ja keinoja, joiden avulla voidaan lisätä kuluttajien tietoisuutta vuokraamisen eduista ja mahdollisuuksista. Tarkastelemme erilaisia viestintästrategioita sekä -keinoja, joiden avulla vuokrauskulttuuria voidaan esitellä vaihtoehtona perinteiselle omistamiselle. Kestävä kehitys on meillä molemmilla lähellä sydäntä ja läsnä jokapäiväisessä arjessa. Uusia tuotteita ja tavaroita tuotetaan suuret määrät joka päivä ja tällä tehotuotannon vauhdilla jo omat lapsemme ja heidän lapsenlapsensa tulevat olemaan suurien ongelmien ja kysymysten äärellä muun muassa ilmastonmuutosten vaikutusten vuoksi. Siksi koemme myös tämän opinnäytetyön kiinnostavaksi projektiksi.

Yhteiskunnan kehitys ja muuttuvat arvot ovat vaikuttaneet kulutustottumuksiimme. Tämän päivän kuluttajat ovat entistä valveutuneempia ympäristövaikutuksistaan ja haluavat tehdä vastuullisia valintoja. Vuokrauskulttuuri tarjoaa mahdollisuuden vähentää kulutusta, jätteen määrää ja ympäristövaikutuksia, kun tuotteita käytetään lyhytaikaisesti tarpeen mukaan.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään vuokrauskulttuurin edistämiseen ja sen tiedostamiseen lisäämiseen kuluttajien keskuudessa. Lisäksi opinnäytetyössä pohditaan vuokrauskulttuurin vaikutuksia yksilöiden taloudelliseen päätöksentekoon sekä laajemmin kestävään kulutuskäyttäytymiseen. Tavoitteena on lisätä tietoisuutta vuokrauskulttuurista, sen eduista sekä kannustaa ihmisiä harkitsemaan vuokrausvaihtoehtoja perinteisen omistamisen sijaan. Tulevaisuuden kulutusmaailma voi hyötyä vuokrauskulttuurin kaltaisista innovaatioista, joilla resurssien käyttöä ja kulutuksen ympäristövaikutuksia voidaan hillitä.

Tämän opinnäytetyön tulokset voivat tarjota arvokasta tietoa niille, jotka haluavat edistää vuokrauskulttuuria ja sen kestävää kasvua. Opinnäytetyön tavoitteena on lisäksi tarjota syvällistä ymmärrystä siitä, miten vuokrauskulttuuria voidaan edistää taloudellisesta näkökulmasta ja kuinka se voi tukea kestävää kulutuskäyttäytymistä. Toivomme, että tämä

tutkimus voi inspiroida keskustelua ja toimenpiteitä kohti kestävämpää ja vastuullisempaa kulutusyhteiskuntaa.

Opinnäytetyö pyrkii vastaamaan seuraaviin keskeisiin kysymyksiin:

1. Mitä vuokrauskulttuuri tarkalleen tarkoittaa ja miten se eroaa perinteisestä omistamisesta?
2. Mitkä ovat vuokrauskulttuurin edut ympäristön kannalta?
3. Miten vuokrauskulttuuria voi edistää ja millaisia haasteita siihen liittyy?
4. Miten kuluttajien tietoisuutta vuokrauskulttuurista voidaan lisätä ja millaisia viestintäkeinoja voidaan hyödyntää?

Opinnäytetyössä hyödynnetään 8-SWOT-analyysia, teemahaastattelua sekä kyselyä. Kyselyyn käytämme Instagramia. Toteutimme teemahaastattelun lähipiirillemme sekä työkontakteillemme.

Opinnäytetyön merkitys korostuu kestävän kehityksen ja ympäristötietoisuuden näkökulmasta. Jos vuokrauskulttuuri saa laajempaa hyväksyntää ja ymmärrystä kuluttajien keskuudessa, sillä voi olla merkittävä vaikutus luonnonvarojen säästöön, jätteen määrän vähenemiseen sekä hiilijalanjäljen pienentämiseen. Opinnäytetyö pyrkii vaikuttamaan positiivisesti kestävän kulutuskulttuurin kehittymiseen ja tarjoamaan lisää tietoa sekä tutkimuspohjaa vuokrauskulttuurin edistämiseksi.

2. Vuokrauskulttuuri ja kestävä kehitys

Emme löytäneet tarkkaa määritelmää termille vuokrauskulttuuri, joten olemme itse määritelleet sen vastaamaan omaa ajatusmaailmaamme vuokrauskulttuurista ja aiheista sen ympärillä. Vuokrauskulttuuri viittaa kulutuskäyttäytymisen muotoon, jossa yksilöt tai organisaatiot valitsevat vuokraamisen tai lainaamisen omistamisen sijaan. Vuokrauskulttuuri voi ilmetä erilaisissa muodoissa, kuten tavaroiden, palveluiden ja tilojen vuokraamisena tai lainaamisena.

Vuokrauskulttuuri keskittyy käytön mahdollistamiseen sen sijaan, että yksilön tai organisaation olisi omistettava esine tai palvelu. Tämä tarkoittaa, että ihmiset voivat käyttää tarvitsemiaan tavaroita tai palveluita tilapäisesti, eivätkä he ole vastuussa niiden ylläpidosta ja säilyttämisestä pitkällä aikavälillä. Vuokrauskulttuurin etuja ovat joustavuus, kustannustehokkuus sekä ekologisuus. Tämä voi olla erityisen hyödyllistä tilanteissa, joissa tarve on tilapäinen tai vaihteleva. Vuokrauskulttuuri voi edistää kestävästä kulutuksesta vähentämällä tarvetta tuottaa ja hävittää suuria määriä tavaroita. Kun esineitä ja resursseja jaetaan tai vuokrataan, voidaan vähentää ylikulutusta, jätteitä ja ympäristön kuormitusta. (Start sharing, 2023. DoNation.)

Kulutustottumuksemme ovat pitkään olleet keskeisessä roolissa maailmanlaajuisissa ympäristöongelmissa, kuten ilmastonmuutoksessa sekä luonnon monimuotoisuuden vähenemisessä. Kestävä kulutus on noussut tärkeäksi teemaksi. Se ei ole vain ohimenevä trendi, vaan välttämätön askel kohti ekologisempaa tulevaisuutta. Kestävä kulutus edellyttää muun muassa, että ostamme vain mitä todella tarvitsemme, kierrätämme tarpeettomat ja hävitämme käyttökelvottomaksi käyneet tavarat asianmukaisesti (Kiertokapula, 2023). YK:n jäsenvaltiot hyväksyivät vuonna 2012 kestävän kulutuksen ja tuotannon puiteohjelman, joka ulottui vuoden 2022 loppuun. Ohjelman jatkosta päätettiin YK:n yleiskokouksessa syksyllä 2022. Kestävä kulutus ja tuotanto on myös yksi YK:n Kestävän kehityksen toimintaohjelman 17 tavoitteesta (Ympäristöministeriö, 2023.)

Tavoitteisiin lukeutuu muun muassa:

- panna täytäntöön kestävää kulutusta ja tuotantoa koskeva kymmenvuotinen ohjelmakehys kaikissa maissa kehittyneiden maiden johdolla kehitysmaiden kehitystaso ja valmiudet huomioiden,
- saavuttaa vuoteen 2030 mennessä luonnonvarojen kestävä ja tehokas käyttö,
- puolittaa vuoteen 2030 mennessä maailmanlaajuinen ruokajätteen määrä jälleenmyyjä- ja kuluttajatasolla sekä vähentää ruokahävikkiä tuotanto- ja jakeluketjuissa sadonkorjuun jälkeinen hävikki mukaan lukien,
- vähentää vuoteen 2030 mennessä merkittävästi jätteiden syntymistä ennaltaehkäisy-, kierrätyksen ja uudelleenkäytön keinoin sekä
- edistää kestäviä julkisia hankintakäytäntöjä kansallisten lakien ja prioriteettien mukaisesti.

Vuokrauskulttuuri voi myös edistää yhteisöllisyyttä ja jakamista. Vaikka vuokraaminen voi olla kustannustehokasta lyhyellä aikavälillä, se voi pitkällä aikavälillä olla kalliimpaa kuin omistaminen. Tämä voi vaikuttaa osittain ihmisten päätöksiin vuokraamisesta.

Asiantuntijaorganisaatio Deloitte on tehnyt maailmanlaajuisen tutkimuksen millenniaalien (vuosien 1983-1994 aikana syntyneiden) sekä z-sukupolven (vuosina 1995-2002 syntyneiden) asenteista ja arvoista. Yllättävin tulos oli se, että jopa 48 % suomalaisista millenniaaleista kertoo jo tehneensä ostopäätöksiä sen perusteella, miten tuotetta tai palvelua myyvän yrityksen toiminta vaikuttaa ympäristöön tai yhteiskuntaan. Millenniaalit ovat ensimmäinen sukupolvi, jonka kulutustavat ovat hyvin erilaiset aikaisempiin sukupolviin verrattuna. Eettiset arvot näkyvät heidän valinnoissaan, samoin aineettomien asioiden, kuten kokemusten ja palveluiden hankkiminen (Hartwall, 2023). Ihmiset voivat tarjota omia tavaroitaan ja palveluitaan vuokralle tai jakaa niitä muiden kanssa, mikä voi luoda yhteisöllisyyden tunnetta. Vaikka vuokrauskulttuurilla on monia etuja, se voi myös kohdata haasteita, kuten luottamuksen puute, laadunvalvonta ja omistamiseen liittyvät psyykkiset aspektit.

Käsitlemme aihetta myös Roo Rogersin ja Rachel Botsmanin kirjoittaman teoksen *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* pohjalta. Kirjan keskeinen viesti on, että perinteinen kulutusmalli, jossa jokainen omistaa omat tavaransa ja palvelunsa, voi olla

tehottomampi ja ympäristölle haitallisempi kuin yhteisöllinen kuluttaminen. Yhteisöllinen kuluttaminen voi edistää resurssien tehokkaampaa käyttöä, vähentää tarvetta uusien tavaroiden valmistamiseen ja siten pienentää ympäristövaikutuksia. Samalla se voi myös luoda yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta ihmisten keskuudessa. Kirjassa tulee usein vastaan sana “collaborative consumption” eli suomeksi yhteisöllinen kuluttaminen. Tällä termillä viitataan taloudelliseen malliin, jossa ihmiset jakavat resurssejaan, tavaroitaan, tilojaan ja palveluitaan muiden kanssa sen sijaan, että omistaisivat ne itse. (Botsman, R., & Rogers, R, 2010).

Kestävä kehitys on tullut yhä tärkeämmäksi maailmanlaajuisesti, kun yhteiskunnat pyrkivät ratkaisemaan ympäristön, talouden ja yhteiskunnan välisiä haasteita. Se on lähestymistapa, joka korostaa tasapainoa ihmisen tarpeiden ja ympäristön säilymisen välillä, jotta tulevat sukupolvet voivat nauttia samankaltaisista mahdollisuuksista ja elinoloista kuin nykyiset sukupolvet. Kestävä kehitys pitää sisällään monia ulottuvuuksia, kuten ekologisen kestävyuden, taloudellisen oikeudenmukaisuuden ja sosiaalisen inklusiivisuuden, ja sen tavoitteena on luoda pitkäaikaista hyvinvointia ilman ympäristön ja yhteiskunnan uupumista. (Ympäristöministeriö, 2023.)

Ekologinen kestävyys on yksi kestävä kehityksen kulmakivistä. Se keskittyy luonnonvarojen järkevään käyttöön ja ympäristön suojelemiseen niin, että maapallon ekosysteemit voivat toimia ja uusiutua pitkällä aikavälillä. Tämä voi sisältää uusiutuvien energialähteiden hyödyntämistä, jätteen vähentämistä, luonnon monimuotoisuuden suojelemista ja ilmastomuutoksen hillintää. Ekologisen kestävyuden tavoitteena on minimoida ihmisen jalanjälki planeetalla ja varmistaa, että luonnonvaroja käytetään kestävällä tavalla, jotta ne riittävät myös tuleville sukupolville.

Toinen keskeinen osa-alue on taloudellinen kestävyys. Talouden on oltava sellainen, että se kykenee tarjoamaan ihmisille hyvinvointia samalla kun se ei rasita ympäristöä liikaa. Tämä voi tarkoittaa siirtymistä kohti kiertotaloutta, jossa resursseja käytetään mahdollisimman tehokkaasti ja jätteitä syntyy mahdollisimman vähän. Lisäksi taloudellinen kestävyys sisältää myös oikeudenmukaisen tulonjaon ja köyhyyden vähentämisen, jotta kaikilla on mahdollisuus osallistua ja hyötyä yhteiskunnan kehityksestä. (Kestävä kehitys, 2023.)

Sosiaalinen kestävyys on myös olennainen osa kestävä kehitystä. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikilla yksilöillä on oikeus terveyteen, koulutukseen, tasa-arvoon ja ihmisarvoiseen elämään. Sosiaalinen kestävyys edellyttää yhteiskunnan rakenteiden ja järjestelmien muuttamista niin, että kaikkien tarpeet ja oikeudet otetaan huomioon. Tämä voi sisältää esimerkiksi terveydenhuollon saatavuuden parantamista, vähemmistöjen oikeuksien edistämistä sekä yhteisöjen osallistamista päätöksentekoon. (Kestävä kehitys, 2023.)

Kestävä kehityksen saavuttaminen edellyttää laajoja muutoksia niin yksilöiden, yhteisöjen kuin globaalien instituutioiden toiminnassa. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi energiantuotannon siirtymistä fossiilisista polttoaineista uusiutuviin energialähteisiin,

kestävän liikenteen edistämistä, kehitysmaiden tukemista resurssienhallinnassa sekä yritysten vastuullisuuden lisäämistä. Kestävän kehityksen tavoitteet, kuten YK:n kestävän kehityksen tavoitteet (SDG), ovat yhteinen pohja, jonka varaan eri toimijat voivat rakentaa omat toimenpiteensä ja strategiansa. Kestävän kehityksen tavoitteet (Sustainable Development Goals, SDGs) ovat Yhdistyneiden kansakuntien (YK) luoma ja hyväksymä kattava ja kunnianhimoinen kehitysohjelma, joka on suunniteltu käsittelemään maailmanlaajuisia haasteita ja edistämään kestävästä kehitystä vuoteen 2023 mennessä. Tavoitteet hyväksyttiin YK:n jäsenvaltioiden toimesta vuonna 2015 ja niitä on yhteensä 17. Kestävän kehityksen tavoitteet ovat universaaleja, mikä tarkoittaa, että ne koskevat kaikkia maita, riippumatta niiden kehitystasosta. Tavoitteiden keskeisenä ajatuksena on yhdistää taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen kestävyys ja pyrkiä ratkaisemaan monimutkaisia ja keskinäisesti vaikuttavia ongelmia, kuten köyhyys, nälkä, tasa-arvo, ilmastonmuutos, vesi- ja energiapula sekä epätasa-arvo. Alla olevat ovat YK:n kestävän kehityksen tavoitteet:

1. Ei köyhyyttä
2. Ei nälkää
3. Hyvä terveys ja hyvinvointi
4. Laadukas koulutus
5. Sukupuolten tasa-arvo
6. Puhtaat vedet ja sanitaatio
7. Kestävä energia
8. Työllisyys ja taloudellinen kasvu
9. Teollistuminen, innovaatio ja infrastruktuuri
10. Vähemmän eriarvoisuutta
11. Kestävät kaupungit ja yhteisöt
12. Vastuullinen kulutus ja tuotanto
13. Ilmaston toimenpiteet
14. Vedenalaista elämää
15. Elinikäisen oppimisen mahdollisuudet kaikille
16. Rauha, oikeudenmukaisuus ja vahvat instituutiot
17. Kumppanuudet tavoitteiden saavuttamiseksi

Jokainen tavoite sisältää tarkemmat alatavoitteet ja indikaattorit, joiden avulla edistystä voidaan seurata. Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää yhteistyötä ja toimenpiteitä niin hallituksilta, kansalaisyhteiskunnalta, yksityiseltä sektorilta kuin muilta sidosryhmiltä. Tavoitteiden saavuttaminen on osa laajempaa pyrkimystä luoda oikeudenmukaisempi, kestävämpi ja parempi maailma kaikille. (Suomen YK-liitto.)

Myös tavaroiden lainaaminen vaikuttaa positiivisesti kestäväan kehitykseen. Lainauskulttuuri liittyy siihen, miten ihmiset jakavat ja lainaavat tavaroita ja asioita toisilleen. Lainaus voi perustua muodolliseen sopimukseen (kuten esimerkiksi lainaaminen kirjastosta) mutta useimmiten se on enemmän epämuodollista ja perustuu keskinäiseen luottamukseen ja

yhteisön sääntöihin. Esimerkkejä lainauskulttuurista ovat esimerkiksi kirjastot ja naapurustoyhteisöt. Lainauskulttuurilla voi myös olla merkittäviä etuja kestävän kehityksen näkökulmasta, kuten kestävämpi kulutus ja yhteisöllisyyden lisääntyminen. (Jakamistalous.fi, 2023). Lainauskulttuuri edellyttää luottamusta ja vastuullista käyttäytymistä osapuolilta, ja joskus myös selkeitä muodollisia sopimuksia, joissa sovitaan lainaamisen ehdot ja osapuolten vastuut.

Yhteenvedona voidaan siis todeta, että kestävä kehitys on monitahoinen lähestymistapa, joka pyrkii tasapainottamaan ihmisten tarpeet ja ympäristön hyvinvoinnin. Se edellyttää muutosta kaikilla tasoilla, ja sen saavuttaminen vaatii yhteistyötä, innovaatioita ja pitkäjänteistä toimintaa. Kestävä kehitys on investointi tulevaisuuteen, joka pyrkii varmistamaan, että maapallo on elinkelpoinen paikka myös tuleville sukupolville. Kestävä kehitys ja - kulutus puoltavat sitä, miksi vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen olisi yhteiskunnallisesti tärkeää ja miksi tavaroiden vuokraus olisi ekologisesti kestävämpää.

Talousjärjestelmän ympäristökysymyksiä

Olemme käyttäneet lähteenä muun muassa Naomi Kleinin "This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate" kirjaa. Kirjan pääargumentit pyörivät ilmastonmuutoksen ja kapitalistisen talousjärjestelmän vikojen keskinäisen yhteyden ympärillä.

Naomi Kleinin mukaan ilmastonmuutos ei ole pelkkä ympäristökysymys vaan kiireellinen kriisi, joka vaatii välittömiä ja muuttavia toimia. Hän esittää tieteellisiin tutkimuksiin ja havaintoihin perustuvia vakuuttavia todisteita, jotka osoittavat ilmastonmuutoksen vakavuuden ja sen tuhoisat vaikutukset maapallolle ja ihmisyhteisöille. Klein kritisoi vallitsevaa vapaiden markkinoiden ideologiaa ja kertoo, että kapitalismi on pohjimmiltaan yhteensopimaton ilmastonmuutoksen tehokkaan käsittelyn kanssa. Hän korostaa, miten voiton ja kasvun hellittämätön tavoittelu sekä lyhyen aikavälin voittoihin keskittyminen ovat johtaneet luonnonvarojen liiakäyttöön ja ilmastokriisin pahenemiseen. (Naomi Klein, 2015.)

Klein korostaa, että ilmastonmuutokseen puuttuminen edellyttää systemaattista muutosta taloudellisissa ja poliittisissa järjestelmissämme. Toinen tärkeä väite kirjassa koskee ilmasto-oikeudenmukaisuutta. Kleinin mukaan ilmastonmuutoksen vaikutukset kohdistuvat suhteettomasti haavoittuviin yhteisöihin, alkuperäiskansoihin ja kehittyviin maihin, jotka ovat vaikuttaneet ongelmaan vähiten. Hän kannattaa oikeudenmukaista ja tasapuolista lähestymistapaa ilmastoratkaisuihin, jossa otetaan huomioon sosiaalinen ja taloudellinen eriarvoisuus. Kirjassa vaaditaan yhteisiä ponnisteluja ilmastonmuutoksen käsittelemiseksi mahdollisuutena muuttaa yhteiskuntaa ja rakentaa parempi tulevaisuus kaikille. (Naomi Klein, 2015.)

3. Tutkimusmenetelmät

Olemme käyttäneet yhtenä tutkimusmenetelmänä strukturoitua kyselyä, joka on kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Kvantitatiivinen tutkimus on tutkimusmenetelmä, jossa pyritään keräämään ja analysoimaan numeerisia dataa ja tilastoja, jotta voidaan tunnistaa säännönmukaisuuksia, tehdä yleistyksiä, testata hypoteeseja ja tehdä tilastollisia päätelmiä. Kvantitatiivinen tutkimus perustuu määrälliseen analyysiin ja pyrkii löytämään numeerisia suhteita ilmiöiden välillä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kerätään usein dataa strukturoitujen kyselylomakkeiden, haastattelujen, havainnointien tai muiden mittaustekniikoiden avulla. Dataa analysoidaan kvantitatiivisin menetelmin, kuten tilastollisilla ohjelmistoilla, ja tuloksia tulkitaan numeeristen arvojen, prosenttiosuuksien, keskiarvojen ja muiden tilastollisten mittareiden avulla. (Kvantitatiivinen tutkimus, Heikkilä, 2014.)

Valitsimme menetelmäksi strukturoidun kyselyn, sillä se tarjoaa tarkkoja tuloksia perustuen numeeriseen dataan. Tutkimus mahdollistaa myös yleistysten tekemisen suurelle väestön osalle. Tämä auttaa tekemään laajempia päätelmiä ja saamaan tilastollisesti luotettavia tuloksia. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä auttaa tunnistamaan myös mahdollisia trendejä suuren datamäärän perusteella. Lisäksi tutkimustulokset ovat helposti vertailukelpoisia.

Toteutimme strukturoidun kyselyn Instagramissa omille seuraajillemme. Kyselyn kysymysten tavoitteena oli saada mahdollisimman laajaa dataa tutkimuksestamme ja mahdollisesti erilaisia mielipiteitä aiheesta. Tämän vuoksi annoimme vastaajille mahdollisuuden vastata jokaiseen kysymykseen omin sanoin sen sijaan, että kysely olisi ollut vain "Kyllä/Ei" -vaihtoehtoinen. Jaoimme kysymykset seuraajillemme Instagram tarinat -osiossa ja kyselyyn oli mahdollisuus vastata 24 tunnin ajan. Kerroimme kyselyn alussa, että toteutamme kyselyn opinnäytetyöhömme liittyen ja vastaaminen on vapaaehtoista. Ilmoitimme, että kyselyn aiheena on vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen ja kerroimme, että tulemme käyttämään vastauksia anonymisti opinnäytetyössämme.

Yleisten eettisten periaatteiden mukaisesti tutkimuksessa tulee kunnioittaa tutkittavien ihmisarvoa, yksityisyyttä, itsemääräämisoikeutta ja muita oikeuksia. Hyvin merkittävä yleinen eettinen periaate on myös välttää aiheuttamasta tutkittavina oleville ihmisille, yhteisöille ja muille tutkimuskohteille aiheutuvia merkittäviä riskejä, vahinkoja ja haittoja. Vahingon välttämisen lähtökohta on tutkittavien ihmisarvoinen ja tasa-arvoinen kohtelu. Kaikki heiltä saatu tieto on arvokasta. (Tietoarkisto 2023.)

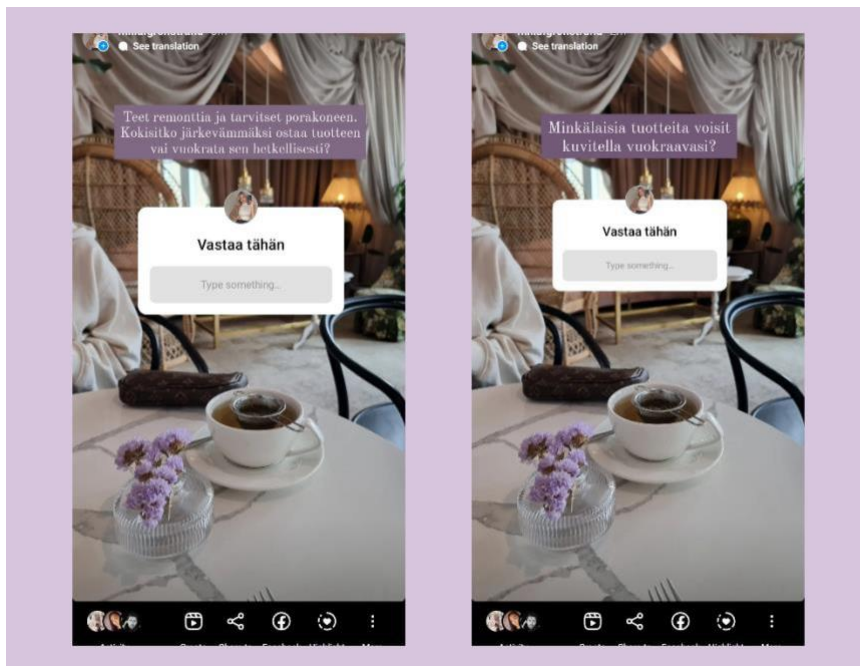
Kysely tavoitti noin 900 ihmistä, joista kyselyyn vastasi 51 ihmistä. Kysyimme seuraajiltamme seuraavat kysymykset (kuvat 1 ja 2):

1. Teet remonttia ja tarvitset porakoneen. Kokisitko järkevämmäksi ostaa tuotteen vai vuokrata sen hetkellisesti?

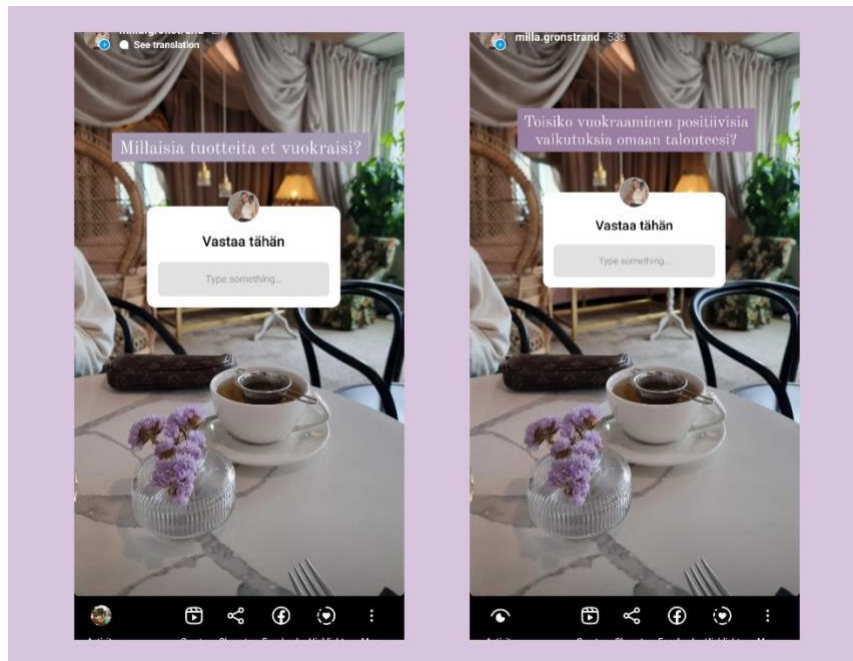
2. Minkälaisia tuotteita voisit kuvitella vuokraavasi?
3. Millaisia tuotteita et vuokraisi?
4. Toisiko vuokraaminen positiivisia vaikutuksia omaan talouteesi?

Kokosimme kaikki vastaukset yhteen ja analysoimme niitä. Jaoimme vastaukset kategorioihin, jonka jälkeen lisäsimme kategoriat Exceliin ja laskimme kunkin kategorian alla olevan vastaajamäärän. Näin saimme prosenttiosuudet diagrammeihin. Hyödynsimme lopuksi Canva-sovellusta, millä teimme diagrammista visuaalisemman. Teimme vastauksista alhaalla olevat diagrammit (kuviot 1-4).

Hypoteesimme tutkimuksen alussa on ”Monella ihmisellä on edelleen kapea ajatusmalli vuokraukseen liittyen. Vuokraamisesta tulee enemmistöllä mieleen vain joko asunnon tai auton vuokraus.” Tutkimushypoteesi on alustava oletus tai väite, joka esitetään tutkimuksen alussa ja jonka tarkoituksena on ohjata tutkimusta ja testata sen pätevyyttä. Se on väittäjä tai ennuste siitä, mitä tutkimus saattaa paljastaa tai mitä tuloksia voidaan odottaa tietystä ilmiöstä, asiasta tai suhteesta. (Jyväskylän yliopisto, 2021.)



Kuva 1: Kuvankaappaus kysymyksistä 1 ja 2 (Instagram-tarina Milla Grönstrand)



Kuva 2: Kuvankaappaukset kysymyksistä 3 ja 4. (Instagram-tarina Milla Grönstrand)

Toisena menetelmänä olemme käyttäneet kvalitatiivista teemahaastattelua. Kvalitatiivinen tutkimus on tutkimusmenetelmä, joka pyrkii ymmärtämään ja selittämään ilmiötä syvällisesti, yleensä ilman numeerisia mittauksia tai tilastollisia analyysejä. Tutkimustapa keskittyy laadullisiin tietoihin, kuten haastatteluihin, havainnoiteihin, kirjallisiin dokumentteihin ja muihin ei-numeerisiin aineistoihin. (Jyväskylän yliopisto, 2021.)

Teemahaastattelu on haastattelumenetelmä, joka keskittyy tietyn aiheen, teeman tai kysymyksen ympärille. Se on yleensä rakenteeltaan avoin ja joustava, ja sen tavoitteena on kerätä syvällistä tietoa haastateltavan näkemyksistä, kokemuksista ja ajatuksista kyseisestä teemasta. Teemahaastattelua käytetään usein tutkimuksessa ja tiedonkeruussa, ja se voi olla hyödyllinen menetelmä, kun halutaan ymmärtää tarkemmin tiettyä ilmiötä tai ilmiön osa-alueita. (Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä, 2022.)

Haastattelussa on otettu huomioon tutkimuksen eettisyys sekä luotettavuus. Haastateltaville on kerrottu, että kyseessä on vapaaehtoinen haastattelu, josta voi kieltäytyä. Tutkittaville on myös kerrottu, että vastauksia käytetään opinnäytetyössä anonyymisti eikä vastaajien henkilötietoja jaeta julkisesti tai kirjata ylös. Tutkimuksesta ei koidu vastaajille haittaa. Luotettavuuden näkökulmasta haastattelijana olimme neutraaleja ja objektiivisia, emmekä tuoneet omia mielipiteitämme haastattelutilanteeseen. Loimme luottamuksellisen ja avoimen ilmapiirin, jossa haastateltavat kokivat mahdollisimman mukavaksi jakaa mielipiteensä ja kokemuksensa. Lisäksi haastatteluympäristö oli rauhallinen ja häiriötön. Käytimme haastattelussa avoimia kysymyksiä, jotta saisimme erilaista tietoa ja näkökulmia aiheesta. Haastattelukysymyksissä olemme ottaneet huomioon, että ne eivät ole johdattelevia tai epäselviä.

Valitsimme kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, koska se auttaa avaamaan monitahoisia kysymyksiä ja tarjoamaan monipuolisia näkökulmia niiden ymmärtämiseen. Haastattelimme eri ikäisiä ja eri paikkakunnilla asuvia henkilöitä. Osaa vastaajista haastattelimme kasvotusten työpaikallamme työpäivän aikana 05.09.2023 sekä 08.09.2023. Yritykset ovat Mandatum sekä Solid House. Loppuja vastaajista haastattelimme puhelimitse välimatkan vuoksi ja nämä haastattelut tapahtuivat viikolla 36. Haastatteluamme osallistui kymmenen henkilöä.

Kysyimme kaikilta haastateltavilta alla olevat kysymykset:

1. Mitkä ovat tyypillisimmät tuotteet, joita ihmiset vuokraavat tällä hetkellä ja miksi ne ovat suosittuja?
2. Mitkä ovat kuluttajan yleisimmät ennakkoluulot tai epävarmuustekijät tuotteiden vuokraamista kohtaan, ja miten ne voitaisiin hälventää?
3. Mitkä asiat koet hyödyllisimmäksi vuokraamisessa ja miksi?

4. Tutkimustulokset

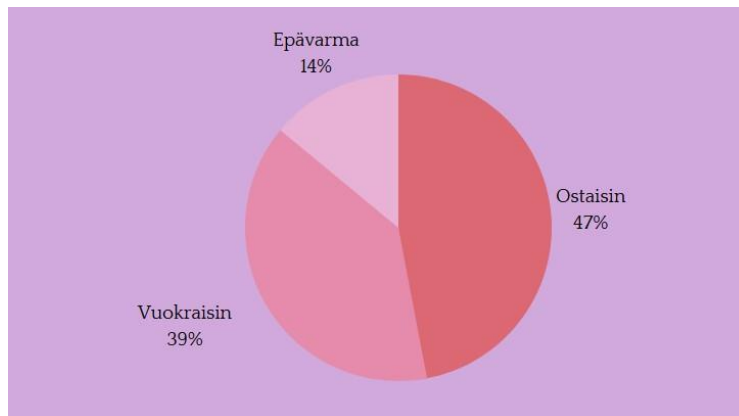
Seuraavissa alaluvuissa käydään läpi käyttämämme tutkimusmenetelmien tulokset. Nämä menetelmät antoivat kysymyksiimme monipuolisia vastauksia ja näkökulmia tutkimusaiheeseemme. Alaluvuissa pureudumme syvemmälle tutkimustuloksiin ja niiden merkityksiin.

4.1 Tulokset Instagram-kyselystä

Strukturoidun kyselyn keskeisenä tavoitteena oli saada tietoomme, miten kuluttajat suhtautuvat vuokrauskulttuuriin ja millaisia ennakkoluuloja heillä on siihen liittyen. Tutkimusprosessin aikana keräsimme ja analysoimme suuren määrän kvantitatiivista dataa kyselymenetelmän avulla. Tarkastellessamme tutkimuksen löydöksiä syvällisemmin avautuu mahdollisuus ymmärtää paremmin vuokrauskulttuurin nykytilaa, suuntauksia ja mahdollisia haasteita. Seuraavassa osiossa pureudumme tarkemmin tutkimustulosten yksityiskohtiin ja niiden merkitykseen laajemmassa kontekstissa.

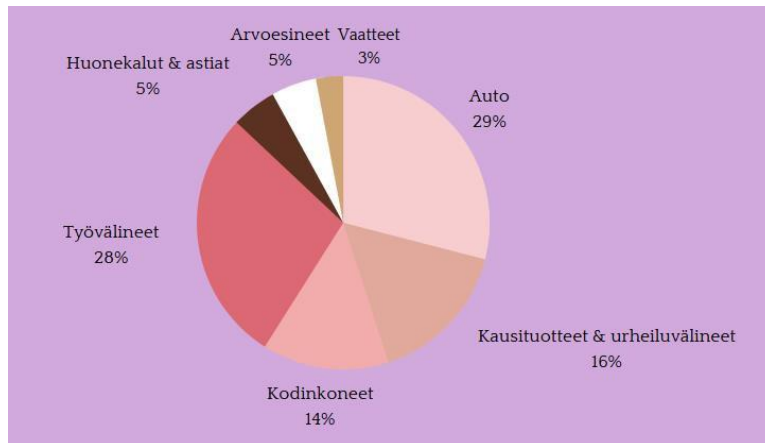
Ensimmäisellä kysymyksellämme halusimme saada tietoomme, kuinka moni herkemmin ostaisi tuotteen uutena ja kuinka moni kokisi vuokraamisen järkevämmäksi. Kyseessä on sellainen tuote, jota tarvitsee silloin tällöin. Kysymyksemme oli "Teet remonttia ja tarvitset porakoneen. Kokisitko järkevämmäksi ostaa tuotteen vai vuokrata sen hetkellisesti?" (kuvio 1) Vastaajista 47 % ostaisi uuden porakoneen. Moni perusteli ostoa sillä, että porakonetta todennäköisesti tarvitsisi myös myöhemmin. Osa epäroi myös vuokraamisen turvallisuutta siinä mielessä, jos kone menisikin käytössä rikki. Vastaajista 39 % vuokraisi tuotteen mieluummin. Vuokraamista perusteltiin sillä, että tuotetta tarvittaisiin vain satunnaisesti ja se veisi säilytystilaa. Vuokraaminen koettiin vastausten perusteella myös edullisemmaksi vaihtoehdoksi.

Vastaajista 14 % olivat epävarmoja siitä, kumpi tapa olisi järkevämpi. He punnitsivat vuokrauksen hintaa ja vertailivat sitä tuotteen ostohintaan. Myös osa pohti, tarvitseeko tuotetta tulevaisuudessa. Jos uskoi tarpeen toistuvan, he ostaisivat tuotteen vuokraamisen sijaan. Moni omakotitalossa asuva toi tämän näkökulman esille. Huomasimmekin, että vastaukset jakautuivat asuinpaikkakohtaisesti. Esimerkiksi kaupungissa asuvat vastasivat herkemmin, että vuokraisivat tuotteen, kun taas omakotitalo- ja rivitaloasujat enemmän ostaisivat sen itselleen.



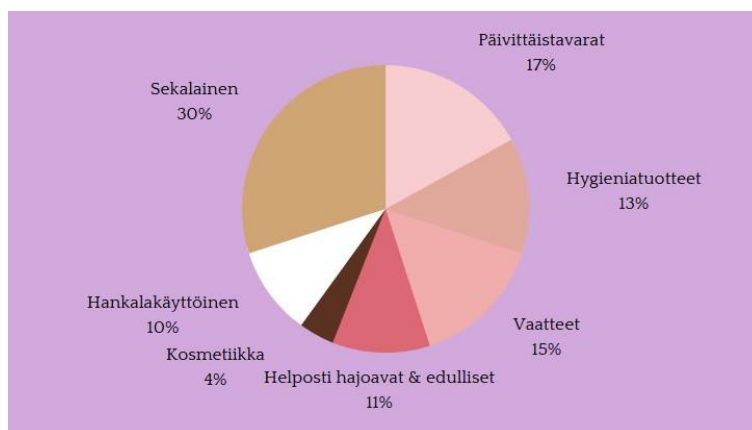
Kuvio 1: Kyselyn 1. kysymys

Toisella kysymyksellämme halusimme selvittää, millaisia tuotteita ihmiset olisivat valmiita vuokraamaan ja millaisia tuotteita he vuokraisivat mieluiten. Kysymyksemme oli "Minkälaisia tuotteita voisit kuvitella vuokraavasi?" (kuvio 2). Vastauksia tuli hyvin laajaskaalaisesti ja huomasimme, että vastaukset kannattikin jakaa tiettyihin ryhmiin, kuten arvoesineet (vastauksien joukossa esimerkiksi koristeet ja kellot) ja urheiluvälineet (joukossa esimerkiksi sukset ja jääkiekkovarusteet). Eniten kannatusta sai auton vuokraaminen, vastaajista 29 % vuokraisi mieluiten auton. Työvälineet nousivat toiseksi suosituksi kategoriaksi. Vastauksen suosioon voi kuitenkin vaikuttaa se, että ensimmäisessä kysymyksessä kyseessä oli juuri työväline, ja se oli vastaajilla mielessä vastatessaan seuraavaan kysymykseen. Kyselyn perusteella 28 % vastaajista vuokraisi työvälineitä mieluiten. Sekä auton että työvälineiden vuokraamista perusteltiin hetkellisellä tarpeella. Vastaajat kokivat tämän myös ekologisempana ratkaisuna kuin omistaa tuote, jota käyttää vain harvoin. Kodinkoneet (14 %) sekä kausituotteet ja urheiluvälineet (16 %) toistuivat myös vastauksissa useasti. Myös tätä perusteltiin hetkellisellä tarpeella. Varsinkin urheiluvälineiden ja kausituotteiden vuokraamista perusteltiin sillä, että säilyttäminen veisi turhaa tilaa. Myös arvoesineitä (5 %), huonekaluja ja astioita (5 %) sekä vaatteita (3 %) olisi vastaajat valmiita vuokraamaan. Esimerkiksi astioiden vuokrausta perusteltiin satunnaisilla juhlilla.



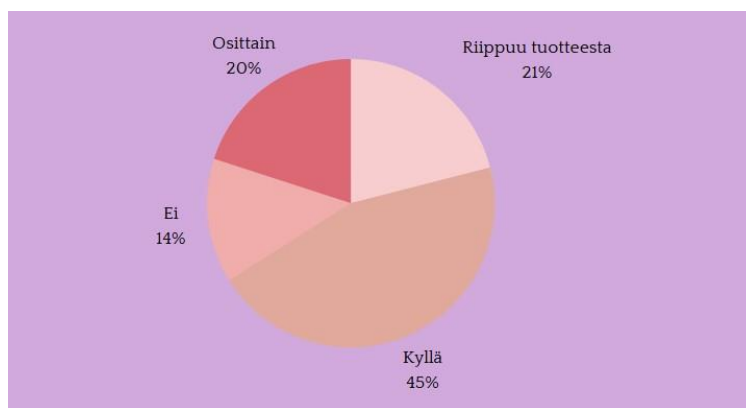
Kuvio 2: Kyselyn 2. kysymys

Kolmas kysymyksemme on jatkoa edelliselle ja halusimme selvittää mitkä ovat sellaisia tuotteita, joita vastaajat eivät vuokraisi. Kysymyksemme oli “Millaisia tuotteita et vuokraisi?” (kuvio 3). Enemmistö vastaajista (17 %) ei vuokraisi päivittäistavaroita. Päivittäistavaroilla viitattiin tuotteisiin, joita käyttää päivittäin ja usein (esimerkiksi astiat, huonekalut, kahvinkeitin). 15 % vastaajista eivät vuokraisi vaatteita. Tätä perusteltiin hygieniasyillä. Tähän viitaten myöskään hygieniatuotteita vastaajista 13 % ei vuokraisi. 11 % vastaajista eivät vuokraisi edullisia ja helposti hajoavia tuotteita. Tätä perusteltiin sillä, että joskus vuokraamisen hinta voi olla kalliimpi kuin ostohinta. Vuokraaminen koettiin myös tässä tapauksessa vaivalloisemmaksi kuin tuotteen ostaminen kaupasta. 10 % vastaajista eivät myöskään vuokraisi asioita, jotka ovat hankalakäyttöisiä (kuten ammattikäyttöä vaativat koneet tai erikoisemmat kodinkoneet). 4 % vastaajista eivät vuokraisi kosmetiikkatuotteita. Tämä selittyy myös hygieniasyillä. Kokosimme kaikista vastauksista ‘sekalaiset’ -kategorian, jonka suuruus on 30 % vastaajista. Tämän kategorian alla on yksittäisiä, harvoin toistuvia esineitä kuten pomppulinna ja kodintekstiilit. Tähän kategoriaan olemme sisällyttäneet myös sellaiset vastaukset, kuten “Kahden vuoden vuokra ylittää hankintahinnan, ja tällöin tuotetta ei ole järkevä vuokrata”. Myös tuotteet, joita tarvitsee spontaanisti ja usein koettiin järkevämmäksi hankkia itselleen.



Kuvio 3: Kyselyn 3. kysymys

Viimeisellä kysymyksellämme halusimme selvittää, millainen suhtautuminen vastaajilla on vuokraukseen, positiivinen vai negatiivinen. Aiheemme on kuitenkin vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen, joten halusimme siksi saada vastaajia punnitsemaan omia näkökulmiaan myös mahdollisesti tältä kantilta. Neljäs kysymyksemme oli siis ”Toisiko vuokraaminen positiivisia vaikutuksia omaan talouteesi?” (kuvio 4). 45 % vastaajista kokivat, että se toisi positiivisia taloudellisia vaikutuksia. 14 % vastaajista eivät kokeneet, että vuokraaminen toisi positiivista vaikutusta omaan talouteen. 20 % vastasivat, että voisi osittain tuoda ja 21 % vastasivat, että riippuu tuotteesta. Vastaajat vertailivat tuotteen kokonaishintaa kuten asunto vs. porakone. Kävi myös ilmi, että kun kallista tuotetta ei omista, se voi vähentää stressiä ja täten sen vuokraaminen olisi helpompaa. Kyselyssä tuli ilmi myös, että vuokraamisen halpa hinta ei ole aina syy vuokrata, vaan pikemminkin ekologisuus, tilanpuute tai arvomaailma. Esille tuli myös, että jos vuokraus tehtäisiin vaivattomaksi ja helpoksi, olisi kynnys pienempi vuokraamiselle. Osa vastaajista olisivat nimenomaan valmiita kokeilemaan vuokrausta ainoastaan, jos se olisi helpompaa kuin ostaminen.



Kuvio 4: Kyselyn 4. kysymys

4.2. Tulokset teemahaastatteluista

Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa käydään läpi ennalta suunniteltuja teemoja. Teemojen puhumisjärjestys on vapaa, eikä kaikkien haastateltavien kanssa välttämättä puhuta kaikista asioista samassa laajuudessa. Teemoista ja niiden alateemoista pyritään keskustelemaan varsin vapaasti. Teemahaastattelu on sopiva haastattelumuoto esimerkiksi silloin, kun halutaan tietoa vähemmän tunnetuista ilmiöistä ja asioista. (KvaliMOTV, 2023.)

Haasteltava A, mies, 58 v

1. Tyypillisimpiä tuotteita ovat kalliit ja vain harvoin tarvittavat tuotteet. Pienemmätkin laitteet pitää vuokrata, jos ei ole säilytystilaa. Esimerkkeinä lattian piikkausvasara,

jolla hajotetaan betonilattia. Tekstiilipesuri, jolla voi pestä auton istuimet, sohvan päälliset jne. Auton peräkärri. Rakennustelineet.

2. Ennakkoluuloina, kuka maksaa, jos laite rikkoutuu vuokrauksen aikana? Rikoinko minä laitteen vai oliko siinä jo piilevä vika? Mitä tapahtuu, jos en ehdi palauttaa laitetta sovittuna ajankohtana? Mitä tapahtuu minulle, jos edellinen lainaaja ei palauta laitetta sovittuna? Lähdenkö vuokraamosta tyhjin käsin? Laitteita pitää olla riittävästi vuokrattavana. Laite pitää saada vuokrata toistaiseksi eli ei määrätä palautuspäivää. Palautetaan, kun hommat on tehty. Näin taitaa monessa paikassa ollakin tapana.
3. Hyötynä on, että ei tarvitse sitoa omaa rahaa hankintoihin. Huolto ja ylläpitokustannukset maksaa joku muu.
4. Tätähän ei kysytyt eli mitä haittoja. Itse vuokraan vain, kun on pakko. Suuri vaiva soitella vuokraamoihin ja tiedustella onko laitetta ja milloin on vapaana. Oma kuljetus voi olla hankalaa tai jos tuodaan kotipihalle, niin maksaa paljon verrattuna käyttövuokraan. Palauttaminen esimerkiksi aikaisin seuraavana aamuna hankalaa. Usein itsellä alkaa normaali päivätyö.

Haastateltava B, nainen, 42 v

1. Isot työkoneet ja muut kalliit rakentamiseen ja remontoimiseen tarvittavat työkalut. Koska ne ovat kalliita isoja hankintoja, joita on vaikea säilyttää ja niitä yleensä tarvitaan vain kerran.
2. Varmaan että mitä käy, jos kone tai tavara menee rikki omassa käytössä. Tarkat ohjeet jokaiseen mahdolliseen tapahtumaan pitäisi olla saatavilla ennen vuokraamista.
3. Ei tarvitse ostaa kallista tuotetta, jonka tiedät käyttäväsi vain kerran / lyhyen ajanjakson.

Haastateltava C, mies, 27 v

1. Mökit laskettelukeskuksissa festareilla jne. Monesti parempi elämys ja halvempi kuin hotelli. Auto. Kallis omistaa, jos harvoin tarvetta. Välineet kuten urheiluvälineet tai elämysvälineet kuten vesiskootteri. Voi kokeilla uusia asioita hyvillä välineillä kannattavaan hintaan. Sähköpotkulaudat. Suuri saatavuus ja helppo käyttöönotto saa ihmiset käyttämään useammin kuin oikeasti edes tarvetta. Vaatteet. Joskus tarvitsee hienon puvun tai mekon, mutta vain yhteen tapahtumaan.
2. Autoissa vuokrausprosessi voi olla turhan monimutkainen. Ihmisiä myös pelottaa, että autoon ilmestyy jotain naarmuja/lommoja, joita ei ole itse aiheutettu. Jos autonvuokrausprosessi siirtyisi lähemmäs esimerkiksi sähköpotkulaudan vuokrausta, olisi kuluttajalla pienempi kynnys. Myös pienvahinkovakuutukset voisivat aina kuulua hintaan pienellä omavastuulla. Yleisesti vuokraus on houkuttelevaa, jos prosessi on yksinkertainen esim. saatavilla kätevä sovellus vuokraukseen.
3. Vuokraamalla voi nauttia asioista, joihin ei olisi varaa/järkevää omistaa. Vuokraaminen voi myös tuntua ympäristöteolta, esimerkiksi auton omistaminen ei

välttämättä ole kaikille ympäristön kannalta edes harkittava vaihtoehto, kun taas vuokrauksessa ei tätä ongelmaa koeta. Vuokraus saattaa olla myös kätevämpi vaihtoehto, vaikka käyttö olisi jokapäiväistä, kuten potkulaudoissa ja kaupunkipyörissä.

Haastateltava D, nainen, 30 v

1. - Mekot ja muut vaatteet, joita on tarkoitus käyttää vain kerran
 - Harrastusvälineet esim. laskettelukamat, golfmailat jne.
 - Vauvojen tarvikkeet esim. ensisänky, joka käytössä vain hetken
 - Auto
 -> suosittuja koska näille tarvetta vain hetkellisesti
2. Tuotteen kunto ja onko vuokrausprosessi helppo ja yksinkertainen, tarpeeksi edullinen hinta uuden ostoon nähden
 - > selkeät prosessit palveluntarjoajan sivuilla
3. Ei kerry turhaa tavaraa itselle, ekologisuus, rahan säästö

Haastateltava E, nainen, 56 v

1. Tekstiilipesuri, hankintahinta kallis suhteessa käytön tarpeeseen, myös iso laite, joka vaatii ison tilan säilyttää. Auto, jos tarve vähäistä on se järkevin vaihtoehto. Polkupyörä, lomilla kätevä kulkuväline.
2. Pelko tuotteen rikkoutumisesta, vuokran hinta. Mitä enemmän tuotteita olisi vuokrattavana sitä enemmän se olisi normikäytäntö.
3. Pienellä rahalla saa käyttöön kalliitakin asioita, ei tarvitse miettiä säilytys/kulumisasiota.

Haastateltava F, mies, 31 v

1. Varmaan auto. Oma ei oo käyttötarkoitukseen sopiva tai omaa ei ole. Oma auto on esim. liian pieni reissulle tai esim. muuttoautoa tarvii.
2. Vuokraamisen vaikeus ja hinta. Moni asia on helppo vuokrata mutta minusta tuntuu, että ihmiset eivät oikein tajua sitä. Vuokraamisen helppouden ja huolettomuuden esille tuominen olisi tärkeää. Ja markkinointi.
3. Satunnaiseen tarpeeseen vuokraaminen on taloudellisesti järkevää. Huolto ja ylläpitokuluja ei ole, joten se on huoletonta.
4. Lisäkysymys: Millä tavoin mielestäsi vuokrauspalveluita voisi tuoda houkuttelevasti esille? Puhelinsovellus olisi paras vaihtoehto. Se tekisi siitä helppoa. Muistaakseni puhelimella käytetään nettiä ylivoimaisesti eniten.

Haastateltava G, mies, 27 v

1. Asunnot, koska ihmisillä ei ole varaa ostaa itselleen. Työkaluja, moni ei raaski ostaa pieneen hommaan itselleen. Pakettiauton voi myös vuokrata, ei halua ostaa itse.

2. Pelko siitä, että he hajottavat vuokratun tuotteen. Paremmat vakuutukset vuokrattaville tuotteille ja niiden esille tuominen.
3. Se, ettei tarvitse omistaa tuotetta, jos sitä tarvitsee vain lyhyen aikaa. Ei ole huolta siitä, että tarvitsisi miettiä uudelleenkäyttöä tai sen mahdollista jälleenmyyntiä.

Haastateltava H, nainen, 25 v

1. Ihmiset vuokraavat tällä hetkellä esim. hääpukuja, varastointitilaa (esimerkiksi autolle), ikkunapesuria/tekstiilipesuria, matkailuautoja. Suosittuja siksi, koska ne vievät tilaa kodista tai sitten tarve on vain hetkellinen.
2. Ennakkoluuloja on varmaankin se, että tuotteen ostopalveluita on enemmän kuin vuokrauspalveluita. Ostaminen on tehty vaivattommaksi kuin vuokraaminen. Ratkaisuna esim. Vuokrauspalveluiden lisääminen ja mainostaminen. Vuokraamisessa voi mietityttää myös tuotteen kunto?
3. Hyödyllisimmäksi vuokrauksessa: että rahaa säästyy, kun ei tarvitse ostaa omaksi koska vuokraaminen usein halvempaa esim. päiväkohtaisena hintana. Tavarat ei vie tilaa, jos käyttöä on esim. vain kerran vuoteen. Ekologisempaa, kun tuotteita ei tarvi valmistaa niin paljoa ja yksi tuote saa pidemmän käyttöiän.

Haastateltava I, nainen, 61 v

1. Esimerkiksi painepesurin. Painepesuri on kätevä siivouksessa.
2. Onko tuote varmasti toimiva? Jos menee rikki, tai ei toimi, kun alat käyttää, joudutko korvaamaan? Miten maksu hoituu, etu- vai jälkikäteen? Millainen henkilö/yritys tuotetta vuokraa? Miten hälventää? Kontaktin kunnollinen luominen henkilöiden kesken. Kysely tuotteesta, varmistaa tuotteen toimivuus yhdessä vuokraajan kanssa.
3. Vuokraus on kätevää. Tilaa vievät laitteet, joita ei tarvitse esimerkiksi viikoittain koska ne ovat hankala säilyttää. Ei suurta investointia tuotteeseen, kun sitä ei tarvitse ostaa.

Haastateltava J, mies, 68 v

1. Retkeilyvarusteet. Useat ihmiset retkeilevät harvakseltaan, eivätkä halua ostaa siihen kuuluvia tuotteita itselleen. Nyt on lapissa ruska aika, moni matkustaa pohjoiseen.
2. Onko tuote käyttökelpoinen, esimerkiksi tekstiileissä. Kuka on niitä käyttänyt? Onko omaan tarkoitukseen passeli? Esimerkiksi repun suuruus/monipuolisuus. Miten voisi hälventää? Esimerkiksi käyttöohjeet retkikeittimiin, sujuva yhteydenpito, ottaa selvää vuokraajasta, jos mahdollista.
3. Ellet tarvitse tuotteita säännöllisesti, ne vievät turhaa tilaa. Toisaalta vuokraaja saa lisätienestiä tuotteelleen. Säästöä!

Valitsimme kyseiset teemahaastattelun kysymykset, sillä halusimme kerätä tietoa kuluttajien käyttäytymisestä ja tunnistaa mahdollisia huolia ja epävarmuuksia vuokrauspalveluiden suhteen. Avoimilla kysymyksillä halusimme tuoda esiin ideoita siitä, miten vuokrauspalveluita

voisi parantaa tai laajentaa. Vastaukset sisältävät arvokasta tietoa yrityksille, jotka haluavat tarjota laajempia vuokrauspalveluita.

Ensimmäisellä kysymyksellä halusimme selvittää mitkä ovat tyypillisimmät vuokrattavat tuotteet kuluttajien keskuudessa. Haastatteluiden joukossa suosituimpia olivat tuotteet, jotka ovat kalliita sekä harvoin tarvittavia, kuten isot työkoneet tai kausituotteet. Myös tuotteet, joita on vaikea säilyttää, osoittautuivat tyypilliseksi vuokrattavaksi tuotteeksi.

Mielestämme tämän selittää se, että kausituotteiden vuokraaminen voi olla ympäristöystävällisempi vaihtoehto, koska se vähentää tarvetta tuottaa ja hävittää ylimääräisiä tuotteita. Lisäksi kausituotteiden ylläpito voi olla kallista ja vaativaa. Kalliiden tuotteiden sekä kausituotteiden vuokraaminen on kuluttajalle yleisesti ottaen helppoa ja vaivatonta. Vastauksissa korostui myös taloudellinen näkökulma.

Toisella kysymyksellä yritimme saada haastateltavilta tietoomme yleisimpiä ennakkoluuloja, joita kuluttajilla on vuokrattaviin tuotteisiin liittyen. Pyysimme vastaajilta myös mielipiteitä siitä, millä kyseisiä ennakkoluuloja voitaisiin hälventää. Selkeästi suurimmaksi huolenaiheeksi nousi vuokrattavan tavaran rikkoontuminen ja siitä koituvat seuraukset vuokraajalle. Myös vuokrausprosessin helppous ja yksinkertaisuus mietitytti. Esille nousi myös hygieniakysymykset. Lisäksi esille nousi ihmisten tiedottomuus vuokrauspalveluista. Jos vuokrauskulttuuri olisi trendikkäämpää, myös kuluttajat kokisivat vuokrauksen yhtä hyväksi kuin ostamisen. Vuokrauspalveluihin kaivattiin lisää joustavuutta muun muassa vuokrausajan suhteen. Vuokrattavia laitteita tulisi olla riittävästi tarjolla. Tämä takaisi sen, ettei kukaan vuokraaja lähtisi vuokraamosta ilman varaamaansa tuotetta. Vastaajat kokivat tärkeäksi myös sen, että heillä on kunnolliset ohjeet jokaisen tuotteen käyttöön sekä selkeä korvauskäytäntö. Näin vältettäisiin tai ainakin hälvennettäisiin rikkoontumisen pelkoa. Yksinkertaisuus koettiin erityisen tärkeäksi vuokrauspalveluiden käytössä.

Vastaukset ovat ymmärrettäviä, sillä kuluttajat arvostavat helppoutta ja yksinkertaisuutta vuokraamisessa ja ostokäyttäytymisessä yleisesti. Jos prosessi on monimutkainen tai epäselvä, se voi olla esteenä vuokrauspalvelun käytölle. Ymmärrettävästi kuluttajat ovat tarkkoja myös rahoistaan. He pelkäävät joutuvansa maksamaan korvauksia rikkoontumistilanteessa. Siksi selkeät ja reilut korvauskäytännöt sekä vakuutukset voivat olla ratkaisevia näiden huolien poistamisessa.

Kolmannella kysymyksellä halusimme selvittää mitkä asiat vuokrauksessa koetaan hyödyllisimmiksi ja miksi. Rahan säästäminen sekä taloudellinen - ja ekologinen vastuullisuus nousivat tämän kysymyksen kohdalla tärkeiksi pointeiksi. Myös se koettiin hyödylliseksi, että harvoin käytettävät tavarat eivät vuokrauksen takia vie turhaa tilaa. Vuokraaminen koettiin huolettomammaksi kalliin tuotteen kohdalla. Myös tuotteen ylläpitokustannukset hoitaisi jokin muu taho.

Vastausten perusteella kuluttajat ovat yhä tietoisempia ostokäyttäytymisen ympäristövaikutuksista ja haluavat vähentää kulutustaan. Luonnollisesti yksi tärkeimmistä

syistä vuokraamisen suosioon on rahan säästäminen, mutta monet kokivat myös ekologisen näkökulman tärkeäksi. Lisäksi monet kokivat tilan säästön hyödylliseksi. Tämä korostuu etenkin pienemmissä asumisratkaisuisissa, sillä näissä asunnoissa neliömäärä on rajallinen.

4.3 8-kenttäinen SWOT-analyysi

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on työkalu, jota voidaan käyttää strategisen suunnittelun apuna arvioitaessa tiettyyn aiheeseen liittyviä vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia (Holvi, 2023). Alla olevassa kuviossa (kuvio 5) olemme visualisoineet tekemämme 8-SWOT-analyysin.



Kuvio 5: 8-SWOT Analyysi

Vahvuudet

Ympäristöystävällisyys: Vuokrauskulttuuri edistää kestävästä kulutuksesta ja vähentää tuotteiden valmistamista, mikä puhuttelee ympäristötietoisia kuluttajia.

Kasvava trendi: Jakamistalouteen ja vuokraamiseen liittyvä trendi luo suotuisan ilmapiirin vuokrauskulttuurin leviämiseksi.

Kustannussäästöt: Kuluttajat voivat säästää rahaa vuokraamalla tuotteita sen sijaan, että ostaisivat niitä.

Innovaatiot ja monipuolisuus: Vuokrausyritykset voivat kehittää innovatiivisia palveluja ja tarjota laajan valikoiman tuotteita vuokrattavaksi.

Heikkoudet

Perinteiset kulutustottumukset: Kulttuuriset normit ja kulutustottumukset voivat hidastaa vuokrauskulttuurin omaksumista.

Kilpailu: Tunnetut uusia tuotteita myyvät yritykset, joiden markkinointimahdollisuudet ja -budjetit ovat suuret, voivat kilpailla huomiosta ja resursseista.

Laatuongelmat: Huono laatu ja heikot käyttökokemukset voivat haitata vuokrauskulttuurin mainetta.

Lainsäädäntö: Paikalliset ja kansainväliset säädökset voivat asettaa esteitä ja rajoituksia vuokraamiselle.

Mahdollisuudet

Tiedotus: Laajamittaiset tiedotuskampanjat voivat lisätä tietoisuutta vuokrauskulttuurista ja sen hyödyistä.

Digitaaliset alustat: Verkossa toimivat alustat voivat helpottaa vuokrauspalveluiden saatavuutta ja vertailua.

Kasvava markkina: Lisääntyvä kiinnostus kestävään kulutukseen ja jakamistalouteen voi laajentaa vuokrauskulttuurin käyttäjäkuntaa.

Yritysyhteistyö: Yhteistyö yritysten kanssa voi luoda laajempia vuokrausmahdollisuuksia ja lisätä uskottavuutta.

Trendit: Ekologisuuden megatrendi lisää vuokrauskulttuurin mahdollisuuksia.

Uhat

Tiedon puute: Monet eivät ole tietoisia vuokrauskulttuurista tai eivät ymmärrä sen etuja.

Omistamisen psykologia (+käänteisyys): Jotkut kuluttajat voivat edelleen mieltää omistamisen arvokkaammaksi kuin vuokraamisen.

Tuotteiden kunto: Kuluttajilla saattaa olla epäilyksiä vuokratuotteiden laadusta, hygieniasta ja ylläpidosta.

Korvausvastuu: Kuluttajilla voi olla kynnyks vuokrata liian arvokasta tuotetta sen rikkoutumisen pelossa.

Menestystekijät

Selkeä viestintä: Ytimekäs viestintä ja selkeä tiedottaminen vuokrauskulttuurin konseptista ja hyödyistä. On tärkeää korostaa kestävyyttä, kustannussäästöjä ja käyttäjäkokemuksen mukavuutta.

Käyttäjätarinat: Oikeiden käyttäjätarinoiden ja kokemusten jakaminen. Nämä osoittavat vuokrauskulttuurin positiiviset puolet ja käytännön edut.

Kumppanuudet yritysten kanssa: Yhteistyö yritysten kanssa voi laajentaa vuokrauskulttuurin näkyvyyttä ja saatavuutta. Esimerkiksi yhteistyö vaatealiikkeen, elektroniikkamyymälöiden tai huonekaluliikkeiden kanssa voi tuoda vuokrausvaihtoehdot lähemmäs kuluttajia ja heidän arkeaan.

Yhteistyö vaikuttajien kanssa: Vaikuttajien ja asiantuntijoiden hyödyntäminen. He voivat tuoda uskottavuutta ja kiinnostusta vuokrauskulttuurille.

Heikkoudet vahvuuksiksi

Tiedon puute -> Tiedotuskampanjat ja koulutus: Kattaviin tiedotuskampanjoihin ja koulutustilaisuuksiin on tärkeää keskittyä. Nämä tuovat esille vuokrauskulttuurin etuja ja toimintaperiaatteita.

Vähäinen luottamus vuokrauspalveluihin -> Laadukkaat ja luotettavat palvelut: Vahvan brändin luominen tarjoamalla korkealaatuisia ja luotettavia vuokrauspalveluita. On tärkeää paneutua tuotteiden puhtauteen, ylläpitoon ja laatuun, ja tarjota takuita asiakkaiden mielenrauhan takaamiseksi.

Omistamisen psykologia -> Tarinankerronta ja emotionaalinen yhteys: Luomalla tarinoita ja viestejä, jotka liittyvät kuluttajien arvoihin ja tunteisiin voi saada kuluttajat puolelleen. Vuokraamisen mahdollistamaa kestävyyttä, yhteisöllisyyttä ja vastuullisuutta on tärkeää korostaa.

Uhat hallintaan

Perinteiset kulutustottumukset: On tärkeää tarjota selkeää tietoa vuokrauskulttuurin eduista ja korostaa sen tuomia etuja verrattuna perinteisiin kulutustapoihin. Esimerkiksi hintojen vertailu ja käyttökokemusten jakaminen osoittaa kuluttajille, kuinka vuokraaminen voi olla fiksu vaihtoehto.

Laatuongelmat: Vahvan brändin rakentaminen luotettavuudella ja laadukkailla palveluilla. Kuluttajille täytyy antaa selkeät takuut ja ohjeet siitä, miten vuokratuotteiden laatu ja hygienia tarkistetaan ja ylläpidetään.

Omistamisen psykologia: On tärkeää korostaa vuokrauskulttuurin joustavuutta ja mahdollisuutta käyttää tuotteita tarpeen mukaan sen sijaan, että omistaisi niitä pysyvästi. Tarinoiden ja esimerkkien käyttäminen osoittaa, kuinka vuokraaminen voi helpottaa elämää.

Mahdolliset kriisitilanteet

Negatiiviset käyttäjäkokemukset: Jos kuluttajat kohtaavat ongelmia vuokraamissaan tuotteissa, se voi johtaa negatiiviseen maineeseen. Media tarttuu helposti negatiivisiin tarinoihin tai huhuihin. Tilanteet tulee hallita tehokkaalla asiakaspalvelulla, nopealla ongelmanratkaisulla ja yhtenäisellä korvauspolitiikalla.

Tuoteturvallisuus ja sen ongelmat: Jos vuokratuotteisiin liittyy turvallisuusriskejä tai onnettomuuksia, se voi aiheuttaa suuren kriisin. On varmistettava, että tuotteet ovat asianmukaisesti tarkastettuja ja huollettuja.

Taloudelliset vaikeudet: Jos vuokrausta tarjoava yritys kohtaa taloudellisia vaikeuksia, se voi vaikuttaa vuokrauskulttuurin tarjoamiin palveluihin ja maineeseen.

Kilpailun kiristyminen: Jos markkinoille tulee uusia vahvoja kilpailijoita tai vuokrauskulttuuriin liittyvät trendit muuttuvat, se voi haastaa vuokraustoimintaa.

Ympäristökatastrofit tai pandemiat: Yllättävät tapahtumat, kuten ympäristökatastrofit tai pandemiat voivat vaikuttaa kuluttajien käyttäytymiseen ja vuokrauskulttuurin kysyntään.

4.4 Yhteenveto selvittämisestä

Tutkimustulosten perusteella ihmiset ovat kyllä tietoisia vuokrauksesta, mutta moni vastaaja koki myös tarvitsevänsä lisää mahdollisuuksia tuotteiden vuokraamiselle. Moni toi esille, että kaipaisivat enemmän ja erityyppisiä vuokrauspalveluita. Vastauksista tuli ilmi, että monella on vuokrauskulttuurista edelleen hyvin kapea ajatusmalli. Hyvin monella tuli vuokraamisesta mieleen ainoastaan auto tai muu asia, jota jo useampi palveluntarjoaja tarjoaa vuokralle. Juuri tämä on se syy, miksi olemme valinneet tämän aiheen opinnäytetyöhön. Moni koki nykypäivän vuokrausmahdollisuudet edelleen vieraiksi ja tätä perusteltiin sillä, että modernit vuokrauspalvelut puuttuvat kokonaan tai ovat vielä harvassa. Vastaajat kaipasivat sellaista vuokrauspalvelua, mikä olisi helppo ja vaivaton.

Tutkimustulokset osoittivat, että hypotesimme piti paikkansa ihmisten suhtautumisesta vuokraamiseen. Tuotteiden vuokrausmahdollisuus koetaan edelleen vaivalloiseksi eikä vuokraamisen monipuolisuudesta ole tietoa kovinkaan monella. Kysymyksillä halusimme myös

jollain tapaa herätellä vastaajia pohtimaan omaa kulustaan ja punnitsemaan erilaisia vaihtoehtoja. Kyselymme herätti Instagramissa paljon keskustelua aiheesta. Yleisö toi ilmi, että he ovat kiinnostuneita aiheesta ja kokevat, että maailmaan pitäisi keksiä enemmän vuokraustuotteita ja -menetelmiä. Moni koki myös nykypäivän kapitalistisen kulutuskulttuurin ahdistavana.

Tutkimustulosten perusteella yhä edelleen monella on juurtunut tapa ostaa tuotteita. Tämä ei suinkaan ole aina huono asia, sillä moni perustelikin ostopäätöstään sillä, että tuote tulisi jatkuvaan käyttöön ja olisi heille taloudellisesti järkevämpi ratkaisu. Kuitenkin suurin osa vastaajista ostaisi tuotteen pelkästään sen vuoksi, että sen ostaminen olisi helpompaa. Vastausten perusteella huomasimme myös, että kaikki eivät ajattele ostoprosessia tai tuotteen valmistamisprosessia sen pidemmälle. Ostaminen koetaan edelleen helpommaksi ja osittain siksi se on suositumpaa kuin vuokraaminen. Vastauksista voimme päätellä, että monen arkeen ei kuulu kestävän kehityksen ja ekologisuuden tarkempi pohtiminen.

5. Vuokrauskulttuurin edistäminen

Vuokrauskulttuurin lisääminen on viime vuosina noussut meille molemmille tärkeäksi keskustelunaiheeksi, ja myös niin yhteiskunnallisesti kuin taloudellisestikin.

Ympäristötietoisuuden lisääntyessä ja resurssien kestävän käytön korostuessa yhä useammat yksilöt ja organisaatiot ovat alkaneet harkita omistamisen sijaan erilaisten hyödykkeiden ja palveluiden vuokraamista. Tämä ilmiö kattaa laajan kirjon eri sektoreita, kuten asuminen, liikkuminen, teknologia ja vapaa-ajan aktiviteetit. (Eden Springs, 2018.)

Ympäristötietoisuustyön tavoitteena on ennaltaehkäistä ympäristöongelmia ja edesauttaa monipuolisten ratkaisujen löytymistä olemassa oleviin ongelmiin (ELY-keskus, 2023.)

5.1. Ympäristönäkökulma

Vuokrauskulttuurin edistämällä on useita positiivisia vaikutuksia (kuvio 6). Yksi merkittävimmistä on ympäristönäkökulma. Tavaroiden ja palveluiden vuokraaminen voi vähentää tarvetta uusien tuotteiden valmistamiseen, mikä puolestaan pienentää luonnonvarojen kulutusta ja energian käyttöä. Esimerkiksi elektroniikkatuotteiden vuokraaminen voi auttaa vähentämään elektroniikkajätettä, kun käyttäjät voivat päivittää laitteitaan ilman tarvetta hankkia aina uusia laitteita. Vuokrauskulttuuri edistää myös tavaroiden ja resurssien tehokkaampaa käyttöä. Sen sijaan, että jokainen yksilö omistaisi kaiken tarvitsemansa, tavarat voivat kierrä ja palvella useampia käyttäjiä. Tämä vähentää resurssien kulutusta ja raaka-aineiden tarvetta.

Vuokraaminen voi vähentää myös kulutusjätettä. Kulutusjäte syntyy silloin, kun kuluttajat hankkivat tavaroita ja käyttävät niitä, mutta näiden tavaroiden elinkaari päättyy niiden tultua käyttökelvottomiksi tai tarpeettomiksi. Kulutusjätteeseen voi kuulua erilaisia materiaaleja ja

tuotteita, kuten muovituotteet, elektroniikka, tekstiilit, paperi ja kartonki, lasi ja metallit. (Tilastokeskus.)

Esimerkiksi muovihuonekalujen kasvavien maailmanlaajuisten markkinoiden koko oli 11,9 miljardia euroa vuonna 2018. Muovi valmistetaan fossiilisista polttoaineista, eikä se ole biohajoavaa. Lisäksi yli 8 miljoonaa tonnia muovia heitetään meriin vuosittain, mikä vahingoittaa ekosysteemejä, eläimiä ja ihmisiä. Yhdysvallat oli maailman johtava huonekalujen maahantuoja vuonna 2018. Ostamalla käytettyjä huonekaluja tai vuokraamalla sen pienennät hiilijalanjälkeäsi (Earth911, 2020.)

Kulutusjäte syntyy esimerkiksi silloin, kun tuotteet rikkoutuvat, eivät enää toimi, eivät sovi käyttäjän tarpeisiin tai ne korvataan uusilla malleilla ja versioilla. Kulutusjäte voi olla myös pakkauksia ja muita tarpeettomia lisäosia, jotka tulevat mukana ostettujen tavaroiden yhteydessä. Kulutusjätteen hallinnalla ja vähentämisellä on suuri merkitys kestäväen kehityksen tavoitteiden saavuttamisessa. Liiallinen kulutusjäte lisää jätteen määrää kaatopaikoilla ja haitallisia ympäristövaikutuksia, kuten maaperän ja vesien pilaantumista sekä kasvihuonekaasupäästöjä. Kun ajatellaan kiertotaloutta, kulutusjätteen vähentäminen ja kierrättäminen ovat keskeisiä toimenpiteitä, joilla pyritään säilyttämään materiaalit kierrossa pidempään ja vähentämään uusien raaka-aineiden tarvetta. Vuokraamalla tavaroita sen sijaan, että ostaisi ne, vähennetään tarpeetonta kulutusjätettä. Monet tuotteet, kuten kodinkoneet tai erikoistyökälyt, saattavat jäädä käyttämättömiksi pitkiksi ajoiksi, jos niitä ostetaan omaksi. Vuokraamalla ne tarpeen mukaan, vähennetään hukkaan menevien tavaroiden määrää.

Myös tuotteiden elinkaari on usein pidempi. Kun tavarat vuokrataan ja niitä käytetään useiden ihmisten toimesta, niiden käyttöikä voi pidentyä. Tämä johtuu siitä, että vuokraamoilla on usein paremmat mahdollisuudet ylläpitää ja korjata tuotteita tehokkaasti, jolloin ne pysyvät käyttökelpoisina pidempään. Vuokraustoiminnassa voidaan keskittyä laadukkaiden tuotteiden valmistamiseen, koska ne on tarkoitus kestää pitkään ja palvella useita vuokraajia. Tämä voi vähentää heikompileatuisten tuotteiden valmistusta, jotka hajoavat nopeasti ja päätyvät sitten jätteeksi.

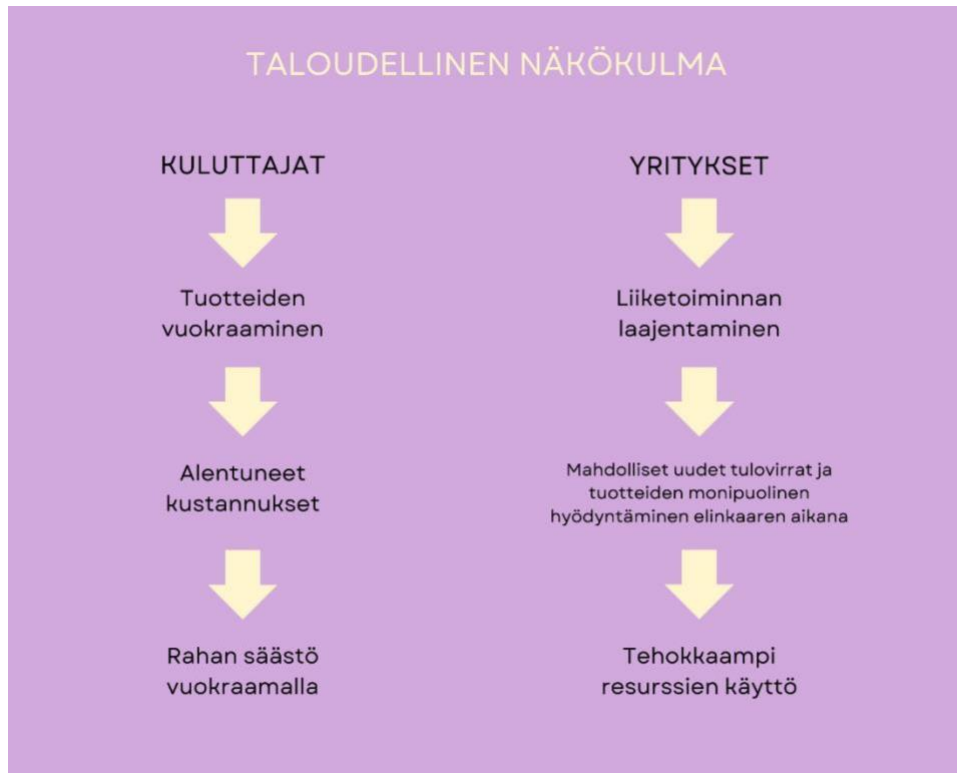
Kun vuokrauskulttuuri lisää suosiotaan, ihmiset saattavat ostaa vähemmän uusia tavaroita. Tämä voi vähentää uusien tuotteiden valmistusta ja siten vähentää raaka-aineiden louhintaa, energiankulutusta ja ilmastopäästöjä, jotka liittyvät uusien tavaroiden valmistukseen. Monilla ihmisillä on tarpeita, jotka ovat tilapäisiä tai kertaluonteisia, kuten erikoisvälineiden tarve remontissa tai erilaisten laitteiden käyttö matkoilla. Vuokrauskulttuuri voi tarjota joustavia ratkaisuja tällaisiin tilanteisiin ilman tarvetta omistaa kyseisiä tavaroita. Vuokrauskulttuuri voikin lisätä ihmisten tietoisuutta kulutuksen vaikutuksista ympäristöön. Kun huomataan, kuinka paljon tavaroita tarvitaan harvemmin kuin luullaan, ihmiset saattavat muuttaa suhtautumistaan kuluttamiseen ja harkita tarkemmin tarpeitaan.



Kuvio 6: Ympäristönäkökulman vaikutukset

5.2 Taloudellinen näkökulma

Taloudellisesti tarkasteltuna vuokrauskulttuurin edistäminen voi tuoda merkittäviä etuja sekä kuluttajille että yrityksille (kuvio 7). Yksilöt voivat hyötyä alentuneista kustannuksista, kun he voivat vuokrata tarvitsemiaan tuotteita tilapäiseen käyttöön sen sijaan, että ostaisivat ne omaksi. Tämä vähentää kustannuksia erityisesti sellaisten tuotteiden kohdalla, jotka ovat kalliita tai harvoin tarvittavia. Esimerkiksi kodinelektronikan, työkalujen ja ulkoiluvälineiden vuokraaminen voi säästää huomattavasti rahaa, kun kuluttaja maksaa vain käytön ajalta eikä hänen tarvitse sitoutua pitkäaikaiseen omistamiseen. Yritykset voivat myös hyötyä vuokrauskulttuurin edistämisestä. Ne voivat laajentaa liiketoimintaansa tarjoamalla vuokrauspalveluita omien tuotteidensa lisäksi. Tämä avaa uusia tulovirtoja ja mahdollistaa tuotteiden monipuolisemman hyödyntämisen niiden koko elinkaaren aikana. Lisäksi yritykset voivat tehostaa resurssien käyttöä, kun tuotteita ja laitteita vuokrataan jatkuvasti eri asiakkaille eikä niitä tarvitse valmistaa yhtä suurta määrää.



Kuvio 7: Taloudellinen hyöty vuokraamisesta

5.3. Edistäminen ja haasteet

Ensimmäisenä edistävänä asiana vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisäämisessä on informaation jakaminen. Tieto vuokrauskulttuurin eduista ympäristölle ja yksilöille voi kannustaa ihmisiä harkitsemaan vuokraamista vaihtoehtona omistamiselle ja mahdollisesti saada kuluttajat pohtimaan omaa kulutuskäyttäytymistään. On tärkeää tarjota selkeitä ohjeita siitä, miten vuokrauspalveluita käytetään ja miten niistä kukakin hyötyy (kuvio 8). Vuokraamisesta voisi järjestää koulutustilaisuuksia ja webinaareja, joissa käsitellään vuokrauskulttuurin perusteita, edistyneempiä käyttötapoja ja kestävän kulutuksen merkitystä. Digitaaliset alustat, kuten vuokraussivustot ja sovellukset, voisivat helpottaa ihmisten yhteen saamista, kun tarjolla on vuokrattavia tavaroita, palveluita ja niiden esille tuomista. On tärkeää osoittaa kuluttajille vuokraamisen taloudellisia etuja, kuten alhaisempia hintoja ja vähäisempää ylläpitoa. Yrityksiä tulisi myös kannustaa tarjoamaan monipuolista vuokrausvalikoimaa eri tuotealueilta. Voisiko esimerkiksi työkalujen valmistaja tarjota työkalujen vuokrausmahdollisuuden?

Yhteisöt ja kaveripiirit ovat tärkeässä asemassa informaation sekä erilaisten trendien levittäjänä. Yhteisöt voivat järjestää tapahtumia, joissa vaihdetaan tavaroita muiden kanssa. Myös erilaiset yhteiskäyttöprojektit voisivat olla hyvä idea. Voisi kuvitella, että esimerkiksi taloyhtiöille tällainen toiminta olisi hyödyllistä ja suosittuakin. Esimerkiksi yhteiskäyttöautot ovat jo monessa taloyhtiössä suosittuja. Taloyhtiöautolla asukkaat voivat nauttia autoilun tuomasta vapaudesta ilman autoon sidottua pääomaa sekä ylläpitoon liittyviä kuluja ja huolia.

Taloyhtiöauto tukee myös kestävän kehityksen mukaisia arjen valintoja (Kiinteistölehti, 6.4.2022.)

Vuokrauskulttuurin menestys perustuu pitkälti luottamukseen. Vuokraajien on voitava luottaa siihen, että he saavat laadukkaita ja turvallisia tavaroita, kun taas omistajien on voitava luottaa siihen, että heidän omaisuutensa palautetaan ehjänä takaisin. Siksi onkin tärkeää määritellä vastuut ja vastuuvapaus vuokraajan ja omistajan välillä tapaturmien ja vahinkojen varalta. Tällainen määritelmä voi olla vaikkapa vuokrasopimuksessa. Vuokrasopimus on sopimus, jolla esineen omistaja tai käyttöoikeuden haltija (vuokranantaja) luovuttaa vastiketta vastaan toiselle (vuokralainen, vuokramies) määräysvallassaan olevan käyttöoikeuden määrääjäksi tai toistaiseksi (Tieteen termipankki, 2017.)

Yksi suurimmista haasteista tietoisuuden lisäämisessä on se, että kuluttajien on voitava muuttaa tapojaan ja tottumuksiaan. Omistamisen kulttuurista siirtyminen vuokraamisen kulttuuriin voi vaatia aikaa ja paljon erilaisia tiedotuskampanjoita. Kulutustottumusten muuttaminen on siis pitkäaikainen prosessi, mutta jokainen pieni askel kohti kestävämpiä valintoja on arvokas. Yhteiskunnan laajempi muutos alkaa aina yksilöistä, joten yksilöiden päätökset voivat inspiroida muita seuraamaan esimerkkiä.

Myös kustannustehokkuus ja taloudellinen kannattavuus on kynnyskysymyksenä. Joillekin vuokraaminen voi olla kalliimpaa pitkällä aikavälillä kuin omistaminen, joten hintojen on oltava kilpailukykyisiä. Kilpailukykyisyys on tärkeää, koska se vaikuttaa suoraan siihen, miten yritys houkuttelee uusia asiakkaita, säilyttää ja kasvattaa asiakaskuntaansa sekä miten se menestyy koko ajan muuttuvilla markkinoilla.



Kuvio 8: Edistäminen ja haasteet

5.4. Eri viestintäkeinot

Kuluttajien tietoisuuden lisääminen vuokrauskulttuurista vaatii monipuolista viestintästrategiaa, joka tavoittaa halutun kohderyhmän tehokkaasti ja inspiroi heitä harkitsemaan vuokraamista vaihtoehtona perinteiselle omistamiselle. Tässä täytyy varmistaa, että viestintä on selkeää, hyvin kohdennettua ja innostavaa. Viestintäkeinojen valinnassa kannattaa ottaa huomioon kohderyhmän mieltymykset, mediankäyttötottumukset ja arvot, jotta viesti tavoittaa heidät halutusti (kuvio 9). Viestintäkeinot tulisi valita sen mukaan, millainen tavoitettava kohderyhmä on ja millä tavoin he todennäköisimmin päätyisivät löytämään sanoman.

Sosiaalinen media on erinomainen viestintäkeino kuluttajien tietoisuuden lisäämiseksi vuokrauskulttuurista. Se tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet tavoittaa laaja kohderyhmä ja jakaa tietoa vuokraamisen mahdollisuuksista. Sosiaalisen median alustat, kuten Instagram, Facebook, Twitter ja TikTok ovat loistavia paikkoja tavoittaa nuorempia kohderyhmiä, jotka ovat usein avoimempia uusille trendeille ja kestävämmille kulutustavoille. Käyttäjät voivat jakaa omia kokemuksiaan vuokraamisesta, vinkkejä ja suosituksia. Esimerkiksi erilaiset visuaaliset tehosteet voivat saada yleisön huomion ja herättää kiinnostusta. Sosiaalisessa mediassa voi myös järjestää kilpailuja tai kampanjoita, joissa osallistujat voivat voittaa alennuskoodeja tai muita etuja vuokrauspalveluista. Esimerkiksi “Vuokraa viikko” -kampanja voisi tarjota erityistarjouksia erilaisten tuotteiden vuokraukseen tietyinä viikkoina. Tämä

puolestaan kannustaa yleisöä osallistumaan ja tutustumaan vuokrauskulttuuriin lisää. Myös yhteistyöt muiden brändien, vaikuttajien tai asiantuntijoiden kanssa laajentaa tavoitettavaa yleisöä ja tuo erilaisia näkökulmia esille. Näillä tahoilla on yleensä suuri seuraajakunta, ja he voivat luoda uusia ilmiöitä ja trendejä jakamalla omia ideoitaan ja näkemyksiään. Jakamalla esimerkiksi trendikkään haasteen vuokrauskulttuurin ympärille voitaisiin saada vuokrauskulttuurille enemmän positiivista mielikuvaa yleisön keskuudessa. Vaikuttaja voisi kehottaa ihmisiä jakamaan kuvia siitä, millaisia tuotteita he ovat vuokranneet ja millä tavoin vuokraaminen on auttanut heitä. Sosiaalisessa mediassa on myös tärkeää rakentaa vuorovaikutusta ja saada aikaan keskustelua yleisön kanssa.

Luomalla informatiivisia verkkosivustoja ja blogitekstejä vuokrauskulttuurista, sen hyödyistä ja käytännön vinkeistä, voidaan tarjota kuluttajille syvällisempää tietoa ja vastata heidän kysymyksiinsä aiheesta. Sisältö voi sisältää esimerkiksi tarinoita onnistuneista vuokrauskokemuksista, vertailuja omistamisen ja vuokraamisen välillä sekä opastusta vuokrauspalveluiden käyttöön. Blogissa voi esimerkiksi julkaista keskustelua aiheesta ja pyytää lukijoita jakamaan omia mielipiteitään ja kokemuksiaan vuokrauskulttuurista. Lisäksi siellä voi tarjota käytännön vinkkejä esimerkiksi siitä, miten varmistaa vuokratuotteen kunto tai miten käyttää vuokrauspalveluita mahdollisimman järkevästi.

Suurempi kulttuurimuutos kohti vuokraamista ei kuitenkaan tapahdu itsestään. Tarvitsemme erilaisia toimenpiteitä ja kannustimia sekä yksilöiden että yhteisöjen tasolla. On tärkeää lisätä tietoisuutta vuokrauskulttuurin hyödyistä ja erilaisista mahdollisuuksista. Lisäksi tarvitsemme selkeitä ja käyttäjäystävällisiä alustoja, joilla vuokraajat ja vuokranantajat voivat helposti löytää toisensa ja sopia vuokrausjärjestelyistä. Vuokrauskulttuurin lisääminen voi vaikuttaa merkittävästi myös kulutustottumuksiimme ja resurssien käyttöön tuotteiden valmistuksessa. Tämä voi johtaa kestävämpään ja ympäristöystävällisempään elämäntapaan, samalla tarjoten taloudellista etua sekä yksilöille että yhteiskunnalle laajemmin. On tärkeää jatkaa tutkimusta ja keskustelua tästä aiheesta sekä edistää konkreettisia toimenpiteitä vuokrauskulttuurin vakiinnuttamiseksi osaksi arkea.



Kuvio 9: Eri viestintäkeinot

6. Yhteenveto

Opinnäytetyömme aiheena oli vuokrauskulttuurin tietoisuuden lisääminen. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten vuokrauskulttuurin tietoisuutta voidaan lisätä sekä miten vuokrauskulttuurin yleistyminen vaikuttaisi kestävään kehitykseen. Opinnäytetyössä käsiteltiin vuokraamisen merkitystä nykyaikaisessa yhteiskunnassamme sekä sen vaikutuksia talouteen, ympäristöön ja kuluttajakäyttäytymiseen. Tutkimusmenetelminä käytimme Instagram kyselyä, teemahaastattelua ja lopuksi teimme vielä 8-SWOT analyysin. Tulokset osoittivat, että vuokrauskulttuurin tietoisuus vaihtelee kuluttajien keskuudessa, ja monet eivät ole täysin tietoisia vuokrauksen mahdollisuuksista ja mahdollisista hyödyistä. Vastausten perusteella voidaan todeta, että vuokrauskulttuurin tietoisuutta tulisi lisätä eri keinoin, esimerkiksi tiedotuskampanjoin ja trendikkäällä markkinoinnilla. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että vuokrauspalveluista kyllä tiedetään, mutta palveluiden tulisi olla helpommin saatavilla ja niiden käyttö tulisi olla vaivattomampaa. Yllätyimme positiivisesti siitä, että vuokrauspalveluille olisi kysyntää, mikäli vuokrauspalvelut saataisiin trendikkäämmiksi. Se, että vuokrauspalveluista saataisiin trendikkäitä, vaatii työtä ja muutosta, ja muutos puolestaan on haasteellista tuttujen kulutuskäyttäytymismallien sijaan. Muutokseen vaaditaan pitkäjänteisyyttä, toistuvaa vuokrauspalveluiden kehittämistä sekä niiden tuomista kuluttajien tietoisuuteen.

Lähteet

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Harper Business.

This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate. Naomi Klein, 2015.

Sähköiset

Eco-Friendly Benefits of Buying or Repurposing Used Furniture, 2020. Earth911. Viitattu 21.08.2023.

<https://earth911.com/inspire/eco-friendly-benefits-of-used-furniture/>

Eden Springs, 2018. Ympäristötietoisuus - miksi se on tärkeä yrityksille ja miten sitä voidaan edistää työntekijöiden ja asiakkaiden keskuudessa. Viitattu 23.08.2023

<https://www.edensprings.fi/blog/ymparistotietoisuus>

Holvi, 2023. Mikä on SWOT-analyysi? Viitattu 30.08.2023

<https://www.holvi.com/fi/holvipedia/yrityksen-voimavarat/swot-matriisi/>

Jakamistalous.fi, 2023. Vastuullisempi tapa toimia. Viitattu 12.11.2023.

<https://www.jakamistalous.fi/>

Jyväskylän yliopisto, 2021. Tutkimuksen suunnittelu. Viitattu 19.08.2023

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/tutkimusprosessi/tutkimuksen-suunnittelu>

Jyväskylän yliopisto, 2021. Laadullinen tutkimus. Viitattu 17.09.2023

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Kvantitatiivinen tutkimus, Heikkilä, 2014. Viitattu 18.08.2023

<http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Kestävä kulutus, 2023. Kiertokapula. Viitattu 27.08.2023.

<https://www.kiertokapula.fi/neuvonta-ja-ymparistokasvatus/ohjeita-ja-oppaita-lajitteluun/kestava-kulutus/>

Kestävän kehityksen digitaalinen oppimateriaali -hanke, 2023. Taloudellinen kestävä kehitys. Viitattu 28.08.2023.

<https://keke.bc.fi/Kestava-kehitys/suomi/taloudellinen/https://keke.bc.fi/Kestava-kehitys/suomi/taloudellinen/>

Kestävä kulutus ja tuotanto, 2023. Ympäristöministeriö. Viitattu 28.08.2023.

<https://ym.fi/kestavan-kulutuksen-ja-tuotannon-ohjelma-kultu>

Oikeustiede: vuokrasopimus. Tieteen termipankki. Viitattu 21.08.2023.

<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:vuokrasopimus>

Onko taloyhtiöauto tulevaisuuden ratkaisu liikkumiseen, 06.04.2022. Kiinteistölehti. Viitattu 24.08.2023.

<https://www.kiinteistolehti.fi/onko-taloyhtioauto-tulevaisuuden-ratkaisu-liikkumiseen>

Ostopäätös perustuu yhä useammin vastuullisuudelle, 2023. Hartwall. Viitattu 09.08.2023.

<https://www.hartwall.fi/inspiroidu/trendit/ostopaatos-perustuu-yha-useammin-vastuullisuudelle/>

Share things, don't buy things, 2023. DoNation. Viitattu 08.08.2023.

<https://www.wearedonation.com/en-gb/do-actions/start-sharing/>

Suomen YK-liitto. Kestävä kehitys - Agenda 2030. Viitattu 28.08.2023

<https://www.ykliitto.fi/kestava-kehitys>

6.3.2 Teemahaastattelu, 2023. Tampereen korkeakouluuyhteisö. Viitattu 17.09.2023.

https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html

Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä, 2022. Viitattu 25.10.2023

<http://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/teemahaastattelu-tutkimusmenetelmana/>

Tilastokeskus. Viitattu 23.08.2023

<https://www.stat.fi/meta/kas/tuotantojate.html>

Tutkimusetiikka ihmistieteissä, 2023. Tietoarkisto. Viitattu 16.09.2023.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusetiikka/tutkimusetiikka-ihmistieteissa/>

Ympäristötietoisuus ja -kasvatus, 2023. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Viitattu 23.08.2023.

<https://www.ely-keskus.fi/ymp%C3%A4rist%C3%B6tietoisuus-ja-kasvatus>

Ympäristöministeriö, 2023. Mitä on kestävä kehitys? Viitattu 28.08.2023.

<https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>

Kuvat

Kuva 1: Kuvankaappaus kysymyksistä 1 ja 2 (Instagram-tarina Milla Grönstrand)	14
Kuva 2: Kuvankaappaukset kysymyksistä 3 ja 4. (Instagram-tarina Milla Grönstrand)	15

Kuviot

Kuvio 1: Kyselyn 1. kysymys	17
Kuvio 2: Kyselyn 2. kysymys	18
Kuvio 3: Kyselyn 3. kysymys	18
Kuvio 4: Kyselyn 4. kysymys	19
Kuvio 5: 8-SWOT Analyysi	24
Kuvio 6: Ympäristönäkökulman vaikutukset	30
Kuvio 7: Taloudellinen hyöty vuokraamisesta.....	31
Kuvio 8: Edistäminen ja haasteet	33
Kuvio 9: Eri viestintäkeinot	35