

Opinnäytetyö (AMK)

Energia- ja ympäristötekniikka

2024

Jenna Frantti

# Ohituskaista uudelleenkäyttöön - palvelu

– Asiakkaiden näkemyksiä  
uudelleenkäyttökelpoisen tavarahan  
vastaanottopalvelusta ja sen markkinoinnista



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Energia- ja ympäristötekniikka

2024 | 45 sivua

Jenna Frantti

## Ohituskaista uudelleenkäyttöön

- Asiakkaiden näkemyksiä uudelleenkäyttökelpoisen tavaran vastaanottopalvelusta ja sen markkinoinnista

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin asiakkaiden näkökulmia Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeen luomaan uudelleenkäyttökelpoisen tavaran vastaanottopalveluun. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää ja tuottaa toimeksiantajille, Lounais-Suomen Jätehuolto Oy:lle ja Turun Ekotorille, palveluun ja sen markkinointiin hyödynnettäviä kehitysideoita.

Työn teoriaosuudessa käsitellään kirjallisuuskatselmuksella kiertotaloutta, tuote-elinkaaren pidentämistä, uudelleenkäyttöä ja sen merkitystä yhteiskunnallemme. Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin laadullista tutkimusta, jossa oli mukana myös määrällisen tutkimuksen osia. Potentiaalisten asiakkaiden ja palvelua jo käyttäneiden näkökulmia tutkittiin puolistrukturoiduilla haastatteluilla. Haastatteluaineistosta analysoitiin asiakkaiden näkemyksiä palvelusta ja sen tunnettavuudesta, asiakkaiden kannustimista sekä markkinoinnista.

Haastattelujen tuloksista esiin nousivat palvelun parhaina ominaisuuksina sen sijainti, maksuttomuus, hyödyllisyys sekä helppokäyttöisyys. Suurimpia esiin nousseita haasteita olivat palvelun tunnettavuus ja asiakkaiden tavoittaminen.

Asiasanat:

Uudelleenkäyttö, kiertotalous, tuote-elinkaaren pidentäminen

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Energy and Environmental Technology

2024 | 45 pages

Jenna Frantti

## Ohituskaista uudelleenkäyttöön

- Customers' views on the reception service of reusable goods and its marketing

This thesis examined the perspectives of customers regarding the reusable items' reception service created by the Ohituskaista uudelleenkäyttöön-project. The aim of the study was to identify and provide development ideas that could be utilized for the service and its marketing, benefiting the commissioning parties, Lounais-Suomen Jätehuolto Oy and Turku Ekotori.

The theoretical section of the thesis, through a literature review, discusses circular economy, product lifecycle extension, reuse, and its importance to our society. A qualitative approach was applied in the research, with some elements of quantitative research included. The perspectives of potential customers and those who have already used the service were explored through semi-structured interviews. The interview data was analyzed to understand customers' opinions on the service and its awareness, customer incentives and marketing.

The interview results highlighted the service's location, free-of-charge aspect, usefulness and ease of use as its best features. The main challenges identified were the service's visibility and reaching customers.

Keywords:

Reuse, circular economy, product life cycle extension

# Sisältö

<b>1 Johdanto</b>	<b>6</b>
1.1 Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hanke	6
1.2 Työn tavoite ja tutkimuskysymykset	7
<b>2 Kiertotalous uudelleenkäytön perustana</b>	<b>9</b>
2.1 Lineaaritaloudesta kohti kiertotaloutta	9
2.2 Tavaroiden ja materiaalien elinkaaren pidentäminen	11
<b>3 Käyttökelpoisen tavaran uudelleenkäyttö</b>	<b>14</b>
3.1 Uudelleenkäytön nykytilanne	14
3.2 Uudelleenkäytön hyödyt ja haasteet	16
3.3 Mikä kannustaa kuluttajia uudelleenkäyttöön?	17
<b>4 Tutkimus asiakkaiden näkemyksistä Ohituskaista uudelleenkäyttöön - palveluun</b>	<b>19</b>
4.1 Haastateltavat, haastattelupaikat ja ajankohdat	19
4.2 Haastattelukysymykset ja haastattelujen kulku	20
4.3 Haastattelujen dokumentointi	21
<b>5 Tulokset</b>	<b>22</b>
5.1 Haastateltujen taustatiedot	22
5.2 Palvelun tunnettavuus	25
5.3 Haastateltujen näkemyksiä palvelun toimivuudesta ja kehittämiskohteista	29
5.4 Palvelun vetovoimatekijät	30
5.5 Asiakkaiden kannustimet palvelun käytölle	31
<b>6 Johtopäätökset ja pohdinta</b>	<b>32</b>
6.1 Uudelleenkäyttö ja sen merkitys yhteiskunnallemme	32
6.2 Palvelun toimivuus sekä kehitysideat	33
6.3 Asiakkaiden kannustimet	34
6.4 Palvelun markkinointi	35
6.5 Yhteenveto	36

## Liitteet

Liite 1. Haastattelujen kysymyspohja.

## Kuvat

Kuva 1. Lineaaritalous ja kiertotalous. (Euroopan parlamentti 2023). .....	10
Kuva 2. Alueelliset määrät kirpputoreissa sekä uudelleenkäytössä (Eskelinen ym. 2018). .....	15
Kuva 3. SWOT-analyysi palvelusta .....	37

## Kuviot

Kuvio 1. Haastateltujen ikä .....	23
Kuvio 2. Haastateltujen kotikunnat.....	24
Kuvio 3. Haastateltujen jakauma sukupuolen perusteella .....	25
Kuvio 4. Haastateltavien tietoisuus palvelusta .....	26
Kuvio 5. Kanavat, joiden kautta haastatellut olivat kuulleet palvelusta jo entuudestaan .....	27
Kuvio 6. Kanavat, joista haastatellut toivoisivat kuulevansa palvelusta .....	28

## Taulukot

Taulukko 1. Haastattelujen ajankohdat. ....	19
---	----

# 1 Johdanto

Yhteiskuntamme kulutustottumukset ovat johtaneet energian sekä raaka-aineiden ylikulutukseen (WWF 2024). Talousjärjestelmämme on toiminut jo pitkään lineaarisesti, mutta jotta saamme säästettyä raaka-aineitamme ja luotua kestävämmän kulutuskäytännön, tulee meidän siirtyä kiertotalouteen (Antikainen 2017).

Ylikulutus tuottaa suuria määriä jätettä vuosittain. Suuri osa jätteeksi päätyvistä tuotteista ja materiaaleista olisi vielä uudelleenkäyttökelpoisia. Jotta voimme vähentää käyttökelpoisen tavaran päätymistä jätteeksi, tulee meidän löytää ratkaisuja, joissa kuluttajia ohjataan uudelleenkäyttökelpoisen tavaran ja materiaalin kierrätyksessä. (Ellen MacArthur foundation 2024)

Lounais-Suomen Jätehuolto Oy ja Turun Ekotori Oy ovat yhdessä toteuttaneet Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeen, jonka tavoitteena on lisätä tavaroiden ja materiaalien uudelleenkäyttöä. Hanke pyrkii ohjaamaan asiakkaita uudelleenkäyttöön tarjoamalla heille palvelun, joka tekee uudelleenkäytöstä helppoa. (Lounais-Suomen Jätehuolto n.d.).

## 1.1 Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hanke

Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hanke on Lounais-Suomen Jätehuolto Oy:n ja Kestävän Kehityksen Yhdistys ry:n hallinnoiman kierrätyskeskus Turun Ekotorin toteuttama hanke, jonka tarkoituksena on helpottaa kotitalouksien uudelleenkäyttöön ohjattavan tavaran vastaanottoa sekä käsittelyä. Hanke tavoittelee palvelun vakiinnuttamista kolmannen sektorin lisäksi myös laajemmaksi alueelliseksi yhteistyöverkostoksi. (Lounais-Suomen Jätehuolto n.d.)

Hanke on luonut ja pilotoinut maksuttoman palvelun, jonne asiakas voi toimittaa uudelleenkäyttökelpoisia tavaroitaan Topinojan lajitteluaseman yhteyteen sijoitetulle vastaanottopisteelle. Turun Ekotorin toimipisteeseen

Rieskalähteentielle on avattu myös ”Käänteinen Ohituskaista” -palvelu, jossa myymälän vastaanotopisteelle tuodut, mutta uudelleenkäyttöön kelpaamattomat tuotteet voidaan jättää toimipisteelle, josta tuote kuljetetaan lajitteluasemalle.

Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun tavoitteena on helpottaa alueen asukkaiden tavaroiden uudelleenkäyttöä niin, että heidän on helppoa toimittaa muuten jätteeksi päätyvät tuotteet uudelleenkäyttöön. Asiakkaat voivat maksutta viedä vastaanotopisteille tavaroitaan, ja vastaanotopisteen työntekijät arvioivat, onko tuote uudelleenkäyttökelpoinen. Vastaanotetut tavarat viedään Turun Ekotorin myymälään uudelleen myyntiin. Vastaanotopisteillä työntekijät arvioivat, onko tavara uudelleenkäyttökelpoista, jolloin asiakkaan ei tarvitse itse selvittää tätä etukäteen. Ekotorin myymälän yhteydessä on Lounais-Suomen Jätehuolto Oy:n kontti, johon tavarat voidaan jättää, mikäli ne ovat uudelleenkäyttöön kelpaamattomia. Vastaavasti Topinojan vastaanotopisteellä asiakas voi viedä uudelleenkäyttöön kelpaamattomat tuotteet suoraan lajitteluasemalle. (Lounais-Suomen Jätehuolto n.d.)

## 1.2 Työn tavoite ja tutkimuskysymykset

Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeen pilotoiman vastaanottopalvelun kokeilu on käynnissä kesäkuusta 2023 alkaen, ja sen toimivuutta halutaan vielä parantaa. Jotta palvelua ja sen markkinointia voidaan kehittää, tämä opinnäytetyö keskittyy selvittämään asiakkaiden näkemyksiä palvelun toimivuudesta sekä sen markkinoinnista. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten jo palvelua käyttäneet ja erityisesti potentiaaliset asiakkaat kokevat ja tuntevat Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeen kehittämisen ja kokeileman palvelun sekä mitkä seikat lisäisivät sen käytettävyyttä ja vetovoimaisuutta. Näitä tutkimuksessa selvitettiin toimeksiantajien toimipisteissä asiakkaiden haastattelujen avulla.

Tämän opinnäytetyön keskeiset tutkimuskysymykset ovat:

1. Mitä on tavaroiden uudelleenkäyttö ja miksi se on tärkeää yhteiskunnallemme?
2. Millaiseksi asiakkaat kokevat Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun?
  - a. Mikä palvelussa asiakkaiden näkökulmasta toimii ja mikä ylipäättään kannustaa asiakkaita palvelun käyttöön?
  - b. Miten asiakkaat kehittäisivät palvelua?
3. Miten asiakkaat tuntevat Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun sekä miten sen markkinointia tulisi kehittää?

Työn rakenne koostuu kirjallisuuskatsauksesta sekä tutkimusosuudesta. Kirjallisuuskatsauksen avulla pyrin ymmärtämään kiertotaloutta ja uudelleenkäyttöä tuotteiden elinkaaren pidentämisen näkökulmasta ja sitä, miksi se on yhteiskuntamme kannalta tärkeää sekä muodostamaan näkemyksen siitä, mitä tavaroiden uudelleenkäytöllä tarkoitetaan. Lisäksi avaan osuudessa sitä, mikä kannustaa kuluttajia tekemään kiertotalouden mukaisia päätöksiä, esimerkiksi tavaran ollessa heille käyttämätön. Jotta voimme ymmärtää kuluttajien kannustimia, perehdyin osuudessa myös kiertotalouden periaatteisiin. Tämän avulla voimme ymmärtää, mikä kannustaa kuluttajia tekemään kiertotalouden mukaisia valintoja.

Työn tutkimusosuudessa selvitin Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun asiakkaita haastatteleamalla, kuinka he tuntevat Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun, millaiseksi asiakkaat kokevat palvelun, mikä kannustaa potentiaalisia asiakkaita palvelun käyttöön sekä miten palvelun markkinointia voidaan kehittää. Viimeisessä luvussa esitän asiakkaiden näkökulmia palvelun toimivuudesta, tunnettavuudesta sekä markkinoinnista, ja kehitysideoita näitä kohtaan. Tulosten pohjalta esitän kehitysehdotuksia hankkeelle palvelun ja markkinoinnin tueksi.

## 2 Kiertotalous uudelleenkäytön perustana

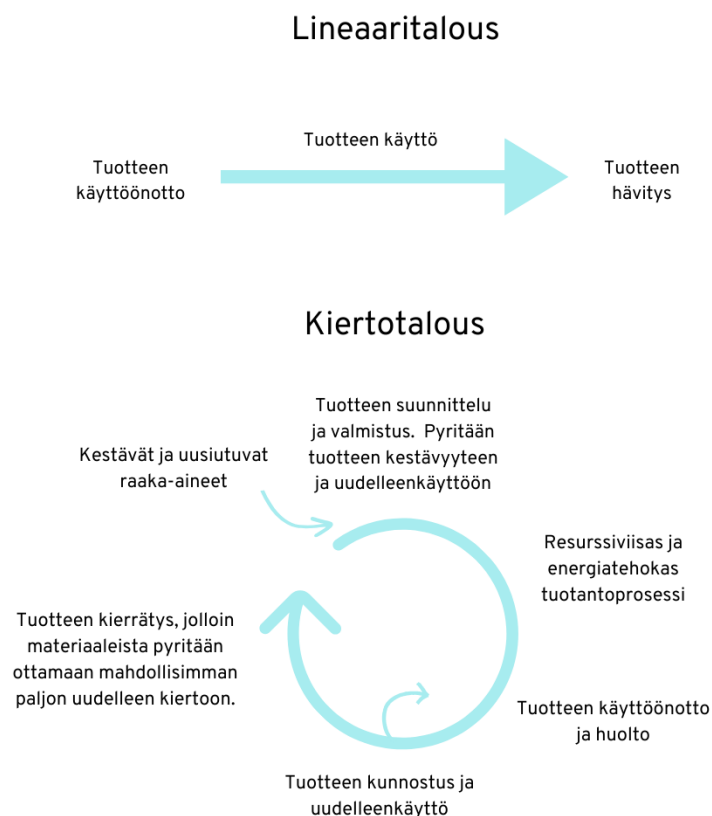
Kiertotalous on yksi merkittävimmistä keinoista ilmastotavoitteiden saavuttamiseen. EU on ilmastopolitiikan sekä lainsäädännön edelläkävijä. EU:n tavoite on olla hiilineutraali vuoteen 2050 mennessä. Kiertotalous on keskeinen osa tätä tavoittelevaa Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaa. (Sitra & Deloitte 2022).

Tärkeä osa Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaa on kiertotalouden toimintasuunnitelma, jonka avulla tuotantoa ja kulutusta pyritään kehittämään kestävämmäksi. Ohjelman mukaan kiertotalous huomioitaisiin jo tuotesuunnittelussa, edistämällä kuluttajien oikeutta korjauttaa ja huoltaa tuotteita sekä luomalla viitekehys julkisiin hankintoihin. Myös Suomen hallitus on luonut strategisen ohjelman kiertotalouden edistämiseen. Yksi tämän ohjelman tavoitteista on luoda kiertotaloudesta uusi talouden perusta vuoteen 2035 mennessä. (Sitra & Deloitte 2022).

Terminä kiertotalous on tullut tutuksi viimeisten vuosien aikana monelle, ja siihen törmääkin nykypäivänä lähes päivittäin. Vaikka kiertotalous terminä onkin tuttua, ei kiertotalous toimintana välttämättä ole. Kiertotalous mielletään yleensä ihmisten keskuudessa vain kierrättämiseksi, mutta se pitää sisällään myös paljon muuta. (Sjöblom 2022).

### 2.1 Lineaaritaloudesta kohti kiertotaloutta

Kiertotalous on tuotanto- ja kulutusmalli, jonka tavoitteena on pitää materiaalit ja tuotteet mahdollisimman pitkään käytössä. Kulutuksessa pyritäänkin nykypäivänä siirtymään pois kauan vallinneesta lineaaritaloudesta ja siirtymään kiertotalouteen. (Euroopan parlamentti 2023). Näitä kulutusmalleja esittää kuva 1.



Kuva 1. Lineaaritalous ja kiertotalous. (Euroopan parlamentti 2023).

Kuten kuvasta nähdään, lineaaritaloudessa tuotteet ja materiaalit käytetään, ja käytön jälkeen ne hävitetään jätteeksi. Tämän jälkeen kuluttaja hankkii tilalle uuden, ja tämä kulutusmalli jatkuu uudelleen kuvan 1 mukaan. Tämä kulutus- ja toimintamalli on ympäristölle ja sen raaka-aineille erittäin haasteellinen. (Ellen Macarthur foundation n.d.) Tällä hetkellä jätettä syntyy EU:ssa noin 3 miljardia tonnia vuodessa (Euroopan komissio). On arvioitu, että lineaaritaloutta jatkamalla, kulutamme vuoteen 2050 mennessä kolmen maapallon edestä luonnonvaroja (Euroopan parlamentti 2021). Tämä arvio on maailmanlaajuinen, ja Suomessa kulutus on vielä keskiarvoa suurempaa. Mikäli kulutus olisi maailmanlaajuisesti Suomen tasolla, tarvitsisimme 3,8 maapalloa (WWF 2019).

Kiertotaloudessa pyritään vähentämään luonnonvarojen kulutusta. Sen tavoitteena on pitää materiaalit ja raaka-aineet mahdollisimman kauan

käytössä, päätyvä jätteeksi. Kiertotaloudessa tuotteiden ja materiaalien suunnittelussa sekä tuotannossa otetaan huomioon kestävä ja uusiutuvat raaka-aineet, sekä energiatehokas tuotantoprosessi. Kiertotalouden kolme pääperiaatetta ovat jätteen ja saastuttamisen vähentäminen, tuotteiden ja materiaalien kierrätys sekä luonnon uusiutuminen. (Ellen MacArthur Foundation).

Kiertotalouden ratkaisuja voidaan tukea myös liiketoiminnalla. Kiertotalouden liiketoimintamallit auttavat toteuttamaan kiertotaloutta ja sen periaatteita taloudellisesti kestävämmällä ja kannattavammalla tavalla (Eskola n.d.). Kiertotalouden liiketoimintamallit voidaan jaotella Sitran ja Deloitteen (2022) mukaan viiteen eri malliin. Nämä mallit ovat: tuote palveluna, tuote-elinkaaren pidentäminen, jakamislustat, uusiutuvuus sekä resurssitehokkuus ja kierrättäminen. Tässä työssä keskityn yhteen näistä liiketoimintamalleista, joka on tuote-elinkaaren pidentäminen. Keskityn työssä juuri tähän liiketoimintamalliin, sillä uudelleenkäyttö edistää tuote-elinkaaren pidentämistä.

Tuote-elinkaaren pidentäminen pyrkii pidentämään tuotteiden elinikää, jolloin ne säilyvät käytössä mahdollisimman pitkään, niiden alkuperäisessä käyttötarkoituksessa. Tästä esimerkkejä ovat muun muassa erilaiset korjaus- ja huoltopalvelut sekä uudelleenkäyttö. (Sitra ja Deloitte 2022).

## 2.2 Tavaroiden ja materiaalien elinkaaren pidentäminen

Tavaroiden ja materiaalien elinkaaren pidentäminen on yksi merkittävimmistä keinoista vähentää jätettä, sekä tarvetta uusien tavaroiden hankkimiselle. (Sitra ja Deloitte). Elinkaaren pidentäminen lisää tavaran käyttöikä, ja vähentää tarvetta uusien rinnakkaistuotteiden hankkimiselle (Hakala 2024). Jotta tavara pysyisi kiertotalouden mukaisesti mahdollisimman kauan käytössä, päätyvä jätteeksi, täytyy tuotteiden ja materiaalien suunnittelusta alkaen ottaa huomioon elinkaaren pituus. (Ellen MacArthur foundation n.d.)

Tavaroiden ja materiaalien uudelleenkäyttö pidentää niiden elinkaarta. Mikäli tuotetta ei käytetä uudelleen, päättyy se suoraan jätteeksi. Kun tavara tai

materiaali säilyy kauemmin alkuperäisessä käytössään, vähentää se uusien tavaroiden valmistamisen tarvetta. Valmistuksen vähentyessä myös raaka-aineiden käyttö vähentyy. Näin valmistajat pystyvät vähentämään myös tuotteen valmistukseen ja kuljettamiseen käytettävää energiaa sekä niistä syntyviä päästöjä. (Euroopan parlamentti 2023).

Tuotteen elinkaarta pystytään pidentämään myös muilla keinoin, joita ovat uudelleenkäytön lisäksi korjaus-, huolto-, sekä ennallistamispalvelut. (Sitra & Deloitte 2022). Jotta tuotteiden elinkaarta pystyttäisiin pidentämään, tulee kuluttajia kannustaa käyttämään tuotteitaan mahdollisimman pitkään, ja toimittamaan vanhat tavaransa uudelleenkäytettäväksi. Tämä avaa myös paljon mahdollisuuksia uusille liiketoiminnoille. Näitä ovat esimerkiksi korjaus-, huolto- ja ennallistamispalvelut. (Seppälä ym. 2016) Tällä hetkellä nämä palvelut ovat kuitenkin huomattavasti kalliimpia esimerkiksi elektroniikassa, kuin uuden tuotteen hankkiminen (Eskelinen ym. 2018). Tähän ratkaisuksi toimisi valmistajien ja myyjien vastuu tuotteen huollosta ja korjauksesta (Euroopan parlamentti 2022.)

Valmistajien ja myyjien vastuuta edistämään Euroopan parlamentti on luonut Ekosuunnitteludirektiivin, jonka vaatimuksina on edistää tuotteiden korjattavuutta sekä kierrätettävyyttä (Euroopan parlamentti 2018). EU on myös vuonna 2022 hyväksynyt lainsäädännön, jolla kuluttajilla on oikeus korjauttaa tuotteensa. Lainsäädäntö velvoittaa myyjiä priorisoimaan takuuajana korjauttamista, mikäli se on kuluttajalle edullista tai saman hintaista kuin tuotteen korvaaminen uudella. Lainsäädännön tavoitteena on myös kannustaa kuluttajia tuotteiden korjauttamiseen uuden ostamisen sijaan. (Euroopan parlamentti 2022.)

Tuotteiden ja materiaalien elinkaaren pidentäminen hyödyttää sekä kuluttajaa että sen valmistajaa. Kuluttajat saavat pitkäikäisemmän tuotteen, joka kestää kauemmin alkuperäisessä käytössään. Tuotteen valmistanut yritys voi hyötyä myyntihetken lisäksi myös tuotteen jälkimarkkinoilta. Lisäksi kestävä tuote on markkinoilla kysytty. Huolto-, korjaus-, ja ennallistamispalvelut tarjoavat lisää

työpaikkoja sekä lisäävät tuotteen arvoa asiakkaan silmissä. (Eskelinen ym. 2018).

### 3 Käyttökelpoisen tavaran uudelleenkäyttö

Uudelleenkäyttö tarkoittaa tavaroiden ja materiaalien ottamista uudelleenkäyttöön alkuperäistä käyttöä vastaavalla tavalla. Uudelleenkäytössä tavara voidaan uudelleenkäyttää joko kokonaisuudessaan, tai uudelleenkäyttöön voidaan ottaa vain jokin tuotteen osa, esimerkiksi polkupyörän rengas. (Suomen ympäristökeskus 2022).

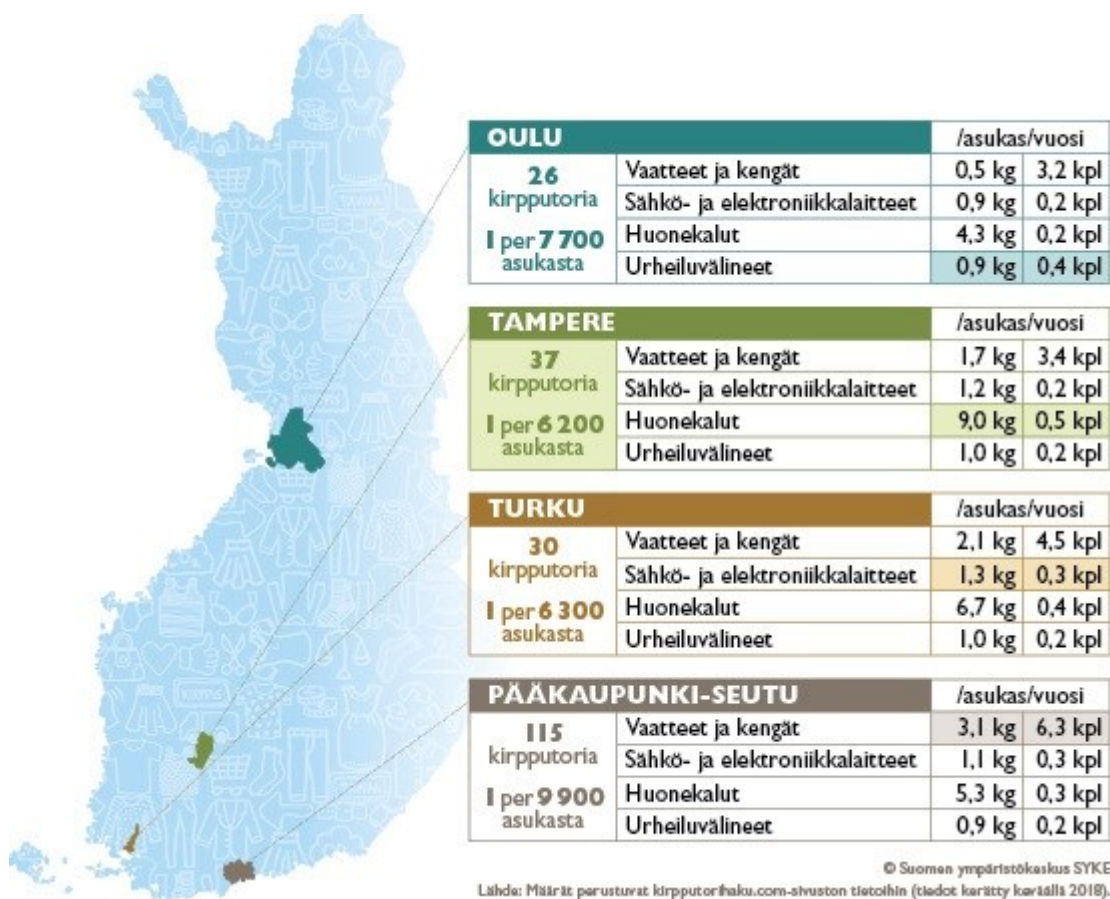
Arjen puheessa kuulee usein keskustelua kierrätyksen merkityksestä. Ihmiset usein kierrättävät esimerkiksi käyttämättä jääneitä vaatteitaan sekä huonekalujaan. Todellisuudessa tällöin on kyse uudelleenkäytöstä. Kun tuote kierrätetään, se käy läpi teollisen prosessin, jonka jälkeen saadut materiaalit käytetään hyödyksi uudessa yhteydessä. (Hakala 2024). Esimerkiksi lajitellut muovit kierrätetään ja hyödynnetään uusien tuotteiden raaka-aineina. Uudelleenkäytössä tuote taas käytetään uudelleen sen alkuperäisessä käyttötarkoituksessa. Jokainen meistä voi siis uudelleenkäyttää tavaroita, mutta kierrätyksen prosessin valmistaminen ei ole jokaiselle mahdollista.

Uudelleenkäyttö on yleistynyt viime vuosina runsaasti. Tähän vaikuttaa muun muassa verkkokauppojen erilaiset myyntipalvelut käytetyille tavaroille. Myös kirpputorien sekä kierrätyskeskusten lisääntyminen tuo asiakkaille enemmän mahdollisuuksia ostaa ja myydä uudelleenkäytettävää tavaraa. (Eskelinen ym. 2018).

#### 3.1 Uudelleenkäytön nykytilanne

Uudelleenkäytön edistäminen on Suomessa tällä hetkellä alkuvaiheessa, mutta uudelleenkäyttö on lisääntynyt jo runsaasti viime vuosien aikana. Toimijoiden määrät ovat jatkuvassa nousussa, ja kuluttajien kiinnostus uudelleenkäyttöön lisääntyy jatkuvasti. Useassa kaupungissa, kuten pääkaupunkiseudulla, Turussa, Tampereella ja Oulussa, koetaan kirpputorien ja kierrätyskeskusten määrän lisääntyneen. Myös verkossa tapahtuva käytettyjen tuotteiden osto ja myynti on lisääntynyt runsaasti. (Eskelinen ym. 2018).

Vuonna 2018 julkaistusta Suomen ympäristökeskuksen raportista ”Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen” selviää, että uudelleenkäyttö jakautuu alueittain sekä tuoteryhmittäin. Tutkimuksessa tarkasteltiin uudelleenkäyttömääriä alueittain neljältä alueelta: pääkaupunkiseutu, Turku, Tampere sekä Oulu. Tutkimuksessa huomioon otettuja tuoteryhmiä olivat vaatteet ja kengät, sähkö- ja elektroniikkalaitteet, huonekalut sekä urheiluvälineet. (Eskelinen ym. 2018). Seuraavaa Suomen ympäristökeskuksen raportin kuvaa 2 tarkasteltaessa huomataan, että vaatteiden ja kenkien osalta alueellinen vaihtelu tuotteiden lukumäärissä asukasta kohden on suurinta. Muiden tutkimuksessa huomioon otettujen tuoteryhmien osalta kaupungit ovat lähes samalla tasolla uudelleenkäytössä.



Kuva 2. Alueelliset määrät kirpputoreissa sekä uudelleenkäytössä (Eskelinen ym. 2018).

Samassa tutkimuksessa ”Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen” sekä sen selvityksessä mukana olleissa kaupungeissa sijaitseva vuonna 2018 yhteensä 208 kirpputoria. Asukaslukuihin suhteutettuna määrät kaupungeissa vaihtelevat melko vähän. (Eskelinen ym. 2018). 6Aika: Tulevaisuuden kiertotalouskeskukset -hankkeen yhteydessä tehdyn selvityksen perusteella tavaroiden uudelleenkäytössä on maakunnittain jonkin verran eroja. Turun alueen tilannetta tarkasteltaessa keskimäärin uudelleenkäyttöön saapuu vuosittain noin 2,88 kpl tuotteita asukasta kohden (Eskelinen ym. 2018).

Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen-tutkimuksen mukaan esimerkiksi pääkaupunkiseudulla lukema on paljon suurempi. Tähän vaikuttavat kierrätyskeskusten sekä kirpputorien määrä, joka on suurempi pääkaupunki seudulla. Näin ollen asukkaiden läheisyydessä on suurempi määrä mahdollisuuksia uudelleen käyttää tuotteensa ja materiaalinsa. (Eskelinen ym. 2018).

Kuvassa 2 on ilmoitettu keskimääräiset uudelleenkäyttömäärät asukasta kohden sekä kappalemäärinä että painoltaan kiloina. Massaltaan merkittävin uudelleenkäytettävä tuoteryhmä on tutkimuksen mukaan huonekalut, joita arvioidaan päätyvän Suomessa uudelleenkäyttöön vuosittain noin 34 795 tonnia. (Eskelinen ym. 2018)

### 3.2 Uudelleenkäytön hyödyt ja haasteet

Samaisessa Suomen ympäristökeskuksen raportissa vuodelta 2018 haastateltiin myös alueellisia toimijoita uudelleenkäytön parista. Esimerkiksi Turun kierrätyskeskuksen johtotason henkilön haastattelussa käy ilmi, että kilpailu kirpputorien ja kierrätyskeskusten välillä on kovaa. Tämä kuitenkin puolestaan kannustaa myyjiä panostamaan tuotteiden korkeaan laatuun sekä palveluun. (Eskelinen ym. 2018.).

Uudelleenkäytön yksi yleisimmistä haasteista on Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen -tutkimuksen haastatteleminen toimijoiden mukaan tuotteiden saatavuus oikeaan aikaan. Esimerkiksi sesonkituotteiden kysyntä on suurinta

kauden alussa, kun taas niiden saatavuus kasvaa kauden loppu puolella. Tähän monet toimijat ovat varautuneet vastaanottamalla esimerkiksi talvituotteita, kuten suksia ja luistimia, vain talvikauden aikana. Tämä saa kuluttajat tarkistamaan oman tarpeensa tuotteiden antamiseen eteenpäin jo silloin, kun niille on myös kysyntää. (Kurttio n.d.)

Tällä hetkellä uusien tuotteiden kestävyys on huonompaa kuin vanhempien tuotteiden. Tuotteet tehdään materiaaleista, joita on vaikeampi korjata. Tällaisia ovat esimerkiksi lastulevystä valmistetut huonekalut. Uusien tuotteiden elinkaari on siis hyvin lyhyt. Tähän vaikuttavat nykypäivän kulutustottumukset, jossa tavarat vaihdetaan uusiin, vaikka vanhat olisivatkin vielä toimivia. Tämä vähentää myös valmistajien tarvetta tehdä tuotteista mahdollisimman kestäviä. (Eskelinen ym. 2018).

### 3.3 Mikä kannustaa kuluttajia uudelleenkäyttöön?

Kiertotalous ja uudelleenkäyttö ovat lisääntyneet merkittävästi viime vuosien aikana. Liiketoiminta on lisääntynyt, ja erilaiset kirpputorit sekä kierrätyskeskukset ovat näkyvässä osassa katukuvaa. Erilaisten liiketoimintojen lisääntyminen on myös kasvattanut kuluttajien käytetyn tavarain ostamista. Myös kuluttajien arvostus käytettyä tavaraa kohtaan on lisääntynyt. (Wilska 2021). Arvojen vaikutus motivaatiotekijöihin ja kannustimiin on suuressa roolissa kuluttajien päätöksissä (Olsson n.d.).

Lisääntyneeseen käytetyn tavarain ostamiseen vaikuttavat myös trendit sisustus- ja vaatemuodissa. Tällä on sekä hyvät että huonot puolensa. Trendikulttuuri lisää tavarain ostamista käytettynä, mutta trendien muuttuessa tavarat jäävät käyttämättömiksi, ja ne vaihdetaan taas seuraavaan. (Tuorila 2022). Ratkaisuksi tähän, tulisi kuluttajia kannustaa uudelleenkäyttämään turhaksi jääneet tavarat taas uudelleen. Kuluttajia tulisikin myös kannustaa tavarain ennallistamiseen ja huoltoon, jotta tavarat säilyttävät arvoaan kauemmin. (Ellen MacArthur foundation n.d.).

Uudelleenkäytön kannustimiin vaikuttavat myös kuluttajien kokemat haasteet tavaroista luopumisessa. Usein tavarat halutaan vaihtaa uuteen, mutta vanhoista ei haluta luopua. Tällöin tavaroita kertyy kaappeihin, ja ne jäävät käyttämättömiksi. On myös huomattu, että kun käyttämättömiä tavaroita kertyy paljon, on motivaatio niiden uudelleenkäyttöön pienempi. Tällöin usein, kun tulee aika luopua tavaroista, viedään ne mieluummin jätteeksi, kuin uudelleenkäyttöön. Tähän vaikuttavat kertyneen tavaran määrä, sekä niiden läpikäymiseen kuluva aika. (Seppälä ym. 2016).

Haasteena on myös tavaroiden arvon lasku. Esimerkiksi elektroniikka menettää arvoaan nopeasti vuosien mittaan. Tästä syystä kunnostus- ja huoltotoimiin tulisi panostaa jo valmistajan puolesta. (Eskelinen ym. 2018).

Nykyisin suuri kannustin uudelleenkäytölle on myös ilmasto- ja ympäristövastuullisuus. Ihmisiä huolettaa ilmaston lämpeneminen, sekä luonnonvarojen riittävyys. Ympäristövastuullisuuden kannustimien lisääntymiseen vaikuttaa myös kuluttajien kokema paine ympäristövaatimusten kiristymisestä. Tämä on saanut yhä useammat uudelleenkäyttämään tavaroitaan ympäristön näkökannasta. (Eloranta & Kumpulainen 2022).

## 4 Tutkimus asiakkaiden näkemyksistä Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palveluun

Tämän tutkimuksen varsinaisena tutkimusmenetelmä ovat haastattelut, sillä niiden avulla pääsin keskustelemaan potentiaalisten asiakkaiden kanssa ja keräämään mahdollisimman paljon heidän näkökulmiaan ja kehitysideoitaan Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeen luoman palvelun toimivuudesta sekä markkinoinnista (Hyvärinen ym. n.d.).

Haastattelujen tavoitteena oli selvittää, millaisia näkökulmia asiakkailla on palvelun toimivuudesta ja vetovoimatekijöistä sekä palvelun tunnettavuudesta ja markkinoinnista. Tutkimuksella haluttiin myös selvittää, mikä kannustaa potentiaalisia asiakkaita palvelun käyttöön.

### 4.1 Haastateltavat, haastattelupaikat ja ajankohdat

Haastattelin potentiaalisia asiakkaita paikan päällä Lounais-Suomen Jätehuollon lajitteluasemalla Topinojalla ja Turun Ekotorin toimipisteessä Rautakadulla, sekä Turun Ekotorin toimipisteessä Rieskalähteentiellä. Haastattelin asiakkaita yhteensä neljänä eri päivänä. Haastattelujen toteutuspaikat sekä -päivämäärät olen koonnut taulukkoon 1.

Taulukko 1. Haastattelujen ajankohdat.

Haastattelujen ajankohdat		Haastateltujen lukumäärä
18.3.2024	Turun Ekotori, Rautakatu	15
27.3.2024	Turun Ekotori, Rieskalähteentie	16
9.4.2024	Topinojan lajitteluasema	20
25.4.2024	Turun Ekotori, Rieskalähteentie	13

Taulukkoon 1 olen koonnut myös tiedon siitä, kuinka monta haastattelua tein eri toimipisteissä. Turun Ekotorin Rautakadun toimipisteessä haastattelin 15 henkilöä ja Topinojan lajitteluasemalla haastattelin 20 henkilöä. Turun Ekotorin Rieskalähteentien toimipisteessä haastattelin kahtena eri päivänä: ensimmäisenä päivänä 16 henkilöä ja toisena päivänä 13 henkilöä. Haastatteluun vastanneita oli yhteensä 64 henkilöä. Haastatteluihin valitsin satunnaisesti toimipisteissä vierailevia asiakkaita. Tutkimuksen kannalta on hyvä huomata, että toteutin haastattelut ympäristössä, jossa haastatteluun osallistuvat ovat jo tutkimuksen teeman ympärillä. Asiakkaiden henkilötietoja ei kerätty tutkimusta varten, vaan haastateltavien henkilöllisyys pysyi anonyyminä.

#### 4.2 Haastattelukysymykset ja haastattelujen kulku

Toteutin haastattelut puolistrukturoituina haastatteluina, jolloin haastattelujen teemat sekä kysymykset olivat etukäteen suunniteltuja, mutta varsinainen keskustelu haastattelussa eteni haastateltavan antamien vastausten mukaan. Näin myös kysymysten määrä sekä haastattelun runko vaihtelivat. Haastattelun kysymyspohja löytyy liitteestä 1.

Kysymysrunko piti sisällään valmiita vastausvaihtoehtoja, mutta pidin kysymykset ja keskustelun mahdollisimman avoimena, jolloin saisin vastauksia mahdollisimman avoimesti itse haastatellulta. Menetelmänä käytin haastatteluissa sekä kvantitatiivista menetelmää, että kvalitatiivista menetelmää. Keräsin haastateltujen taustatiedot sekä palvelun tunnettavuuteen liittyvät kysymykset määrällisessä muodossa, ja palvelun toimivuuteen, asiakkaiden kannustimiin sekä kehitysideoihin liittyvät kysymykset laadullisessa muodossa.

Aloitin haastattelut lyhyellä esittelyllä, jossa kerroin haastateltavalle tutkimuksesta, sen tavoitteesta sekä Ohituskaista Uudelleenkäyttöön - hankkeesta. Haastattelupisteellä asiakkailla oli mahdollisuus lukea palvelusta infolapun avulla. Olin tehnyt haastatteluista erikseen oman lehtisen, jossa oli kuvaus haastattelun tavoitteista. Haastattelun alustuksen jälkeen keräsin

haastateltavilta seuraavat tiedot: ikä, sukupuoli, sekä asuinalue. Ikä kerättiin haastateltavilta kymmenen vuoden tarkkuudella, ja asuinalue oli jaoteltu vaihtoehtoihin Turku, lähikunnat (Lieta, Aura, Kaarina, Raisio, Masku, Naantali, Paimio) sekä muu.

Alustuksen sekä taustatietojen keräämisen jälkeen keskustelimme yhdessä haastatellun kanssa hänen näkemyksistään palvelua ja sen markkinointia kohtaan eli siitä, miten he tuntevat palvelun, mikä nykyisessä palvelussa ja markkinoinnissa toimii, ja miten näitä tulisi kehittää. Lisäksi keskustelimme, mikä kannustaa heitä ylipäättään toimittamaan tavaroitaan uudelleenkäyttöä varten (esimerkiksi Ohituskaista uudelleenkäyttöön- palvelua hyödyntäen).

#### 4.3 Haastattelujen dokumentointi

Dokumentoin haastattelujen vastaukset Webropol-kysely-työkalun avulla. Olin laatinut valmiin kyselylomakkeen etukäteen, ja kirjasin itse haastateltavien vastaukset lomakkeelle. Jokaisen haastattelutilanteen jälkeen kävin vielä kirjaamani asiat tarkasti läpi, ja tarkensin niitä tarvittaessa vastaamaan haastateltavan näkemyksiä keskustelun pohjalta. Haastattelujen kirjaukset lähetin itse Webropol-kyselynä, jolloin vastaukset tallentuivat järjestelmään.

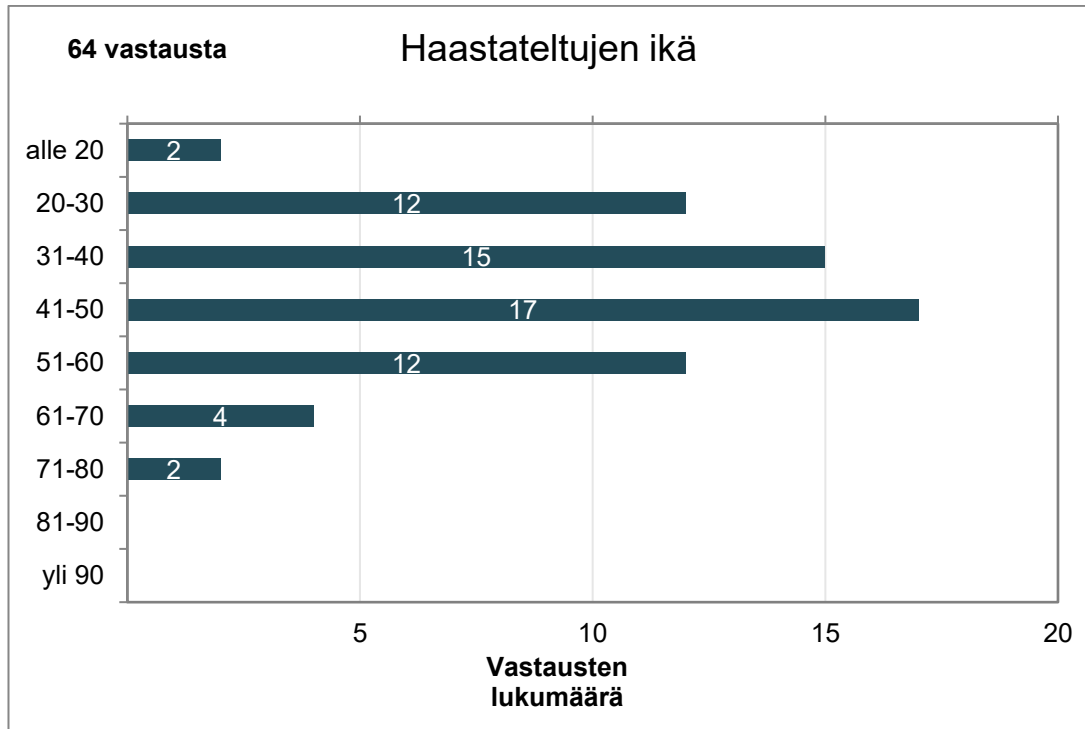
Julkaisin kyselystä myös QR-koodin, mikäli haastateltavat haluavat osallistua kyselyyn, mutta eivät ehtisi jäädä paikanpäälle. Lopulta yksikään haastateltavista ei osallistunut koodin kautta, vaan kaikki haastateltavat jäivät keskustelemaan paikanpäälle.

## 5 Tulokset

Aineiston keruun jälkeen lähdin analysoimaan haastatteluista keräämääni aineistoa. Haastattelun runko koostui kysymyksistä, joihin olin valmistellut valmiita vastausvaihtoehtoja sekä kysymyksiä, joihin haastateltava pystyi antamaan vastauksen vapaamuotoisemmin. Kysymyksistä ensimmäiset analysoin kvantitatiivisella menetelmällä. Kysymyksiin olin luonut valmiita vaihtoehtoja, joihin haastatellun vastaukset luokiteltiin. Markkinointiin liittyvissä kysymyksissä haastatellun oli mahdollista vastata esittämiini kysymyksiin avoimesti. Palvelun toimivuuteen, kannustimiin sekä kehitysideoihin liittyvät kysymykset käsittelin laadullisesti.

### 5.1 Haastateltujen taustatiedot

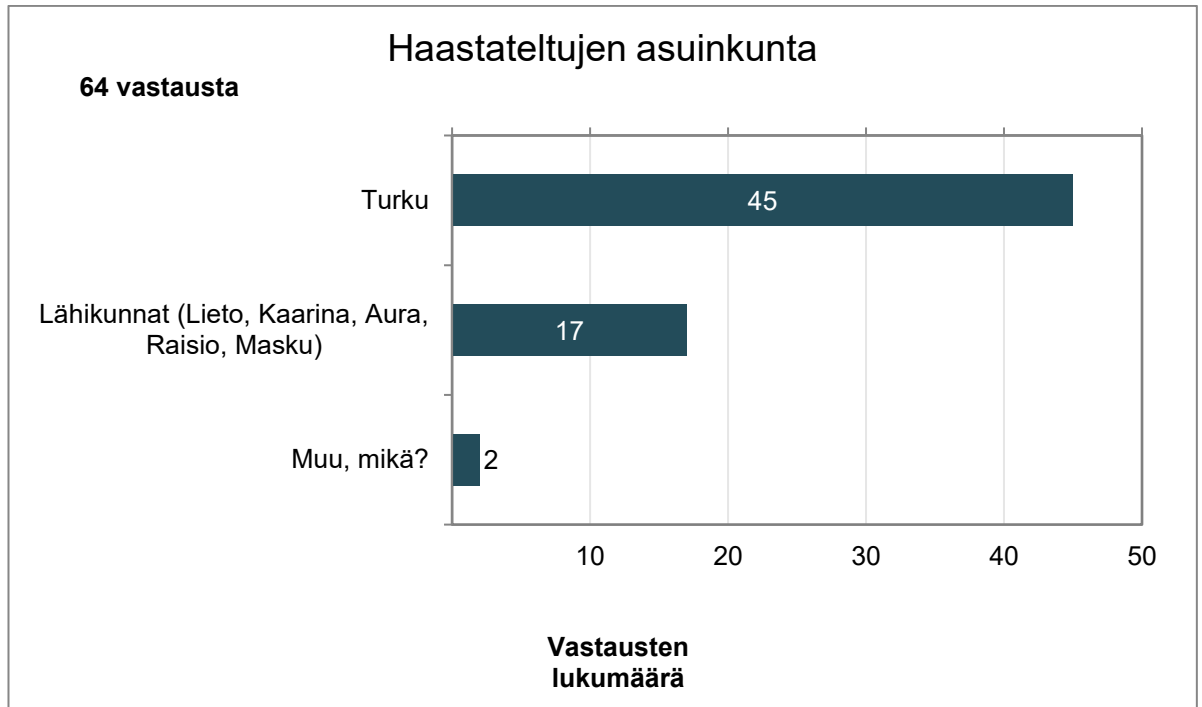
Haastattelututkimukseen osallistui melko tasaisesti kaiken ikäisiä henkilöitä. Luokittelin haastateltavien iän tutkimuksessa kymmenen vuoden tarkkuudella. Kuviossa 1 havainnollistan haastateltujen henkilöiden iät.



Kuvio 1. Haastateltujen ikä

Tarkastellessa kuviota 1 huomataan, kuinka suurin osa haastatelluista on 20–60-vuotiailta. Alle 20-vuotiaita haastateltuja oli vain kaksi, samoin 71–80-vuotiaita. Yli 81-vuotiaita haastateltuja ei tullut lainkaan.

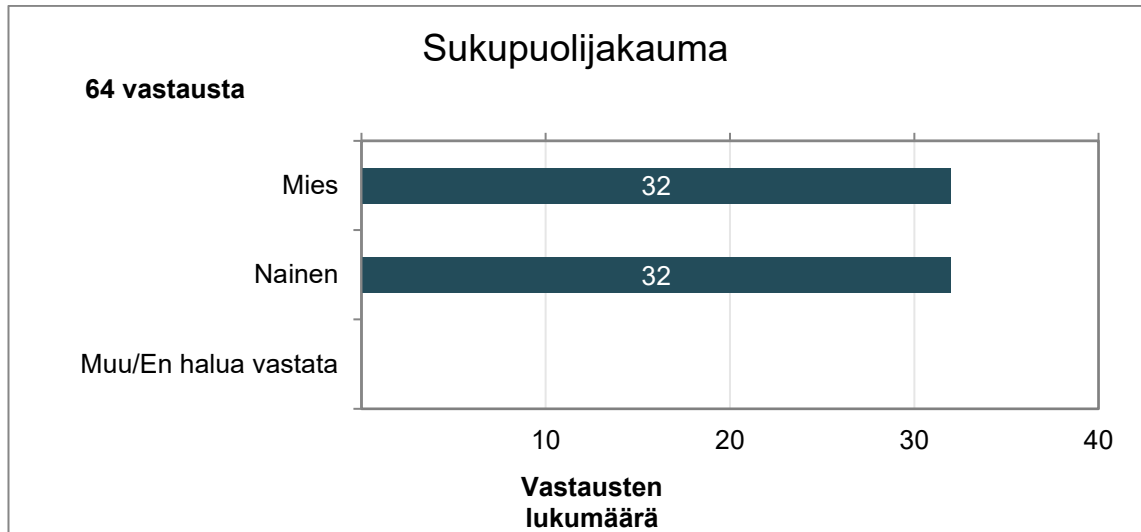
Seuraavaksi kysyin haastatelluilta taustatietona heidän asuinkuntansa. Vastaukset luokiteltiin kolmeen vaihtoehtoon, jotka olivat Turku, lähikunnat sekä muualla asuvat. Nämä on esitetty seuraavassa kuviossa 2.



Kuvio 2. Haastateltujen kotikunnat

Kuten kuviosta 2 nähdään, haastatelluista ylivoimaisesti suurin osa, 45 henkilöä, asuu Turussa. Lähikunnissa asuu 17 haastatelluista. Vain kaksi haastateltua vastasi asuvansa muualla, ja tarkemmin he ovat Sauvosta sekä Vantaalta. On hyvä huomata, että Sauvo kuuluu Lounais-Suomen jätehuollon toimialueeseen, mutta tässä tutkimuksessa luokittelin sen lähikuntien ulkopuolelle.

Kuviossa 3 havainnollistetaan haastateltujen jakaumaa sukupuolten välillä. Sukupuolen osalta haastatelluilla oli mahdollisuus jättää myös vastaamatta esittämäni kysymykseen.

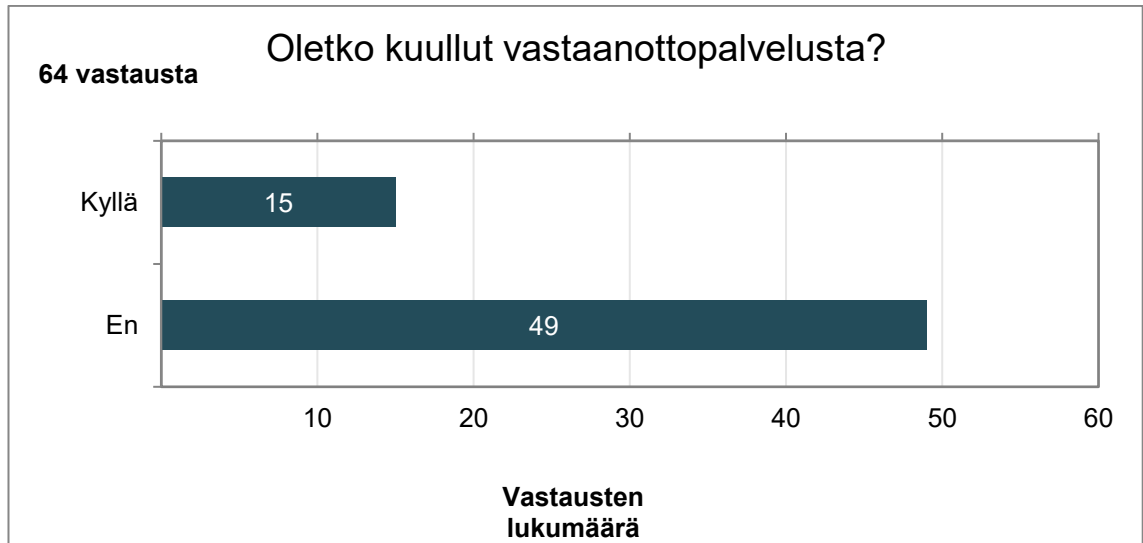


Kuvio 3. Haastateltujen jakauma sukupuolen perusteella

Kuten kuviosta 3 huomataan, sukupuolijakauma oli haastateltavien kesken tasan. Vaikka kysymykseen oli mahdollista olla vastaamatta, ei yhtään tyhjää vastausta kuitenkaan tullut.

## 5.2 Palvelun tunnettavuus

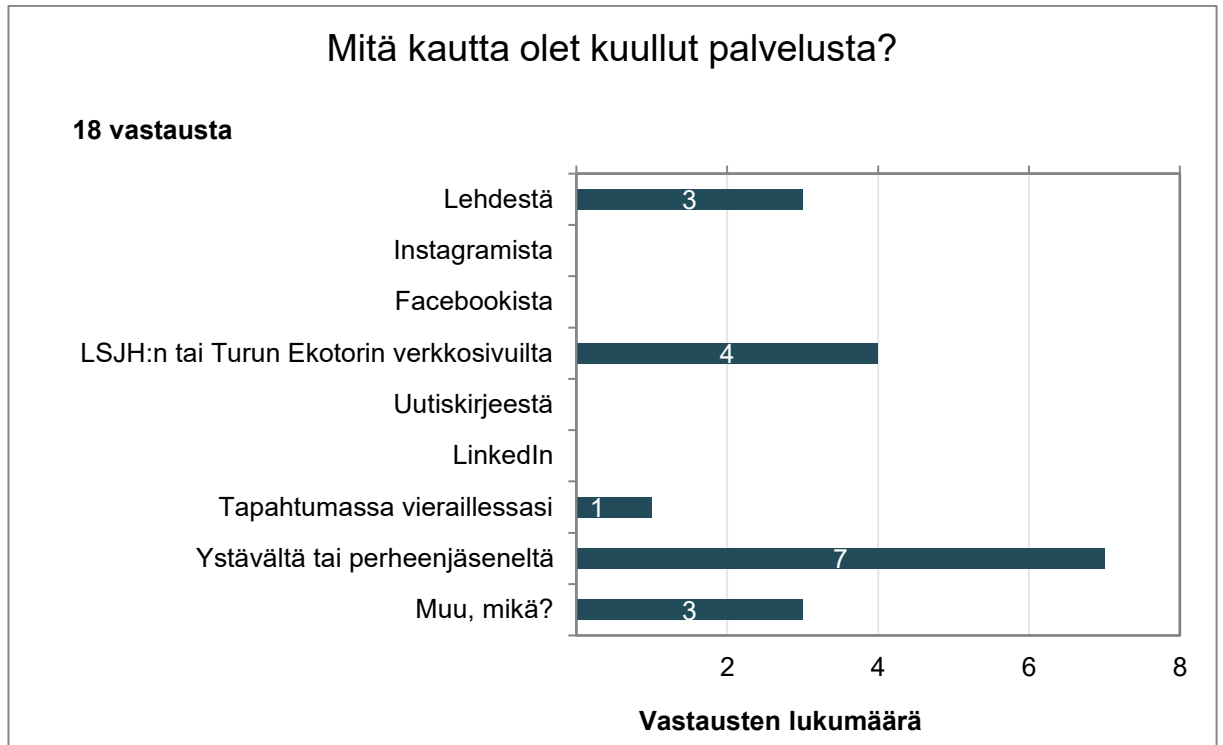
Keskustelimme haastateltujen henkilöiden kanssa siitä, olivatko he kuulleet jo aikaisemmin Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelusta. Kuvio 4 esittää vastauksien jakautumisen kyllä- ja ei-vaihtoehtoihin.



Kuvio 4. Haastateltavien tietoisuus palvelusta

Kuten kuvio 4 nähdään, haastatelluista 15 henkilöä oli kuullut palvelusta jo entuudestaan. Haastatelluista taas 49 henkilöä ei ollut kuullut palvelusta aikaisemmin. Kysyin vielä näiltä 15 Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelusta jo entuudestaan kuulleelta henkilöltä, mistä kanavasta he olivat palvelusta kuulleet. Lopuilta 49 henkilöltä kysyin, mitä kautta he toivoisivat kuulevansa palvelusta. Tämä kysymys esitettiin myös heille, jotka olivat jo entuudestaan kuulleet palvelusta.

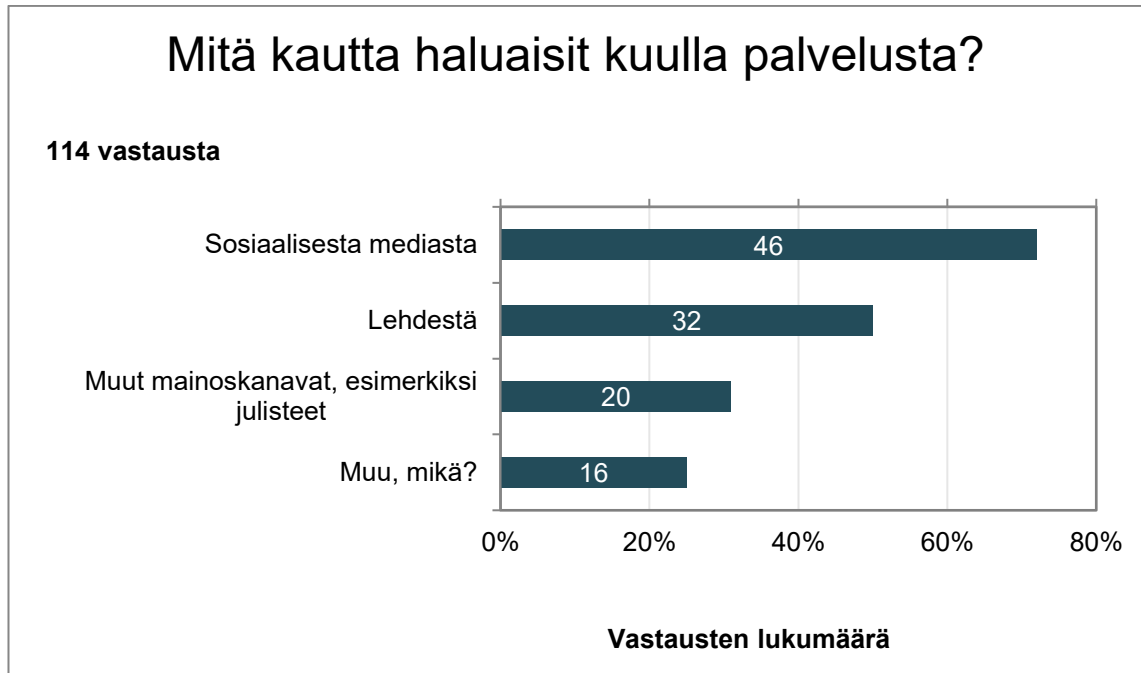
Seuraava kuvio 5 havainnollistaa, mistä aiemmin palvelusta kuulleet haastatellut olivat saaneet tiedon palvelusta. Tähän vaihtoehdoiksi olin jo etukäteen koonnut kanavia, joissa Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hanketta sekä vastaanottopalvelua markkinoidaan, sekä muita kanavia, joista henkilö todennäköisesti on voinut palvelusta kuulla. Haastatellulla oli mahdollista nostaa esille useampi kanava.



Kuvio 5. Kanavat, joiden kautta haastatellut olivat kuulleet palvelusta jo entuudestaan

Kuten kuvio 5 nähdään, yleisin kanava, josta haastatellut olivat jo kuulleet palvelusta, oli ystävän tai perheenjäsenen kautta. Vastausvaihtoehdon ”Muu, mikä” valinneet haastatellut olivat kuulleet palvelusta lajitteluasemalla tai Ekotorilla vieraillessaan, sekä työnsä kautta. Työnsä kautta asiasta kuulleet työskentelivät aloilla, joissa he vierailevat lajitteluasemalla työssään, tai tekevät muutoin työnsä puolesta yhteistyötä lajitteluaseman kanssa.

Kuviosta 6 nähdään haastateltujen vastauksia kysymykseen ”Mistä haluaisit kuulla palvelusta”. Tällä kysymyksellä haluttiin kuulla, mitkä mainoskanavat potentiaaliset asiakkaat kokevat tehokkaimmiksi tiedon levityksen kannalta. Haastatteluun osallistuvan oli mahdollista tuoda esille useita kanavia.



Kuvio 6. Kanavat, joista haastatellut toivoisivat kuulevansa palvelusta

Näyttäisi siltä, että haastatellut henkilöt haluaisivat kuulla palvelusta eniten sosiaalisen median kautta. Muita kanavia, joita haastatteluun osallistuneet kokisivat toimiviksi, ovat seuraavat:

1. Erilaisissa roskalavaryhmissä sosiaalisessa mediassa, joissa usein ihmiset ilmoittavat turhista tavaroistaan, jotka ovat päätyvässä jätteenä.
2. Markkinointi esimerkiksi bussipysäkeillä sekä kauppojen ilmoitustauluilla.
3. Markkinointi kierrätyspisteillä sekä lajitteluasemilla.
4. Facebookin sekä Instagramin mainokset.
5. Ilmaislehtien kautta mainostusta, esimerkiksi Turun kaupungin asukkaille jaettavaan Turku-uutiset lehteen.
6. Palvelun esittely sosiaalisen median puskaradio-ryhmissä.
7. Radiomainokset.

Lisäksi haastatellut toivoivat selkeämpiä mainoksia sekä ajo-ohjeita vastaanottopisteen läheisyyteen, jotta huomio kiinnittyisi palveluun myös lajitteluasemalla vieraillessa.

### 5.3 Haastateltujen näkemyksiä palvelun toimivuudesta ja kehittämiskohteista

Tässä osiossa käyn läpi haastattelujen vastauksia liittyen palvelun toimivuuteen. Esittelen myös, millaisia palvelun kehittämideoita haastatellut henkilöt nostivat esille. Keräsin nämä tiedot haastatteluista avoimien kysymysten avulla, eli en ollut muodostanut valmiita vastausvaihtoehtoja.

Vain yksi haastatteluun osallistunut henkilö oli käyttänyt palvelua jo entuudestaan. Hän koki palvelun toimineen todella hyvin, ja käytön olleen helppoa. Haastatelluista, jotka eivät olleet käyttäneet palvelua, vain kaksi henkilöä kokisi palvelun käytön olevan heille vaikeaa. Valtaosa haastatelluista, 63 henkilöä, kokisi palvelun käytön olevan heille helppoa. Kysyttäessä haastatelluilta, mikä tekisi palvelun käytöstä vielä helpompaa, nousivat seuraavat asiat esiin vastauksissa:

1. Arkisin aukioloaikojen pidentäminen.
2. Edullinen kuljetuspalvelu, esimerkiksi opiskelijahinnat.

Vaikeaksi palvelun käyttö koetaan haastateltujen mukaan, mikäli heillä ei ole omaa autoa käytössään, vaan he käyttävät julkista liikennettä. Tällöin esimerkiksi suurten tavaroiden kuljettaminen on heille hankalaa. Heille palvelun käyttö helpottuisi esimerkiksi kuljetuspalvelulla, joka olisi hinnaltaan edullinen. Haastatelluista osa kokee tällä hetkellä tarjolla olevan kuljetuspalvelun heille liian kalliiksi.

Suurin osa haastatelluista, jotka eivät olleet käyttäneet palvelua entuudestaan, arvioivat palvelun käytön olevan heille helppoa. Erityisesti keskusteluissa nousi esille haastateltujen positiivinen näkemys vastaanottopisteen henkilökunnasta. Haastatelluista henkilöistä moni pohti, että arviointi tavarauudelleenkäyttökelpoisuudesta olisi vaikeaa tehdä itse. Asiakkaista henkilökunnan läsnäolo sekä heidän tekemä tavarauarviointi helpottavat palvelun käyttöä erittäin paljon. Myös palvelun sijainnin moni haastatellusta koki heille ihanteelliseksi, sillä he voivat samalla vierailta tarvittaessa myös lajitteluasemalla.

Osa haastatelluista henkilöistä on kuitenkin tottunut asioimaan Topinojan lajitteluaseman sijaan toisella toimipisteellä. Heidän mielestään olisi hyvä, jos esimerkiksi Isosuon lajitteluaseman yhteyteen avattaisiin toinen vastaanottopiste. Tällöin he voivat jatkaa asioimista suosimallaan lajitteluasemalla, ja viedä samalla uudelleenkäyttökelpoiset tavarat siellä sijaitsevalle vastaanottopisteelle.

#### 5.4 Palvelun vetovoimatekijät

Keskusteltaessa haastateltujen kanssa palvelun vetovoimatekijöistä, vastasi suurin osa heistä suurimmaksi vetovoimatekijäkseen palvelun käytölle sen käytännöllisyyden. Haastatteluun osallistuneet kokivat, että palvelun sijainti Topinojan lajitteluaseman yhteydessä helpottaa käyttöä, sillä asiakas voi viedä uudelleenkäyttökelpoiset tuotteet vastaanottopisteelle lajitteluasemalla vieraillessaan. Asiakkaat kokivat myös palvelun maksuttomuuden vetoavan palvelun käyttöön. Keskeisimpiä asioita, joita haastatellut pitivät vetovoimaisina palvelun käytölle ovat seuraavat:

1. Helppokäyttöisyys.
2. Erinomainen sijainti.
3. Maksuttomuus.

Haastatelluista lähes kaikki olivat sitä mieltä, että palvelu olisi heille jo tällä hetkellä erittäin hyödyllinen sekä houkutteleva. He kokivat haastattelun aikana, että he varmasti tulisivat käyttämään palvelua, mikäli heille tulisi tarve luopua uudelleenkäyttökelpoisesta tavarasta.

Lisäksi haastatellut kokivat, että maksuton palvelu käytetyn tavaran uudelleenkäyttöön tarjoo taloudellista hyötyä tavaran tuojalle sekä sen uudelleen ostajalle. Tavaran entinen omistaja voi maksutta tuoda tavaransa vastaanottopisteelle, josta se viedään myyntiin. Hän saa vastaanottopisteellä varmistettua henkilökunnalta, että tuote on uudelleenkäyttökelpoinen ja että tuote päättyy uudelleen käyttöön. Uusi ostaja taas saa suuremman valikoiman

käytettyjä, mutta uudelleenkäyttökelpoisia tavaroita, jotka ovat edullisempia, kuin uutena ostettaessa.

### 5.5 Asiakkaiden kannustimet palvelun käytölle

Haastattelujen aikana keskustelin haastateltujen kanssa myös, mikä kannustaa heitä palvelun käytölle. Keskeisimmäksi kannustimeksi haastatellut kokivat yhteiskunnallisen sekä taloudellisen hyödyn.

Palvelu hyödyttää haastateltujen mukaan myös paljon koko yhteiskuntaa, kun käyttökelpoisia tuotteita päätyy uudelleen kiertoon, sekä näin ollen vähemmän jätteeksi. Haastatellut kokivat, että tavaroita päätyy tällä hetkellä hyvin paljon jätteeksi, vaikka ne olisivatkin vielä käyttökelpoisia.

Haastatelluista monet myös kertoivat, että palvelun positiiviset ympäristövaikutukset sekä kiertotalouden edistäminen lisäävät palvelun arvoa heille. Haastatteluista kävi myös ilmi, että moni haastatteluun osallistuneista on alkanut viime aikoina pohtimaan yhä enemmän ympäristö- sekä ilmastonäkökulmaa kuluttamisessaan, ja näin kokivat palvelun helpottavan sekä kannustavan kulutustottumuksiensa muuttamiseen. Useat haastatelluista pitivät palvelun positiivisia ympäristövaikutuksia sekä kiertotalouden edistämistä suurena kannustimena palvelun käytölle. Haastateltuja myös kannustaa näiden osa-alueiden edistämisen helppous, ja he kokivatkin, että tämä kannustaa heitä uudelleenkäyttämään vanhat tuotteensa yhä useammin. Haastatellut kokivat, että he voivat palvelua käyttämällä myös itse vaikuttaa näiden asioiden edistämiseen helposti.

## 6 Johtopäätökset ja pohdinta

Tutkimus toteutettiin Lounais-Suomen Jätehuolto Oy:n sekä Turun Ekotorin toteuttamalle Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeelle, jonka tavoitteena on helpottaa kotitalouksien uudelleenkäyttöön ohjattavan tavaran vastaanottoa. Hanke on toteuttanut vastaanottopalvelun, jonka avulla asiakkaat voivat maksutta tuoda käytettyjä tavaroitaan vastaanottopisteelle, jossa niiden uudelleenkäyttökelpoisuus arvioidaan. Uudelleenkäyttöön soveltuvat tuotteet otetaan vastaan, ja ohjataan uudelleenkäyttöön.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, mitä on uudelleenkäyttö ja miksi se on yhteiskunnallemme tärkeää, sekä miten asiakkaat kokevat Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun, mikä kannustaa heitä palvelun käyttöön, millaisia kehitysideoita heillä on, sekä miten markkinointi toimii ja miten sitä voitaisiin kehittää.

### 6.1 Uudelleenkäyttö ja sen merkitys yhteiskunnallemme

Yksi kiertotalouden liiketoimintamalleista on tuote-elinkaaren pidentäminen. Tavaroiden uudelleenkäyttö on yksi tapa pidentää tuotteen elinkaarta. Tuote-elinkaaren pidentäminen tarkoittaa, että tuote pysyy siihen tarkoitettuun käytössä mahdollisimman pitkään. Kun tuote pysyy pidempään käytössä, ei sen tilalle tarvitse tällöin hankkia tai valmistaa uutta tuotetta. Tuotteen säilymistä käytössä voidaan edistää ennallistamis-, huolto- ja korjaustoimilla sekä uudelleenkäytöllä. Tuote-elinkaaren pidentämisen tarkoituksena on siis lisätä tuotteiden käyttöikää, sekä pidentää niiden käyttöikä. (Hämäläinen 2022).

Kiteytettynä uudelleenkäyttö tarkoittaa tuotteen tai materiaalin käyttämistä uudelleen sen alkuperäisessä käyttötarkoituksessa. Uudelleenkäyttö vähentää tarvetta uusien tuotteiden hankkimiselle, jolloin myös tarve niiden valmistukselle vähenee. Näin pystymme säästämään luonnonvaroja, sekä vähentämään valmistuksessa tuotettuja päästöjä. (Suomen ympäristökeskus 2022).

Uudelleenkäyttö on Suomessa vielä alkutaipaleellaan. Se on kuitenkin jatkuvassa kasvussa, ja esimerkiksi kierrätyskeskusten ja kirpputorien lisääntyminen edistää uudelleenkäyttöä. (Eskelinen ym. 2018). Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hanke pyrkii madaltamaan asukkaiden kynnystä tarjota itselleen tarpeettomia tavaroita uudelleenkäyttöön, ja tällä tavoin kannustaa jätteen vähentämiseen. (Lounais-Suomen Jätehuolto, n.d.).

## 6.2 Palvelun toimivuus sekä kehitysideat

Tutkimusta varten haastattelin 64 Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun nykyistä tai potentiaalista asiakasta. Haastattelujen tavoitteena oli saada haastatelluilta heidän näkemyksiään palvelun toimivuudesta, sekä kehitysideoita.

Haastatteluun osallistuneet kokivat yleisesti palvelun käytön olevan helppoa, ja suurin osa voisikin nähdä käyttävänsä itse palvelua. Haastatteluissa esille nousseita palvelun vetovoimatekijöitä palvelun käytölle ovat palvelun käytännöllisyys, sekä asiakkaan kokema taloudellinen hyöty. Haastatellut henkilöt arvostavat Ohituskaista uudelleenkäyttöön -palvelun sijaintia sekä sitä, että se on käyttäjilleen maksuton. Haastateltavat kokivat sijainnin helpottavan asiointia, sillä samalla käynnillä asiakas voi viedä jätteeksi päätyvät tuotteet lajitteluasemalle

Tuloksista voidaan päätellä, että haastatellut pitivät palvelua erittäin hyödyllisenä, ja osoittivat kiinnostusta palvelun käyttöön aiemman tietoisuuden puuttumisesta riippumatta. Asiakkaiden tietoisuuden lisääminen palvelusta vaikuttaisikin tutkimuksen tulosten mukaan positiivisesti palvelun käytön lisääntymiseen.

Haastattelussa ilmeni myös haastateltavien suhtautumista, sekä omia tottumuksia kierrätysasemalla asioimiseen. Nämä esiintyivät mieltymyksinä käyttää Topinojan lajitteluaseman sijaan toista toimipistettä, esimerkiksi Isosuon lajitteluasemaa. Tähän ratkaisemiseksi voisi pohtia, olisiko kannattavaa avata vastaanottopiste myös toisille lajitteluasemille. Tämä voisi madaltaa asiakkaiden

kynnystä palvelun käytölle, sillä he voivat jatkaa mieluisalla lajitteluasemalla asiointia, sekä käyttää siellä sijaitsevaa vastaanottopalvelua samalla.

Kehitysideoina palvelulle haastatteluista nousivat esille laajemmat palvelun aukioloajat, kuljetuspalvelu sekä vastaanottopisteen toinen sijainti. Erityisesti usein iltavuorossa työskentelevät toivoivat palvelun olevan auki myös aamuisin. Kuljetuspalvelua toivottiin, sillä osa haastatelluista, joilla ei ole omaa autoa, kokevat suurempien huonekalujen kuljetuksen julkisilla kulkuneuvoilla hankalaksi. Kuljetuspalvelun opiskelijaystävälliset hinnat nousivat myös kehitysideaksi. Osa haastatteluun osallistuneista on myös tottunut asioimaan ensisijaisesti toisella lajitteluasemalla, ja he toivoivatkin toista vastaanottopistettä esimerkiksi Isosuon lajitteluaseman yhteyteen. Näin näiden asiakkaiden olisi helpompaa kuljettaa samalla jätteeksi päätyvät tuotteet lajitteluasemalle, sekä uudelleenkäyttöön kelpaavat tavarat vastaanottopisteelle.

### 6.3 Asiakkaiden kannustimet

Keskusteluissa ilmeni myös haastateltavien kokevan palvelun yhteiskunnallisen hyödyn vetoavan heihin ja lisäävän kannustusta palvelun käyttöä kohtaan. Saamieni haastattelun tutkimustulosten perusteella potentiaaliset asiakkaat suhtautuvat myönteisesti yhteiskunnan uudelleenkäytöstä saamaa positiivista hyötyä kohtaan, joita ovat jätteeksi päätyvien käyttökelpoisten tuotteiden määrän vähentyminen sekä kiertotalouden edistäminen. Useat tutkimukseen osallistuneet henkilöt kertoivat, että heidän positiivinen suhtautumisensa kiertotalouteen on kasvanut, ja yhä useammin tavaroista luopuessa pohditaan kestäviä keinoja sen toteuttamiseen. Kuitenkin haastattelujen perusteella pelkästään ympäristönäkökulma ei ole uudelleenkäytön kannustin. Saamiani tuloksia tarkastellessa huomataan, että vanhempi sukupolvi kokee uudelleenkäytön yhteiskunnallisen hyödyn useammin olevan heille tärkeämpi kannustin, jolla turhia tavaroita ei tarvitse hävittää, vaan ne voidaan antaa eteenpäin niitä tarvitseville. Haastatteluun osallistuneet nuoremmat henkilöt

taas mieltävät uudelleenkäytön olevan keino hillitä ilmastonmuutosta sekä luonnonvarojen säästymistä.

Myös palvelun kuluttajalle tarjoama helppo keino osallistua kiertotalouden edistämiseen sekä palvelun positiiviset ympäristövaikutukset ovat keskusteluissa esille nousseita palvelun vetovoimatekijöitä sekä potentiaalisten asiakkaiden kannustimia. Haastateltavat myös kokevat näiden palvelun osa-alueiden tuovan laajasti lisäarvoa niin kuluttajalle kuin yhteiskunnallekin. Näitä voisikin käyttää palvelun brändin kehittämiseen sekä asiakkaan motivaation sekä luottamuksen kasvattamiseen.

#### 6.4 Palvelun markkinointi

Haastattelujen tulosten perusteella näyttäisi siltä, että haastatelluista suurin osa ei ollut kuullut palvelusta aikaisemmin. Tämä oli erityisen mielenkiintoista, sillä haastattelut toteutettiin ympäristössä, jossa asiakas on hankkeen toteuttajan toimipisteellä, ja näin yhteydessä uudelleenkäyttöön tai jätteiden lajitteluun. Erityisesti tuloksista on nähtävissä, että haastateltavat, jotka olivat kuitenkin jo entuudestaan tietoisia palvelusta, olivat suurimmalta osin kuulleet palvelusta tuttaviltaan tai työnsä kautta. Tästä voidaan päätellä, että palvelu herättää kiinnostusta sekä keskustelua asiakkaiden keskuudessa. Kuitenkin haastatteluissa kävi ilmi myös, että tarkempi tiedon hakeminen palvelusta koetaan haastavana, mikäli palvelusta ei ole kuullut jo entuudestaan.

Tulosten perusteella voidaan sanoa, että palvelun tunnettavuutta voisi parantaa kehittämällä sen markkinointia. Internet ja sosiaalinen media nousivatkin haastatteluissa suosituimmaksi kanavaksi palvelun markkinointiin sekä tiedottamiseen. Haastateltavat kokivat varsinkin sosiaalisen median olevan hyvä paikka viestinnälle sekä markkinoinnille. Hankkeen toteuttajat ovatkin jo aktiivisia omilla sosiaalisen median kanavillaan sekä verkkosivuillaan.

Haastattelujen perusteella markkinointiin voitaisiinkin lisätä kohdennettua mainontaa, jolloin potentiaaliset asiakkaat törmäisivät tietoon palvelusta, vaikka eivät sitä olisikaan suoraan etsineet. Kohdennetun mainonnan lisääminen

erityisesti sosiaaliseen mediaan olisi haastattelujen tulosten mukaan toivottu tiedonlähde. Haastateltavien vastauksista ilmeni myös, että tiedon hakemista voisi helpottaa verkkohaussa. Kohdennettua mainontaa voi hyödyntää myös hakukoneissa, jolloin potentiaalinen asiakas törmäisi helpommin palveluun. Tämä voisi herättää kiinnostusta palvelua kohtaan myös laajemmin.

Myös perinteiset mainokset lehdissä olivat tavoittaneet haastatteluun osallistuneiden huomion. Tämä nousi myös yhdeksi toivotuksi tavaksi löytää tietoa. Mainoksia voisi siis lisätä useaan eri lehteen sekä muun muassa ilmaisjakeluun. Esimerkiksi kaupungin asukkailleen ilmaiseksi jaettaviin paikallisuutislehtiin sekä tiedotteisiin. Tällöin myös asukkailla, jotka eivät tilaa maksullisia uutislehtiä, olisi mahdollisuus lukea ja kuulla palvelusta.

Haastattelujen perusteella nousi esille myös potentiaalisten asiakkaiden toiveet markkinoinnin selkeyteen liittyen. Muun muassa vastaanottopisteelle toivottiin selkeää mainosta ja opastusta. Tästä voidaan päätellä, että lyhyt ja ytimekäs mainonta kiinnittäisi myös asiakkaiden huomion. Mainontaa pystyy tekemään kutsuvammaksi luomalla selkeämpiä opasteita sekä mainoksia, jotka olisivat riittävän yksinkertaisia ja herättäisivät katsojan kiinnostuksen jo nopealla huomiolla (Randell 2023).

## 6.5 Yhteenveto

Haastattelututkimukseen osallistui 64 henkilöä, jota voidaan pitää kattavana määränä. Henkilöt edustivat eri ikäryhmiä, ja haastatelluissa oli asukkaita sekä maalta että kaupungista.

Tutkimus tuotti Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeelle kehitysideoita, joilla hankkeen toteuttajat, Lounais-Suomen Jätehuolto Oy ja Kestävän Kehityksen Yhdistys ry:n hallinnoima kierrätyskeskus Turun Ekotori, voivat kehittää palvelua ja sen markkinointia.

Kuvaan 3 olen kerännyt tiivistäen palvelun ja sen markkinoinnin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, eli Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats, SWOT-menetelmän avulla.

<p><b>Vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Helppo käyttöinen</li> <li>• Sijainti</li> <li>• Maksuttomuus</li> <li>• Henkilökunnan ammattitaito</li> </ul>	<p><b>Heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tunnettavuus</li> <li>• Kohde yleisön tavoittaminen</li> <li>• Markkinoinnin saavutettavuus</li> </ul>
<p><b>Mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uudelleenkäytön lisääntyminen</li> <li>• Kiertotalouden edistäminen</li> <li>• Asukkaiden kiinnostuksen lisääminen</li> </ul>	<p><b>Uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tunnettavuus</li> <li>• Asiakasmäärän vähentyminen</li> <li>• Kohde yleisön tavoittaminen</li> </ul>

Kuva 3. SWOT-analyysi palvelusta

Kuvassa 3 nähdään palvelun vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Palvelun ja sen markkinoinnin vahvuuksina tutkimuksessa esille nousivat helppo käyttöisyys, sijainti, maksuttomuus sekä henkilökunnan ammattitaito, jotka arvioivat tavaroiden uudelleenkäyttökelpoisuuden asiakkaan puolesta. Heikkouksina esiintyivät palvelun ja markkinoinnin heikko tunnettavuus, markkinoinnin sekä kohdeyleisön saavutettavuus sekä tavoittaminen. Palvelun ja markkinoinnin mahdollisuuksina ovat uudelleenkäytön lisääntyminen, kiertotalouden edistäminen sekä asiakkaiden kiinnostuksen herättäminen. Uhkana palvelulle ja sen markkinoinnille taas ovat heikko tunnettavuus, asiakasmäärän mahdollinen vähentyminen sekä kohde yleisön tavoittaminen. Näiden osa-alueiden kehittämiseen on tutkimuksen tuloksista työssä esitetty kehitysideoita Ohituskaista uudelleenkäyttöön -hankkeelle vastaanottopalvelun ja sen markkinoinnin kehittämiseksi.

## Lähteet

Antikainen, R. Dahlbo, H. Koskela, S. Koskiahho, J. Myllymaa, T. Sahimaa, O. Salmenperä, H. Seppälä, J. & Putkuri, E. 2017. Ympäristön tila -katsaus 2/2017 – Lineaaritaloudesta kiertotalouteen. Helsinki: Suomen Ympäristökeskus. Viitattu 4.5.2024. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/6762a77e-c2b2-4ddf-9135-8f5beff20847/content>

Ellen MacArthur Foundation. 2024. Eliminate waste and pollution. Viitattu 4.5.2024. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/videos/eliminate-waste-and-pollution-video>

Ellen MacArthur Foundation. n.d. What is circular economy? Viitattu 4.5.2024 <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

Ellen MacArthur Foundation. n.d. What is linear economy? Viitattu 4.5.2024. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/what-is-the-linear-economy>

Eloranta, E. & Kumpulainen, K. 2022. Ympäristövastuullisuus innostaa ja haastaa yrityksiä. Viitattu 20.05.2024. <https://www.labopen.fi/labpro/ymparistovastuullisuus-innostaa-ja-haastaa-yrityksia/>

Eskelinen, H. Teerihalme, H. Lamberg, V. Hämäläinen, T. Sahimaa, O. Ranta, V. Alijoki, T. Eteläaho, P & Hilli, M. 2018. Suomen ympäristökeskuksen raportteja: Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen. Viitattu 20.2.2024. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/b5e59740-0a72-4347-852a-f48a03fdc3c2/content>

Eskola, P. n.d. Kiertotalouden liiketoimintamallit. Kiertotalous-Suomi. Viitattu 20.11.2024. <https://kiertotaloussuomi.fi/taito-ja-tyokalut/kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Euroopan komissio. 2021. Euroopan vihreän kehityksen ohjelma: Komission ehdotusten myötä EU:n talous ja yhteiskunta kohti ilmastotavoitteiden saavuttamista. Viitattu 8.5.2024. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip\\_21\\_3541](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_21_3541)

Euroopan parlamentti. 2018. Ekosuunnitteludirektiivi: energiatehokkuutta ja kierrätettävyyttä. Viitattu 26.4.2024.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20180522STO04021/ekosuunnitteludirektiivi-energiatehokkuutta-ja-kierratettavyytta>

Euroopan parlamentti. 2022. Korjausoikeus: EU-toimilla korjauttamisesta houkuttelevampaa. Viitattu 26.4.2024.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20220331STO26410/korjausoikeus-eu-toimilla-korjauttamisesta-houkuttelevampaa>

Euroopan parlamentti. 2023. Mitä kiertotalous on ja miksi sillä on merkitystä? Viitattu 8.3.2024.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20151201STO05603/mita-kiertotalous-on-ja-miksi-silla-on-merkitysta>

Hakala, A. 2024. Kierrätyskeskus. Mikä ihmeen uudelleenkäyttö? Mitä hyötyä siitä on? Viitattu 8.5.2024.

<https://kierratyskeskus.fi/mika-ihmeen-uudelleenkaytto-mita-hyotya-siita-on/>

Hyvärinen, M. Suoninen, E & Vuori, J. n.d. Haastattelut. Viitattu 8.5.2024.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>

Hämäläinen, L. 2022. Kiertotalouden mukaiset liiketoimintamallit – esimerkkeinä tekstiili- ja vaateteollisuus. Viitattu 8.3.2024.

<https://www2.deloitte.com/fi/fi/blog/finland-blog-homepage/2022/kiertotalous-liiketoimintamallit-vaateteollisuus.html>

Kurttio, T & Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy. n.d. CircTalk: Uudelleenkäytön aika on nyt! Uudelleenkäytön tila ja haasteet. Viitattu 24.4.2024.

Lounais-Suomen Jätehuolto. n.d. Ohituskaista uudelleenkäyttöön. Viitattu 21.5.2024

<https://circhubs.fi/ohituskaista-uudelleenkayttoon/>

Lounais-Suomen Jätehuolto. n.d. Ohituskaista. Viitattu 20.11.2024

<https://lsjh.fi/ohituskaista/>

Olsson, J. n.d. Mitä on motivaatio? Viitattu 20.5.2024.

<https://www.ajatusvalmentajat.fi/blogi/mit-on-motivaatio>

Randell, R. 2023. Millainen on hyvä mainos? Viitattu 20.6.2024.

<https://www.yipi.fi/ajankohtaista/millainen-on-hyva-mainos>

Seppälä, J. Sahimaa, O. Honkatukia, J. Valve, H. Antikainen, R. Kautto, P. Myllymaa, T. Mäenpää, I. Salmenperä, H. Alhola, K. Kuppila, J & Salminen, J. 2016. Kiertotalous Suomessa – toimintaympäristö, politiikkatoimet ja mallinnetut vaikutukset vuoteen 2030. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimuskunta. Viitattu 26.5.2024.

[https://valtioneuvosto.fi/documents/10616/2009122/25\\_Kiertotalous+Suomessa.pdf/5a942ae7-9ec8-4b54-a079-f99c8ba2f8f1/25\\_Kiertotalous+Suomessa.pdf?version=1.0&t=1463990628000](https://valtioneuvosto.fi/documents/10616/2009122/25_Kiertotalous+Suomessa.pdf/5a942ae7-9ec8-4b54-a079-f99c8ba2f8f1/25_Kiertotalous+Suomessa.pdf?version=1.0&t=1463990628000)

Sitra & Deloitte. 2022. Kestävää kasvua kiertotalouden liiketoimintamalleista. Viitattu 8.3.2024.

<https://www.sitra.fi/julkaisut/kestavaa-kasvua-kiertotalouden-liiketoimintamalleista/>

Sjöblom, P. 2022. Kuluttajien mielikuvat kiertotaloudesta monenlaisia. Viitattu 26.6.2024.

<https://kuluttajakiertotalous.turkuamk.fi/blogi/kuluttajien-mielikuvat-kiertotaloudesta-monenlaisia/>

Suomen ympäristökeskus. 2022. Uudelleenkäyttö. Viitattu 4.5.2024

<https://www.ymparisto.fi/fi/kestava-kierto-ja-biotalous/uudelleenkaytto>

Tuorila, H. 2022. Trendit kertovat kulutuksemme suunnan. Viitattu 26.6.2024.

<https://kulma.kkv.fi/2022/06/06/trendit-kertovat-kulutuksemme-suunnan/>

Wilska, T. 2021. Kierrätyksen suosio näkyy kauppojen valikoimissa. Viitattu 26.6.2024.

<https://kauppa.fi/uutishuone/2021/11/16/kierratyksen-suosio-nakyy-kauppojen-valikoimissa/>

WWF. 2019. Suomalaiset ovat kuluttaneet osansa maapallon luonnonvaroista tänään. Viitattu 8.3.2024.

<https://wwf.fi/tiedotteet/2019/04/suomalaiset-ovat-kuluttaneet-osansa-maapallon-luonnonvaroista-tanaan/>

WWF. 2024. Suomen ylikulutuspäivä on tänään – suomalaiset yksi maailman eniten kuluttavista kansoista. Viitattu 8.3.2024.

<https://wwf.fi/uutiset/2024/04/suomen-ylikulutuspaiva-on-tanaan-suomalaiset-yksi-maailman-eniten-kuluttavista-kansoista/>

## Haastattelun kysymyspohja

1. Ikäsi?

alle 20

20-30

31-40

41-50

51-60

61-70

71-80

81-90

yli 90

2. Asuinalueesi?

Turku

Lähikunnat ja -kaupungit (Lieto, Kaarina, Aura, Raisio, Masku)

Muu, mikä?

3. Sukupuolesi?

Mies

Nainen

Muu/En halua vastata

4. Oletko kuullut Ohituskaistan vastaanottopalvelusta?

Kyllä (→ kysymys 5)

En (→ kysymys 6)

5. Mitä kautta olet kuullut palvelusta?

Lehdestä

Instagramista

Facebookista

LSJH:n tai Turun Ekotorin verkkosivuilta

Uutiskirjeestä

LinkedIn

Tapahtumassa vieraillessasi

Ystävältä tai perheenjäseneltä

Muu, mikä?

6. Mitä kautta haluaisit kuulla palvelusta?

Sosiaalisesta mediasta

Lehdestä

Muut mainoskanavat, esimerkiksi julisteet

Uutiskirjeestä

Muu, mikä?

7. Oletko käyttänyt itse palvelua?

Kyllä (→ Kysymys 8)

En (→ Kysymys 10)

8. Koitko palvelun olevan sinulle hyödyllinen ja toimiva?

Kyllä

En (→ Kysymys 9)

9. Miten palvelu voisi olla sinulle hyödyllisempi ja toimivampi?

10. Millaiseksi kokisit palvelun käytön olevan sinulle?

Koen palvelun olevan helppoa

Koen palvelun olevan vaikeaa

11. Mikä tekisi palvelusta sinulle helpompaa?

Vastaanottopisteen toinen sijainti

Kuljetuspalvelu

Paremmat julkiset yhteydet

Muu, mikä?

12. Mikä kannustaa/kannustaisi sinua käyttämään palvelua?

\_\_\_ Palvelun positiiviset ympäristövaikutukset

\_\_\_ Palvelun käytännöllisyys

\_\_\_ Kiertotalouden edistäminen

\_\_\_ Muu, mikä?

13. Mitä hyötyä tai lisäarvoa palvelu sinulle tuo? (Vetovoimatekijät)