

LUT School of Business and Management

Kauppätieteiden kandidaatintutkielma

Talousjohtaminen

**Jakamistalous – Vertaisliikenteen ja autonjakopalveluiden käyttöön
vaikuttavat tekijät**

**Sharing economy – Factors affecting participation in peer-to-peer
car sharing services**

7.1.2018

Tekijä: Aleksi Kivinen

Ohjaaja: Päivi Majanen

TIIVISTELMÄ

Tekijä:	Aleksi Kivinen
Tutkielman nimi:	Jakamistalous – Vertaisliikenteen ja autonjakopalveluiden käyttöön vaikuttavat tekijät
Akateeminen yksikkö:	School of Business and Management
Koulutusohjelma:	Kauppatiede / Talousjohtaminen
Ohjaaja:	Päivi Maijanen
Hakusanat:	jakamistalous, yhteisöllinen kulutus, vertaisvuokraus

Tässä kandidaatintutkielmassa käsitellään jakamistaloutta ilmiönä sekä perehdytään syvemmin tutkimaan vertaisliikennettä ja autonjakopalveluita kuluttajan näkökulmasta, josta myös työn empiirinen osio muodostuu. Tutkielmaa varten haastateltiin yhteensä 8 henkilöä, joista puolet ovat käyttäneet vertaisliikenteen ja autonjakamisen palveluita ja puolet eivät ole.

Työn teoreettisessa osiossa perehdytään jakamistalouden perusteisiin – sen liiketoiminnallisiin edellytyksiin ja haasteisiin – sekä tutkimuksen kannalta oleellisimpiin teorioihin. Aineiston analyysissä pyritään luomaan käsitys yksilöiden jakamistaloutta koskevista mielipiteistä ja kokemuksista sekä yleisellä tasolla että erityisesti autojen jakamispalveluiden osalta. Näitä vastauksia verrataan aiempiin tutkimuksiin sekä luodaan kokonaiskuva keskeisimmistä autonjakopalveluiden kulutukseen vaikuttavista ajureista ja jarruttavista tekijöistä.

Tutkimustulokset osoittavat, että jakaminen koetaan osittain positiivisena ilmiönä sen taloudellisten, ympäristöllisten ja teknologisten hyötyjen myötä. Tutkimuksesta selviää, että suurimpana esteenä palveluiden käytölle on saatavuuden rajallisuus. Tutkimustuloksista käy myös ilmi, että haastateltavat kuluttavat mieluummin autonjakamisen palveluita kuin että itse vuokraisivat omaa omaisuuttaan muiden käyttöön, sillä pelko omaisuuden vaurioitumisesta on liian suuri.

ABSTRACT

Author: Aleksi Kivinen
Title: Sharing economy – Factors affecting participation in peer-to-peer car sharing services
School: School of Business and Management
Degree programme: Business Administration / Financial Management
Supervisor: Päivi Maijanen
Keywords: sharing economy, collaborative consumption, car sharing

This bachelor's thesis focuses on sharing economy as a phenomenon and tries to gain deep-level understanding of peer-to-peer car sharing from the user's point of view. The empirical section of this thesis contains 8 interviewees, half of whom have used some type of peer-to-peer car sharing services and half have not.

In the theoretical part of this, study we introduce both sharing economy – it's business prerequisites and challenges – and key theories considering car sharing from the customers point of view. The empirical part of this study aims to create a grasp of individual opinions, benefits and disadvantages experienced with sharing economy and more specifically with car sharing services. These findings are then compared to previous studies and used to perceive the overall picture of drivers and inhibitors affecting peer-to-peer car sharing.

The results show that sharing is considered partially positive for its economic, environmental and technological benefits. In addition, the results of this study indicate that the lack of availability works as the major inhibitor for consuming peer-to-peer car sharing services. Furthermore, the results show that interviewees are more likely to consume car sharing services than participate in sharing their own car due to the fear of damage to property.

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO.....	1
1.1. Tutkimuksen tavoitteet, rajaukset ja tutkimusongelma	2
1.2. Tutkimusmenetelmä ja aineiston hankinta.....	3
1.3. Kirjallisuuskatsaus	4
1.4. Teoreettinen viitekehys ja keskeiset käsitteet	5
1.5. Tutkimuksen rakenne	7
2. MITÄ JAKAMISTALOUS ON?	9
2.1. Jakamistalouden taustaa	9
2.2. Toimintaedellytykset ja erilaiset liiketoimintamallit.....	12
2.3. Jakamistalous Suomessa.....	14
3. VERTAISLIIKENNE JA AUTON JAKAMINEN	16
3.1. Autojen yhteiskäyttö, vertaisvuokraus ja kyytipalvelut	16
4. TUTKIMUSMENETELMÄ	19
4.2. Aineistonkeruumenetelmä	19
4.3. Haastattelurunko	20
4.4. Aineiston esittely	21
5. TUTKIMUSTULOKSET	23
5.1. Haastateltavien mielipiteet jakamistaloudesta	23
5.2. Haastateltavien tietämys ja mielipiteet autonjakopalveluista	24
5.3. Haastateltavien esteet autojen jakamiseen osallistumiselle	26
6. JOHTOPÄÄTÖKSET	29
LÄHDELUETTELO	32

LIITTEET

Liite I. Yhteisölliseen kulutukseen ajurit, jarruttajat ja tulevaisuuden kehityskohteet

Liite II. Käyttäjien haastattelurunko

Liite III. Ei-käyttäjien haastattelurunko

KUVIOLUETTELO

Kuvio I. Teoreettinen viitekehys. Yhteisöllisen kulutuksen ajurit, jarruttavat tekijät mukailleen Barnes & Mattsonia (2016).

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko I. Jakamistalouden ja perinteisen liiketoiminnan vertailu

Taulukko II. Haastateltavien sukupuoli, ikä, käyttäjämuoto ja autonomistus

1. JOHDANTO

Tässä kandidaatintutkielmassa käsitellään jakamistalouden (ts. yhteisöllinen kuluttaminen, yhteiskulutus ja käyttömahdollisuustalous) yrityksiä ja kuluttajien mielipiteitä sekä käyttökokemuksia näiden yritysten osalta. Tutkimuksessa keskitytään aihepiirin kattaviin käsitteisiin sekä pyritään luomaan selkeä kokonaiskuva jakamistalouden nykytilasta sekä selvittämään kuluttajien päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen empiirisessä osuudessa selvitetään kuluttajien motiiveja osallistua tai olla osallistumatta vertaisliikenteeseen ja autonjakamiseen.

Oma mielenkiintoni jakamistaloutta kohtaan on peräisin matkustamisen myötä erilaisista vertaismajoituspalveluista, jonka jälkeen olen tutustunut myös muiden toimialojen yrityksiin, kuten autojen vertaiskäyttöön. On hämmästyttävää kuinka yksinkertaista matalan käyttöasteen omaisuuden jakaminen on ennestään täysin tuntemattomien ihmisten kanssa. Jakamistalouden aikana myös ihmiset ovat alkaneet toimimaan yritysten tavalla ja miettimään, kuinka nykyiset resurssit olisi mahdollista hyödyntää paremmin. Perusperiaatteena voidaan pitää Theodore Levittin kuuluisaa lausahdusta mukaillen *”Kuluttajat eivät halua porakonetta vaan reiän seinäänsä”* (Christenssen, Cook & Hall 2005, 76).

Jakamistalous aiheena on sekä tieteellisesti että yhteiskunnallisesti merkittävä, sillä teknologinen kehitys on mahdollistanut yhteisöllisen kuluttamisen suosion kasvun (John 2013; Puschman 2016, 93). Digitalisaation kehityksen myötä sosiaalisen median kasvu on yksi 2000-luvun suurimmista trendeistä ja vuonna 2017 lähes kolmasosa maailman asukkaista on osana sosiaalista mediaa. (Statista 2017) Riippuen tarkastelu tavasta, nykyteknologian mahdollistama jakamistalous on maailmanlaajuisena trendinä saanut alkunsa vuonna Botsmanin ja Rogers (2010) sekä Ganskyn (2010) kirjojen myötä. Ensimmäiset suomenkieliset lehtiartikkelit yhteisöllisestä kuluttamisesta julkaistiin vuonna 2012. (Lahti & Selosmaa 2016, 40-41) Aiheen tuoreus ja ajankohtaisuus lisäävät tämän tutkimuksen tieteellistä sekä yhteiskunnallista merkitystä.

Monet perinteiset toimialat kuten taksi-, matkailu- ja hotelliala ovat suuren murroksen keskellä, kun omistamista ei enää arvosteta samalla tapaan kuin ennen (Eckhardt & Bardhi, 2015; Matzler & Kathan 2015, 71; Rifkin 2014, 32). Työ- ja elinkeinoministeriön (2017, 18-20) arvion mukaan jakamistalouden yksittäisten ostotapahtumien kokonaisarvo ylitti 100 miljoonaa euroa vuonna 2016 ja sen on ennustettu kymmenkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä. Maailmanlaajuisesti jakamistalouden peruspilareiden – matkailun, autojen jakamisen, finanssialan, henkilöstöpalveluiden sekä musiikin ja videon suoratoiston – kokonaisarvon arvioidaan kasvavan vuoteen 2025 mennessä 335 miljardiin dollariin (PricewaterhouseCoopers 2015, 14).

Kirjallisuuskatsauksen aikana ei löytynyt aikaisempaa Suomessa toteutettua tutkimusta kuluttajien mielipiteistä ja syistä osallistua tai olla osallistumatta jakamistalouteen. Lisäksi Suomessa jakamistalous on kasvanut hitaasti verrattain muihin Euroopan maihin, joka lisää tämän tutkimuksen mielenkiintoa aiheesta. Toimivatko Suomessa kuluttajien asenteet jarruna jakamistalouden kehitykselle vai onko palvelun tarjonnassa ongelmia?

1.1. Tutkimuksen tavoitteet, rajaukset ja tutkimusongelma

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää kuluttajien päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä jakamistalouden suhteen Suomen markkinoilla. Erityisesti tarkasteluun keskiössä ovat autojen vertaiskäyttöpalveluita tarjoavat yritykset, jonka perusteella tutkielman empiirinen osio toteutetaan.

Tutkimuksen pääongelmana on:

”Millaiset mielipiteet ja ennakkoasenteet vaikuttavat yksilön päätökseen käyttää tai olla käyttämättä vertaisliikenteen ja autonjakoalveluita?”

Tutkimuksen pääongelman avustavina kysymyksinä ovat:

”Millaisia hyötyjä ja haittoja jakamistaloudessa koetaan olevan?”

”Kuinka hyvä tietämys yksilöillä on autonjakopalveluista ja kuinka niihin suhtaudutaan?”

”Mitkä ovat tyypillisimmät esteet autonjakoon, vertaisvuokraukseen ja yhteiskäyttöön osallistumiselle?”

Tutkimuksen pääongelmaan pyritään muodostamaan vastaus avustaviin kysymyksiin saatujen vastausten perusteella. Haastattelujen tulokset raportoidaan *Tutkimustulokset*-kappaleessa, ja vastaukset sekä avustaviin että pääkysymykseen esitetään viimeisessä luvussa eli *Johtopäätökset*-osiossa.

Aihealueen tarkastelu rajataan maantieteellisesti Suomen sisäisiin markkinoihin ja Suomessa toimiviin jakamistalouden palveluita tarjoaviin kotimaisiin tai suomalaisen yksikön omistaviin vertaisliikenne- ja autonjakamispalveluita tuottaviin yrityksiin sekä yhteisöihin. Tutkielman teoriavaiheessa hyödynnetään kansainvälisiä lähdemateriaaleja ja tutkimuksia jakamistalouden suuryrityksistä kuten vertaismajoitusta tarjoavasta Airbnb:stä ja taksipalvelu Uberista, sillä kyseiseltä aihealueelta ei vielä löydy kotimaisia tutkimuksia. Tutkimuksen aineisto kerätään suomalaisilta haastateltavilta, joilla käyttökokemukset ovat kertyneet osittain tai kokonaan Suomen markkinoilla. Tämän tutkimuksen empiirisen aineisto rajoittuu 20-56 vuotiaisiin, joten kaikki ikäluokat eivät ole edustettuna. Lisäksi otoksen pienestä koosta johtuen aineisto ei saavuttanut laadulliselle tutkimukselle tärkeää saturaatiopistettä, jolloin uusia vastausvaihtoehtoja ei pystytä tunnistamaan.

1.2. Tutkimusmenetelmä ja aineiston hankinta

Tutkimus on kvalitatiivinen ja sen aineisto kerätään Suomessa toimivien autojen vertaisvuokraus- ja yhteiskäyttöyritysten kulutuspalveluiden käyttäjiä haastatteleamalla, sillä ilmiötä ei vielä tunneta riittävän hyvin. Aineiston hankinta suoritetaan yksilöhaastatteluin, haastatteleamalla henkilöitä, jotka ovat käyttäneet kyseisiä palveluita sekä henkilöitä, jotka eivät ole. Haastattelukysymykset rakennetaan teoriaan pohjautuen, mutta kysymysten on tarkoitus olla mahdollisimman avoimia.

Osana työn empiiristä aineistoa hyödynnetään valtioneuvoston raporttia jakamistaloudesta Suomessa. Kyseisessä tutkimuksessa on haastateltu Suomessa toimivien jakamistalouden yritysten edustajia ja selvitetty heidän mielipiteitään sekä kehitysehdotuksiaan jakamistalouden kasvun edistämiseksi Suomessa. Erityisesti tulevaisuuden näkymiä hyödynnetään peilattaessa työn tuloksia aikaisemman kirjallisuuden perusteella jäsennehtyyn viitekehukseen.

1.3. Kirjallisuuskatsaus

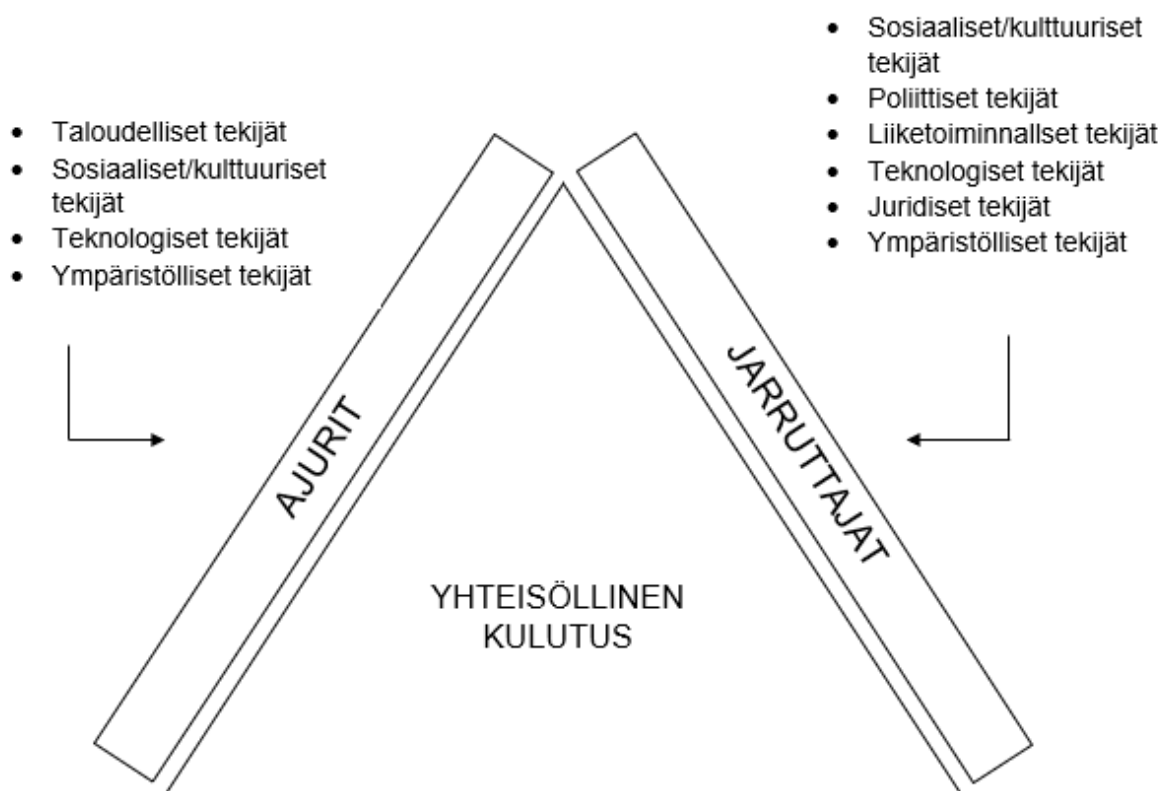
Sekä tutkijoita että yrityksiä kiinnostavat jakamistalouteen osallistumisen motiivit. Miksi kuluttaja ostaisi palvelun tuntemattomalta henkilöltä? Miksi joku ottaisi riskin ja vuokraisi oman autonsa tuntemattomien käsiin muutamaksi tunniksi? Miten saada ihmiset hyödyntämään jakamistalouden palveluita?

Aikaisemmissa tutkimuksissa jakamistalouteen osallistumiselle on löydetty monia motiiveja. Vaikuttavimpana tekijänä pidetään taloudellisia motiiveja, sillä jakamistalouden palvelut ovat useasti edullisempia kuin perinteiset palvelut. Barnes ja Mattssonin (2016, 209) ovat tutkineet jakamistalouteen osallistumiseen vaikuttavia tekijöitä. Liitteessä 1 on eriteltyä tutkimuksen havainnot kuvion muodossa. Ajurit, jarruttavat tekijät ja tulevaisuuden kehityskohteet ovat kaikki listattu niiden painoarvon mukaan alkaen tärkeimmästä. Barnes ja Mattsson osoittivat etteivät tulevaisuuden kehityskohteet vastanneet havaittuihin jarruttaviin tekijöihin. Nämä havainnot ovat keskeisessä osassa tämän työn teoriaa ja niitä verrataan tämän työn empiirisessä osuudessa.

Schaefers (2013) puolestaan haastatteli omassa tutkimuksessaan 14 yhdysvaltalaisista autonjakamiseen osallistujaa. Haastattelijoiden vastausten mukaan pystyttiin muodostamaan 9 keskeistä arvoa, jotka myöhemmin yhdisteltiin 4 keskeiseksi motiiviksi. Tutkimustuloksissa keskeisimmäksi tekijäksi nousivat taloudelliset tekijät. Muut vaikuttavat motiivit olivat helppous, elämäntyyli ja ympäristölliset tekijät.

1.4. Teorettinen viitekehys ja keskeiset käsitteet

Teorettinen viitekehys muodostuu jakamistalouden kokonaisvaltaisella tarkastelulla, jolla pyritään muodostamaan kattava kuva siitä, mitä jakamistalous on. Alalla ei ole vakiintunutta teoriaa, mutta tarkoitus on luoda teoriaosuus hyödyntäen kansainvälisiä tutkimuksia, jonka perusteella tarkastellaan Suomen tilannetta. Työn teoria osuudessa on tarkoitus saada kattava kuva jakamistalouden markkinoista sekä sen ominaispiirteistä.



Kuvio 1. Teorettinen viitekehys. Yhteisöllisen kulutuksen ajurit, jarruttavat tekijät mukailen Barnes & Mattsonia (2016).

Työn teorettinen viitekehys (Kuvio 1) muodostuu Barnesin ja Mattssonin (2016) tutkimukseen yhteisölliseen kulutukseen vaikuttavista tekijöistä, joita verrataan myöhemmin tämän työn tutkimustuloksiin. Kuviossa on esitetty yhteisölliseen

kulutukseen vaikuttavat ajurit ja jarruttavat tekijät tärkeysjärjestyksessä ylhäältä alaspäin. Tutkimuksessa vahvimiksi ajureiksi tunnistettiin taloudelliset tekijät eli kuinka kannattavana yhteisöllinen kulutus oli verrattuna muihin palveluihin. Vahvimpana jarruttavana tekijänä puolestaan olivat sosiaaliset ja kulttuuriset tekijät, joista esille nousi erityisesti yleinen tietoisuuden puute – suuri osa ihmisistä ei ole tietoisia kyseisistä palveluista. Kyseisessä artikkelissa on haastateltu 25 jakamistalouden ammattilaista, mikä voi omalta osaltaan vääristää vastausten luotettavuutta. Tästä huolimatta Barnes ja Mattssonin tutkimuksen tulokset luovat hyvän ennakkokäsityksen tämän työn tutkimustuloksista. (Barnes & Mattsson 2016)

Tässä tutkimuksessa keskitytään kuluttajan mieltymyksiin vertaisliikenteen ja autonjaon suhteen. Jakamistaloutta on tutkittu verrattain vähän, sillä ilmiö on yleistenyttä digitalisaation myötä, kuten aiemmissa kappaleissa todetaan. Nykyiset tieteelliset tutkimukset pyrkivät ymmärtämään koko käsitteistöä ja liiketoimintamalleja, mutta alalla ei ole vielä varsinaisesti vakiintunutta käsitteistöä vaan erilaisia käsitteitä, joiden merkitys on pitkälti sama. Erityisesti termien käytössä on eroa, sillä usein jakamistalouden ja alustatalouden käsitteitä käytetään synonyymeinä, vaikka kirjoittaja itse perustelisi niiden eroja toisiinsa. Tässä luvussa pyrin esittelemään yleisempiä käsitteitä sekä niiden eroja aiemman kirjallisuuden avulla.

Acquier, Daudigeos ja Pinkse (2017) ovat tutkineet jakamistaloudessa käytettyjä tieteellisiä käsitteitä ja niiden yhteyksiä sekä eri määritelmiä. Samalle termille on laadittu useita eri määritelmiä ja taulukoita. Näiden taulukoiden perusteella Acquier et al. ovat määrittäneet jakamistalouden muodostuvan kolmesta keskeisestä osiosta: *käyttöoikeustaloudesta*, *alustataloudesta* sekä *yhteisötaloudesta*. Käyttöoikeustalouden määritelmänä voidaan pitää ”alhaisen käyttöasteen hyödykkeiden jakamista tuotteiden käytön optimoimiseksi”. Kasvun perustana on omistamisen arvostuksen lasku, jolloin palveluita on enemmän tarjolla ja niiden käyttäminen on sosiaalisempaa. (Acquier et al. 2017, 4)

Alustataloudella puolestaan tarkoitetaan hajautettujen hyödykkeiden jakamista vertaisten kesken digitaalisen alustan avulla. Alustatalouden tavoitteena on vähentää olemassa olevaa byrokratiaa sekä luoda kuluttajille uusia taloudellisia

mahdollisuuksia. Yhteisötalous eroaa aikaisemmista jakamistalouden osista kaikista eniten. Yhteisötaloudessa toimitaan ilman varsinaisia sopimuksia, hierarkiaa tai rahamääräistä kaupankäyntiä ja sen tavoitteena on yhteisöllisyyden sekä solidaarisuuden vahvistaminen. (Acquier et al. 2017, 4)

Jakamistalouden termi on osittain harhaanjohtava, sillä jakaminen mielletään usein tavaroiden ja palveluiden vaihtamiseksi tai vuokraamiseksi ilman taloudellista hyötyä. *Jakamis*-termin käytöstä kritiikkiä ovat erityisesti esittäneet Eckhardt ja Bardhi (2015) artikkelissaan ”*The Sharing isn’t about sharing at all*”. Kansainvälisessä kirjallisuudessa vielä toistaiseksi jakamistalous (*sharing economy*) on kuitenkin eniten käytetty termi. Pelkästään Lappeenrannan tiedekirjaston kansainvälisen artikkelihaun perusteella hakusanalla ”*platform economy*” löytyy 71 vertaisarvioitua tieteellistä julkaisua kun taas hakusanalla ”*sharing economy*” vastaava luku on 1 567.

Tässä tutkielmassa sovelletaan Lahden ja Selosmaan (2017, 106) määritelmää **jakamistaloudelle**, jolla tarkoitetaan ”eri osapuolten välistä rajallisten yksityisten hyödykkeiden vaihtoa ja yhteiskäyttöä sekä tämän mahdollistamista erityisesti nykYTEknologian avulla”. Koska jakamistalous aiheena sisältää huomattavan määrän usealle ihmiselle uutta terminologiaa sekä välttääksemme pitkää listaa, määritellään termejä niiden ilmaantuessa tekstin seassa.

1.5. Tutkimuksen rakenne

Tämän tutkimuksen ensimmäisessä kappaleessa perehdytään lyhyesti jakamistalouteen ilmiönä, sen käsitteisiin sekä niihin perusteisiin miksi tämä tutkimus on merkittävä. Lisäksi *Johdanto*-kappaleessa esitellään tämän työn tavoitteet, teoreettinen viitekehys sekä tutustutaan aihealueesta tehtyyn aikaisempaan kirjallisuuteen.

Työn toisessa osiossa esitellään syvemmin jakamistaloutta ilmiönä – mihin se perustuu ja mitkä on sen edellytykset. Kappaleen lopussa pyritään luomaan kuvaa jakamistalouden nykytilanteesta Suomessa.

Kolmannessa osiossa keskitytään autojen jakamiseen ja erilaisiin kyytipalveluihin. Kolmas osio on keskeisessä osassa tätä työtä varten tehtyä tutkimusta.

Tämän tutkimuksen neljäs ja viides kappale sisältävät varsinaisen empiirisen osion, jossa määritellään tutkimuskysymyksiä, esitellään tutkimusaineistoa sekä käydään läpi tutkimustuloksia. Kuudennessa – ja viimeisessä – osiossa tiivistetään empiirisen osion tutkimustulokset sekä heijastetaan saatuja tuloksia työn teoriaan. Johtopäätöksissä myös annetaan vastaukset avustaviin tutkimuskysymyksiin, joiden perusteella muodostetaan ratkaisu päätutkimusongelmaan. Lopuksi työssä pohditaan työn luotettavuutta ja jatkotutkimusaiheita.

2. MITÄ JAKAMISTALOUS ON?

Johdanto kappaleessa määritettiin jakamistalouden merkitys käsitteenä. Tämän työn teoriaosuuden avulla on tarkoitus saada käsitys jakamistalouden fundamentaalisista ominaisuuksista ja markkinaolosuhteista aikaisempaan kirjallisuuteen tutustumalla. Nykyinen tutkimus ja kirjallisuus on liian rajoittunutta sekä polarisoitunutta antaakseen riittävän kattavan kuvan jakamistaloudesta. Mielipiteiden jakautuminen ja vahvan empiirisen näytön puuttuminen väittelystä vaikeuttaa erityisesti viranomaisten ja lainsäätäjien työtä. (Codagnone & Martins 2016, 23) Nykyiseen regulaatioon muutoksia tehtäessä tulee huolehtia kuluttajien ja työntekijän oikeuksista sekä estää nykyisen verokannan eroosiota (Ranchordas 2015; Sunil & Noah 2015)

2.1. Jakamistalouden taustaa

Nykyaikaisen jakamistalouden kehityksen alkuna voidaan pitää Web 2.0:aa eli vuorovaikutteisemmän internetin käytön yleistymistä (Kaplan & Haenlein 2010). Vuorovaikutteisuuden kasvaessa perustettiin palveluita kuten tietosanakirjasivusto Wikipedia, erilaisia avoimen lähdekoodin sivustoja, videonjakopalvelu Youtube sekä monia muita yhteisöllisiä palveluita. Teknologian kehittymisen myötä älypuhelimet ja mobiili-internetyhteys yleistyvät ja täten vuorovaikutteisuus esimerkiksi erilaisten sosiaalisen median kanavien kautta on helpompaa. Viestintäviraston (2016, 3) tutkimuksen mukaan 78 %:lla 15-92 vuotiaista suomalaisista on puhe-, viesti- ja nettikäytössä mobiili-internetyhteys. Lisäksi yli puolet suomalaisista käyttää matkapuhelimellaan sosiaalista mediaa (Viestintävirasto 2016, 14)

Teknologian kehitys on mahdollistanut muutoksen ja jakamistalouden kehittymisen. Hamari, Sjöklint & Ukkonen (2015, 5) sekä Botsman (2014, 24) ovat tunnistaneet ainakin kolme ajuria, jotka ovat johtaneet jakamistalouden yleistymiseen: kuluttajakäyttäytymisen muutos, sosiaaliset verkostot ja sähköiset kauppapaikat sekä mobiililaitteet. Ensimmäisenä ajurina on tunnistettu kuluttajakäyttäytymisen muutos. Kuluttajat eivät arvosta omistamista samalla tapaa kuin ennen vaan haluavat maksaa esimerkiksi autosta vain käytön mukaan (Matzler & Kathan 2015, 75). Muutosta

kiihdyttävät myös halvemmat hinnat, ekologinen ajattelutapa sekä palveluiden saatavuuden helppous (Eckhardt & Bardhi 2015). Erityisesti suomalaisten mielestä jakamistalouden etuna ovat halvemmat hinnat sekä palveluiden saatavuuden helppous suhteessa perinteiseen liiketoimintaan (Euroopan unioni 2016, 16).

Toisena jakamispalveluiden kehityksen ajurina on sosiaaliset verkostot ja sähköiset kauppapaikat. Ihmiset hyödyntävät mm. yhteisöpalveluja tavaroiden myymiseen, vuokraamiseen ja ostamiseen. Palvelujen ja kaupan professori Hannu Saarijärvi (2016) arvioi Maaseudun tulevaisuudelle antamassaan haastattelussa, että erilaisilla nettikirpputoreilla, kuten Facebookin kirpputori-ryhmissä, käydään kauppaa 300-400 miljoonalla eurolla vuodessa.

Kolmantena ajurina ovat uudet mobiililaitteet kuten matkapuhelimet ja tablet-laitteet, joiden avulla kuluttajat käyttävät erilaisia alustoja esimerkiksi auton jakamiseen tai huoneen varaamiseen. Useat auton jakopalvelut tarjoavat nykyään auton lukituksen avaamisen mobiilisovelluksella fyysisen avaimen sijaan. (Puschmann & Alt 2016, 93-94)

Jakamistalous koostuu kolmesta osatekijästä: ostajasta, myyjästä sekä markkina-alustan tarjoajasta, joka mahdollistaa ostajan ja myyjän yksinkertaisen kohtaamisen. Alustantarjoajat eivät itse omista hyödykkeitä, kiinteistöjä tai palveluita vaan mahdollistavat yksityishenkilöiden osallistumisen liiketoimintaan ilman liian suurta vaivannäköä. Alustantarjoajan tavoitteena on saada ostaja ja myyjä kohtaamaan mahdollisemman tehokkaasti ja vaivattomasti. (Federal Trade Commission 2016, 3)

Mair & Reischauer (2017) ovat laatineet jakamistaloutta ja perinteistä liiketoimintaa vertailevan taulukon jakamistalouden ymmärtämisen helpottamiseksi. Suurimpina eroina voidaan nostaa esille liiketoimesta saadun korvauksen luonteen sekä kaksi viimeistä kohtaa tapahtumien osapuolista. Jakamistalous tarjoaa laajemman valikoiman vaihtoehtoja sille, kuinka korvaus suoritetaan yksittäisessä liiketapahtumassa. Perinteinen liiketoiminta puolestaan tarjoaa laajemman valikoimain liiketapahtumien mahdollistamisen ja alustan tarjoajien osalta. (Taulukko 1)

Taulukko 1. Jakamistalouden ja perinteisen liiketoiminnan vertailu

	Jakamistalous	Perinteinen liiketoiminta
Korvaus liiketoimesta	Useita vaihtoehtoja (esim. vaihtaminen, lahja, maksu)	Maksu
Tapahtumapaikka	Markkinat	Markkinat
Liiketapahtuma	Resurssien uudelleenjako ja saatavuus	Valmistaminen, jakelu ja saatavuus
Tapahtumaan osallistujat	Yksityishenkilöt	Organisaatiot ja yksityishenkilöt
Liiketapahtumien mahdollistaminen ja alustan tarjoajat	Organisaation omistamat digitaaliset alustat	Jakelukanavat yksityishenkilöiden ja organisaatioiden välillä sekä organisaation digitaaliset alustat

Lähde: Mair & Reischauer (2017)

Kumar et al. (2017) puolestaan vertailevat tutkimuksessaan perinteisten kaksipuolisten markkinoiden eroa jakamistalouteen, ja syitä miksi näitä kahta tulisi tutkia erillisinä ilmiöinä. Esimerkkiyrityksenä perinteisestä kaksipuolisista markkinoista tutkimuksessa käytetään eBay:ta, joka ottaa kaupankäynnissä enemmän vastuuta verrattuna jakamistalouden yrityksiin. Perinteisessä kaksipuolisessa markkinoissa on tyypillistä, että omistusoikeus hyödykkeen suhteen vaihtuu, jolloin luonnollisesti kaupankäyntiin liittyvä toimittajan riski on pienempi kuin jakamistaloudessa. (Kumar et al. 2017, 3)

Henten ja Windekilde (2016, 13) tarkastelevat jakamistaloutta transaktiokustannusteorian avulla ja osoittavat sen olevan keskeinen työkalu jakamistalouden ymmärtämiseksi. Jakamistalouden alustantarjoajat laskevat merkittävästi transaktiokustannuksia palvelun eri osapuolien välillä, jolloin syntyy kokonaan uusia markkinoita. Esimerkiksi kyydinjakopalvelu Uber ja majoituspalvelu Airbnb toimivat molemmat sekä substituutin että komplementaarisen hyödykkeen tavoin. Kuluttaja voi varata Airbnb:n kautta majoituksen luksushotellista, sillä

hotellinomistajat ovat alkaneet listaamaan huoneitaan palveluun. (Henten & Windekilde 2016, 9-13) Vastaavasti on myös esitetty Uberin käytön nostavan myös muiden alalla olevien taksikuskien tuloja (Salomon 2013).

2.2. Toimintaedellytykset ja erilaiset liiketoimintamallit

Yhdysvaltojen liittovaltion kauppakomission raportissa esitetään kolme toimintaedellytystä jakamistalouden yrityksille. Ensimmäisenä, ja tärkeimpänä, voidaan pitää asiakaskunnan kokoa, jonka tulee olla suuri sekä palvelunkäyttäjän että -tarjoajan osalta, jotta molemmille löytyy riittävästi vastapareja. Alustan arvo muodostuu sen käyttäjälle muodostuvan arvon kautta, johon vaikuttavat miellyttävä käyttökokemus sekä kysynnän ja tarjonnan suhde. (Federal Trade Commission 2016, 17-20; Rochet & Tirole 2014)

Toisena toimintaedellytyksenä mainitaan tehokas hakukoneista. Ei riitä, että kaikki palveluntarjoajat löytyvät yhdeltä pitkältä listalta vaan käyttäjän on löydettävä juuri itselleen sopiva ratkaisu vaivattomasti. Hakukoneistoa on kehitettävä niin, että palvelussa on tarjolla riittävä määrä erilaisia luokittelevia vaihtoehtoja, jolloin vastaparit löytävät paremmin toisensa. (Federal Trade Commission 2016, 22) Esimerkiksi Airbnb tarjoaa käyttäjälleen aluksi kolme luokittelevaa vaihtoehtoa alkaen sijainnista, saapumis- ja poistumispäivämääristä ja kuinka monelle ihmiselle majoitusta tarvitsee. Tämä järjestelmä on erinomaisen tehokas varsinkin pienemmillä paikkakunnilla, jossa palveluntarjoajat on vähissä eikä tarkkaan luokiteltuja majoituksia löydy. Toisaalta, jos majoituksen tarjoajia on paljon, verkkosivujen kautta on mahdollista asettaa lisäehtoja etsimälleen kohteelle. (Airbnb 2017a)

Kolmantena toimintaedellytyksenä pidetään kaikkien osapuolien luottamusta kaupankäyntiin, jota pidetään myös yhtenä jakamistalouden suurimpana jarruttavana tekijänä. Alustantarjoajan tehtävänä on vahvistaa toisilleen tuntemattomien palveluntarjoajan ja käyttäjän välistä luottamussuhdetta. Molemmat osapuolet saattavat pelätä omien rahojen, omaisuuden tai jopa henkilökohtaisen terveyden puolesta. Luottamuksen kasvattamiseksi eri yritykset hyödyntävät käyttäjien

henkilökohtaista tunnistamista, arvostelujärjestelmiä sekä mm. vakuutuksia. (Federal Trade Commission 2016, 23) Esimerkiksi Airbnb:n mahdollistaa käyttäjätilin vahvistamisen virallisella henkilöllisyystodistuksella ja sosiaalisen median profiileilla. Lisäksi käyttäjät kirjoittavat toistensa profiileihin arvosteluja sekä vieraasta että majoituksesta, joita myös muut vastapuolen ehdokkaat voivat hyödyntää seuraavaa varausta hyväksyessään. Majoittajille on olemassa myös Airbnb:n oma majoitustakuu, mikä korvaa tietyt ehdot täyttäessään majoittajalle aiheutuneet vahingot aina 800 000 euroon asti. (Airbnb 2017b)

Vaikka edellä mainitut perusedellelytykset olisivat yritysten osalta kunnossa, kannattavaan liiketoimintaan tarvitaan kestävä ansaintalogiikka. Niin kuin Eckhardt ja Bardhi (2015) kritisoivat artikkelissaan, on hyvä ymmärtää, että suuret jakamistalouden yritykset ovat mukana toiminnassa taloudellisen hyödyn saavuttamiseksi. Vaikka kaikki suuretkaan jakamistalouden yritykset (esim. Uber) eivät ole vielä kannattavalla pohjalla, niin ne joutuvat jatkuvasti pohtimaan uusia ansaintamalleja (Hook 2017).

Selosmaa ja Lahti (2013, 112) ovat keränneet yhteen Rachel Botsmanin vuonna 2013 NESTA:n seminaarissa esittämiään eri ansaintalogiikoita jakamistalouden yrityksille. Yksi tunnistettavissa oleva ansaintalogiikka on palvelumaksu. Tällöin yritys perii tietyn prosenttiosuuden tapahtuneesta liiketoimesta joko pelkästään kaupan toiselta osapuolelta tai molemmilta. Esimerkiksi Airbnb veloittaa palvelumaksuja sekä isännältä eli elämyksen tai asunnon tarjoajalta että vieraalta. Isäntien palvelumaksut ovat 3-5 % varauksen välisummasta. Välisummalla tarkoitetaan hintaa ennen veroja ja muita maksuja. Vieraalta puolestaan veloitetaan 5-15 %:n palvelumaksu varauksen välisummasta. (Airbnb 2017c)

Toinen merkittävä ansaintamalli perustuu tietynlaiseen jäsenmaksuun. Jäsenmaksulla tarkoitetaan esimerkiksi tilannetta, jossa käyttäjä maksaa kiinteän kuukausimaksun palvelusta. Jäsenmaksuja voi myös yhdistää käyttömaksujen kanssa, jolloin jäsenmaksun lisäksi kerätään maksuja palvelun käytön mukaan. (Selosmaa & Lahti 2013, 113) Esimerkiksi kyytipalvelut Lyft on kokeillut Yhdysvalloissa kuukausipakettia, jolla asiakas saa kiinteää 20 dollarin kuukausimaksua vastaan 20 jaettua kyytiä (Lyft blog 2016).

Kolmantena merkittävänä ansaintamallina toimii erilaiset palvelupaketit ja niihin sidotut käyttömaksut (Selosmaa & Lahti 2013, 113). Esimerkiksi Maas Global tarjoaa Whim-palvelua pääkaupunkiseudulla, joka vuonna 2018 keväällä alkaa tarjoamaan yhteiskäyttöautoja sekä kaupunkipyöriä asiakkailleen. Whim-palvelu koostuu kolmesta eri asiakaspaketista. Edullisin *Whim to go*-paketti on täysin kuluton ja se mahdollistaa ainoastaan yhteistyökumppaneiden laskujen maksamisen saman sovelluksen avulla. *Whim Urban*-pakettiin puolestaan sisältyy rajaton määrä Helsingin seudun liikenne-kuntayhtymän tarjoamia Helsingin sisäisiä matkoja. Lisäksi palvelun käyttäjä voi matkustaa korkeintaan 5 kilometrin taksimatkoja kiinteään 10 euron kertamaksulla tai mahdollisesti vuokrata käyttöönsä oman auton lisämaksua vastaan. (Whim 2017)

Näiden kolmen tyypillisen ansaintamallin lisäksi voidaan tunnistaa suuri määrä muita liiketoimintamalleja, jota jakamistalouden yritykset hyödyntävät. Jotkut yritykset tarjoavat esimerkiksi ilmaisen palvelualustan kaikille, mutta tarjoaa myös samasta palvelusta kustomoitua versiota maksua vastaan. Osa yrityksistä hyödyntää ”kiertotalous”-mallia, jolloin ne saavat ilmaiseksi tai ostavat tavaran edullisesti ja kunnostaa tai irrottaa myytävät osat. Kaikkien näiden mallien lisäksi yritykset voivat hyödyntää sosiaalisen median ansaintamalleja, kuten mainosrahoitusta ja asiakastiedon myyntiä. (Selosmaa & Lahti, 113)

2.3. Jakamistalous Suomessa

Suomessa yhteisöllisten palvelujen kehitys on ollut suhteellisen hidasta. Vielä vuonna 2013 suomalaisia jakamistalouden yrityksiä oli vain kourallinen. Osasyynä tälle voidaan pitää markkinoinnin ja julkisuuden puutteesta johtuvaa vähäistä tietoisuutta. Lisäksi Suomen populaatio on pieni, jolloin useat palvelujen tarjoajat hajauttavat käyttäjät eri alustoille. Tästä seuraa ettei käyttäjä ja tarjoaja välttämättä kohtaa toisiaan. Toisaalta muihin eurooppalaisiin maihin verrattuna Suomessa arvostetaan keskimäärin enemmän omistamistamista. (Selosmaa & Lahti 2013, 31;156)

Työ- ja elinkeinoministeriön selvityksessä mainitun viiden päätoimintasektorin sisällä

Suomessa toimii yhteensä 37 jakamistalouden yritystä. Tutkimuksessa lähetettiin kyselylomake kaikille 37 yritykselle, joista 15 kyselyyn vastastanneessa yrityksessä oli yhteensä noin 30 000 aktiivista palveluntarjoajaa ja 250 000 käyttäjää. Kotitalous- ja pientyöt sektorilla oli selkeästi eniten palveluntarjoajia ja käyttäjiä, sillä esimerkiksi ruuan vertaiskuljetuspalvelut Foodora ja Wolt ovat arvioineet toimittavansa 1 000 ruoka-annosta päivässä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 13-17)

Jakamistalousalustoille teetetyin kyselyn mukaan, jossa vastaajia pyydettiin vapaasti ideioimaan kuinka jakamistalouden toimintaympäristöä voitaisiin Suomessa kehittää oli yksimielinen. Useimmat vastaajista toivoivat, että lainsäädännön kehityksessä huomioitaisiin Euroopan komission suositukset sekä otettaisiin mallia muiden maiden hyviksi todetuista ratkaisuista. Lisäksi toivottiin yhteistyötä eri viranomaisten kanssa ja verotuksen keventämistä erityisesti pienimuotoiseen toimintaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 15-16)

Jakamistalouden markkinoiden oletetaan kasvavan seuraavan vuosien aikana vahvasti Suomessa ja ottaen näin kiinni Euroopan edelläkävijä maita. Haasteeksi lainsäätäjille tulee muuttaa sekä kehittää nykyistä regulaatiota suuntaan, jolloin tämä kasvu mahdollistetaan tasapuolisesti perinteiset liiketoimintamallit huomioiden. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 25)

Suomessa jakamistaloutta koskevan tutkimuksen määrä on vähäistä. Jakamistalouden tutkimukselle on kuitenkin kasvava tarve, sillä sen odotetaan kasvavan euromääräisesti merkittävästi seuraavien vuosien aikana. Jakamistalouteen erikoistunut tohtoriopiskelija Taneli Vaskelainen kirjoittaa parhaillaan väitöskirjaa autojen yhteiskäyttöpalveluista, mutta muuten myös suomalaiset tutkijat ovat keskittyneet tutkimaan ilmiötä kansainvälisellä tasolla (Oksanen 2015).

3. VERTAISLIKENNE JA AUTON JAKAMINEN

Kuten aikaisemmissa kappaleissa todetaan, kuluttajien asenteet suhteessa omistamiseen ovat muuttumassa. Tarpeen mukainen kuluttaminen näkyy myös autoilussa, jossa autojen jakaminen ja vertaisliikenne ovat kasvaneet maailmanlaajuisesti trendiksi (Levine 2009; Naughton 2008). Jakamistalouden ensimmäisiä askelia on havaittavissa autonjakopalveluissa, joita perustettiin ensimmäisenä Zurichiin ja myöhemmin Pohjois-Eurooppaan. Tällöin syntyneet yhteisölliset palvelut olivat pieniä voittoa tavoittelemattomia organisaatioita. (Shaheen, Sperling & Wagner 1999) Informaation leviäminen tapahtui vielä siihen aikaan verrattain hitaasti ja tiedon jakamisen kustannukset olivat korkeat, joten suuren luokan liiketoimintaa jakamisesta oli hankala järjestää. Internetin yleistyessä informaatiokustannukset laskivat, jolloin näistä pienistä yhteisöistä tuli kilpailijoita suurten yritysten kanssa. (Codagnone & Martins 2016, 4)

3.1. Autojen yhteiskäyttö, vertaisvuokraus ja kyytipalvelut

Auton yhteiskäyttö eroaa kimppekäyttöistä sekä autojen vertaisjakamisesta siten, että kyseiset autot ovat palveluntarjoajan omistamia. Toisaalta erona perinteiseen auton vuokraamiseen on, että nykyaikaisessa auton jakamisessa hyödynnetään teknologiaa, jolla auton lukitus avataan etänä ilman erillistä fyysistä avainta mm. henkilökohtaisen kortin avulla sekä auton vastaanottaminen ja luovuttaminen tapahtuvat ilman suurta yrityksen omistamaa toimipistettä. Esimerkiksi Zipcar on asettanut käyttäjälle tarkat ehdot, jotka täyttäessään asiakas saa Zipcard-kortin, jonka avulla hän avaa auton lukituksen. (Bardhi & Eckhardt 2012, 886) Zipcar on yhdysvaltainen *Avis Budget Groupin* autonjakopalvelu, joka omistaa yli 12 000 autoa kymmenessä eri maassa. Mobiilisovelluksen avulla asiakas onnistuu varaamaan, paikantamaan ja tarvittaessa avaamaan auton ovet. (Zipcar 2017) Suomessa vastaavanlaista palvelua tarjoaa toukokuussa vuonna 2017 OP-ryhmän perustama *DriveNow*-palvelu, jolla on noin 10 000 jäsentä. *DriveNow* tarjoaa asiakkailleen käyttöönsä yhteensä 150 autoa. Auton käyttäminen kustantaa asiakkaalle 57 senttiä minuutilta. (Drive-now 2017; Virta 2017)

Autojen yhteiskäytön yleistyessä myös kuluttajien välinen vertaisvuokraus on kasvussa. Lähes puolet auton omistajista voisivat harkita auton jakamista ja vuoteen 2025 mennessä arviolta noin 10 miljoonaa kuluttajan odotetaan osallistuvan autojen vertaisvuokraukseen. (Freese & Schönberg 2014) Kuluttajien välinen autojen vertaisvuokraus eroaa kuitenkin yhteiskäyttöpalveluista huomattavasti, sen sosiaalisen vuorovaikutteisuuden vuoksi. Maailmanlaajuisesti tunnettuja autojen vertaisvuokraus palveluja ovat *Turo*, *Getaround* ja *Croove*. Näille palveluille on tyypillistä, että auton vuokraaja saa itse päättää kenelle oman autonsa antaa käyttöön ja kuinka paljon hän siitä veloittaa. (Habibi, Davidson & Laroche 2017) Suomessa tunnetuin auton vertaisvuokrauspalvelu on *Shareit Blox Car*, johon on vertaisvuokraajat ympäri Suomea ovat listanneet autojaan.

Autojen vertaisvuokraukseen osallistumisessa on tunnistettavissa neljä eri motiivia: taloudelliset syyt, elämänlaadun parantaminen, muiden auttaminen sekä kestävä kehityksen huomioiminen. Autojen omistajat haluavat helpottaa omaa taloudellista taakkaansa ja jakaa autoaan silloin kun se ei ole käytössä. Tällöin jakamisesta saadusta tulollaan koetaan oman elämänlaadun parantuvan ja samalla myös autetaan muita. Vastaavasti auton jakaminen mahdollistaa ettei jokaisen vähänkin autoa tarvitsevan täydy ostaa omaa autoa tai maksaa suuria summia perinteisille vuokrausyrityksille. Tällöin myös palvelunkäyttäjälle jää enemmän rahaa muuhun käyttöön, mikä parantaa heidän elämänlaatua sekä säästää luontoa ylikulutukselta. (Wilhelms, Henkel & Falk 2017)

Kyytipalvelujen kehitys 2010-luvulla on ollut nopeaa. Perinteisten kyytipalvelujen, kuten taksien sekä julkisten junien ja bussien rinnalle on noussut uusia jakamistalouden palveluita. Näistä tunnetuimpia ovat henkilökuljetuspalvelut Uber ja Lyft. Esimerkiksi Uber tarjoaa sekä perinteisen tyylisiä taksipalveluja, mutta toisin kuin perinteiset taksirytykset, Uber ei palkkaa työntekijöitään vaan hyväksytyt kuljettajat toimivat "itsenäisinä urakoitsijoina". Vuonna 2012 Uber lanseerasi UberPool-kimppataksipalvelun, jolloin käyttäjät pystyivät nyt jakamaan omia kyytejään sekä kustannuksiaan. (Masoud & Jayakrishnan 2017, 219)

Vertaiskyytipalvelut puolestaan muodostuvat kaikista niistä kyytipalveluista, joissa kuljetus ei ole perinteistä liiketoimintaa eli kuljettaja ei ole ammattilainen. Esimerkiksi taksiliikenteessä kuljettaja työskentelee henkilökuljetusyritykselle ja palvelun käyttäjä ostaa palvelun omaan käyttöönsä. Vertaiskyytipalveluja ovat esimerkiksi henkilökuljetuspalvelut, joissa ei ole ammattikuljettajaa ja kuljettajalla on myös henkilökohtainen intressi ajaa kyseinen matka. Vertaiskyytipalvelujen kuskit eivät jaa kyytejä ensisijaisesti liiketoiminnallisessa mielessä vaan kustannus ja ympäristösyistä. (Masoud & Jayakrishnan 2017, 219)

Kimppakyydillä tarkoitetaan auton jakamista muiden matkustajien kanssa samalle matkalle tai matkan osalle, jolla itse auton kuljettaja on. Kimppakyydit ovat jakamisen muotona itsessään vanhempi kuin mikään muu jakamistalouden ilmiö, mutta teknologian kehittymisen myötä myös siitä on tullut tehokkaampaa. Kimppakyytejä hyödynnetään mm. työmatkoilla ja vaihtoehtona julkisille kulkuvälineille. (Guidotti, Nanni, Rinzivillo, Pedreschi & Giannotti 2017, 1) Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa kuten Facebookissa on tarjolla useita kimppakyytien etsijälle ja tarjoajalle perustettuja ryhmiä, joiden kautta voi itselleen sopivia kyytejä etsiä tai jättää ilmoitus tarvitsemastaan matkasta. Tämän työn empirisen tarkastelun ulkopuolelle jätetään juuri kimppakyydit niiden enemmän sosiaalisen kuin taloudellisen merkityksen vuoksi ja keskitytään kuluttajien päätöksiin autojen yhteiskäytön ja vertaisvuokrauksen suhteen.

4. TUTKIMUSMENETELMÄ

Tämän tutkimuksen empiirinen osuus suoritetaan laadullisena tutkimuksena, sillä ilmiöstä ei ole varsinaisesti kerätty tietoa Suomen markkinoilta. Laadullisessa tutkimuksessa kerättyä aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena ja sen ajatellaan auttavan ymmärtämään ”jonkin singulaariseksi ymmärretyn sisäisesti loogisen kokonaisuuden rakennetta” (Alasuutari 1993, 38). Empiirisessä osiossa kerätyn aineiston kautta pyritään saamaan vastaus päätutkimusongelmaan sekä alatutkimusongelmiin. Aineistoa analysoidaan sisällönanalyysin menetelmin. Tässä kappaleessa syvennytään käytettyyn aineiston analyysimenetelmään, aineistonkeruumenetelmään sekä esitellään empiirinen aineisto.

Aineistoa analysoidaan aineistolähtöisen sisällönanalyysin menetelmin. Nauhoitetut haastattelut kuunnellaan useaan otteeseen ja tärkeimmät kohdat litteroidaan. Kirjoitetusta aineistosta pyritään löytämään teoriaa tukevia yhtäläisyyksiä sekä teoriaa haastavia eroavaisuuksia.

4.2. Aineistonkeruumenetelmä

Laadullisen tutkimukselle tyypillisesti tutkijan rooli on ulkopuolinen osallistuja ja aineisto kerätään haastattelemalla. Haastatteluihin osallistui yhteensä kahdeksan henkilöä, joista puolet olivat jo ennestään käyttäneet jotakin työn teoriaosuudessa esitettyä palvelua. Käyttäjiksi laskettiin henkilöt, jotka ovat joskus käyttäneet yhtä kolmesta seuraavasta palvelusta: autojen yhteiskäyttöpalvelu, autojen vertaisvuokrausta tai autonjakopalvelu. Ei-käyttäjäksi laskettiin kaikki muut haastateltavat, jotka eivät olleet käyttäneet edellämainittuja palveluita.

Haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluin ja ne nauhoitettiin puhelimeen äänitallenteiksi. Haastattelutilanteita varten on laadittu kaksi puolistruktoitua haastattelurunkoa, jotka esitellään seuraavassa alaluvussa. Haastattelut nauhoitettiin digitaaliseen muotoon, jotta haastattelija pystyisi paremmin keskittymään haastattelutilanteeseen sekä muodostamaan luontevampaa keskustelua aiheesta.

Lisäksi haastatteluiden nauhoittaminen helpottaa kirjoittamisprosessia sekä mahdollistaa syvällisemmän analyysin, kun tutkija pystyy aina palaamaan uudestaan haastateltavan sanatarkkaan vastatukseen. (Kananen 2015, 156) Tallennettuja nauhoitteita kuunneltiin useaan kertaan ja niistä poimittiin tärkeimmät kohdat ylös sekä ne pyrittiin käsitteellistämään.

4.3. Haastattelurunko

Tutkimusta varten laadittiin kaksi haastattelurunkoa molempia haastattelukategorioita – käyttäjiä ja ei-käyttäjiä – varten. Haastattelurunkoa suunniteltaessa hyödynnettiin kansainvälisiä tutkimuksia (Barnes & Mattsson 2016; Schaefers 2013), joiden pohjalta tutustuttiin aiheeseen tieteen tasolla sekä hyödynnettiin omakohtaisia kokemuksia palveluiden käytöstä. Samalla haastattelurunkoa suunniteltaessa huomioitiin jatkuvasti tutkimuksen pääongelma ja kuinka haastatteleamalla voitaisiin saada mahdollisimman rehellinen näkemys ilmiöistä. Kysymysten asettelussa on noudatettu äärimmäistä huolellisuutta, jotta laaditut kysymykset ovat mahdollisimman avoimia eivätkä ne johdattele haastateltavaa antamaan tutkijalle mieleisiä lausuntoja. (Eriksson & Kovalainen 2008)

Käyttäjille suunnatussa haastattelussa pyritään alkuun selvittämään haastateltavien kokemuksia ja mielipiteitä jakamistaloudesta yleisellä tasolla. Haastattelut aloitetaan suljetuilla kysymyksillä, joilla saadaan kerättyä tarvittavat demografiset tiedot haastateltavasta. Ensimmäinen aiheeseen johdattelleva kysymys on *“Mitä sanasta jakamistalous tulee mieleen?”*, jonka tarkoitus on herätellä haastateltavaa tutkimuksen aihepiiristä. Tämän jälkeen selvitetään, kuinka laaja tietämys haastateltavalla on jakamistalouden eri yrityksistä ja kuinka hän näihin suhtautuu. Alkuvaiheessa kysyttävien yleisesti jakamistaloutta käsittävien kysymysten jälkeen siirrytään kohti tutkimuksen pääteemaa eli autojen jakamista, yhteiskäyttöä ja vertaisvuokrausta. (Liite 2)

Haastattelun siirryessä kohti autoja ja liikkumista on oleellista selvittää haastateltavalta onko hänellä voimassa olevaa ajo-oikeutta ja mikäli on, omistaako hän omaa autoa.

On oletettavissa, että autonomistajilla on pienempi tarve käyttää ulkoisia palveluja miettiessään tapaansa siirtyä paikasta A paikkaan B. Toisaalta tässä kohtaa on mielenkiintoista myös selvittää, mikäli autonomistaja olisi halukas luopumaan kulkuneuvostaan ja siirtymään kokonaan käyttämään ulkopuolisia palveluita.

Ei-käyttäjille suunnatussa haastattelussa puolestaan pyritään selvittämään millaisia perusteita haastateltava käyttää valitessaan liikkumismuotoaan. Lisäksi tutkimuksen kannalta on oleellista selvittää ei-käyttäjien osalta kuinka hyvä tietämys heillä on olemassa olevista jakamistalouden palveluista ja asenteista näitä palveluita kohtaan. Ei-käyttäjien haastattelu painottuu ennakoasenteiden ja palveluiden käytön esteiden tarkasteluun kun käyttäjien haastattelu puolestaan käyttökokemuksiin ja palvelun valintaan vaikuttaviin tekijöihin. (Liite 3)

4.4. Aineiston esittely

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu kahdeksasta yksilöhaastattelusta, jotka suoritettiin syksyllä 2017. Haastateltavia pyrittiin valitsemaan eri ikäluokista, mutta kuitenkin niin, että kaikki haastateltavat olivat yli 18 vuotiaita, sillä Suomessa esimerkiksi henkilökuljetuspalvelu Uberin käyttöä on rajoitettu ja alaikärajaksi asetettu 18 vuotta (Uber 2017). Tämän lisäksi autojen yhteiskäyttöpalvelu DriveNow edellyttää, että rekisteröitynyt asiakas on vähintään 21-vuotias ja hänellä on yli vuoden voimassa ollut ajo-oikeus (DriveNow 2017). Autojen vertaisvuokrauspalvelu Shareit Bloxcar puolestaan vaatii käyttäjältään vähintään 20 vuoden ikää ja, että ajokortti on ollut voimassa yli 24 kuukautta (Shareit Bloxcar 2017). Haastatteluihin osallistui 4 miestä ja 4 naista, joista puolet ovat joskus käyttäneet jotakin autojen vertaiskäyttöpalveluita. Molemmissa ryhmissä oli sekä autonomistajia että henkilöitä, jotka eivät omista omaa autoa. Taulukkoon 2 on koottu yhteen tutkimuksen kannalta merkittävät perustiedot, kuten ikä, sukupuoli, onko kyseessä käyttäjä vai ei-käyttäjä ja omistaako kyseinen henkilö omaa autoa.

Taulukko 2. Haastateltavien sukupuoli, ikä, käyttäjämuoto ja autonomistus

Haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Käyttäjämuto	Omistaa auton
A	Mies	23	Käyttäjä	Kyllä
B	Mies	33	Käyttäjä	Ei
C	Nainen	22	Käyttäjä	Ei
D	Nainen	23	Käyttäjä	Kyllä
E	Mies	23	Ei-käyttäjä	Ei
F	Mies	55	Ei-käyttäjä	Kyllä
G	Nainen	31	Ei-käyttäjä	Ei
H	Nainen	51	Ei-käyttäjä	Kyllä

5. TUTKIMUSTULOKSET

Tässä kappaleessa syvennyttään tarkemmin edellä esitetyn tutkimusmenetelmän avulla kerätyn empiirisen aineiston sisältöön ja raportoidaan niiden tuloksista. Lisäksi pyritään pelkistämään saatuja tuloksia sekä yhdistelemään niitä, jotta molempiin tutkimuksen alakysymyksiin saataisiin vastaukset. Näiden alakysymysten avulla ja haastateltavien kertoman mukaan pyritään luomaan käsitys tutkimuksen pääongelmasta. Varsinaiset vastaukset sekä alakysymyksiin että pääkysymykseen esitetään työn viimeisessä kappaleessa.

5.1. Haastateltavien mielipiteet jakamistaloudesta

Haastattelujen ensimmäisessä osiossa selvitetettiin yleisiä mielipiteitä ja ajatuksia jakamistaloudesta. Näiden avulla pyrittiin selvittämään millaisia asenteita haastateltavilla oli kyseisestä ilmiöstä. Tämän osion vastauksilla on tarkoitus muodostaa vastaus ensimmäiseen alustavaan tutkimuskysymykseen *”Millaisia hyötyjä ja haittoja jakamistaloudessa koetaan olevan?”*. Molemmille haastatteluryhmille esitettiin haastattelurungon *”Jakamistalous”*-kohdan mukaisia kysymyksiä.

Aihealueen ensimmäisenä kysymyksenä haastateltaville esitettiin *”Mitä sanasta jakamistalous tulee mieleen?”*. Haastateltavat antoivat hyvin samantyyppisiä vastauksia, joista yleisimpiä olivat eri tavoin ilmaistuna mm. ”tehokkuus”, ”nykyaikaisuus”, ”helppous” ja/tai ”yksinkertaisuus”. Haastateltaville B, C, D ja E *jakamistalous*-termi herätti myös mieleen sanan ”luottamus”. Kaikkia haastateltavia yhdistivät tavalla tai toisella ”tehokkuus” ja ”helppous”.

Seuraavana kysymyksenä haastateltaville esitettiin *”Mitä mieltä olet jakamistalouden yrityksistä?”*. Haastateltavien osalta jakamistalouden yritykset nähdään pitkälti positiivisena ilmiönä. Osa haastateltavista kertovat kyseisten yritysten haastavan hyvin perinteisiä ja vanhoja toimialoja. Haastateltavat A, B, D ja E näkivät jakamistalouden yritykset erityisen hyvänä asiana kuluttajan näkökulmasta, sillä

kustannukset laskevat ja laatu paranee. Haastateltava A nostaa esille myös sen, että tuoreet Uberin ja Airbnb:n kaltaiset palvelut eivät ainoastaan ole edullisempia kuin perinteiset taksit ja hotellit vaan käyttökokemukseltaan huomattavasti parempia. Hän nostaa esimerkiksi Uberin, jonka mobiilisovelluksella pystyy taksin tilaamaan vaivattomasti ja samalla myös näkee sen tarkan sijainnin.

Ongelmakohtana useat haastateltavat toteavat esimerkiksi suurkaupunkien ongelmat majoituspalveluyritys Airbnb:n kohdalla. Useassa suurkaupungissa Airbnb-asunnot nostavat paikallisten asukkaiden vuokria, sillä kysyntä normaaleista vuokra-asunnoista on suurta, mutta tarjonta pieni. Asuntoja ostetaan sijoitusmielessä ja vuokrataan turisteille Airbnb:n kautta. Haastateltavat eivät kuitenkaan nähneet kyseistä ongelmaa niin suurena, että lopettaisivat itse kyseisen palvelun käytön vaan uskoivat ongelmaan löytyvän toisenlainen ratkaisu.

Haastateltavista ainoastaan F kokee jakamistalouden negatiivisena ilmiönä ja ”kilpailua vääristävänä”. Hänen mielestään Uberin ja Airbnb:n kaltaiset toimijat ”yrittävät ratsastaa” yleisön suosiolla, jolloin käyttäjät painostaisivat poliitikkoja heitä hyödyttäviin päätöksiin. Hän myös vertaa jakamistaloutta harmaaseen talouteen, koska sitä ei pystytä valvomaan samalla tapaa kuin perinteisiä yrityksiä.

5.2. Haastateltavien tietämys ja mielipiteet autonjakopalveluista

Tutkimuksen ensimmäisessä osiossa raportoidaan haastattelun tuloksia ensimmäiseen alakysymykseen ”Kuinka hyvä tietämys yksilöillä on autonjakopalveluista ja kuinka niihin suhtaudutaan?”. Vastausryhmältä, jotka olivat käyttäneet joskus jotakin kyseisen kategorian palvelua kysyttiin mm. ”*Mitä jakamistalouden palveluita olet käyttänyt matkustamiseen tai liikkumiseen paikasta toiseen?*”, ”*Minkälaisia käyttökokemuksia nämä ovat olleet?*” ja ”*Mitä mieltä olet kyseisistä yrityksistä?*”.

Haastateltavat A, B, C ja D tunnistivat yhteensä neljä matkustamiseen ja liikkumiseen tarkoitettua jakamistalouden palvelua: Uber, Lyft, DriveNow ja Shareit Bloxcar.

Suomessa näistä kolmesta vaihtoehdosta oli vielä vuonna 2016 käytössä Uber, DriveNow ja Shareit Bloxcar, mutta Uber jäi vuonna 2017 tauolle viranomaisten kanssa ilmenneiden ongelmien myötä. Lyft ei toimi ollenkaan Suomessa vaan on kansainvälisesti toimiva henkilökuljetuspalvelu kuten Uber. Käyttäjistä kaikki mainitsivat Uberin ja DriveNow-palvelun. Tämän lisäksi A osasi nimetä Shareit Bloxcarin yhdeksi vastaavanlaiseksi palveluksi, mutta ei ollut koskaan kyseistä palvelua käyttänyt. Vastaavasti B tunnisti Lyftin kuuluvan samaan kategoriaan Uberin kanssa ja muisti käyttäneensä sitä, kun vielä asui ulkomailla. Kaikkia vastaajia yhdisti käyttökokemukset Uberista Suomessa.

Käyttökokemukset erosivat vastaajien kohdalla huomattavasti. Vastaajista kaikista tyytyväisin palveluunsa on ollut A, joka kuvaili ettei hänellä ole ollut ”minkäänlaista ongelmaa” Uberin kanssa. Hän myös samalla kehuu, kuinka merkittävää juuri Uberin kohdalla on ”vaivattomuus” tilata kyyti omaan sijaintiinsa mobiiliapplikaation kautta. Muutenkin A:n mielestä käytössä ”ei ole ollut valittamista” ja, että ”käyttö on usein helpompaa kuin perinteisten toimijoiden”. Haastatelluista C ja D kertoivat käyttökokemustensa olevan ”osittain” ja ”suurelta osin” positiivisia. B:n omakohtaiset kokemukset ovat olleet positiivisia, mutta esimerkiksi Uberin osalta kuljettajan palvelu on ollut huonompaa kuin perinteisissä takseissa. Käyttökokemuksen osalta kaikkia vastaajia yhdisti palveluiden käytön vaivattomuus.

Kysymykseen käyttäjien mielipiteitä Uberista, Lyftistä, DriveNow:sta ja Shareit Bloxcarista, vastattiin kaksijakoisesti. Jokaisen haastateltavan vastauksista oli yksilöitävissä positiivisia samankaltaisuuksia, kuten taloudellisuus ja ympäristöystävällisyys. Negatiivisena puolena haastateltavat kyseenalaistivat juuri Uberin juridisen vastuun. DriveNow- ja Shareit Bloxcar-palveluiden osalta vastaajat kokivat pelkästään positiivisia asioita.

Ei-käyttäjien haastattelut poikkesivat hieman käyttäjien haastatteluista, koska näillä henkilöillä ei ollut ollenkaan käyttökokemuksia äsken mainituista palveluista. Ei-käyttäjiltä kysyttäessä ”*Mitä matkustamiseen ja liikkumiseen tarkoitettuja palveluita osaat nimetä?*” haastateltavat E, F, G ja H osasivat nimetä yhteensä 2 palvelua: Uberin ja DriveNow:n. E ja F tiesivät sekä Uberin että DriveNow, mutta heille

molemmille oli hieman epäselvää kuinka DriveNow-palvelu toimii. Haastateltavat G ja H puolestaan ovat kuulleet pelkästään Uberista.

Ei-käyttäjistä E, G ja H vastasivat kysymykseen *”Mitä mieltä olet liikkumiseen tarkoitetuista jakamistalouden palveluista?”*, että ovat, mutta palvelu ei ole ollut saatavilla tai uber-kuljettajia ei ole ollut heidän paikkakunnillaan silloin. Haastateltava F oli ainut kaikista haastateltavista, joka ei ole koskaan harkinnut käyttävänsä Uberin kaltaista palvelua, sillä hänen mielestään kyseessä on ”jollain tavalla laitonta” liiketoimintaa. Kysyttäessä mielipidettä puolestaan DriveNow:n kaltaiseen palveluun hän vastaa ideana sen olevan ”hyvä”, mutta ei itse käyttäisi, koska ”omistaa oman auton”.

5.3. Haastateltavien esteet autojen jakamiseen osallistumiselle

Tämän tutkimuksen toiseen alakysymykseen *”Mitkä ovat tyypillisimmät esteet autonjakoon, autojen vertaisvuokraukseen ja yhteiskäyttöön osallistumiselle?”* pyrittiin löytämään vastaus edellisessä kappaleessa kysytyjen mielipiteiden avulla sekä suoraan haastateltavalta kysymyllä käyttäjiltä *”Missä tilanteissa he käyttäisivät jakamistalouden palveluita liikkumiseen?”*.

Käyttäjät B ja C suosisivat jakamistalouden palveluita aina, kun vaan olisi mahdollista. Suurimpana ongelmana molemmat huomauttavat palveluiden saatavuuden, sillä pienemmissä kaupungeissa näitä palveluita ei ole tarjolla tai jos on ne ovat hyvin rajalliset. Haastateltava C asuu pääkaupunkiseudulla ja kertoo haluavansa ”ainakin kokeilla” DriveNow palvelua, mutta tällä hetkellä hän on opiskelija, joten hän ei ”halua tuhata rahaansa sellaiseen”. C ajattelee kuitenkin tulevaisuudessa siirtyessään työelämäänsä alkavansa useammin käyttämään tämänkaltaisia palveluja, sillä kokee ettei hän tarvitse autoa kuin silloin tällöin. Haastateltava B puolestaan hyödyntää pääsääntöisesti julkista liikennettä taloudellisuuden ja ympäristöystävällisyyden vuoksi. B kertoo käyttävänsä kuitenkin auton yhteiskäyttöpalvelua silloin tällöin aina, kun tarvitsee henkilökohtaista kulkuneuvoa. Samalla hän toteaa, ettei ole suunnitellut ole koskaan varsinaisesti suunnitellut henkilökohtaisen ajoneuvon hankkimista,

mutta mikäli hän muuttaa pois pääkaupunkiseudulta uskoo sen olevan ”lähes pakollista”.

Käyttäjät A ja D puolestaan uskovat käyttävänsä vain Uberin kaltaisia henkilökuljetuspalveluita, sillä he molemmat omistavat oman ajoneuvon. Tyypillisiksi esteiksi Uberin kaltaisten henkilökuljetuspalveluiden osalta he mainitsevat vastaavasti saatavuuden puutteen. Kysyttäessä ”*Oletko harkinnut luopuvasi omasta autosta?*” haastateltava D kertoo, ettei usko näin koskaan tapahtuvan, sillä tarvitsee omaa ajoneuvoa lähes päivittäin työmatkoihinsa. Lisäksi kulkeminen vapaa-ajan asunnolle viikonloppuisin olisi ”mahdotonta” ilman omaa ajoneuvoa. Haastateltava D kuitenkin lisää, että ”voisi kuvitella luopuvansa” talouden toisesta ajoneuvosta, kun he molemmat siirtyvät eläkkeelle, sillä molempien autojen yhteenlaskettu vuotuinen kustannus nousee niistä saatua hyötyä suuremmaksi. Kysyttäessä ”*Onko harkinnut autojen vertaisvuokraamista eteenpäin?*” D toteaa, että hyöty suhteessa vaivannäköön jää liian pieneksi. Lisäksi hän ei ”ikinä vuokraisi autoa tuntemattomalle”. Haastateltava A kertoo harkinneensa omasta autosta luopumista, kun muuttaa isommalle paikkakunnalle. Nykyisessä kaupungissaan välimatkat ovat liian pitkiä ja julkisessa käytössä olevat bussit kulkevat liian harvakseltaan. Myös haastateltava A suhtautuu skeptisesti auton vertaisvuokraukseen ja uskoo sen olevan vielä ”liian uusi juttu” Suomessa. Hän mainitsee ettei halua olla ensimmäisessä aallossa kokeilemassa palvelua vaan liittyisi joukkoon vasta, kun palvelulla on huomattavasti enemmän käyttäjiä. Ongelmana A mainitsee että hänessä ei herää luottamusta jakamistalouden palveluita kohtaan, joissa on ”vähän käyttäjiä”.

Ei-käyttäjiltä kysyttiin ”*Oletko koskaan harkinnut käyttäväsi liikkumiseen ja matkustamiseen tarkoitettuja jakamistalouden palveluita?*” selvittääkseen oliko ei-käyttäjillä tiettyjä esteitä käyttää kyseisiä palveluita vai oliko kyse lähinnä henkilökohtaisesta valinnasta olla käyttämättä. Haastateltavat E, G ja H ovat harkinneet useaan otteeseen juuri henkilökuljetuspalvelu Uberin käyttöä, mutta se ei ole ollut saatavilla heidän paikkakunnillansa. Kysyttäessä muista palveluista haastateltava E uskoo käyttävänsä DriveNow:n kaltaista palvelua tulevaisuudessa, kun käy säännöllisesti palkkatyössä ja DriveNow:n tai jonkun muun vastaavanlaisen palvelun autoverkosto ”on riittävän kattava”. Haastateltavat G ja H eivät olleet

aikaisemmin kuulleet DriveNow tai Shareit Bloxcar palvelusta, eikä myöskään osanneet kommentoida asiaa. Haastateltavalta H kysyttäessä ”*Onko hän harkinnut autosta luopumista?*” vastasi hän ettei ”missään nimessä”, koska tarvitsee autoa päivittäin omassa työssään. Ei-käyttäjistä F oli ainut, joka ei ole koskaan edes harkinnut käyttävänsä liikkumiseen ja matkustamiseen tarkoitettuja jakamistalouden palveluita. Kysyttäessä syytä tähän hän mainitsee ettei koe kyseisiä palveluita ”riittävän luotettaviksi”.

6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää millaiset mielipiteet ja ennakoasenteet vaikuttavat yksilön päätökseen osallistua tai olla osallistumatta jakamistalouden liikkumiseen ja matkustamiseen tarkoitettuja palveluja pois lukien kimppakyytejä. Haastateltavien vastauksissa esiintyi samoja motiiveja osallistua käyttämään vertaisliikenteen ja autonjaonpalveluita kuin Schaefers (2017) esitti omassa tutkimuksessaan. Taloudelliset tekijät sekä palveluiden käytön helppous ja vaivattomuus korostuivat haastatteluissa. Myös ympäristölliset tekijät mainittiin positiivisena tekijänä. Tutkimustuloksia voidaan verrata myös Barnesin ja Mattssonin (2016) havaintoihin, joissa jakamistalouden merkittävimiksi ajureiksi havaittiin taloudelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset sekä teknologiset tekijät. Pienellä otos koolla ei voida asettaa vastauksia tärkeysjärjestykseen, mutta vahvimmiten vastauksista nousi esiin taloudellisuus ja teknologisuus.

Tutkimuksen ensimmäisessä avustavassa kysymyksessä tarkasteltiin vastaajien suhtautumista jakamistalouteen ilmiönä. Ensimmäisenä alustavana kysymyksenä oli *”Mitä hyötyä tai haittaa jakamistaloudessa koetaan olevan?”*. Haastateltavien vastauksissa oli havaittavissa paljon yhtäläisyyksiä, mutta myös muutama muista vastatuksista selkeästi poikkeava. Käyttäjien ja ei-käyttäjien välillä ei ollut havaittavissa huomattavasti eroavaisuuksia. Useimmat haastateltavista kokevat jakamistalouden taloudellisena vaihtoehtona, teknologisesti nykyaikaisena sekä ympäristöystävällisenä. Haittapuolina koettiin jakamistalouden olevan osittain epäoikeudenmukaista. Vastaus ensimmäiseen avustavaan kysymykseen on: *”Jakamistalouden hyvinä puolina koetaan taloudelliset, ympäristölliset ja teknologiset hyödyt, mutta samalla ollaan huolissaan kyseisten yritysten toimintatapojen oikeudenmukaisuudesta”*.

Tutkimuksen toisena avustavana kysymyksenä on *”Kuinka hyvä tietämys yksilöillä on jakamistalouden autonjakopalveluista ja kuinka niihin suhtaudutaan?”*. Haastateltavien tietämys olemassa olevista palveluista oli melko suppea. Autojen yhteiskäyttöpalveluista osattiin nimetä yhteensä neljä yritystä, jotka tarjoavat kyseisiä palveluita. Käyttäjien tietämys oli parempi kuin ei-käyttäjien kuten oli etukäteen

oletettavissa. Ei-käyttäjät osasivat nimetä ainoastaan kaksi tämänkaltaisia palveluja tarjoavia yrityksiä. Suhtautuminen kyseisiin yrityksiin oli kuitenkin positiivista. Vastaus toiseen avustavaan tutkimuskysymykseen on: *”Jakamistalouden autonjakopalveluiden tietämys haastateltavilla oli odotettua suppeampaa, mutta kyseiset yritykset nähdään yleisesti ottaen positiivisena vastavavoimana perinteisille yrityksille”.*

Kolmantena avustavana kysymyksenä on *”Mitä esteitä autonjakoon, vertaisvuokraukseen ja yhteiskäyttöön osallistumiselle on?* Haastateltavien henkilökohtaiset esteet autonjakoon, vertaisvuokraukseen ja yhteiskäyttöön olivat erilaisia myös lähtökohtaisista syistä. Autonomistajat eivät kokeneet tarvetta käyttää auton vertaisvuokrauspalveluita, mutta oman auton edelleen vuokraaminen koettiin epävarmaksi. Erityisesti palvelujen vähäinen käyttäjämäärä koetaan epävarmuutta luovana tekijänä. Kuten ennalta oli oletettavissa niin henkilökohtaisen omaisuuden jakamisen kynnyks on suurempi kuin esimerkiksi toisen henkilön auton vuokraaminen omaan käyttöön. Toisaalta estettä kasvattaa suuremmaksi myös se, että yksikään autonomistajista ei ollut tietoinen, että autonvertaisvuokrausta tarjoavat palvelut vakuuttavat kaiken vuokraamansa kaluston. Vastaus kolmanteen avustavaan kysymykseen: *Vertaisliikenteen ja autonjakopalveluiden käytölle on useita esteitä. Vahvimpana esteenä on palveluiden saatavuuden puute. Lisäksi tunnistettavina esteinä oli myös poliittiset syyt, epävarmuus palvelun luotettavuutta kohtaan sekä pelko omaisuuden vaurioitumiselle.*

Avustavien kysymysten perusteella on mahdollista saada kattava käsitys vertaisliikenteeseen ja autonjakamiseen vaikuttavista mielipiteistä sekä ennakkokäsityksistä. Vastaus tutkimuksen päätutkimusongelmaan on: *”Aineiston haastattelujen perusteella jakaminen koetaan suurilta osin positiivisena ilmiönä, sen taloudellisten hyötyjen vuoksi. Negatiivisena koettiin oman auton vertaisvuokraus.”*Tutkimustulokset auttavat jakamistalouden yrityksiä ymmärtämään mahdollisia haasteita toiminnan kasvulle, mutta myös vahvistaa käsitystä, että piilevää kysyntää kyseisille palveluille löytyy. Se, kuinka suurta tämä piilevä kysyntä on, selviää laajemmalla tutkimuksella.

Kuten tutkimustuloksista selviää, vertaisliikenteeseen ja autonjakamiseen liittyy monia hyötyjä ja esteitä yksilötasolla. Pienemmillä paikkakunnilla vääjäämättä ongelma syntyy tarjonnan puolelta, sillä potentiaalisia asiakkaita ja palveluntarjoajia on aivan liian vähän. Samalla pienemmillä paikkakunnilla auton omistaminen on tarpeellisempaa harvakseltaan kulkevan julkisen liikenteen ja pitkien välimatkojen vuoksi. Erityisesti nuoremmilla haastateltavilla nousi esiin taloudelliset hyödyt, kun esimerkiksi molemmat yli 50-vuotiaista haastateltavasta kertoi ettei koe tarvitsenvansa kyseisiä palveluja. Tutkimustulokseen voi uskoa vaikuttavan haastateltavien nykyisen paikkakunnan koko ja henkilökohtainen taloudellinen tilanne. Haastavaksi tilanteen kokonaiskuvan hahmottamiseksi tekee myös yksilöiden erilaiset arvomaailmat. Kuten haastatteluista selvisi, yhtenä esteenä palveluiden käytölle oli näkemys jakamistalouden epäoikeudenmukaisuudesta.

Jatkotutkimuksissa olisi mielenkiintoista nostaa tarkasteluun mukaan myös yksilöiden arvot ja kuinka ne vaikuttavat yksilön päätökseen osallistua jakamistalouteen. Lisäksi hyvänä jatkotutkimus aiheena olisi selvittää kvantitaatisen tutkimuksen avulla, mitkä tekijät vaikuttavat eniten jakamistalouteen osallistumiseen sekä kuinka nämä kohtaavat jakamistalouden yrityksiä omien kuluttajakäsitysten kanssa. Tutkimukset ovat keskeisessä osassa julkisen keskustelun aloittajana. Keskustelu hyödyttäisi kuluttajia tietoisuuden kasvun myötä, jakamistalouteen osallistuvia yrityksiä näkyvyyden kautta sekä poliittisia päättäjiä lainsäädännöllisissä asioissa

Tutkimustuloksia lukiessa tulee huomioida, että haastattelut on toteutettu hyvin suppealle joukolle yksilöitä. Vaikka tutkimus on helposti uudestaan toteutettavissa siitä ei voi olettaa samoja vastauksia. Haastateltavien ikäjakauma ei ole tasainen vaan painottuu nuorempiin henkilöihin, jotka ovat usein kokeilunhaluisempia ja tietoisempia uusista trendeistä, joka voi vaikuttaa positiivisten mielipiteiden määrään. Lisäksi on huomioitava, että mielipiteitä ja motiiveja kysyttäessä haastateltavat jättävät helposti totuuden kertomatta ja vastaa vain, mitä haastateltava haluaa kuulla. Huolimatta edellä mainituista asioista, tässä tutkimuksessa käy kuitenkin hyvin ilmi, että jakamistalous koetaan ainakin osittain positiivisena muutoksen aiheuttajana.

LÄHDELUETTELO

Airbnb. (2017a) Airbnb:n verkkosivut. [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017].

Saatavilla: <https://www.airbnb.com/>

Airbnb. (2017b) Verkkosivujen Trust-osio. [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017].

Saatavilla: <https://www.airbnb.com/trust>

Airbnb. (2017c) Apua-osio. Mitä ovat Airbnb:n palvelumaksut? [verkkodokumentti].

[viitattu 5.12.2017]. Saatavilla: <https://www.airbnb.com/help/article/1857/what-are-airbnb-service-fees>

Acquier, A., Daudigeos, T. & Pinkse, J. (2017) Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change* 125. 1-10.

Alasuutari, P. (1993) Laadullinen tutkimus. 3. p. Tampere, Osuuskunta Vastapaino.

Bardhi, F. & Eckhardt, G. M. (2012) Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research* 39, 4, 881-898.

Barnes, S. & Mattsson, J. (2016) Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage delphi study. *Technological Forecasting and Social Change* 104, 200-211.

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

Christensen, C. M., Cook, S. & Hall, T. (2005) Marketing malpractice: The cause and the cure. *Harvard Business Review* 83, 12, 74-83.

Codagnone, C. & Martens, B. (2016) Scoping the Sharing Economy: Origins, Definition, Impact and Regulatory Issues. *Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01*.

DriveNow. (2017) Usein kysytyt kysymykset-osio. Kuka voi rekisteröityä DriveNow-asiakkaaksi? [verkkodokumentti]. [viitattu 2.12.2017]. Saatavilla: <https://www.drive-now.com/fi/fi/faq>

Eckhardt, G. M. & Bardhi, F. (2015) The sharing economy isn't about sharing at all. [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017]. Saatavilla: <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>

Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2008) *Qualitative Methods in Business Research*. Los Angeles, Sage Publications.

Euroopan unioni. (2016) Flash Barometer 438 – March 2016: “The use of collaborative platforms”. [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017]. Saatavilla: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2112>

Federal Trade Commission. (2016) The “Sharing” Economy – Issues Facing Platforms, Participants & Regulators. [verkkodokumentti] [viitattu 1.10.2017] Saatavilla: https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/sharing-economy-issues-facing-platforms-participants-regulators-federal-trade-commission-staff/p151200_ftc_staff_report_on_the_sharing_economy.pdf

Freese, C. & Schönberg, A. T. (2014) Shared mobility: How new businesses are rewriting the rules of the private transportation game. [verkkodokumentti] [viitattu 1.10.2017]. Saatavilla: https://www.rolandberger.com/publications/publication_pdf/roland_berger_tab_share_d_mobility_1.pdf

Gansky, L. (2010) *The Mesh – Why the Future of Business Is Sharing*. New York, Portfolio Penguin.

Guidotti, R., Nanni, M., Rinzivillo, S., Pedreschi, D. & Giannotti, F. (2017) Never drive alone: Boosting carpooling with network analysis. *Information Systems* 64, 237-257.

Habibi, M.R., Davidson, A. & Laroche, M. (2017) What managers should know about the sharing economy. *Business Horizons* 60, 1, 113-121.

Henten, A. H. & Windekilde, I. M. (2016) Transaction costs and the sharing economy. *INFO* 18, 1, 1-15.

Hook, L. (2017) Can Uber ever make money? *Financial Times*. [verkkodokumentti] [viitattu 5.12.2017]. Saatavilla: <https://www.ft.com/content/09278d4e-579a-11e7-80b6-9bfa4c1f83d2>

John, N. A. (2013) *Sharing, collaborative consumption and Web 2.0*. London, London School of Economics and Political Science.

Kananen, J. (2015) *Opinnätetyön kirjoittajan opas – Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun*. Jyväskylä, Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kumar, V., Lahiri, A. & Dogan, O. B. (2017) A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*.

Lahti, V-M. & Selosmaa, J. (2013) *Kaikki jakoon! – Kohti uutta yhteisöllistä taloutta*. Helsinki, Atena Kustannus Oy.

Levine, M. (2009) Share My Ride. *New York Times Magazine*. [verkkojulkaisu] [viitattu 1.10.2017] Saatavilla: <http://www.nytimes.com/2009/03/08/magazine/08Zipcar-t.html>

Lyft blog. (2016) Now on Sale: Lyft Line Passes for November. [verkkojulkaisu] [viitattu 5.12.2018]. Saatavilla: <https://blog.lyft.com/posts/now-on-sale-membership-passes-for-november>

Mair, J. & Reischauer, G. (2017) Capturing the dynamics of the sharing economy: Institutional research on the plural forms and practices of sharing economy organizations. *Technological Forecasting and Social Change* 125, 11-20.

Masoud, N. & Jayakrishnan, R. (2017) A real-time algorithm to solve the peer-to-peer ride-matching problem in a flexible ridesharing system. *Transportation Research* 106, 218-236.

Matzler, K., Veider, V. & Kathan, W. (2015) Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review* 56, 2, 71–77.

Naughton, K. (2008) Can You Give Your Car Up? *Newsweek*. [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017]. Saatavilla: <http://www.newsweek.com/driving-forces-can-you-give-your-car-87581>

Oksanen, J. (2015) Kolhoosiautoilu kasvaa Suomessa. *Taloussanommat*. [verkkojulkaisu]. [viitattu 12.11.2017]. Saatavilla: <https://www.is.fi/taloussanommat/art-2000001865610.html>

Puschmann, T. & Alt, R. (2016) Sharing economy. *Business & information systems engineering* 58, 1, 93-99.

PricewaterhouseCoopers. (2015) The sharing economy – Consumer intelligence series. [verkkojulkaisu]. [viitattu 1.5.2017]. Saatavilla: <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf>

Ranchordas, S. (2015) Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology* 16, 1, 413-475.

Rifkin, J. (2014) *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, And the Eclipse of Capitalism*. London, Palgrave Macmillan.

Schaefers, T. (2013) Exploring carsharing usage motives: A hierarchical means-end chain analysis. *Transportation Research Part A* 47, 69-77.

Shaheen, S., Sperling, D. & Wagner, C. (1999). A Short History of Carsharing in the 90's. *Journal of World Transport Policy and Practice* 5, 3, 18-40.

Shareit Bloxcar. (2017) Usein kysytyt kysymykset-osio. Liittyminen ja jäsenyys – mitä käyttäjältä edellytetään? [verkkodokumentti]. [viitattu 2.12.2017]. Saatavilla:

<https://www.shareitbloxcar.fi/faq>

Sunil, J. & Noah, Z. (2015). *Policymaking for the Sharing Economy: Beyond Whack-A-Mole*. Toronto, Mowat Centre.

Statista. (2017) Number of social media users worldwide from 2010 to 2021 (in billions). [verkkodokumentti]. [viitattu 28.9.2017]. Saatavilla:

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

Työ- ja elinkeinoministeriö. (2017) *Jakamistalous Suomessa 2016*.

[verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017]. Saatavilla:

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79253/TEMrap_9_2017_verkkojulkaisu.pdf?sequence=1

Uber. (2017) Ohje-osio. Alaikäisten matkustajien pyynnöt. [verkkodokumentti].

[viitattu 1.12.2017]. Saatavilla: <https://help.uber.com/fi/h/43b84de6-758b-489e-b088-7ee69c749ccd>

Viestintävirasto. (2016) Kuluttajatutkimus 2016. [verkkodokumentti]. [viitattu 2.12.2017]. Saatavilla:

https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/Kuluttajatutkimus_2016.pdf

Virta, I. (2017) Alalle riittää tulijoita, vaikka yhteiskäytön pioneeri City Car Club on tehnyt vuosikausia tappiota: "Ei tähän normaaleilla sijoituskriteereillä olisi koskaan ryhtynyt". [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2017]. Saatavilla:

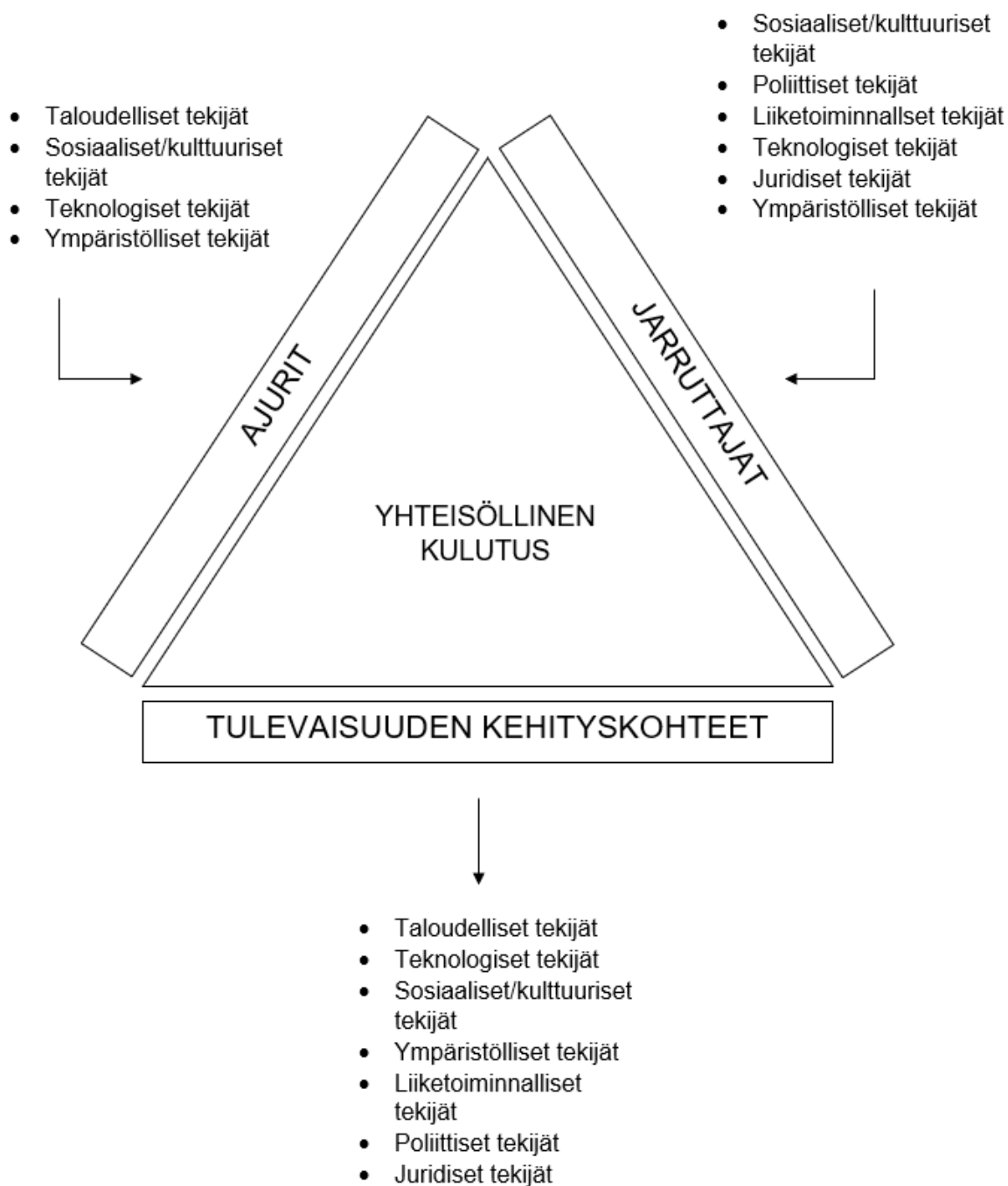
<https://www.talouselama.fi/uutiset/alalle-riittaa-tulijoita-vaikka-yhteiskayton-pioneeri-city-car-club-on-tehnyt-vuosikausia-tappiota-ei-tahan-normaaleilla-sijoituskriteereilla-olisi-koskaan-ryhtynyt/396ccbe8-ecf8-3511-9cd1-63b2d4d1d9ab>

Wilhelms, M., Henkel, S. & Falk, T. (2017) To earn is not enough: A means-end analysis to uncover peer-providers' participation motives in peer-to-peer carsharing. *Technological Forecasting and Social Change* 125, 38-47.

Zipcar. (2017) Press-osio. [verkkodokumentti]. [viitattu 2.12.2017]. Saatavilla:

<http://www.zipcar.com/press/overview>

Liite I. Yhteisöllisen kulutuksen ajurit, jarruttavat tekijät ja tulevaisuuden kehityskohteet (Barnes & Mattsson 2016)



Liite II. Käyttäjien haastattelurunko

- Haastattelun tausta
- Jakamistalous
 - Mitä sanasta jakamistalous tulee mieleen?
 - Mitä jakamistalouden yrityksiä tiedät?
 - Kuinka suhtaudut tällaisiin yrityksiin?
 - Millaisia hyötyjä koet näistä olevan?
Entä haittoja?
 - Oletko koskaan käyttänyt mitään jakamistalouden palveluita? Mitä?
Miksi?
 - Millaisia kokemuksia nämä olivat?
- Auton käyttö
 - Onko vastaajalla ajo-oikeutta?
 - Onko taloudessa auto?
Jos on → Kuinka usein käyttää sitä?
Jos ei → Onko harkinnut hankkivansa auton?
 - Käyttääkö muita kulkuneuvoja?
 - Mihin pääsääntöisesti tarvitsee autoa?
 - Onko miettinyt autosta luopumista?
Jos on → Miksi?
- Vuokraus ja vertaisvuokraus
 - Oletko koskaan vuokrannut autoa käyttöösi?
 - Vuokrasitko yritykseltä, yksityishenkilöltä vai yritykseltä, joka tarjoaa yksityishenkilöiden autoja?
Jos on → Millaisessa tilanteessa ja miksi?
 - Millainen/millaisia kokemuksia
 - Jos ei ole → Onko koskaan harkinnut käyttävänsä? Miksi?
 - Millaisia hyötyjä koet autojen vertaisvuokrauksessa olevan?
Haittoja?
- Henkilökuljetuspalvelut
 - Oletko koskaan käyttänyt Uberin kaltaista henkilökuljetuspalvelua?
→ Milloin? → Miksi?
 - Jos ei ole → Onko koskaan harkinnut käyttävänsä? Miksi?
 - Mitä mieltä olet tällaisesta palvelusta?
 - Millaisessa tilanteessa käytät Uberia? Entä perinteisiä taksipalveluja?

Liite III. Ei-käyttäjien haastattelurunko

- Haastattelun tausta
- Jakamistalous
 - Mitä sanasta jakamistalous tulee mieleen?
 - Mitä jakamistalouden yrityksiä tiedät?
 - Kuinka suhtaudut tällaisiin yrityksiin?
 - Millaisia hyötyjä koet näistä olevan?
Entä haittoja?
 - Oletko koskaan käyttänyt mitään jakamistalouden palveluita? Mitä?
Miksi?
 - Millaisia kokemuksia nämä olivat?
- Auton käyttö
 - Onko vastaajalla ajo-oikeutta?
 - Onko taloudessa auto?
Jos on → Kuinka usein käyttää sitä?
Jos ei → Onko harkinnut hankkivansa auton?
 - Käyttääkö muita kulkuneuvoja?
 - Mihin pääsääntöisesti tarvitsee autoa?
- Vuokraus ja vertaisvuokraus
 - Onko vastaaja ikinä kuullut yrityksistä, jotka vuokraavat yksityishenkilöiden autoja tai omia autojaan kuluttajien yhteiskäyttöön?
→ Mitä tällaisia yrityksiä tiedät?
→ Millaisessa tilanteessa koet, että näitä käytetään?
 - Jos vastaajalla on oma auto → Olisitko itse valmis luopumaan omasta autostasi ja siirtyä käyttämään pääsääntöisesti tämänkaltaisia palveluja?
- Henkilökuljetuspalvelut
 - Käytätkö taksipalveluita?
 - Kuinka monta kertaa kuukaudessa?
 - Oletko kuullut henkilökuljetuspalveluista kuten Uberista?
 - Mitä mieltä olet tällaisesta palvelusta?
 - Oletko koskaan harkinnut käyttäväsi Uberia?
 - Jos Suomen tämänhetkinen tilanne mahdollistaisi Uberin käytön, kumpaa käyttäisit: taksia vai uberia? Miksi