

## Ekotehokkaat palvelut ja arjen onnen hetket

*Minna Halme ja Markku Anttonen*

**Onko arkipäivän onnellisuudella ja ekotehokkuudella jotain yhteistä? Tutkimus eurooppalaisista kestävästä kehitystä edistämään pyrkivistä kotitalouksien palveluista osoittaa, että markkinoilla menestyvät positiivisesti elämänlaatuun vaikuttavat palvelut. Vaikka ekotehokkaiden palveluiden mahdollisuuksista puhutaan paljon, on palveluja suunniteltaessa otettava ensisijaisesti huomioon palvelun käytön helppous ja niiden mahdollisuudet parantaa käyttäjiensä elämänlaatua.**

Miksi meidän pitää ostaa pesukone, vaikka oikeastaan haluamme puhtaita vaatteita? Miksi maksamme energiayhtiöllemme sähköstä tai öljystä emmekä viihtyisästä huonelämpötilasta? Tämänhetkisen markkinointiajattelun vastaisesti nykyinen talous on keskittynyt tuotteiden tuottamiseen ja myymiseen ennemmin kuin asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseen ja näiden tyytyväisyyteen. Yllättävää kyllä, ekotehokkaiden tuotteiden ja palveluiden idea sopii yhteen pitkälti asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaiden tarpeiden ensisijaisuutta korostavan markkinointiajattelun kanssa. Ekotehokkaiden palveluiden perusajatus on, että ihmiset voisivat tyydyttää samat tarpeensa vähäisemmällä resursseilla, jos tuotteiden tarjontaa, hankintaa, käyttöä ja niihin liittyviä tulo- ja kustannusvirtoja ajateltaisiin toisin.

Monille ympäristönsuojelusta kiinnostuneelle tutkijalle ja käytännön toimijalle ekotehokkuuden idea laajensi vaihtoehtoja, joilla ympäristöä vähemmän kuormittavaa elämäntapaa voisi lähestyä ilman hankalaa luopumisen pakkoa. Jos yritykset tuotteiden myymisen sijaan vuokraisivat niitä tai myisivät niistä saatavia hyötyjä palveluina, kannattaisi tehdä tuotteista kestävämpiä kierrätettäviä ja lisätä käytön intensiteettiä. Liiketoiminnan näkökulmastakin ekotehokkuudelle näyttää löytyvän kannustimia, kuten pysyvämmät asiakassuhteet ja vähäisempi riippuvuus talouden suhdanteista.

Vaikka ekotehokkuusajattelussa yhtyvät nykyisen markkinointifilosofian ideaali ja ympäristötavoitteet, ekotehokkaiden palveluiden lupaus on kuluttajamarkkinoilla jäänyt suureksi osaksi toteutumatta. Emme käytä yhteisiä autoja, ruohonleikkureita ja pesukoneita – emmekä enää edes saunoja. Sähköyhtiöt eivät myy meille valoa tai lämpöä vaan kilowatteja.

Jossain siis on vikaa, mutta missä? Vuonna 2002 lähdimme selvittämään ekotehokkaiden kotitalouksille suunnattujen tuotteiden ja palveluiden ongelmia ja ratkaisuja kuuden EU-maan yhteishankkeessa. Esteitä oli helppo havaita. Jos ekotehokkaan ratkaisun käyttäminen tuottaa kuluttajalle enemmän vaivaa kuin tarpeen tyydyttäminen tuotteen ostamisella yksityiskäyttöön, sitä käyttävät vain vakaumukselliset vihreät kuluttajat. Sekä nykyinen infrastruktuuri että tuotteisiin liitettävät symboliset arvot suosivat materiaali-intensiivistä kulutusta. Kysymys on myös tiedon puutteesta: nekään kuluttajat, jotka olisivat halukkaita harkitsemaan ekotehokkaita ratkaisuja, eivät välttämättä tiedä niistä.

Esteistä huolimatta on jo nyt olemassa joitain onnistuneita ekotehokkaita tuote–palvelu-konsepteja – ja monia mahdollisuuksia, jotka odottavat löytäjiään. On kuitenkin arvioitava uudelleen, keitä potentiaaliset palveluiden tarjoajat ovat ja miksi kuluttajat näitä palveluita käyttävät. Ekotehokkuusajattelun promootorit tapaavat olettaa, että suuret yritykset ryhtyvät näiden palveluiden tarjoajiksi ja luopuvat tuoteorientaatiostaan. Kuluttajia taas yritetään vakuuttaa ympäristö- tai talousargumentein: ekotehokkaita palveluita käyttämällä sama tarve (puhdas vaate tai siirtyminen paikasta A paikkaan B) tyydyttyy vähäisemmällä ympäristökuormituksella ja halvemmalla. Tällä argumentoinnilla ei ole ollut toivottuja käytännön vaikutuksia. Mitkä sitten olisivat todellisuutta paremmin vastaavia käsityksiä ekotehokkaiden palveluiden käytöstä? Keiden kanssa ekotehokkaiden käytäntöjen edistäjien tulisi tehdä yhteistyötä saadakseen näiden käytäntöjen toteutusta etenemään?

Päätimme tutkia jo markkinoilla olevia ekotehokkuutta edistäviä palveluita tai tuote–palvelu-yhdistelmiä saadaksemme selville, miksi ne toimivat. Käytännön intressimme tiivistyi kysymykseen: ”Mikä tekisi ekotehokkuutta edistäviä tuotteista ja palveluista houkuttelevampia kuluttajille?”

Tässä artikkelissa käsittelemme vähän yli 200 kotitalouksien palvelua sisältäneen tutkimuksemme muutamia keskeisimpiä löydöksiä ja ideoita. Keskustelemme kestävästä kehityksestä edistävästä palveluista ja niiden tarjoajis-

ta ja käyttäjistä. Pohdimme myös, miten arkielämän sujuvuus ja onnellisuus liittyvät ekotehokkaisiin palveluihin. Artikkelit on lähestyttävyyden vuoksi kirjoitettu arkikielisesti. Tutkimusta on raportoitu tieteellisissä artikkeleissa, raporteissa ja kirjana, jotka käyvät ilmi lähdeluettelosta. Kiinnostuneet lukijat voivat perehtyä näihin erikseen. Ajatusten herättämiseksi käytämme artikkeleissa myös mallitarinoita, jotka ovat koosteita kuluttajien haastatteluihin ja ryhmäkeskusteluihin syntyneestä materiaalista. Mallitarinat eivät ole sanatarkasti palautettavissa yksittäisten henkilöiden lausumiin.

## **Monenlaisia asumisen palveluita**

Tutkimme kestävän kehityksen elementtejä sisältäviä kotitalouksille tarkoitettuja palveluita kuuden Euroopan maan 12 kaupungissa. Mukana olevat maat olivat Suomen lisäksi Saksa, Hollanti, Espanja, Itävalta ja Portugali. Kaupunkeja oli kaksi kustakin maasta. Yleensä mukana oli suuri kaupunki (Helsinki, Wien) ja pienempi kaupunki (Kouvola, Kleinmachnow). Alustavan kartoituksen perusteella valitsimme vähän yli 200 palvelua yhteensä 67 palveluntarjoajalta. Sovelsimme kahta pääasiallista valintakriteeriä. Palvelun tuli olla tarjolla suoraan asuinkiinteistöön tai sen välittömässä läheisyydessä ja että sillä tuli olla positiivisia vaikutuksia ainakin kahteen kestävän kehityksen dimensioon. Asuminen oli mielekäs kiintopiste siitäkin syystä, että sen ympäristövaikutukset kotitalouksien kulutuksessa ovat muihin kulutusluokkiin verrattuna huomattavia (Nissinen ym. 2007).

Toisin kuin ekotehokkuustutkimuksissa usein, emme tutkineet hypoteettisia konsepteja vaan markkinoilla toimivia tuote-palvelu-yhdistelmiä tai palveluita. Kiteyttäen voisi sanoa, että tutkimamme palvelut ovat arjen elämään tukevia, siihen kiinteästi liittyviä palveluita. Suuri osa niistä on varsin yksinkertaisia konsepteja, joita voisi kutsua sosiaalisiksi ennemmin kuin teknologisisiksi innovaatioiksi, vaikka tieto- ja viestintäteknologian luova soveltaminen oli tyypillistä aika monille parhaille palveluesimerkeille.

Palvelut edustivat seitsemää eri palvelualuetta: hoiva- ja huoltopalvelut, LVI-palvelut ja jätehuolto, neuvontapalvelut, kuljetus- ja liikkumispalvelut, vapaa-ajanpalvelut, korjauspalvelut ja turvallisuuspalvelut (Halme ym. 2005). Yksittäisiä esimerkkejä olivat muun muassa erityyppiset energiansäästön neuvonta- ja toteutuspalvelut, käytettyjen tavaroiden haku-, korjaus- ja uudelleenmyyntipalvelut ja tavalliset palvelut, joissa on

jokin ekopiirre (esimerkiksi siivous ja puutarhanhoito ekologisin ainein tai luomuruoan kotiinkuljetuspalvelu pyörällä ja sähköautolla).

## Sosiaalinen kestävyys ekotehokkuuden rinnalle

Tutkimme palveluita, joita tarjotaan kuluttajille kotiin tai jotka ovat saata-  
vissa kodin välittömässä läheisyydessä. Ekotehokkaiden palveluiden käyte-  
tyksi tulemiselle on olennaista, että kuluttajat voivat käyttää niitä yhtä hel-  
posti ja mukavasti kuin itse omistamiaan tuotteita. Halusimme tarkastella  
palveluita osana kuluttajien arkielämää – katsoa, miten ne kietoutuvat ar-  
jen toimintoihin. Koimme pelkän ekotehokkuusnäkökulman liian ka-  
peaksi, joten toimimme sosiaalisen kestävyuden ympäristönäkökulman rin-  
nalle ja tarkastelimme myös taloudellista kestävyyttä laajemmin kuin vain  
palveluiden kustannus- ja säästövertailuna.

Loimme yksinkertaisen suuntaa antavan kestävä kehityksen arviointi-  
työkalun, joka soveltuu asumisen palveluiden arviointiin. Lähtökohtana  
oli kestävä kehityksen yleismääritelmä, jonka mukaan sekä ekologinen,  
sosiaalinen että taloudellinen ulottuvuus tulisi ottaa tasapainoisesti huo-  
mioon pyrittäessä kohti kestävä kehityksen ideaalia (WCED 1987). Se  
koostuu yhteensä 18:sta sosiaalisen, ekologisen ja taloudellisesti kestävä  
kehityksen indikaattorista ja näihin liittyvästä järjestysasteikollisesta mittar-  
ista. Indikaattorien tarkoitus on tuottaa tietoa kysymyksiin:

- *Ympäristö*: Miten palvelu vaikuttaa ympäristöön?
- *Sosiaalinen kestävyys*: Miten palvelu vaikuttaa kuluttajien hyvinvointiin  
ja naapuruston asumisen edellytyksiin?
- *Talous*: Millaisia taloudellisia vaikutuksia palvelulla on käyttäjille,  
palvelutarjoajille ja yhteiskunnalle laajemmin?

Mittaristo on yksinkertainen mutta ottaa kuitenkin systemaattisesti huomi-  
oon myös sosiaaliset ja taloudelliset aspektit. Niillä on taipumus tulla ohi-  
tuiksi ekotehokkaiden tuote-palveluiden tutkimuksessa. Indikaattorit käy-  
vät ilmi taulukosta 1. Ne perustuvat aikaisempiin kotitalouksien ekote-  
hokkuustutkimuksiin ja useisiin mikro- ja makrotason ja indikaattoreihin  
(Spangenberg ja Lorek 2002, Lorek ja Spangenberg 2001, Gatersleben  
2001, Scharp ym. 2000, Hohm ym. 2002, UNDSO 2002, UNDP 2001,  
Bentley ja de Leeuw, 2003, OECD 1999, OECD 2001, the Daly-Cobb

Index of Sustainable Economic Welfare (ISEW), Sen 1999). Indikaattorit tulisi ymmärtää suuntaa antavina, ei tyhjentyvinä esityksinä palveluiden kestävyysvaikutuksista. Koska tämä oli ensimmäinen kerta, kun palveluita pyrittiin arvioimaan kaikilla kestävä kehityksen dimensioilla, pidimme yksinkertaista arviointityökalua perusteltuna. Olemme käsitelleet indikaattorikehikon ja sen operationalisointia perusteellisesti artikkelissa Halme (ym. 2004).

Taulukko 1. Palveluille laaditut kestävä kehityksen indikaattorit.

	<b>Ympäristönäkökohdat, vaikutus</b>	<b>Sosiaaliset näkökohdat, vaikutus</b>	<b>Taloudelliset näkökohdat, vaikutus</b>
1	materiaalien käyttöön	7 tasa-arvoon	14 työllisyyteen
2	energian käyttöön	8 terveydellisiin tekijöihin	15 asukkaiden taloudelliseen tilanteeseen
3	veden käyttöön	9 turvallisuuteen	16 paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttöön
4	jätteiden määrään	10 arjen sujuvuuteen & elämän mukavuuteen	17 palveluntarjoajan toiminnan kannattavuuteen
5	maankäyttöön	11 sosiaalisten kontaktien määrään	18 alueen tai yhteisön taloudelliseen tilanteeseen
6	ilmanpäästöihin	12 osallistumismahdollisuuksiin	
		13 palvelun käyttäjän tietoihin ja taitoihin	

Indikaattorit operationalisoimme asteikolla -2, -1, 0, 1 ja 2 (taulukko 2). Pisteytyksessä verrattiin palvelua tilanteeseen, jossa sitä ei käytetä. Negatiivinen luku kertoo palvelun vaikuttavan haitallisesti indikaattorin kohteena olevaan asiaan (esimerkiksi lisäävän energian kulutusta), kun taas positiivinen luku kuvaa myönteistä vaikutusta (esimerkiksi lisääntyvää turvallisuuden tunnetta). 0 kuvaa neutraalia vaikutusta tai sitä, ettei vaikutusta voida tiedon puutteesta johtuen arvioida (Halme ym. 2004).

Ryhmässämme oli 12 tutkijaa, jotka osallistuivat palveluiden arviointiin. Mukana oli monia eri tieteenalataustoja, kuten liiketalous, teknologia, ympäristötiede, ympäristöpolitiikka, sosiologia, arkkitehtuuri, kemia ja aluetiede. Kaikilla arvioijilla oli aikaisempaa kokemusta ekotehokkuudesta ja sosiaalisesta kestävydestä. Palveluja oli kuitenkin lukuisia, joten arvi-

Taulukko 2. Indikaattorien operationalisointi, esimerkkinä indikaattori kustakin kestävästä kehityksestä

<b>Materiaalien käyttö (ympäristönäkökohdat):</b>						
<b>Palvelun vaikutus materiaalien käyttöön verrattuna nykyiseen tilanteeseen.</b>						
	-2	-1	0	1	2	EOS
Lisää materiaalien käyttöä						Vähentää materiaalien käyttöä
<b>Osallistumismahdollisuudet (sosiaaliset näkökohdat):</b>						
<b>Palvelun vaikutus asukkaiden mahdollisuuksiin osallistua heitä koskevaan päätöksentekoon.</b>						
	-2	-1	0	1	2	EOS
Vähentää osallistumismahdollisuuksia						Lisää osallistumismahdollisuuksia
<b>Työllisyys (taloudelliset näkökohdat): Palvelun työllistävä vaikutus</b>						
	-2	-1	0	1	2	EOS
Vähentää työpaikkoja ja työllistymismahdollisuuksia						Lisää työpaikkoja ja työllistymismahdollisuuksia

**Selitykset.** 2 = huomattava myönteinen vaikutus; 1 = havaittava myönteinen vaikutus; 0 = ei vaikutusta verrattuna nykytilanteeseen; -1 = havaittava kielteinen vaikutus; -2 = huomattava kielteinen vaikutus

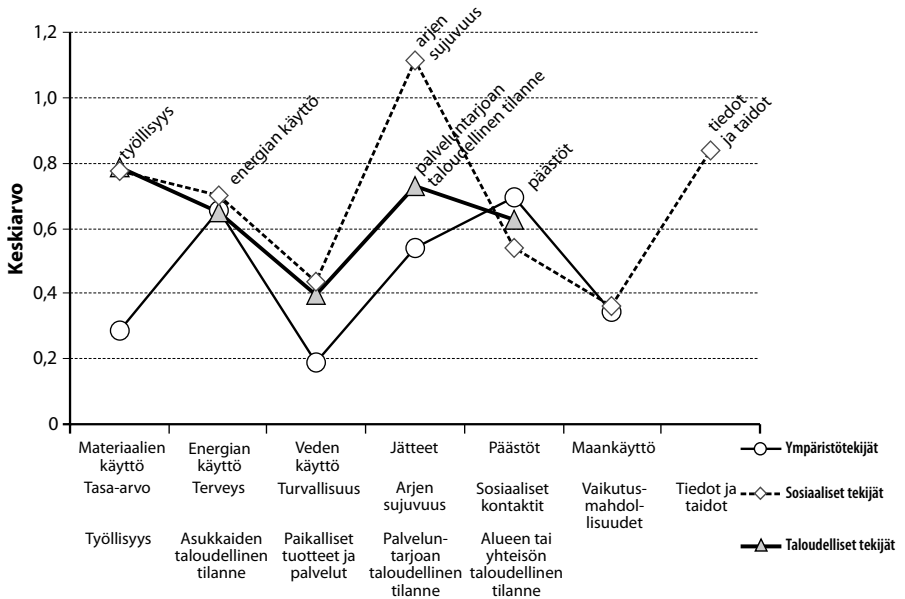
ointi oli luonnollisesti varsin karkealla tasolla. Tämän tyyppisessä arvioinnissa on kysymys laadullisen tiedon muuntamisesta numeeriseen muotoon, mikä seikka on hyvä pitää mielessä tuloksia tulkitessa.

Tutkijoiden suorittaman palveluiden ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen arvioinnin lisäksi teimme viidessä maassa yhteensä 333 henkilökohtaista asukashaastattelua, joissa selvitimme palveluiden käytön halukkuutta, kokemuksia ja esteitä (Halme ym. 2005).

## Elämänlaatu ekotehokkuutta tärkeämpää?

Palveluiden arviointi valottaa kilpailukykyisten kestävien kuluttajapalveluiden luonnetta. Kokonaisuudessaan arvioidut palvelut näyttivät olevan myönteisimpiä sosiaalisen kestävyuden kannalta. Indikaattori, joka kuvaa palvelun vaikutusta käyttäjän elämän mukavuuteen sai keskimäärin eniten pisteitä. Sitä seuraava oli 'tiedon ja tietoisuuden' lisääntyminen. Taloudellisen kestävyuden indikaattorit 'työllisyys' ja 'kannattavuus' saivat myös korkeat pisteet. Korkeimmatkin ympäristöindikaattorit, 'päästöt' ja 'energiankulutus', jäivät näiden alapuolelle (Halme ym. 2006).

## Muuttajien keskiarvot indikaattorien eri ulottuvuuksilla



Kuva 1. Ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisesti kestävä kehityksen indikaattorien suhteelliset pistemäärät.

Miten tätä tulosta tulisi tulkita? Sosiaalista kestävyttä kuvaavien indikaattorien kuvaaja kulkee taloudellisten ja ympäristöindikaattorien vastaa- van yläpuolella. Ensinnäkin voisi väittää, että asumisen yhteydessä tai kodin välittömässä läheisyydessä tarjolla olevat palvelut vaikuttavat myönteisesti kuluttajien elämänlaatuun. Tämä ei ole kovinkaan yllättävää. Eräs toinen havainto on kiinnostavampi. Se liittyy siihen, että tutkimme olemassa olevia, kuluttajien käyttämiä palveluita, emme hypoteettisia konsepteja tai suunnitelmia. Näin ollen voi väittää, että tullaan käytetyksi palvelun on ensisijaisesti tarjottava käyttäjille jonkinlaista elämänlaadun parannusta. Ensisijaisesti tai vain ympäristöulottuvuudella hyvät palvelut eivät menesty markkinoilla (Halme ym. 2005; Halme ym. 2006).

Keskustelemme sosiaalisesta kestävydestä, elämänlaadusta ja palveluiden yhteydestä onnellisuuteen vielä tämän artikkelin lopussa. Sitä ennen kuitenkin katsaus siihen, ketkä näitä palveluita tarjoavat ja voisivat tarjota.

## Kestävillä palveluilla on monia tuottajia

*”Oma auto voi kyllä on yksi p—juttu naiselle. Ensin hajoo pakoputki, sitten menee rengas tai moottori ei käynnisty. Mua ottaa päähän tuntee itteni avuttomaks naiseks – koska mä en tosiaankaan ole avuton. Mä lähdin ryhdyin Citycarclubin auton käyttäjäksi just sinä samaisena päivänä, kun mun asuntoyhtiö sopi, että ne alkaa tarjota autoja meidän parkeiksella. Mä ulkoistan nää auto-ongelmat mieluummin niille, jotka osaa homman ja liikun se sijaan, että juuttuisin omaan peltilootaan.”*

Tutkimuksemme viittaa siihen, että kuluttajien arkielämä ansaitsee paljon enemmän huomiota ekotehokkuuden tuotteiden ja palveluiden tutkimuksessa ja suunnittelussa. Myös kysymystä näiden palveluiden tarjoajista tulisi tarkastella syvällisemmin, jos tavoitellaan realistisia ratkaisuja. Jos kuluttajien odotetaan käyttävän ekotehokkaita palveluita tuotteiden omistamisen sijaan, palveluiden tulisi olla tarjolla yhtä helposti kuin omistettavien tuotteiden. Niitä tulisi siis tarjota suoraan kotiin tai sen lähellä. Mutta miten tämä voidaan toteuttaa kustannustehokkaasti? Keiden on järkevää tarjota palveluita suoraan kotiin?

Ekotehokkaiden palveluiden keskusteluissa tunnutaan usein otaksuttavan, että syntyy uusia yrityksiä, jotka tarjoavat näitä palveluita tai suuret markkinoille etabloituneet yritykset ryhtyvät tarjoamaan palvelukonsepteja valmistamiensa tuotteiden rinnalla tai niiden sijaan. Nämä oletukset eivät ole virheellisiä mutta kylläkin epätäydellisiä. Kestävää kehitystä edistävien palveluiden kirjo on laaja. Palveluiden kiinnostavuus vaihtelee tarjoajittain aivan samoin kuin palveluntarve ja käyttöhalukkuus vaihtelevat kuluttajasta riippuen. Kestävyyspotentiaalinal kannalta kiinnostavia palveluita tarjoavat pk-yritykset, yleishyödylliset organisaatiot, julkinen sektori, asunto-osakeyhtiöt, isännöintitoimistot ja suuret yritykset. Nämä kaikki tulisi ottaa huomioon, kun mietitään ekotehokkaamman kulutuskäyttämisen mahdollistamista ihmisille.

Relevantin ekotehokkaan kuluttamisen ja palveluiden keskusteluissa unohdettu ryhmä on taloyhtiöt ja asunnontarjoajat. Nämä ovat luonnollisia välikäsiä kotiin tarjottaville palveluille. Edistykselliset asunnon tarjoajat ovatkin jo ryhtyneet toimeen. Tutkimistamme yli 200 kestävästä kotitalouksien palvelusta asunnontarjoajat vastasivat noin viidenneksestä. Taloyhtiöiden ja asunnontarjoajien etuna on läheisyys kuluttajiin – asukkaisiin

– ja siten mahdollisuus tarjota palveluita ”suoraan kotiin”. Kuluttajien näkökulmasta tämä on helppoa. Asunnontarjoajan hyöty näkyy vuokralaisten lisääntyvänä lojaalisuutena, joka puolestaan tarkoittaa pidempiä vuokrasuhteita ja vähäisempää vandalismia ja välinpitämättömyyttä. Epäsuorasti nämä merkitsevät asunnontarjoajalle kustannussäästöjä. Isännöintitoimistoille ja huoltoyhtiöille palvelut taas voivat tarjota uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

*”Oletko ikinä raahannu rikkinäistä pyörää metrolla ja bussilla korjaajalle? Mä hikoilen ja oon saanu tarpeekseni myös vihaisista katseista. Miksi muut saa aina kaikki hyvät jutut? Niinku... kelaä vaikka tätä: taloyhtiö, joka järkkää joka kevät pyöränkorjaajan tekemään asukkaiden pyörien huollon omassa pyöräkellarissa! Maksaisin mieluummin muutaman euron pyöräkorjaajalle, joka tulee kotiin sen sijaan, että mun täytyy kestää tätä harmia.”*

Läheskään aina asunnontarjoajien ei itse kannata tuottaa lisäpalveluita, mutta ne ovat alihyödynnetty markkinointikanava palveluille. Monet palveluntarjoajat voisivat hyödyntää niitä palveluidensa tarjoamisessa.

Totesimme yllä, että palvelun järkevyyttä riippuu tarjoajasta. Tutkimiemme 200 palvelun joukosta nousi kuusi palvelukategoriaa, jotka selkeimmin sisälsivät kestävästä kehityksen näkökulmasta innovatiivisia palveluita. Nämä kategoriat olivat (1) energiansäästöön palvelut, (2) korjaus- ja kierrätyspalvelut, (3) luomuruuan ja päivittäistavaroiden toimitus suoraan kotiin, (4) ”saman luokun monipalvelut”, (5) monimuotoiset ympäristöneuvontapalvelut ja kategoria, kutsuimme nimellä (6) ”tavalliset palvelut ympäristöpiirteillä”. Pienehköille yrityksille luontevia palveluita ovat esimerkiksi kategorian ”tavalliset palvelut ympäristöpiirteillä” (esim. ympäristömyötäiset arkkitehtipalvelut tai ”luomukokki pyörällä kotiin”) palvelut (Halme ym. 2005). Monimutkaisemmat palvelukonseptit, kuten energiansäästöön palvelut tai ”saman luokun monipalvelut” (Halme ym. 2005) vaativat toteutuakseen useamman toimittajan yhteistyötä erityisesti silloin kun palvelun toteuttaminen vaatii infrastruktuuriin liittyviä resursseja, tietoa, kontakteja, tai pääomainvestointeja. Kirjastot taas ovat erinomainen esimerkki ekotehokkaasta ja monien kansalaisten elämänlaatua edistävästä palvelusta, jonka julkinen sektori hoitaa parhaiten.

Sosiaaliset yritykset taas soveltuvat tarjoajiksi työvoimaintensiivisille mutta ei korkeaa teknistä osaamista vaativille palveluille. Ne ovat hyviä

myös, kun halutaan kokeilla palveluita, joihin kaupalliset yritykset eivät ryhdy ennen kuin on nähtävissä muiden kokemuksia palvelun kannattavuudesta. Kestävän kehityksen näkökulmasta sosiaaliset yritykset sekä työllistävät (usein vaikeasti työllistyviä henkilöitä) että ottavat ympäristönäkökulman usein huomioon.

## Miten tehdä palveluiden käytöstä helpompaa?

*”Mulla on kiire, mutta rahasta ei ole pulaa. Siks mä käytän palveluita kaikkiin mahdollisiin kotitöihin. Yks ongelma siinä kuitenkin on. Luotettavien palveluntarjoajien löytäminen vie liikaa aikaa mun vähäisistä ylimämähetkistä – puhumattakaan siitä, jos joku aiheuttaa hankaluuksia, jotka mun pitää sitten selvittää myöhemmin. Mutta mä sanon aina, että ongelmat on olemassa ratkaisuja varten. Tässä tapauksessa se ratkaisu on virtuaalinen palvelutori nettissä. Se on mun juttu: yhdellä klikkauksella pääset käsiksi 400 palveluun koitiin tarjottavista ruokapalveluista siivoukseen ja kotikäyntejä tekevään korjaajaan - huijarit pois poimittuna.”*

Palvelun kyky parantaa käyttäjänsä elämänlaatua vaikuttaa olennaisesti palvelun asemaan markkinoilla. Sekä tässä hankkeessa tehty käyttäjäkysely<sup>1</sup> että palveluiden arviointi osoittavat ekotehokkaiden palveluiden tutkimuksessa kiinnitettävän liian vähän huomiota siihen, miten nämä palvelut vaikuttavat arjen sujuvuuteen ja mukavuuteen. Potentiaalisia markkinoita kestävää kehitystä edistävillä palveluilla tarjoavat esimerkiksi ikääntyvä väestö, joka tarvitsee palveluita voidakseen jatkaa kotona asumista. Lapsiperheiden ja kiireisten urasuuntautuneiden yksinasujien aikapaineet lisäävät kiinnostusta kotitaloustöiden teettämiseen ulkopuolisilla. Tarjontanäkökulmasta tieto- ja viestintätekniikan kehitys tekee mahdolliseksi tiettyjen palveluiden tuottamisen aikaisempaa edullisemmin. Ongelmiakin on: vähäinen tieto tarjolla olevista palveluista ja toisaalta se, että palveluita eniten tarvitsevat eivät ole tottuneet käyttämään niitä tai heillä ei ole niihin varaa.

Tiedon saantia ja palveluiden käytön helppoutta edistävät konseptit, joissa ”saman luukun” kautta voi saada monia palveluita – luukku voi olla

---

1 Viidessä maassa suoritettu 333 asukkaan henkilökohtainen haastattelu (raportoitu teoksessa Halme ym. 2005).

puhelinnumero tai www-sivusto. Itävallassa asunnontarjoajat ovat perustaneet palvelukeskuksia, joiden kautta voi tilata useita palveluita. Buenas Diaz/Buenas Noches -palveluvälitys Bilbaossa Espanjassa ja palveluiden nettitori ELIAS Suomen Uudellamaalla ovat esimerkkejä palveluista, joiden avulla voi etsiä ja tilata palveluita mitä erilaisimpia kotitalouksien palveluita siivouksesta kodinkoneiden korjaukseen (Halme ym. 2005). Nämä edistävät palveluiden käyttöä. Esimerkkinä toimikoon kodinkonekorjaus: usein kuluttajat päätyvät ostamaan uuden koneen, koska eivät löydä korjaajaa. Näihin palveluihin voidaan myös liittää ekotehokkuusaspekti<sup>2</sup>.

Niille, jotka tarvitsisivat palveluita, mutta joilla ei ole varaa maksaa kaupallisesti tuotetuista palveluista, tulisi löytää vaihtoehtoisia rakenteita. Julkisen sektorin, vapaaehtoisorganisaatioiden ja sosiaalisten yritysten yhteistyöstä voi syntyä hyviä ratkaisuja.

*”Vaimo nalkutti kuumuudesta koko ajan. Se vaan jatkoi ja jatkoi; etten ole mies enkä mikään, jos en osaa säätää paria patteria. Mä myönnän, että 26 astetta sisätilassa tekee hermostuneeks, mutta mitä mä sille olisin voinut tehdä? Sit vaimo huomasi, että meidän taloyhtiö on nimittänyt jonkun energiaekspertin, siis yhden meen naapureista, sellaseen tehtävään. Ensiks mua epäilytti tää, ajattelin, että nyt tää kaikkietävä kaveri sitten tulee meille selittää. Mutta se teki paljon hyviä juttuja meidän kämpässä. Hanat ei enää vuoda, ja on uudet termostaatit... sitä paitsi kuka nyt ois arvannu, että vaimokin muuttuu, heh, niinku myötimielisemmäks viileemmässä kämpässä?”*

Sitaatti kuvaa Energiansäästön Palvelukeskus Motivan ja taloyhtiöiden yhteistyöllä tuotettua Energiaeksperttipalvelua, jossa vapaaehtoinen asukas koulutetaan Motivassa kolmen päivän koulutuksella energiaekspertiksi ja toimii sen jälkeen oman taloyhtiönsä energiankulutuksen seuraajana ja energiansäästön neuvojana asukkaille.

Yksittäiset ihmiset tai kotitaloudet ovat harvoin vapaita valitsemaan kaikkia kulutusmuotojaan. Valinnan määrä riippuu kulutuksen kohteesta riippuen (ravinto, liikkuminen, asuminen jne.). Monet muut toimijat asettavat valintojen rajat. Esimerkiksi asumisratkaisut ovat pitkälti rakentajalla ja rakennuttajilla, kaavoittajilla, ja palveluiden tarjoajilla. Esimerkiksi lämmitysmuoto on harvoin asukkaan valittavissa. Mitä tulee liikkumiseen,

---

2 Katso ELIAS-nettitorin kuvaus Halme ym. 2005.

paikallisviranomaiset ja palveluntarjoajat päättävät tarvittavaa infrastruktuuria koskevista ratkaisuista (kuten pyöräteistä ja julkisesta liikenteestä). Tästä syystä on tärkeää, että asumis- ja liikkumisratkaisujen tarjoajat järjestävät olosuhteet ympäristömyötäiselle kuluttamiselle – miettien niitä myös elämänlaadun näkökulmasta.

## Arkisia onnen hetkiä

*”Se on hassua, oikeastaan, että musta on hauskaa käydä pyykillä. Menen lasten kanssa meidän talon pesulaan ja kun ne leikkii lasten nurkan leluilla, mä laitan pyykki koneeseen. Kun pistän pesukonehuoneen oven takanani kiinni, niin koneen ääni hiljenee pieneksi taustahurinaksi. Sitten menen yhteistilan kahvinkeittimelle ja otan itelleni kupin kahvia. Parhaassa tapauksessa joku naapureista on siellä ja mä saan edes pienen annoksen päivän ”aikuiskeskustelua” (naurahtaa). Nää on päivän rauhallisia hetkiä, kun katselen talopesulan ikkunasta ulos puutarhaan, näen silmännurkasta, miten lapset leikkii ja sie mailien kahvia.”*

Wieniläisen kerrostalon pesula on tehty viihtyisäksi. Se ei muistuta alkuunkaan pimeään pelottavaa kellaripesulaa, jonka jotkut lapsuudestaan muistavat. Pesukoneet ovat avainkortilla lukittavissa pikkuhuoneissa. ”Konehuoneiden” yhteydessä on lasten leikkutila ja kahvinurkkaus. Iloisen värinen tila on ensimmäisessä kerroksessa ja sinne tulee luonnonvaloa. Ikkunoista näkee puutarhaan.

Nämä pienet kertomukset muistuttavat siitä, että ihmiset eivät käytä palveluita suojellakseen ympäristöä. He eivät pääasiallisesti myöskään käytä niitä säästääkseen rahaa tai muista rationaalisista syistä. Käytön taustalla voi olla mitä erilaisimpia syitä. Näiden motiivien ymmärryksessä ei olla vielä kovin pitkällä. Yksi seikka on kuitenkin selvä. Me kaikki etsimme arkeemme onnen ja mielihyvän hetkiä.

Taloustieteen onnellisuustutkimukset yhdistettynä muiden tieteenalojen löydöksiin osoittavat vakuuttavasti, että tietyn tuloajan, 20.000–25.000€, ylittymisen jälkeen materiaalsen omaisuuden lisääntyminen ei lisää onnellisuutta (ks. Layard 2005). Läntinen vauras maailma alkaa olla tälle viestille yhä valmiimpi. Ympäristömyötäisen kuluttamisen ja ekotehokkaiden palveluiden keskustelu tulisi liittää onnellisuuskeskusteluun nykyistä vahvemmin. Hyvä avaus on esimerkiksi Soininvaaran (2007) teos.

Usein ekotehokkaita tuote–palvelu–kokonaisuuksia tai palveluita suunnitellaan nimenomaan ympäristönäkökulmasta. Kuluttajanäkökulma jää alisteiseksi ympäristönäkökulmalle tai kuittaautuu taloudellisen rationaaliteetin toteamuksella. Suunnittelijat ovat itse usein ympäristöasiat vahvasti sisäistäneitä henkilöitä, jotka kuvittelevat keskimääräiskuluttajan ajattelevan jotakuinkin itsensä tavoin. Ekotehokkaiden palveluiden keskustelussa kuluttajien tunteenomainen päätöksenteko; ”epärationaalisuus” (esimerkiksi se, ettei päätöksiä tehdä ensisijaisesti kustannussäästön näkökulmasta), nähdään tavallisesti ongelmana. Tämä voitaisiin kuitenkin kääntää ongelman sijasta ratkaisun avaimeksi. Kun ympäristö- ja tehokkuusargumentit eivät monien päitä käännä, niin ehkäpä ekotehokkaiden palveluiden käyttöä kannattaisikin pohtia ja viestiä ennemmin mukavan ja sujuvan arjen, jopa arkipäivän onnellisuuden kontekstissa? Pelkkä faktapuhe ei kuitenkaan tässä toimi. Teknoutopiat, resurssinsäästökenaariot ja tilastot eivät innosta. Elämänlaatua ja onnellisuutta on helpompi viestiä tarinoilla kuin numeroilla tai asiatekstillä. Ehdotamme tätä vaikka tiedämme, että ympäristömyötäisillä palveluilla ei tehdä ketään onnelliseksi. Mutta väitämme, että ”arkisia onnen hetkiä” mahdollistavia tekijöitä ne voivat olla.

## LÄHTEET

- Bentley, M.D. ja de Leeuw, B. (2003) Sustainable consumption indicators. Available at: <http://greenplanet.eolss.net/EolssLogin/default.htm>.
- Gatersleben, B. (2001). Sustainable household consumption ja quality of life: The acceptability of sustainable consumption patterns ja consumer policy strategies. *International Journal of Environment ja Pollution* 15(2): 200–216.
- Halme, M, Anttonen, M, Hrauda, G ja Kortman, J. 2006. Sustainability Evaluation of European Household Services. *Journal of Cleaner Production* 14:1529–1540.
- Halme, M, Hrauda, G, Jasch, C, Kortman, J, Jonuschat, H, Scharp, M, Velte, D ja Trindade, P. 2005. *Sustainable Consumer Services: Business Solutions for Household Markets*. London: Earthscan.
- Halme, M., Jasch, C. & Scharp, M. 2004. Sustainable Homeservices? Toward Household Services that Enhance Ecological, Social ja Economic Sustainability. *Ecological Economics* 51: 125–138.
- Hohm, D., Hoppe, A., Jonuschat, H., Scharp, M., Scheer, D. ja Scholl, G., (2002). Dienstleistungen in der Wohnungswirtschaft: Professionelle Entwicklund neuer Serviceangebote. Dokumentation des Workshops, Nov.11. Berlin: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gGmbH.

- Layard, R. (2005) 'Happiness: Lessons from a New Science', London, Allen Lane.
- Lorek, S. ja Spangenberg, J. 2001. Environmentally sustainable household consumption: From aggregate environmental pressures to indicators for priority fields of action. Wuppertal Papers No. 117.
- OECD (2001). Round table on sustainable development: Measuring what? Background paper for the OECD Round Table on Sustainable Development. [www.oecd.org/dataoecd/9/47/2731186.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/9/47/2731186.pdf).
- OECD. (1999). Towards more sustainable household consumption patterns: Indicators to measure progress. Environment Directorate. [Www.oilis.oecd.org/olis/1998doc.nsf/linkto/env-epoc-se\(98\)2-final](http://www.oilis.oecd.org/olis/1998doc.nsf/linkto/env-epoc-se(98)2-final)
- Nissinen A., Groönroos, J., Heiskanen E., Honkanen A., Katajajuuri J-M., Kurppa S., Mäkinen T., Mäenpää I., Seppälä J., Timonen P., Usva K., Virtanen Y., ja Voutilainen, P. (2007). Developing benchmarks for consumer-oriented life cycle assessment-based environmental information on products, services ja consumption patterns. *Journal of Cleaner Production*, 15 (6): 538–549.
- Scharp, M., Galonska, J. ja Knoll, M.,(2000). Benchmarking in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft – Entwicklung einer Balanced Scorecard. Berlin: IZT-Werkstattbericht 53.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. New York: Anchor Books.
- Soininvaara, O (2007) *Vauraus ja aika*. Teos.
- Spangenberg, J. ja Lorek, S., (2002). Environmentally sustainable household consumption: From aggregate environmental pressures to priority fields of action. *Ecological Economics* 43: 127–140.
- World Commission on Environment ja Development (WCED) 1987. *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.