

Onni Lönngqvist

# Liikkumisen tulevaisuus ja digitalisaatio

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Auto- ja kuljetustekniikka

Insinööriytyö

20.5.2017

Tekijä(t) Otsikko	Onni Lönnqvist Liikkumisen tulevaisuus ja digitalisaatio
Sivumäärä Aika	45 sivua + 1 liite 5.5.2017
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Auto- ja kuljetustekniikka
Suuntautumisvaihtoehto	Jälkimarkkinointi
Ohjaaja(t)	Lehtori, Pertti Ylhäinen, Metropolia Tekninen johtaja, Jouko Sohlberg, AKL ry
<p>Insinööritöön tilaaja oli Autoalan Keskusliitto ry, ja työ toteutettiin 2016–2017. Työssä tutkittiin, kuinka erityisesti nuoret kuluttajat suhtautuivat eri liikkumisen palveluihin ja palvelumuotoihin nyt ja tulevaisuudessa. Tavoitteena oli myös löytää uusia palveluita tai keinoja, joilla autoalan jälkimarkkinointi voisi tuottaa lisäarvoa kuluttajille.</p> <p>Lisäksi työssä tarkastellaan, kuinka digitalisaatio tulee muuttamaan jo nyt olemassa olevia liikkumiseen liittyviä palveluita. Työssä pohditaan myös, miten digitalisaatio ja kuluttajien käytöksen muutokset tulevat mahdollisesti vaikuttamaan autoalan jälkimarkkinointiin.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu kolmesta osasta: kuluttajatutkimuksesta, uusien liikkumispalveluiden esittelystä ja näiden kahden asian vaikutuksesta autoalan jälkimarkkinointiin.</p> <p>Kuluttajatutkimus tehtiin Metropolia Ammattikorkeakoulussa opiskeleville. Kyselyn tuloksia verrataan jo aiemmin tehtyihin tutkimuksiin sekä tilastoihin. Kyselyn tuottamasta datasta tehtiin syy-seurauspäätelmiä. Kyselytutkimus toimii myös tehtyjen päätelmien sekä parannusehdotusten pohjana.</p> <p>Opinnäytetyö antoi käsityksen siitä, miten kuluttajien muuttuvat asenteet ja digitalisaatio vaikuttavat mahdollisesti autoalan jälkimarkkinoinnin asiakasmääriin tulevaisuudessa.</p> <p>Työtä voidaan käyttää autotaloissa esimerkiksi uutta markkinointisuunnitelmaa tehdessä sekä apuna huollonprosessin kehittämisessä vastaamaan uutta digiaikaa.</p>	
Avainsanat	MaaS, digitalisaatio, kuluttaja suhtautuminen, liikkumisen palvelut, autoalan jälkimarkkina

Author(s) Title	Onni Lönnqvist Future of travelling and digitalization
Number of Pages Date	45 pages + 1 appendices 5 May 2017
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Automotive Engineering
Specialisation option	Automotive After Sales
Instructor(s)	Pertti Ylhäinen, Lecturer Jouko Sohlberg, Technical Director
<p>This Bachelor thesis was commissioned by Finnish Central Organization for Motor Trades and Repairs (AKL). This study was carried out between 2016 and 2017. The objective of this Bachelor's thesis was to study young consumer's attitudes of different mobility services and service forms now and in a future. The aim was to find new services or ways in which automotive aftermarket could possibly provide added value to the consumers.</p> <p>This thesis examines how a digitalization will change the existing mobility-related services. This study investigates how the changes will eventually affect the automotive after sales.</p> <p>The thesis consists of three different parts, consumer research, presentation of new mobility services, and the impact of these two issues on the automotive aftermarket sales sector.</p> <p>First a consumer survey was conducted for people studying at Metropolia University of Applied Sciences. The data provided by this survey were compared to previously conducted studies and statistics. The data provided by the survey were analyzed, after which conclusions were made on the basis of the analysis and suggestions for improvement were given.</p> <p>The thesis gave a picture of how the digitalization and changing attitudes of consumers, might affect the number of customers in automotive aftermarket in the future.</p> <p>The results of this thesis can be used in automotive dealerships, for example when making a new marketing plan and assisting in developing the maintenance process in order to equal the new digital age.</p> <p>.</p>	
Keywords	MaaS, digitalisation, consumer attitudes, services of movement, automotive industry aftersales

# Sisällys

## Lyhenteet

1	Johdanto	1
2	Tutkimuksen rajaus ja toteutus	2
2.1	Rajaus	2
2.2	Toteutus	3
2.3	Validius ja reliabelius	3
3	Tulokset ja analysointi	4
3.1	Ikä, sukupuoli, asuinkaupunki ja opiskelu ala	4
3.2	Ajokortti	6
3.3	Uberin käyttö	8
3.4	Kulkumuodon valinta	9
3.5	Auton omistaminen	16
3.6	Liikkumisen prioriteetti ja älypuhelin	19
3.7	Autoilun kustannukset ja veloitteet	20
3.8	Liikkumisen muotojen kehittäminen	22
3.9	Autoilun muoto	24
3.10	Kuluttajien toivomat palvelut ja lisäarvon tuotto	25
3.11	Tulevaisuuden kulkumuodot	28
3.12	Vertailu Trafin ajoneuvorekisteriin	29
3.13	Kyselyn ja tutkimuksen onnistuminen	31
4	Digitalisaatio ja uudet palvelut	32
4.1	Digitalisaatio	32
4.1.1	Mobiilipalvelut	33
4.1.2	Digitalisaation vaatimat uudistukset	33
4.2	Uber	34
4.3	Yhteiskäyttöautot	34
4.3.1	Alan toimijat Suomessa pääkaupunkiseudulla	35
4.3.2	Yhteiskäyttöautot kuluttajalle	35
4.4	Huoltoleasing-autot	35
4.4.1	Huoltoleasing-yhtiöt	35
4.4.2	Huoltoleasing kuluttajalle	36

4.5	MaaS	36
4.5.1	MaaS palveluna	36
4.5.2	MaaS kuluttajalle	37
5	Jälkimarkkinoinnin nykytilanne ja reagointi	37
5.1	Autokannan keski-ikä ja ensirekisteröinnit	38
5.2	Optimointi	40
5.2.1	Huollonprosessi	40
5.2.2	Autokauppa	41
5.3	Uusien palvelumuotojen vaikutus jälkimarkkinointiin tulevaisuudessa	42
6	Yhteenveto ja päätelmät	43
6.1	Autoilu ja kaavoittaminen	43
6.2	Digitaalisuus autohuolloissa	44
6.3	Jatkotutkimus	44
	Lähteet	45
	Liitteet	
	Liite 1. Kysely: Liikkumisen tulevaisuus	

## 1 Johdanto

Maailma digitalisoituu kovaa vauhtia. Kuluttajat vaativat palveluilta nopeutta, helpoutta sekä luotettavuutta. Uusi digimaailma pyrkiikin tarjoamaan kuluttajalle tätä kaikkea ja ehkä vähän enemmänkin. Yritysten onkin pystyttävä seuraamaan aikaa ja uudistumaan jatkuvasti. Uusia palveluita on kehitettävä ja jo olemassa olevia palveluita jalostettava. Kaikki tämä on toteutettava kuluttajalähtöisesti. MaaS on yksi näistä innovatiivisista ja tulevaisuuden liikkumisen mahdollisesti mullistavista palveluista. Kyseessä on palvelu, jonka tarkoitus on sulattaa kaikki liikkumispalvelut yhteen ja tarjota liikkumista palveluna kiinteään kuukausihintaan.

Tulevaisuutta on mahdotonta ennustaa täydellisesti. Kuluttajien käyttäytymiseen vaikuttavat monet tekijät, joista kaikkiin kuluttaja ei voi edes itse suurimmalta osin vaikuttaa. Kuluttajan käyttäytymistä Suomessa ohjailevat mm. seuraavat tekijät: tekniikan kehitys, trendit, valtion säädökset ja EU:n direktiivit.

Tämän insinööriyön tarkoituksena on kartoittaa pääkaupunkiseudulla asuvien nuorten kuluttajien käyttäytymismalleja valitessa kulkumuotoa erilaisille matkoille. Tavoitteena on saada mahdollisimman todenmukainen ja puolueeton kuva kuluttajasuhtautumisesta. Tässä työssä tutkitaan myös, miten digitalisaatio sekä kuluttajien asenteiden ja tottumusten mahdollinen muuttuminen tulee vaikuttamaan auto-alan jälkimarkkinointiin lähitulevaisuudessa. Työssä pyritään kartoittamaan myös erilaisia keinoja, joilla jälkimarkkinointi voisi tuottaa lisäarvoa kuluttajille.

Työssä tarkastellaan asioita ensisijaisesti henkilöautoilun ja sen jälkimarkkinoinnin kannalta. Julkista liikennettä tarkastellaan siltä kannalta, miten sen käytön lisääntyvä tai vähenevä suosio vaikuttaa henkilöautoiluun ja sen jälkimarkkinaan. Jälkimarkkinoilla tarkoitetaan autotalojen tuottamia palveluita asiakkaalle auton ostamisen jälkeen. Jälkimarkkinoihin kuuluvat mm. yleiskorjaamotoiminnot, kuten määräaikaishuollot, korjaustyöt ja varaosatoiminnot.

Tämän insinööriyön konkreettisena kulmakivenä on kuluttajatutkimus, joka lähetettiin verkkokyselyä kaikille Metropolia Ammattikorkeakoulussa opiskeleville. Tässä insinööriyössä tarkastellaan myös muita aiheeseen liittyviä tilastoja. Tarkasteltavana ovat mm. henkilöautojen nuorten haltijoiden määrien muutokset kahdeksan viime vuoden ajalta

sekä autojen määrän muutos tieliikenteessä. Kyselyn ja tilastojen perusteella tehdään päätelmiä ja arvioidaan, kuinka autotalojen tulisi reagoida mahdollisiin tuleviin muutoksiin.

## 2 Tutkimuksen rajaus ja toteutus

Kuluttajasuhtautumista lähdettiin tutkimaan kyselyllä, joka toteutettiin Metropolia Ammattikorkeakoulun E-lomakkeella. Kyselyn päätarkoituksena oli selvittää, haluavatko ihmiset tulevaisuudessa omistaa oman auton. Suositaanko tulevaisuudessa enemmän julkista liikennettä? Mitkä tekijät vaikuttavat kulkumuodon valitsemiseen? Minkälaisia uusia palveluita kaivataan? Mitä uutta autoalan jälkimarkkinointi voisi kuluttajille tarjota? Tavoitteena oli myös löytää uusia mahdollisia palveluliiketoimintamalleja, joilla voitaisiin liittää palveluita tuotteeseen ja samalla laajentaa asiakassuhdetta.

### 2.1 Rajaus

Kysely suunnattiin kaikille Metropolian Ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Tällä valinnalla pyrittiin tietoisesti rajaamaan koko Suomen laajuinen kysely vain pääkaupunkiseudulla opiskeleviin. Pääkaupunkiseudulla asui vuosien 2014–2015 vaihteessa noin 20 % Suomen väestöstä, joten pelkästään pääkaupunkiseudun kuluttajien vaikutus auto-alan jälkimarkkinointiin on suuri. [1]

Toinen syy valita Metropolian opiskelijat kyselyn kohderyhmäksi oli, että opiskelijat ovat pääsääntöisesti nuoria. Tutkimuksessa haluttiin enimmäkseen tarkastella nuoren sukupolven käyttäytymisen malleja, koska se on tulevaisuudessa yhä suuremmissa roolissa liikkumispalveluiden kuluttajina. Kolmannen asteen opiskelijat ja ylemmän korkeakoulutason opiskelijat ovat myös kaikki yli 18-vuotiaita, ja liikkuminen sekä kaikki siihen liittyvät palvelut ovat varmasti jo nyt kaikille ajankohtaisia. Kolmas syy valita opiskelijat kyselyn kohderyhmäksi oli kyselyn toteutuksen kohtuullinen helppous isolle kohderyhmälle sekä laaja otanta eri opiskelualoilta. Neljäntenä syynä oli, että kyselyn data saatiin valmiiksi sähköisessä muodossa, joten se oli suhteellisen helposti käsiteltävissä.

## 2.2 Toteutus

Kyselystä luotiin aluksi pilottiversio, jonka lopussa tiedusteltiin, kuinka paljon kyselyn täyttäminen vei aikaa. Oliko kysely helppo täyttää? Ymmärsitkö vastaaja kaikki kysymykset? Oliko vastaajalla parannusehdotuksia? Kysely pilotoitiin siksi, että varsinaisesta kyselystä tulisi mahdollisimman selkeätajuinen ja helppo täyttää. Kyselyn pilottivaiheeseen osallistui kymmenen vapaaehtoista henkilöä omasta talonyhtiöstäni. Kyselyn optimoinnilla pyrittiin nostamaan vastausprosenttia mahdollisemman korkeaksi varsinaisessa kyselyssä. Optimointi tässä yhteydessä tarkoittaa yleisesti parhaan vaihtoehdon etsimistä. Lopulliseen kyselyyn tuli 31 monivalintakysymystä sekä kolme avointa kysymystä.

Lopullinen kysely luotiin sähköisenä verkossa käyttäen Metropolian E-lomake-ohjelmaa. Tutkimusluvan myöntämisen jälkeen linkki kyselyyn lähetettiin 15 000:n Metropolia Ammattikorkeakoulun opiskelijan sähköpostiosoitteeseen, joista sen vastaanotti 14 997 opiskelijaa. Kysely oli täytettävissä verkossa 2.2–10.2.2017. Kyselyyn vastasi 1894 henkilöä, jolloin vastausprosentiksi saatiin 13 %.

Kysely on kokonaisuudessaan liitteenä 1.

Tuloksien käsittelyssä käytettiin apuna Metropolian E-lomake-ohjelman valmiiksi laskevia tuloksia sekä piirtämiä kaavioita. Tämän lisäksi osa kyselyn arvoista on prosessoitu käyttämällä Microsoft Excel-ohjelmaa. Excelin avulla kysymyksistä nostettiin vertailuarvoja, jotta joidenkin kysymyksien kohdalla tuloksia ei voitaisi niin helposti kyseenalaistaa. Avoimien kysymysten vastaukset luettiin läpi, prosessoitiin sekä lajiteltiin sukupuolen ja ikäryhmien perusteella ryhmiin.

Tutkimustavaksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus, jossa tehdään johtopäätöksiä sekä syy-seurauspäätelmiä saaduista tuloksista. Lisäksi tutkimuksessa otetaan huomioon aiemmat teoriat sekä tilastot. [2, s. 130–131.]

## 2.3 Validius ja reliaabelius

Validiudella tarkoitetaan pätevyyttä ja sitä, että tutkimusmenetelmä mittaa sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Tärkeää on, että kyselylomakkeen kysymykset ovat muotoilultaan



mahdollisimman selitteisiä. Tällä tarkoitetaan sitä, että jokainen kyselyn täyttäjä ymmärtäisi kysymykset samalla tavalla, jolloin tulosta voidaan pitää validina. Reliaabeliudesta puhuttaessa tarkoitetaan toistettavuutta eli tutkimuksen kykyä olla antamatta sattumanvaraisia tuloksia. Esimerkiksi jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen aineistoa tarkastellessa tai sama tulos saadaan eri toistokerroilla, voidaan tutkimusta pitää reliaabelina.[2, 216]

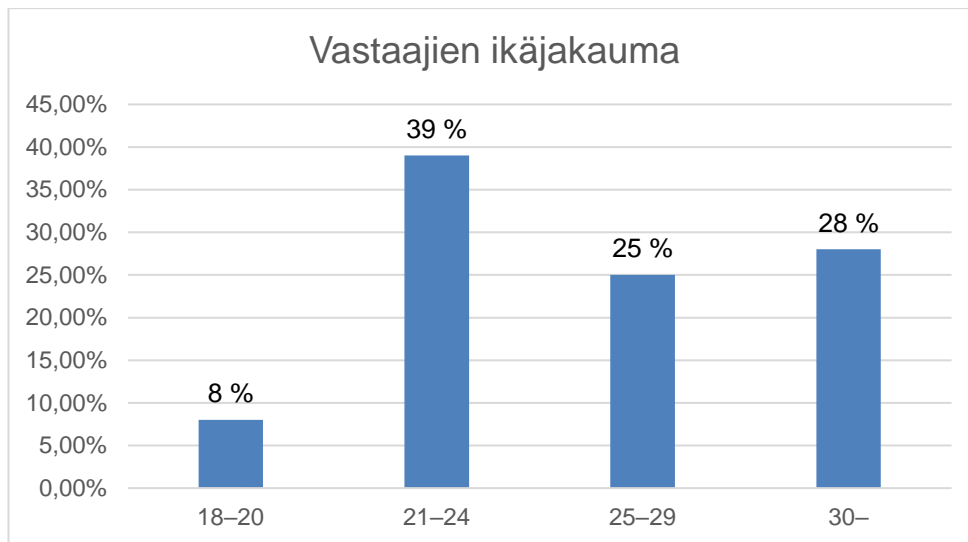
Kyselyssä saatiin useita samanlaisia vastauksia niin strukturoiduissa kuin avoimissa kysymyksissä, joten kyselyn tuloksia voidaan tämän perusteella pitää reliaabelina. Kyselyssä saatiin hyvä kuva nuorten kuluttajien suhtautumisesta kahdella erilaisella kysymystyypillä, joten kyselyä voidaan pitää validina.

### **3 Tulokset ja analysointi**

#### **3.1 Ikä, sukupuoli, asuinpaikka ja opiskelu ala**

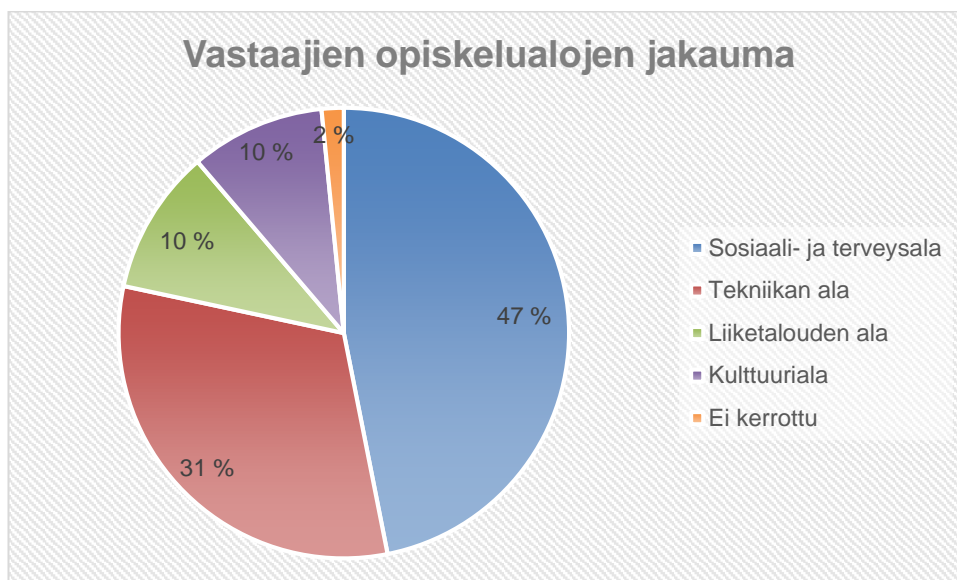
Ensimmäisillä kysymyssarjalla 1–4 selvitettiin vastaajan ikä, sukupuoli, opiskeltava ammatti sekä asuinpaikka.

Vastanneiden keski-ikä oli 27 vuotta. Nuorimmat kyselyyn vastanneista olivat iältään 19-vuotiaita ja vanhimmat 58-vuotiaita. 14 vastaajista ei kertonut ikäänsä, osuus on kuitenkin prosentuaalisesti niin pieni, ettei sillä ollut kyselytulosten kannalta suurta merkitystä. Kuvassa 1 on esitelty kyselyn täyttäneiden tarkka prosentuaalinen ikäjakauma. Ikäryhmäluokitukset 18–20, 21–24 ja 25–29 on valittu tähän työhön Traficin eli liikenteen turvallisuusviraston käyttämien luokitusten perusteella.



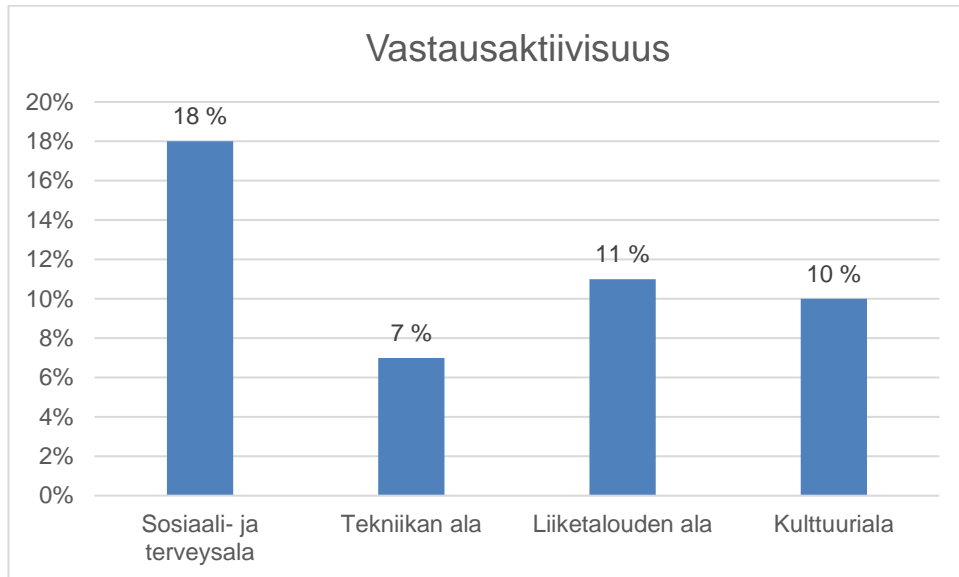
Kuva 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

70 % kyselyyn vastaajista oli sukupuoleltaan naisia, eniten kyselyyn olikin vastattu perinteisesti naisvaltaisilta aloilta [3] kuten hoiva- ja hoitoaloilta. Kyselyyn vastaajista 47 % opiskeli sosiaali- ja terveysalalla, 31 % tekniikan alalla, 10 % kulttuurialalla ja 10 % liiketalouden alalla. 2 % vastaajista ei kertonut, millä alalla opiskelee, osuus on kuitenkin niin pieni, että sillä ei ollut tulosten kannalta suurta merkitystä. Kuvassa 2 on esitetty prosentuaalinen jakauma eri opiskelualojen välillä.



Kuva 2. Vastaajien opiskelualojen jakauma

Kyselyyn vastattiin aktiivisimmin sosiaali- ja terveysalalta, jonka opiskelijoista 18 % täytti kyselyn. Tekniikan alalla opiskelevien kyselyyn vastausprosentti oli kaikista matalin (7 %). Kuvassa 3 on kuvattu eri opiskelualojen vastausprosentit kyselyyn.



Kuva 3. Vastausprosentit opiskelualoittain

Yli 50 % vastanneista asui Helsingissä ja yli 85 % pääkaupunkiseudulla. Tutkimuksen onnistumisen kannalta tämä olikin hyvä asia, sillä tutkimuksessa haluttiin nimenomaan tutkia pääkaupunkiseudulla asuvien näkemyksiä. Jäljelle jäänyt 15 % toi tutkimukseen hyvää kontrastia. Esimerkiksi miten pääkaupunkiseudun liikenne nähtiin toiselta paikkakunnalta katsoen? Miten liikkumisentottumukset erosivat pääkaupunkiseudulla ja sen ulkopuolella asuvien välillä?

### 3.2 Ajokortti

Kysymyksen 5 tarkoitus oli selvittää, oliko kyselyn täyttäjältä henkilöauton kuljettamiseen vaadittava ajokortti. 87 % ilmoitti omistavansa ajokortin. Luku on positiivinen kun otetaan huomioon ajokortin hinnan nousun vuoden 2013 voimaan tulleen asetuksen seurauksena. Asetus velvoitti lisäämään ajokortin suorittamiseen liittyvien kurssien määrää [4]. Kun tarkastellaan ainoastaan pääkaupunkiseudulla asuvia, on prosenttiosuus vain yhden prosentin alhaisempi. Niillä vastaajilla, jotka asuivat pääkaupunkiseudun ulkopuolella, oli ajokortin omistus hieman yleisempää. 92 % pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvista vastaajista kertoi omistavansa ajokortin. Alhaisimmillaan ajokortin omistus oli

tarkasteltaessa ainoastaan Helsingissä asuvia. Helsingissä asuvista 84 % omisti ajokortin. Ajokortin suorittaminen katsottiin siis hiukan tarpeellisemmaksi silloin, kun ei asuttu pääkaupunkiseudulla. Syytä voivat olla esimerkiksi julkisen liikenteen toimivuus pääkaupunkiseudulla ja ajokortin hinta.

Ajokortin omistaminen oli suosituinta tekniikan alalla opiskelevien keskuudessa: 90 % tekniikan alalla opiskelevista omisti ajokortin. Liiketaloutta opiskelevilla osuus oli 88 % ja sosiaali- ja terveysalalla opiskelevilla prosenttiosuus oli 86 %. Pienemmillään ajokortin suorittamisen osuus oli kulttuurialalla jossa osuus oli 82 %. Hajonta alojen välillä on kuitenkin suhteellisen pientä. Merkittäviä eroja ei ole myöskään tarkasteltaessa alojen sisäisiä sukupuolijakaumia liittyen ajokortin omistamiseen. Erot miesten ja naisten ajokortin omistamisessa alojen sisällä ovat 4–9 %. Isoin ero oli kulttuurialalla, jossa miehistä 89 % omisti ajokortin ja naisista 80 %. Miesten ajokortin omistamisen prosentti verraten naisiin oli siis hieman korkeampi kaikilla aloilla paitsi sosiaali- ja terveysalla. Tarkasteltaessa näitä prosenttiosuuksia on kuitenkin muistettava, että koko kyselyyn vastanneista 70 % oli sukupuoleltaan naisia.

Melkein yhdeksän vastaajaa kymmenestä omisti ajokortin. Kokonaistulosta 87 % omistaa ajokortin voidaan, pitää hyvänä tuloksena autoilun kannalta. Kaikki ajokortin omistajat ovat lähtökohtaisesti autoalan jälkimarkkinoinnin potentiaalisia asiakkaita.

Kysymyksen 6 tarkoitus oli selvittää kielteisesti kysymykseen 5 vastanneelta 13 %:lta, miksi he eivät olleet suorittaneet ajokorttia. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto monivalinnasta tai kertoa ”jokin muu syy” avoimeen kenttään. Tässä kysymyksessä yli puolet vastaajista koki, että ajokortista ei ole tällä hetkellä mitään hyötyä. Näin vastanneista 72 % asui Helsingissä ja 95 % pääkaupunkiseudulla. Toiseksi yleisin syy, miksi ajokorttia ei ollut suoritettu, oli ajokortin hinta, 46 % vastaajista koki sen liian kalliiksi. Hinnan liian kalliiksi kokeneista 45 % opiskeli sosiaali- ja terveysalalla, 28 % teknisellä alalla ja loput 24 % kulttuuri- ja liiketalouden aloilla. Avoimen kentän yleisimmät vastaukset olivat ekologisuuden vaaliminen, ajokortti on vanhentunut 1-vaiheen suorittamisen jälkeen ja pelko tai sairaus estää autolla ajamisen.

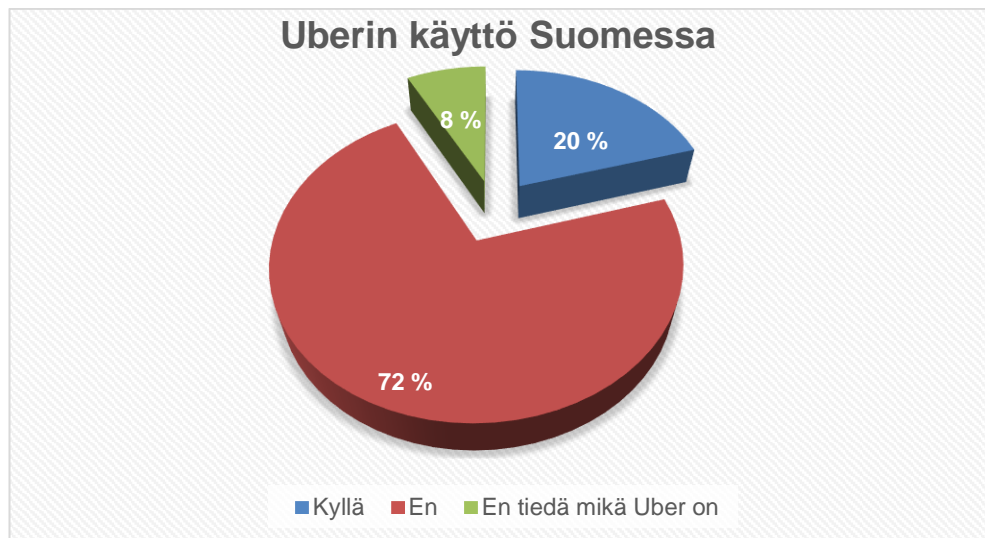
Kysymyksen 7 tarkoitus oli selvittää, oliko kysymykseen 5 kielteisesti vastannut aikeissa tulevaisuudessa suorittaa henkilöauton kuljettamiseen vaadittavan ajokortin. 19 % kysymykseen vastaajista ilmoitti, että ei aio suorittaa ajokorttia. Näin vastanneista 72 % asui

Helsingissä ja 100 % pääkaupunkiseudulla. 37 % ei osannut sanoa, aikoivatko he tulevaisuudessa suorittaa ajokortin ja 44 % oli tulevaisuudessa aikeissa suorittaa ajokortin.

Kysymysten 5–7 perusteella voidaan päätellä, että ajokortti koetaan edelleen tarpeelliseksi. Huomioitavaa on kuitenkin, että nuorimman 18–20-ikäluokan vastausmäärä koko kyselyyn oli prosentuaalisesti kaikista pienin. Huomattavaa kokonaiskuvan kannalta on kuitenkin, että 18–20-ikäluokka on vuosiväliltään vertailuryhmien kaikista pienin (3 vuotta). Kyseessä on myös se ikäluokka, jolle ajokortin hankinta on ns. hankaloitunut ja samalla muuttunut kalliimmaksi [4]. Kun tarkastellaan ainoastaan 18–20-vuotiaiden ikäluokkaa, on kortittomien osuus kuitenkin alle 10 %. Tästä voidaan päätellä, että ajokortin suorittamisen suosio on edelleen vahva korkeakoulutasolla opiskelevilla henkilöillä.

### 3.3 Uberin käyttö

Kysymyksen 8 tarkoituksena oli selvittää, oliko henkilö käyttänyt Uber-palvelua Suomessa? Kyselyyn vastanneista 20 % oli käyttänyt Uberia Suomessa. 8 % ei tiennyt mikä Uber on ja 72 % ei ollut käyttänyt palvelua ainakaan Suomessa. Prosentuaalinen jakautuminen on kuvattu kuvassa 4. Kysymys antoi myös tietoa siitä, kuinka kokeilunhaluisia kyselyyn vastaajat olivat sekä kuinka tietoisia vastaajat olivat uudesta palvelusta.



Kuva 4. Oletko käyttänyt Uber-palvelua Suomessa?

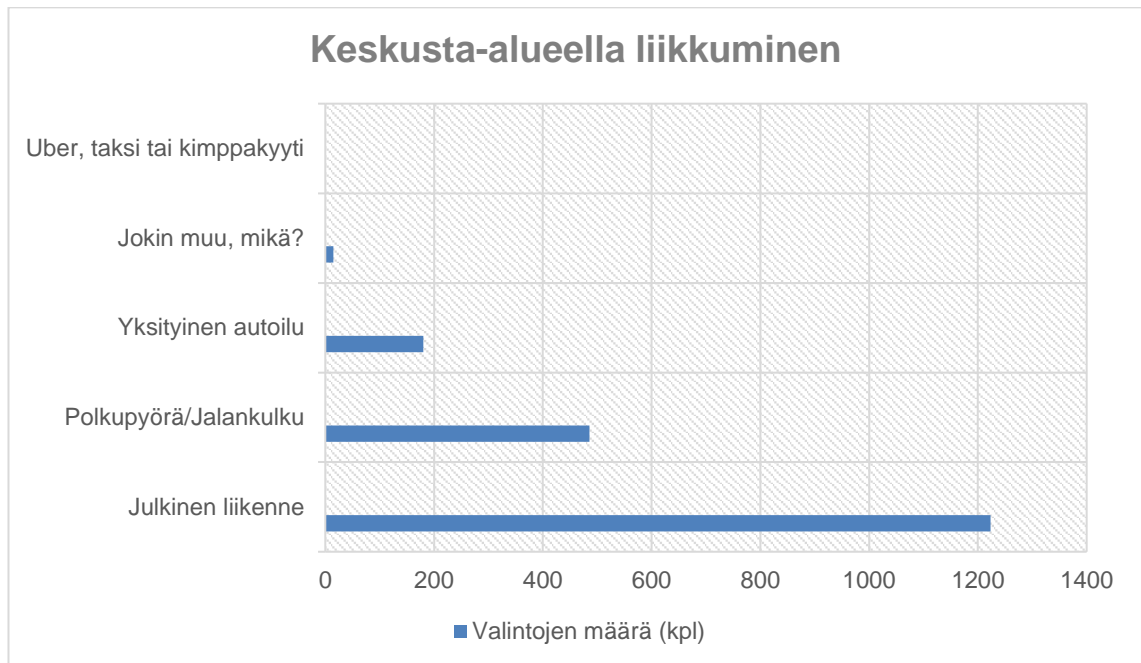
Kysymyksessä 8 selville tullut Uberin alhainen käyttökokemus oli yllättävää. Uberin negatiivinen uutisointi Suomessa on luultavasti vaikuttanut suuresti kuluttajiin. Uberin kohdalla puhuttaa myös palvelun laillisuus Suomessa, joten luultavasti tämä saa kuluttajat hieman varovaisiksi.

Kysymyksessä 9 oli tarkoituksena selvittää, miten ne vastaajat, jotka olivat käyttäneet Uberia, olivat palvelun kokeneet. Uberia käyttäneistä noin kolme neljästä koki Uberin helpoksi ja edulliseksi käyttää. Muutama vastaaja ilmoitti käyttäneensä palvelua, mutta tilaajana ja maksajana oli toiminut ystävä. ”Miten koit Uber palvelun?” kysymyksen avoimeen kenttään vastasi 11 % Uberia käyttäneistä. Useampi koki palvelun jännittäväksi varmaankin juuri sen uutuuden sekä osittaisen laittomuuden takia. Uber-palvelun kyseenalaisesta laillisuudesta Suomessa on kerrottu enemmän luvussa 4.2 Uber. Samalla kuitenkin useat kyselyn täyttäjät kokivat palvelun turvattomaksi sekä arveluttavaksi. Matkapuhelimensovelluksen kautta kyydin tilaamisesta pidettiin helppona ja hyvänä palveluna. Uberin muuttuva hinnoittelu ruuhka-aikana ärsytti monia, ja silloin taksi koettiin paremmaksi vaihtoehdoksi. Uberin kilpailueduksi voidaan siis lukea sen helppo käyttö matkapuhelinosovelluksen kautta sekä aika ajoin edullisemmat hinnat.

### 3.4 Kulkumuodon valinta

Seuraavassa kysymyssarjassa 10–13 haluttiin selvittää, miten olosuhteiltaan erilaiset tai eripituiset matkat vaikuttavat kuluttajien kulkuneuvon valintaan. Miten haluttavaa on nykyisin yksityisautoilu pääkaupunkiseudulla? Entä miten haluttavaa on julkinen liikenne? Kyselyn täyttäjää ohjeistettiin ottamaan vastauksissaan huomioon kaikki vuodenajat. Kysymyksissä täyttäjän oli valittava yksi valmiiksi asetetuista vaihtoehdoista tai kirjoitettava ”Jokin muu, mikä?” -kenttään oma vastauksensa. ”Uber, taksi tai kimppakyyti” osuus jäi kysymyksissä todella pienelle prosenttiosuudelle, joten kyseisen valinnan osuuksia tarkastellaan vain vähän.

Kysymyksessä 10 haluttiin selvittää, mitä kulkuneuvoa kyselyn täyttäjät käyttivät eniten liikkuessaan keskusta-alueella. Vastausten jakautuma on esitetty kuvassa 5.



Kuva 5. Kulkuvälineen valinta keskusta-alueella

Julkinen liikenne oli keskusta-alueella selvästi suosituin vaihtoehto: 65 % vastaajista ilmoitti sen eniten käyttämäkseen kulkumuodoksi. Julkisen liikenteen valitsijoiden keski-ikä oli sama kuin kaikkien kyselyn täyttäneiden keski-ikä eli 27 vuotta. Suosituinta julkisen liikenne oli 21–24-vuotiaiden ikäluokassa, jopa 71 % valitsi sen eniten käyttämäkseen kulkumuodoksi keskusta-alueella. 18–20-ikäluokassa 69 % valitsi julkisen liikenteen ja 25–29-ikäluokassa sen valitsi 56 %. Yli 30-vuotiaista julkisen liikenteen valitsi enää 54 %.

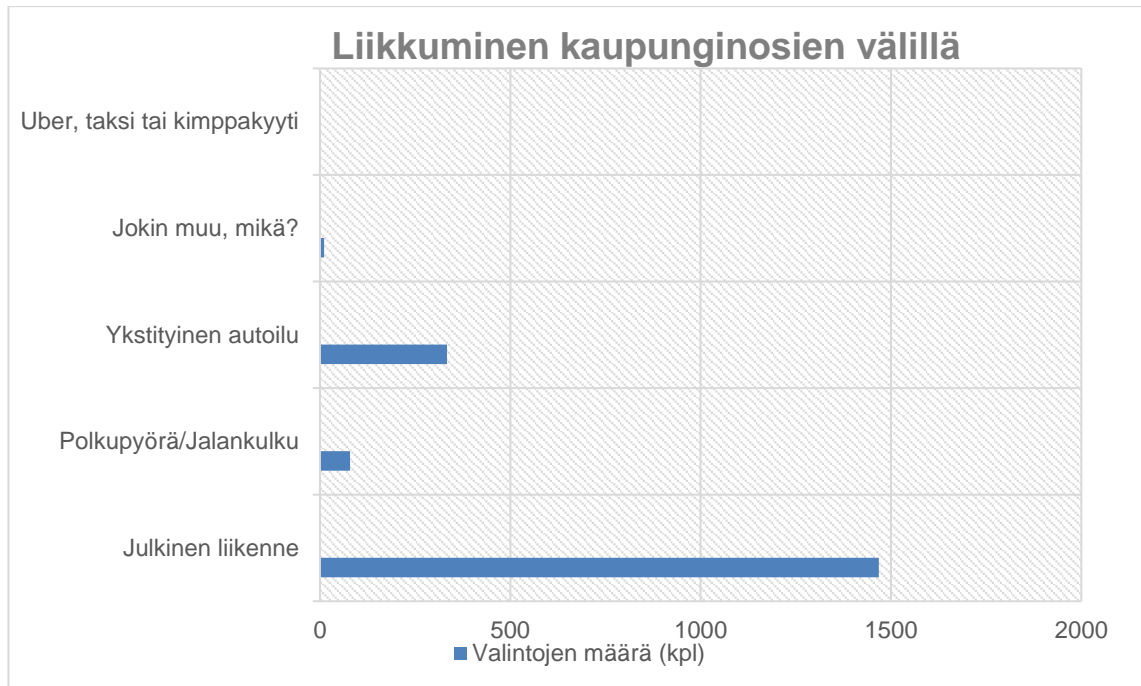
Toiseksi suosituimmaksi vaihtoehdoksi valikoitui polkupyöräily tai jalankulku 25 %:n osuudella. Tämän vaihtoehdon valinneiden keski-ikä oli sama kuin julkisen liikenteen valitsijoilla. Ikäluokkien välisessä vertailussa ei minkään ikäluokan tulos eronnut huomattavasti verrattuna kaikkien tämän vaihtoehdon valinneiden osuuteen (25 %:iin). Tulokset ikäluokasta riippuen vaihtelivat 22–27%:n välillä.

Eniten yksityistä autoilua keskusta-alueella käytti vain 9 % vastaajista. Niiden jotka vastasivat käyttävänsä eniten yksityisautoa keskusta-alueella, keski-ikä oli 32 vuotta, joka oli siis 5 vuotta korkeampi kuin kaikkien vastaajien keski-ikä. 18–20-vuotiaiden ikäluokasta tämän vaihtoehdon valitsi ainoastaan 2 %. 21–24-vuotiaiden ikäluokasta tähän vaihtoehtoon päätyi 5 % ja 25–29-vuotiaiden ikäluokasta 8 %. Yli 30 vuotta täyttäneistä jopa 19 % valitsi yksityisen autoilun. Yksityisautoilun valinneista keskusta-alueella 38 % ei asunut pääkaupunkiseudulla.

Kun tarkastellaan vaihtoehtojen valinneiden keski-ikä, huomataan että nuoremmat kulluttajat kokevat jalan kulkemisen ja polkupyöräilyn vaihtoehdoksi julkisille liikenteelle ja yksityiselle autoilulle keskusta-alueella. Yksityisautoilun valinneiden keski-ikä oli vaihtoehtoista kaikista korkein. Syitä miksi yksityisautoilu valittiin, voivat olla esimerkiksi iän tuoma varallisuus ja se, että asuin kaupungista pääkaupunkiseudulle tullaan yksityisautolla ja sillä halutaan liikkua myös keskusta-alueella. Keskustan ruuhkaisuus sekä parkkipaikkojen puute tekee kuitenkin yksityisautoilusta hankalampaa kuin käyttää julkista liikennettä tai kulkea jalan, ja luultavasti siksi valintojen suosio on näiden kahden vaihtoehdon kohdalla suurinta.

Kysymyksessä 11 haluttiin selvittää, mitä kulkuneuvoa kyselyn täyttäjät käyttivät liikkessaan Helsingissä eri kaupunginosien välillä. Vastausten jakauma on esitetty kuvassa 6.





Kuva 6. Kulkuvälineen valinta kaupunginosien välillä

Eri kaupunginosien välillä tapahtuvassa liikkumisessa julkinen liikenne oli edelleen suosituin vaihtoehto: 77 % kyselyn täyttäjistä ilmoitti käyttävänsä sitä eniten. Tulos oli siis 12 % korkeampi kuin keskusta-alueella liikkuesssa. Keski-ikä julkisen liikenteen valinnan tehneillä oli 27 vuotta. Kaikissa kolmessa ikäluokassa julkisen liikenteen valinta tässä kysymyksessä oli yli 80 %. Nuorimmassa ikäluokassa 18–20 julkisen liikenteen valitsi jopa 87 %. Kokonaistulosta laski kuitenkin yli 30-vuotiaat joista julkisen liikenteen valitsi 66 %.

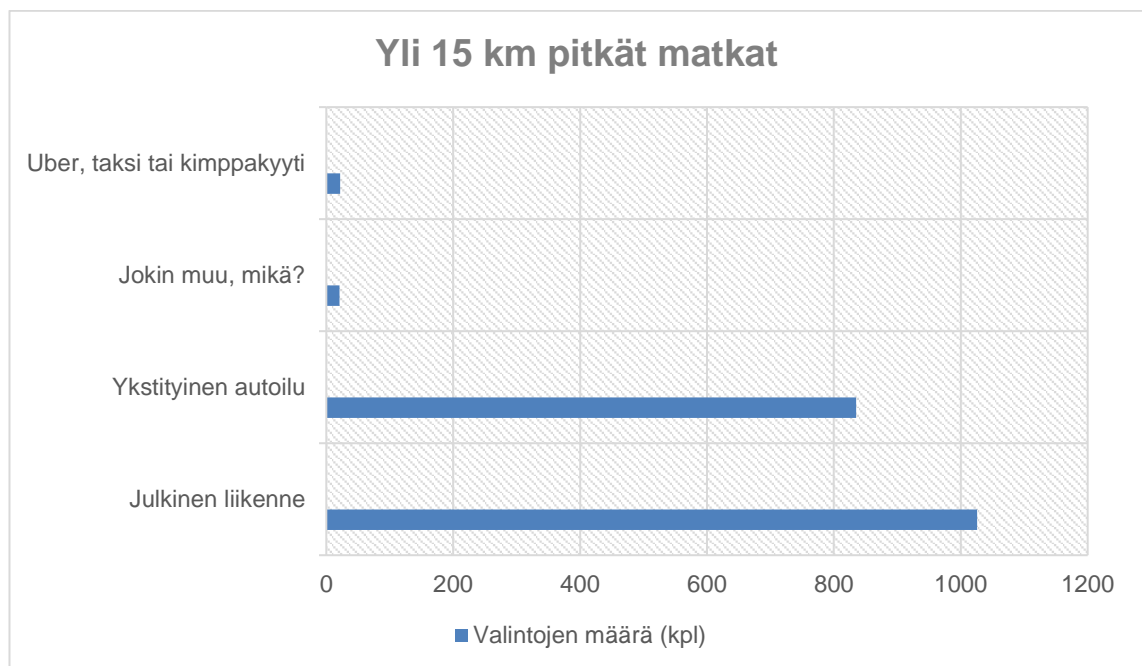
Yksityisen autoilu kasvatti myös suosiotaan; sen suosio kasvoi 18 %:iin. Samalla yksityisen autoilun valinnan tehneiden keski-ikä putosi 30 ikävuoteen. 18–20- ja 21–24-vuotiaiden ikäluokissa nousi molemmissa yksityisauton valinta keskusta-alueella liikkumisesta 9 %. Samoin kävi myös yli 30-vuotiaiden vastaajien valinnoissa. 25–29-ikäluokassa yksityisautoilun valinta nousi 6 %.

Polkupyöräilyn ja jalankulun osuus laski 4 %:iin. Samalla valinnan tehneiden keski-ikä nousi kahdella vuodella 29 vuoteen.

Tulokset vastaavat hypoteesia, jonka mukaan kuluttaja vaihtaa polkupyöräilyn ja jalankulkemisen matkan pidentyessä joko yksityiseen autoiluun tai julkiseen liikenteeseen. Suurimpia valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat luultavasti sää, liikkumisen mielekkyys,

matkanteon helppous ja nopeus. Pidemmällä matkalla ei enää polkupyöräilyä tai jalankulkua enää koettu niin mielekkääksi, joten sen suosio valinnoissa laski.

Kysymyksessä 12 oli tarkoitus selvittää, mitä kulkuneuvoa kyselyn täyttäjät käyttivät eniten matkan pidentyessä yli 15 kilometrin mittaiseksi. Monivalinnan vaihtoehdoista oli tässä kysymyksessä poistettu kohta ”Polkupyörä tai jalankulku”, koska oletin sen valinnan tässä kysymyksessä jäävän pieneksi. Tietenkin vastaajalla oli mahdollisuus kirjoittaa se kohtaan ”Jokin muu, mikä?”. Vastausten jakauma on esitetty kuvassa 7.



Kuva 7. Kulkuvälineen valinta yli 15 km pitkillä matkoilla

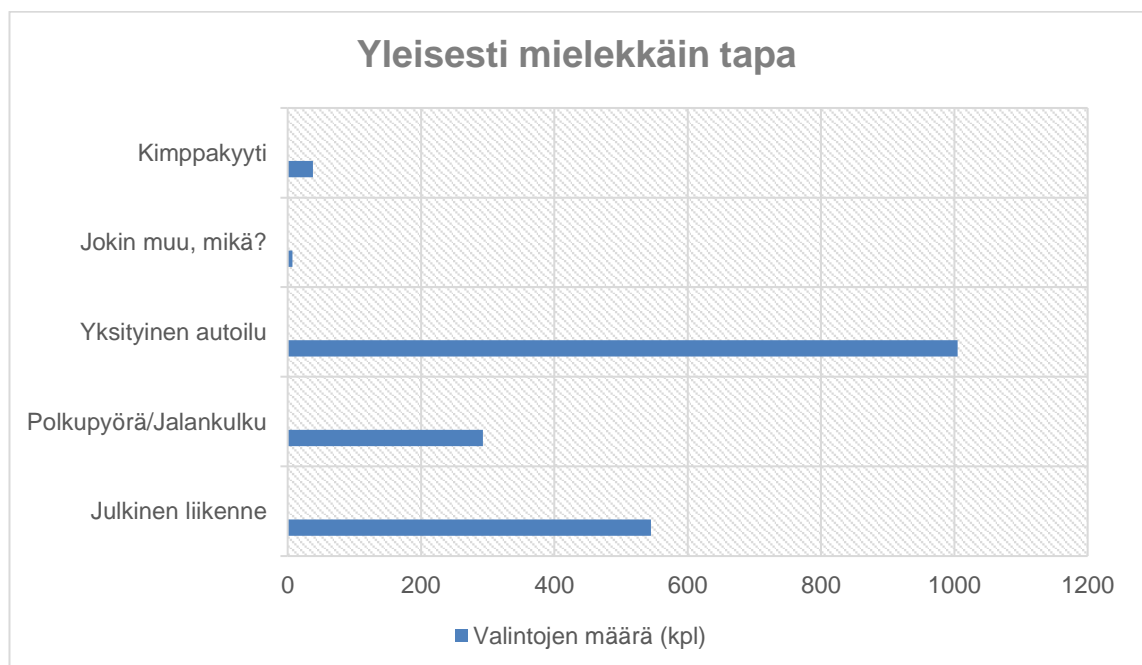
Julkisen liikenteen valitsi 54 % kyselyyn vastaajista. Suosio laski siis kaupunginosien välisestä matkustamisesta noin neljänneksen, mutta silti se oli edelleen suosituin liikkumisentapa. 44 % kyselyyn vastaajista käytti eniten liikkumiseensa yksityistä autoa. Prosenttiosuus siis yli kaksinkertaistui verraten kaupunginosien väliseen liikenteeseen. Uberin, taksipalvelun tai kimppakyydin osuus nousi 2 %:iin.

Ero yksityisen autoilun ja julkisen liikenteen välillä oli vain 10 %, minkä vuoksi on hyvä vertailla, miten kahden suurimman alojen opiskelijat olivat jakautuneet kyseisten vaihtoehtojen välillä. Yksityisen autoilun valinnoista tekniikan alan sekä sosiaali- terveystieteiden osuus oli molemmilla noin 40 %. Nämä alat olivat tietysti myös henkilömääriltään suu-

rimpia opiskelualoista. Jakautumista havainnollistaa paremmin kun tarkastellaan alan sisäistä jakautumista vaihtoehtojen välillä. Esimerkiksi tekniikan alan opiskelijoista 56 % valitsi mieluummin yksityisen auton ja 43 % julkisen liikenteen. Sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijoiden keskinäisessä vertailussa oli tilanne päinvastainen, 39 % valitsi yksityisen autoilun ja 59 % valitsi julkisen liikenteen.

Yli 15 kilometrin matkoilla jakautuminen eri kulkuneuvojen välillä oli tasaisempaa kuin keskusta-alueella ja kaupunginosien välisellä matkustamisella. Tekniikan alalla opiskelevat valitsivat tällöin mieluummin yksityisen auton kuin julkisen liikenteen. Sosiaali- ja terveystieteillä tilanne oli päinvastainen. Kokonaiskuvassa yhä useampi oli kuitenkin valmis valitsemaan autoilun julkisen liikenteen sijaan, ja tämä oli luultavasti seurausta matkan pituuden kasvamisesta. Kuluttavan valintaan vaikuttavat tekijät ovat kuitenkin varmasti samoja kuin kaupunginosien välisessä liikenteessä.

Kysymyksessä 13 haluttiin selvittää, mikä oli kyselyyn vastaajalle yleisesti mielekkäin tapa liikkua paikasta a paikkaan b. Tässä kysymyksessä vaihtoehtoista karsittiin taksi tai Uber, koska sen oletettiin väärin tulosta. Tietenkin vastaajalla oli mahdollisuus kirjoittaa se kohtaan ”Jokin muu, mikä?”. Kaikkien vastaajien jakautuminen vaihtoehtojen välillä on kuvattu kuvassa 8.



Kuva 8. Mielekkäin tapa liikkua

Yksityisen autoilun kannatus oli tässä kysymyksessä korkeimmillaan verraten kysymyssarjan muihin kohtiin. 53 % vastaajista koki yksityisen autoilun kaikista mielekkäimmäksi liikkumistavaksi. Suosituinta yksityinen autoilu oli liiketalouden ja tekniikan alan opiskelijoiden keskuudessa. Molemmilla aloilla hieman yli 60 % alalla opiskelevista valitsi yksityisen autoilun mielekkäimmäksi tavaksi. Sosiaali- ja terveysalla opiskelevista henkilöistä puolet valitsi yksityisen autoilun mielekkäimmäksi tavaksi liikkua. Alhaisimmillaan yksityisen autoilun kannatus oli kulttuurialalla, jossa 34 % valitsi sen kaikista mielekkäimmäksi tavaksi.

Päinvastoin kuin yksityinen autoilu oli julkisen liikenteen kannatus kaikista pienimmillään verraten kysymyssarjan edellisiin kohtiin. Julkisen liikenteen kannatus oli vain 29 %. Opiskelu alojen sisäisessä vertailussa vahvimmillaan julkinen liikenne oli kulttuurialalla. Kulttuuri alan opiskelijoista 40 % valitsi julkisen liikenteen mielekkäimmäksi tavaksi. Sosiaali- ja terveysalalla mielekkäimmäksi julkisen liikenteen valitsi 29 % ja liiketalouden alalla 27 % opiskelijoista. Alhaisimmillaan julkisen liikenteen kannatus yleisesti mielekkäimmäksi kulkuneuvoksi oli tekniikan alalla, jossa sen mielekkäimmäksi valitsi 29 % vastaajista. Jalankulun tai pyöräilyn valitsi 16 % kaikista vastaajista, prosenttiosuus oli kysymyssarjan toiseksi korkein verraten kysymyssarjan edellisiin kohtiin.

Tämän kysymyksen perusteella voidaan kyseenalaistaa julkisen yleinen houkuttelevuus. Yksityisen autoilun vahva mielekkyys on tietenkin hyvä asia auto-alan jälkimarkkinoinnin kannalta. Kysymyssarjan 10–13 perusteella nähdään kuitenkin, että julkisella ja yksityisellä autoilulla on molemmilla eri osa-alueilla omat vahvuutensa.

Suuresti liikkumisen helppoutteen eri alueilla vaikuttaa kaupungin liikenneinfrastruktuuri, jota muuttamalla voidaan suosia esimerkiksi jalankulkijoita ja pyöräilijöitä. Helsingin uusi yleiskaavoitus hyväksyttiin kaupunginvaltuustossa 26.10.2016. Kaavoituksen perustana on muokata Helsingin kantakaupungin alueelle toimiva raideliikenneverkosto sekä painottaa yhä enemmän jalankulkua ja polkupyöräilyä. [5] Tulevaisuudessa onkin mielenkiintoista seurata, kuinka tämä vaikuttaa autojen määrään pääkaupunkiseudulla. Todennäköisesti se tulee vähentämään autoja kantakaupungin alueella mutta entä sen ulkopuolella?

### 3.5 Auton omistaminen

Kysymyksen 14 tarkoituksena oli selvittää, kuinka moni kyselyyn vastaajista omisti auton tai oli auton haltija tällä hetkellä. Kysymyksestä saadulla prosenttiosuudella oli myös merkitystä seuraavien kysymysten ja niistä tehtävien päätelmien teossa. Kyselyyn vastanneista melkein 40 % omisti auton tai oli sen haltijana. Luku oli suhteellisen korkea kun otetaan huomioon, että kyselyyn vastaajat olivat kaikki opiskelijoita. Niistä 40 %:sta, jotka ilmoittivat omistavansa auton 57 % oli iältään alle 30-vuotiaita. Auton omistajista 62 % oli sukupuoleltaan miehiä ja 38 % naisia.

Kun oli selvitetty, mikä oli vastaajien mielekkäin tapa liikkua, haluttiin kysymyksessä 15 saada selville, halusivatko vastaajat omistaa tulevaisuudessa auton. Auton omistamista tulevaisuudessa on verrattu musiikkipalvelu Spotifyhin. Spotify on musiikin suoratoistopalvelu, jonka kautta musiikkia on mahdollista kuunnella ilman, että sitä omistaa. Tulevaisuudessa autoa halutaan kyllä käyttää mutta ei välttämättä omistaa.

Kyselyyn vastanneista kuitenkin 75 % vastasi, että he haluaisivat tulevaisuudessa oman auton. Ne 25 %, jotka eivät halunneet omistaa tulevaisuudessa autoa, jakautuivat opiskelu alojen sisällä seuraavanlaisesti: kulttuurialalla opiskelevista 38 %, sosiaali- ja terveysalalla opiskelevista 29 %, tekniikan opiskelijoista 18 % ja liiketalouden opiskelijoista 18 % eivät halunneet omistaa autoa tulevaisuudessa. Niiden jotka eivät halunneet omistaa autoa tulevaisuudessa, keski-ikä oli 34 vuotta. Kuitenkin 65 % heistä oli iältään alle 30 vuotiaita.

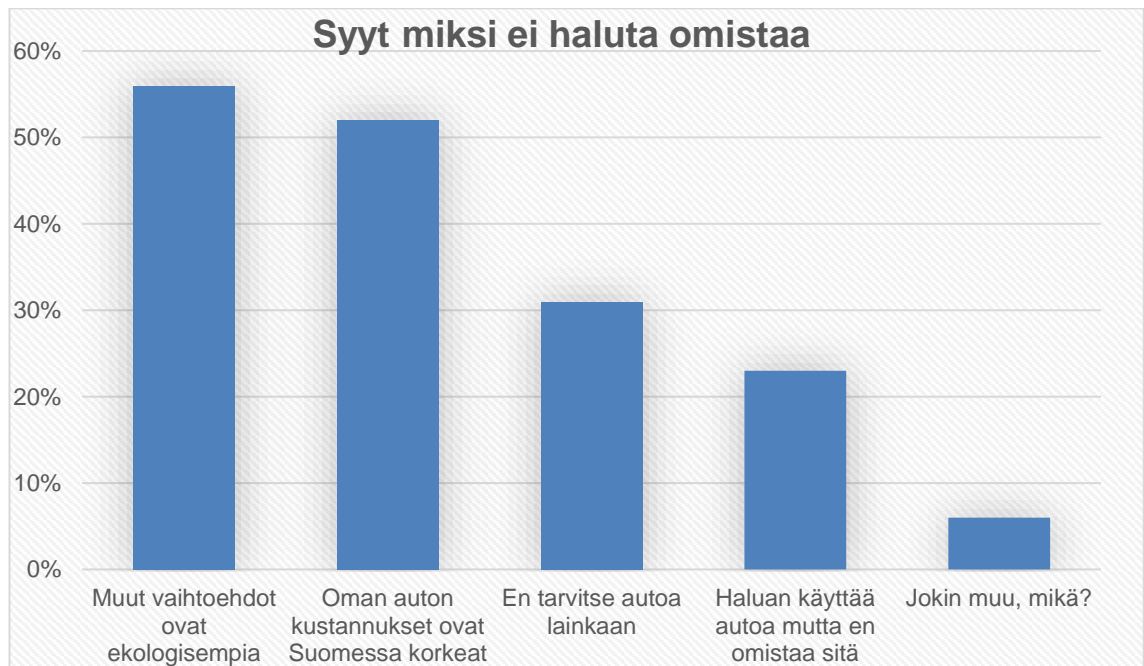
Auton omistamisen halun suureen prosenttiin isoimpana syynä voidaan pitää muiden palvelujen tarjontaa ja niiden näkymättömyyttä tällä hetkellä Suomessa. Luultavasti usea kuluttaja ei välttämättä tiedä uusista palveluista kuten yhteiskäyttöautoista sekä pilottivaiheessa olevasta MaaSista. Lisäksi useat kuluttajat eivät varmaankaan ole tietoisia yritysten tarjoamista uusista edullisista autonvuokrauspalveluista. Yksi näistä on Vehon tarjoama autonvuokrauspalvelu nimeltä VaaS (Veho as a service). Palvelu on ostettavissa yritykselle, yksityiselle ja vaikka kaveriporukalle yhteiskäyttöautoksi. [6]

Palvelujen näkymättömyydestä johtuen kuluttaja näkee mahdollisuutena valita joko julkisen liikenteen tai yksityisen autoilun. Lisäksi lapsuudessa opittu ja hyväksi koettu liikumistapa on varmasti monelle se mieleisin. Tulevaisuudessa omistamisen halu tulee

kuitenkin todennäköisesti pienenemään, kun esimerkiksi yhteiskäyttöautopalvelut kehittyvät ja yleistyvät.

Kaikille kuluttajille ei kuitenkaan yhteiskäyttöautot tai MaaS sovi. 75 %:ssa on valtavasti potentiaalia, ja autoalan jälkimarkkinoinnin tulisi hyödyntää tästä niin montaa prosenttia kuin mahdollista, kuitenkin palvelun laadusta tinkimättä.

Kysymyksessä 16 haluttiin selvittää, mitkä ovat niitä syitä miksi omaa autoa ei haluta omistaa. Kysymys esitettiin niille 25 %:lle, jotka olivat vastanneet kielteisesti kysymykseen 15. Vastajilla oli mahdollisuus valita valmiiksi annetuista vaihtoehdoista useampi syy ja kertoa myös avoimeen kenttään ”Jokin muu syy, mikä?”. Kuvassa 9 on kuvattu kysymyksen 16 prosentuaalinen jakautuminen eri vaihtoehtojen välillä.



Kuva 9. Syyt, miksi ei haluta omistaa omaa autoa

56 % kysymykseen vastaajista oli sitä mieltä, että muut vaihtoehdot ovat ekologisempia ja eivät sen vuoksi halunneet ainakaan omistaa autoa. Tämän vaihtoehdon valinneiden keski-ikä oli 26 vuotta. Valinneista 6 % kuului 18–20-vuotiaiden ikäluokkaan, 37 % 21–24 vuotiaiden-ikäluokkaan, 32 % 25–29 vuotiaiden-ikäluokkaan. Yli 30 vuotiaiden osuus oli 25 %. Kulttuurialan opiskelijoista joka viides oli valinnut tämän vaihtoehdon. Sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijoista tämän valinnan oli tehnyt 17 %. Liiketalouden- ja tekniikan

alan opiskelijoista valinnan teki molemmissa noin 10 %. Valinnan tehneistä 75 % asui Helsingissä ja 92 % pääkaupunkiseudulla.

52 % piti autoilun kustannuksia liian korkeina. Kulttuurialalla opiskelevista 19 % piti autoilun kustannuksia Suomessa korkeina valiten sen yhdeksi syyksi, miksi ei tulevaisuudessa autoa halua omistaa. Sosiaali- ja terveystieteiden alalla opiskelevista valinnan teki 14 % opiskelijoista, tekniikan alalla opiskelevista valinnan teki 11 % opiskelijoista ja liiketalouden opiskelijoista 9 % oli sitä mieltä, että autoilun kustannukset ovat Suomessa korkeat. Valinnan tehneistä 18–20-ikäluokan osuus oli 3 %, 21–24-ikäluokan osuus oli 30 %, ja 25–29-ikäluokan osuus oli 32 %. Yli 30-vuotiaiden osuus oli 35 %, minkä vuoksi tämän vaihtoehdon valinneiden keski-ikä nousi 38 vuoteen.

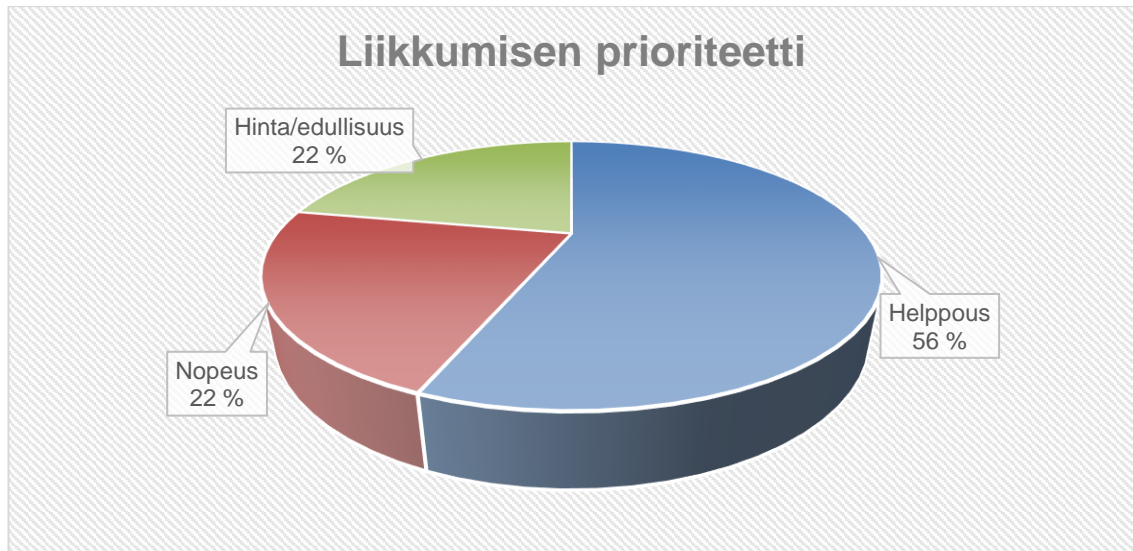
31 % ilmoitti, että ei tarvitse autoa lainkaan. Niistä vastaajista, jotka valitsivat yhdeksi vaihtoehtokseen, etteivät tarvitse autoa lainkaan, asui 79 % Helsingissä ja 98 % pääkaupunkiseudulla. 23 % halusi kyllä käyttää autoa mutta ei omistaa sitä. 6 % kertoi jonkin muun syyn.

6 % vastaajista vastasivat avoimeen kenttään jonkin muun syyn. Yleisimmät syyt olivat – pelkotilat tai sairaus estää autolla ajamisen, auton vähäinen tarve tai kaupunkitilan huomioiminen.

Ne 23 %:a jotka vastasivat, että he eivät halua omistaa autoa mutta haluavat kuitenkin käyttää sitä voidaan pitää potentiaalisina yhteiskäyttöautojen asiakkaina. Myös ne, jotka vastasivat muiden vaihtoehtojen olevan ekologisempia, voivat olla avoimia yhteiskäyttöautolle. Yhteiskäyttöauto vähentää yhden ihmisen hiilijalanjälkeä ja on sen vuoksi ekologisempi verrattuna yksityiseen omistukseen. Suosituin vaihtoehto kysymyksessä oli ”Muut vaihtoehdot ovat ekologisempia”. Erityisesti nuoret kuluttajat painottavat ekologisuuden merkitystä, ja sen vuoksi he eivät halua tulevaisuudessa omistaa autoa. Tulos ei ole yllätyksellinen, mikäli otetaan huomioon, että 92 % kohdan valinneista asui pääkaupunkiseudulla. Kysymyksistä 10–12 saadun datan mukaan käytettiin kaikissa matkoissa eniten julkista liikennettä, jolloin yksityiselle omistautolle ei välttämättä ole tarvetta.

### 3.6 Liikkumisen prioriteetti ja älypuhelin

Kysymyksessä 17 haluttiin selvittää, minkä seuraavista vaihtoehdoista kyselyn täyttäjät koki kaikista tärkeimmäksi liikkuessa. Prosentuaalinen jakauma on esitetty kuvassa 10.



Kuva 10. Liikkumisen prioriteetti

Yli puolelle vastanneista helppous oli liikkumisen tärkein kriteeri. Tarkastellessa eri opiskelualojen vastausten jakautumista alojen sisällä on 55–57% opiskelijoista valinnut helppouden liikkumisen tärkeimmäksi kriteeriksi. Ainoana poikkeuksena on kulttuuriala jonka opiskelijoista 46 % piti helppoutta tärkeimpänä liikkumisen kriteerinä.

Nopeus oli tärkeintä 22 %:lle vastaajista samoin kuin liikkumisen edullisuus. Nopeuden ja hinnan valintojen opiskelualojen sisällä oli tietenkin päinvastainen kuin helppouden kohdalla. Näiden valintojen tehneiden vastaajien kriteereissä kulttuurialan sisällä kannatus oli tietenkin hieman korkeampaa nopeudessa ja helppoudessa.

Kokonaisuudessaan tulokset olivat varsin tasaiset ja osoittavat sen, että opiskelualan valinnalla ei ole merkitystä tulosten kannalta. Kun tämän kysymyksen tulosta verrataan kysymyksistä 10–13 saatuun dataan, voidaan vetää johtopäätöksiä, millaiset matkat ovat helpompia yksityisellä autolla ja mitkä taas julkisella kulkuneuvolla. Liikkumisen helppoutta voidaan sen suosion perusteella pitää kilpailuvalttina.



Palveluntarjoajan on kuitenkin otettava huomioon, että vaihtoehdot eivät kuitenkaan ole täysin mustavalkoisia ja niihin vaikuttavat monet eri tekijät. Esimerkiksi toisen kuluttajan helpoksi kokema palvelu ei ole sellainen välttämättä toiselle kuluttajalle. Samasta palvelusta joku voi kokea sen helppouden perusteella edulliseksi, toinen kuluttaja saattaa huomioida vain hinnan ja kokea palvelun kalliiksi. Autoalan jälkimarkkinointi voisi tulevaisuudessa keskittyä liikkumisen vaivattomuuden markkinointiin keskittyen niihin alueisiin, missä kyseinen liikkumismuoto on todettu parhaaksi. Sama koskee tietenkin myös julkista liikennettä.

Liikkumisen helppoutteen ja nopeuteen vaikuttaa suurimpana tekijänä kaupungin kaavoitus. Todennäköisesti kaavoituksesta tehdään tulevaisuudessa enemmän julkista liikennettä suosiva. [5] Poliittiset päätökset ja verot vaikuttavat myös suuresti palveluiden hintoihin ja sitä, kuinka edullisesti palveluja on kannattavaa tarjota.

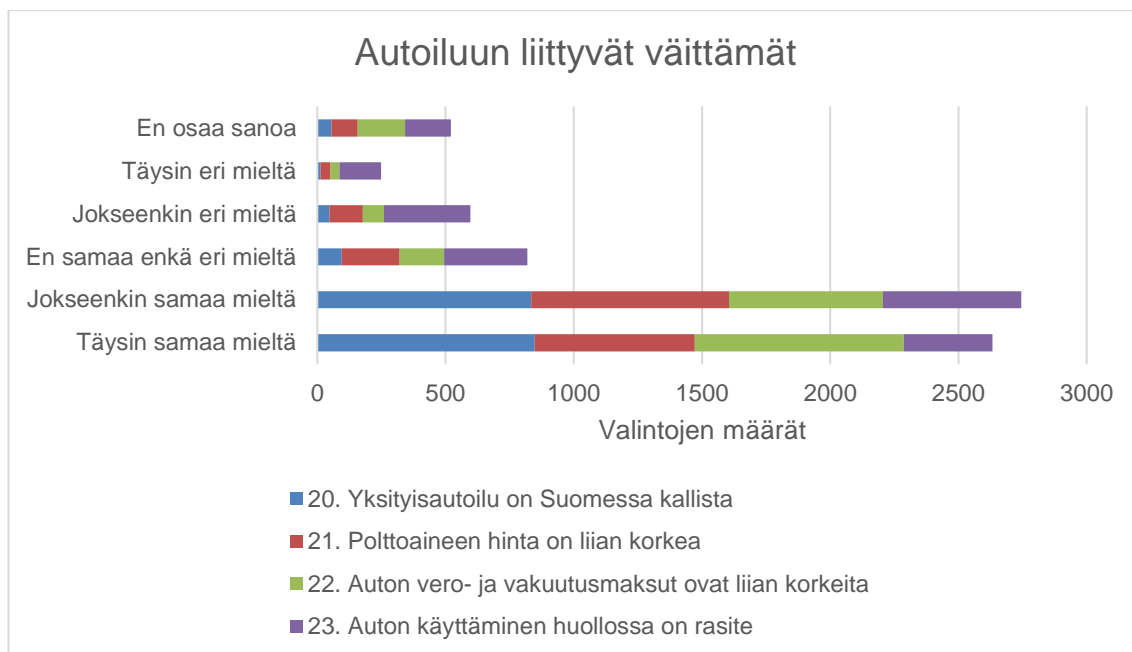
Kysymyksessä 19 tiedusteltiin, käyttivätkö kyselyyn vastaajat älypuhelimia liikkumisen helpottamiseen. 97 % vastaajista kertoi hyödyntävänsä älypuhelimien jotain sovellusta liikkueessaan. Niiden vastaajien jotka eivät käyttäneet liikkueessaan älypuhelimien sovellusta keski-ikä oli 32 vuotta.

Älypuhelimet ovat nykyään osa melkein jokaisen arkea. Autoalan jälkimarkkinoinnin tulisi panostaa entistä enemmän digitalisaatioon ja siirtää palveluitaan verkkoon. Palveluiden tulisi olla selkeitä ja helppoja käyttää älypuhelimella.

Ajan varaaminen onnistuu jo nyt älypuhelimien avulla. Uusia tarjottavia palveluita voisivat kuitenkin esimerkiksi olla auton huollon reaaliaikainen seuranta jonkinlaisen puhelimeen ladattavan sovelluksen kautta. Saman sovelluksen kautta olisi myös mahdollista hyväksyä korjaamon esittämät korjausehdotukset ja mahdollisesti maksaa huolto ja korjaukset. Sovellus voisi myös esittää korjauksia ja huoltoja animaatioiden avulla sekä perustella niiden tarpeellisuuden.

### 3.7 Autoilun kustannukset ja velvoitteet

Seuraavalla kysymyssarjalla 20–23 oli tarkoitus selvittää, kuinka vastaajat kokivat yksityisautoiluun liittyvät kustannukset sekä velvoitteet. Kysymykset esitettiin väittäminä, ja vastaajan oli valittava yksi tapa, miten he kokivat väittämän. Autoiluun liittyvien mielipiteiden jakautuminen on esitetty kuvassa 11.



Kuva 11. Yksityiseen autoiluun liittyvät kustannukset sekä velvoitteet

89 % vastaajista oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä, että yksityisautoilu on Suomessa kallista. 73 % vastaajista olivat samaa tai jokseenkin samaa mieltä, että polttoaineen hinta suomessa on liian korkea. Polttoaineen hinta on Suomessa myös kansainvälisellä mitattavalla tasolla korkea. [7] Suurin osa polttoaineen hinnasta Suomessa muodostuu erilaisista veroista. Esimerkiksi vuonna 2015 95-oktaanisen bensiinin hinnasta 68 % muodostui veroista. [8] Auton vero- ja vakuutusmaksujen kohdalle ei tulos muuttunut paljoakaan 74 % oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä. Väittämissä 20–22 täysin erimieltä ja jokseenkin eri mieltä valinneet olivat siis vähemmistö.

Auton käyttäminen huollossa on rasite väittämän vastaukset saivat aikaan vaihtoehtojen kesken isompaa hajontaa. 47 % vastaajista oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä. 26 % oli jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä.

Sosiaali- ja terveysalalla 46 % opiskelevista henkilöistä oli tästä väittämässä täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä. 89 % näin valinneista opiskelijoista oli naisia ja 11 % miehiä. Pitää kuitenkin muistaa, että kyselyyn vastanneista sosiaali- ja terveysalan opiskelijoista vain 9 % oli miehiä.

Tekniikan alalla 45 % opiskelevista oli tästä väittämässä täysin samaa meiltä tai jokseenkin samaa mieltä. 59 % heistä oli sukupuoleltaan miehiä ja 41 % naisia. Tekniikan ala

oli kyselyssä miesvaltainen päinvastoin kun sosiaali- ja terveysala. Kyselyyn vastanneista tekniikan alan opiskelijoista 63 % oli miehiä ja 37 % naisia.

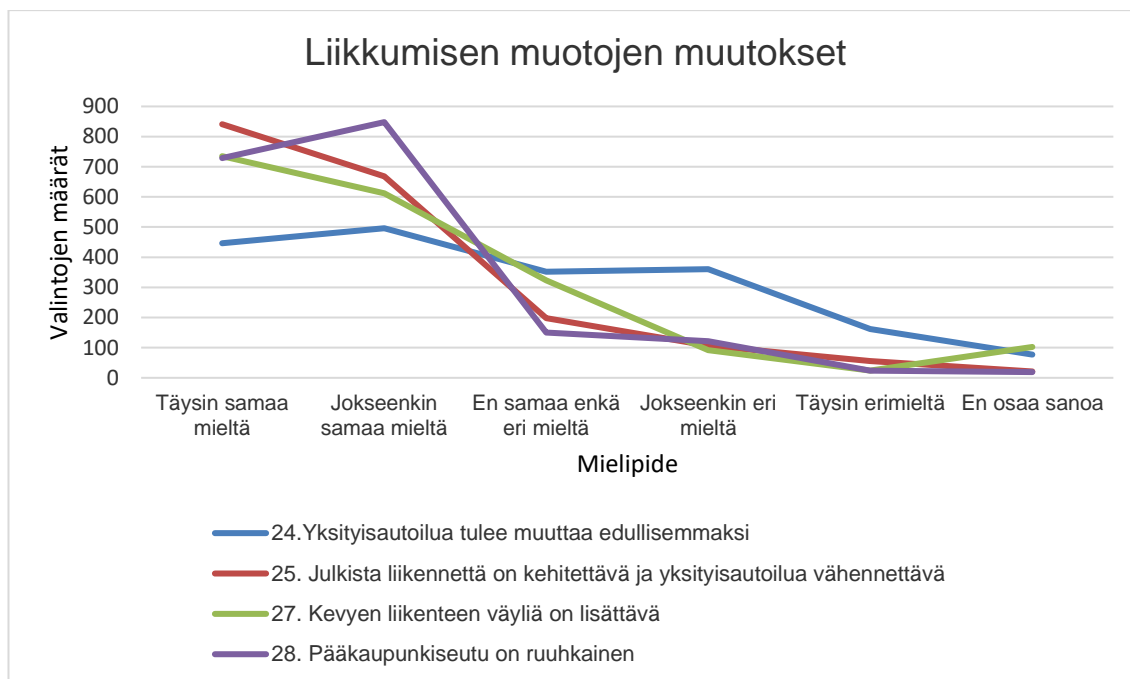
Liiketalouden ja kulttuurin aloilla täysin tai jokseenkin sama mieltä olivat 56 % ja 46 % aloilla opiskelevista. Molemmilla aloilla oli kuitenkin identtinen sukupuolijakauma väittämässä. Molempien alojen täysin tai jokseenkin samaa mieltä valitsijoista oli 74 % naisia ja 26 % miehiä. Molemmat opiskelualat ovat myöskin naisvaltaisia, liiketalouden opiskelijoista 73 % oli naisia ja kulttuuri alalla 75 %.

Näiden opiskelualojen sisäisten tarkastelujen perusteella ei voida sanoa, että auton huollossa käyttäminen koettaisiin rasitteeksi vain ainoastaan naisten kesken. Tuloksien dominoiva prosenttiosuus vaihtelee riippuen siitä, onko kyseessä mies- tai naisvaltainen ala. Kaikista kyselyyn vastanneista miehistä 47 % oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä, että auton käyttäminen huollossa on rasite. Kyselyyn vastanneilla naisilla prosenttiosuus oli täysin sama.

Kysymyssarjan 20–23 vastauksista nähdään suoraan, että kuluttajat eivät ole tyytyväisiä autoiluun kohdistuviin kustannuksiin tai velvollisuuksiin. Muistettava on kuitenkin, että 75 % vastaajista halusi tulevaisuudessa omistaa oman auton ja 53 % piti yleisesti mielekkäimpänä kulkuneuvona henkilöautoa. Vastaukset voivat olla väittämässä myös osittain yleiskäsityksiä ja mielikuvia siitä, mitä autoon kohdistuvat kustannukset ovat. 60 % kyselyyn vastanneista ei omistanut tällä hetkellä autoa, joten heillä ei ole välttämättä suoraa tietoa kustannuksista ja niiden suuruudesta. Lisäksi on huomioitava kohderyhmä, jolle kysely tehtiin. Opiskelijat eivät ole tuloasteeltaan korkealla, joten useat palvelut voidaan kokea kalliiksi. Autohuollon tulisi panostaa erityisesti niihin kuluttajiin, jotka kokevat huollon olevan rasite. Huolenpitosopimukset sekä erilaiset leasingsopimukset tulevat varmasti tulevaisuudessa kasvattamaan suosiotaan. Ne itsessään tekevät huollossa asioimisesta mutkattomampaa ja vaivattomampaa.

### 3.8 Liikkumisen muotojen kehittäminen

Seuraavalla kysymyssarjalla (24–25 ja 27–28) oli tarkoitus selvittää, miten kyselyn vastaajat kokivat pääkaupunginseudun liikenteen nykytilan ja mitä liikkumismuotoja tulisi tulevaisuudessa suosia. Mielipiteiden jakautuminen on esitetty kuvassa 12.



Kuva 12. Liikkumisen muotojen kehitys

Yksityistä autoilun edullisemmaksi muuttamisesta kyselyyn vastaajista 49 % oli täysin- tai jokseenkin samaa mieltä. Prosenttiosuus on mielenkiintoinen, kun sitä vertaa niihin 89 %:iin, jotka olivat yksityisautoilun kalleudesta Suomessa täysin tai jokseenkin samaa mieltä. 40 % kyselyyn vastaajista siis piti autoa ja sen kustannuksia Suomessa korkeina mutta ei välttämättä muuttaisi niitä edullisemmaksi. Yksityisautoilua halusi muuttaa edullisemmaksi etenkin ne kyselyyn vastaajat, jotka asuivat pääkaupunkiseudun ulkopuolella. 58 % pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä, että yksityisautoilua tulisi muuttaa edullisemmaksi. 39 % vastaajista, jotka valitsivat täysin tai jokseenkin samaa mieltä tässä väittämässä, kuuluivat 21–24-vuotiaiden ikäluokkaan. 25–29-vuotiaiden ikäluokan kuuluvien osuus oli 23 % ja 18–20-vuotiaiden osuus vain 9 %. Eniten yksityisautoilua haluttiin muuttaa edullisemmaksi sosiaali- ja terveysalalla ja tekniikan alalla.

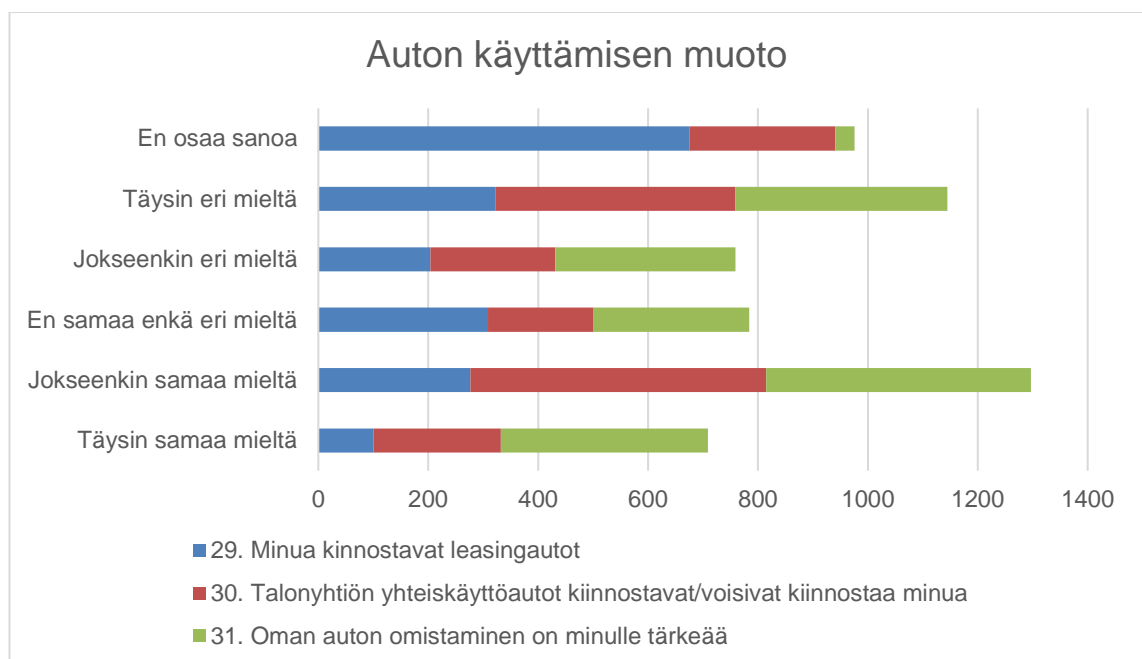
80 % kyselyyn vastanneista oli täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä julkisen liikenteen kehittämisestä ja yksityisautoilun vähentämisestä. Tulos on yllättävä, kun sitä verrataan siihen, että 40 % vastaajista omisti tai oli auton haltija tällä hetkellä. Lisäksi 75 % kyselyyn vastaajista halusi omistaa tulevaisuudessa oman auton. Myös 53 % kyselyn vastaajista oli valinnut yleisesti mielekkäimmäksi liikummimuodokseen yksityisen auton.

Keveyen liikenteen väylien lisäämisestä täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä oli 71 % kyselyyn vastanneista. Pääkaupunkiseudun ruuhkaisuudesta samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä oli 83 %.

Kysymyssarjan perusteella voidaan sanoa vastaajien kokevan pääkaupunkiseudun ruuhkaiseksi. Liikennettä halutaan kehittää enemmän julkista liikennettä ja kevyttä liikennettä painottavaksi. Huomioon on kuitenkin otettava, että edellinen kysymyssarja 20–23 on voinut myös vaikuttaa julkisen liikenteen suosioon tässä kysymyssarjassa. Edellisen kysymyssarjan perusteella kyselyn täyttäjät ovat voineet kokea yksityisautoilun hankalaksi ja kalliiksi.

### 3.9 Autoilun muoto

Viimeisellä kysymyssarjalla 29–31 haluttiin selvittää leasingautoilun ja yhteiskäyttöautojen suosiota. Samalla haluttiin selvittää, koettiin oman auton omistaminen tärkeäksi. Mielenpiteiden jakautuminen väittämässä on esitetty kuvassa 13.



Kuva 13. Auton käyttämisen muoto

Minua kiinnostavat leasingautot-väittämässä, 20 % kyselyyn vastanneista valitsi vaihtoehdon täysin tai jokseenkin samaa mieltä. Jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä vastasi 28 % kyselyyn vastanneista. 52 % kyselyyn vastanneista ei osannut ottaa väittämään kantaa.

Talonyhtiön yhteiskäyttöautot kiinnostavat tai voisivat kiinnostaa minua, väittämään vastasi kyselyn täyttäjistä 41 % oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä. Valinnan täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä osuus oli 33 %. Tarkasteltaessa opiskeluaajojen sisäistä mielipiteiden jakautumisia huomataan, että suosituinta yhteiskäyttöautoilu on kulttuurialalla jossa 53 % opiskelijoista oli täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä. Vähiten yhteiskäyttöautoilu kiinnosti tekniikan alalla opiskelevia henkilöitä. Eniten yhteiskäyttöautoilu kiinnosti alle 30-vuotiaita henkilöitä. Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä valinneista 18–20-ikäluokan osuus oli 6 %, 21–24-ikäluokan osuus 37 % ja 25–29-ikäluokan osuus 27 %.

Oman auton omistaminen on minulle tärkeää-väittämässä täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä oli 45 % kyselyn vastaajista. Täysin eri mieltä vastasi 20 % vastaajista. Näistä 20 %:sta 93 % asui pääkaupunkiseudulla. Kulttuurialan opiskelijoista 30 % oli väittämässä täysin eri mieltä, ja sosiaali- ja terveysalalla täysin eri mieltä olevien osuus oli 25 %. Tekniikan ja liiketalouden aloilla täysin eri mieltä olevien osuus oli hieman pienempää, prosenttiosuudet olivat 13 % ja 15 %.

Tulosten perusteella voidaan sanoa, että yhteiskäyttöautot ovat vaihtoehto oman auton omistamiselle. Yhteiskäyttöautot kiinnostavat varsinkin nuoria kuluttajia. Leasingautojen kiinnostavuuden tulokset vääristyivät, koska moni ei luutuvasti tiennyt mitä leasingautolla tarkoitetaan eikä sitä ollut kyselyssä tarkemmin selitetty. Tästä voidaan kuitenkin päätellä, että kovin monet eivät ole tietoisia autoleasingista, joten leasingautoilua tulisi markkinoida enemmän.

### 3.10 Kuluttajien toivomat palvelut ja lisäarvon tuotto

Seuraavassa kysymyksessä 32 pyrittiin selvittämään, mitä uusia palveluita autohuollolta toivotaan. Kysymys oli tyypiltään avoin, ja vastaajia pyydettiin kirjoittamaan vastauksensa avoimeen kenttään.

18–20-vuotiaat toivoivat vinkkejä ja opastusta auton peruskunnossapitoon, esimerkiksi siihen kuinka usein rengaspaineita tulisi tarkistaa ja millaisella toimenpiteillä asiakas itse pystyisi edesauttamaan auton kunnossa pysymistä. Autohuollon toivottiin ottavan yhteyttä asiakkaaseen esimerkiksi silloin, kun auton määräaikaishuolto on ajankohtainen. Huollon aikana toivottiin myös jonkinlaista tekemistä. Huoltoa ja sen etenemistä haluttiin seurata digitaalisesti esimerkiksi jonkin sovelluksen kautta. Vastaajat toivoivat myös ”läpinäkyvää” hinnoittelua sekä tasavertaista kohtelua. Yleisesti huolloilta toivottiin helpoutta, nopeutta ja edullisuutta. Pieni osa vastaajista kertoi myös, ettei tarvitse huolto- palveluita, koska huoltavat autonsa itse. Näin vastanneet olivat yleisesti teknisellä alalla opiskelevia miehiä.

21–24-vuotiaiden vastaukset olivat osittain samoja, mutta uusista parannusehdotuksista huomion arvoisia olivat mm. mobiilisovellus, jonka kautta tapahtuisi huollonajanvaraus, huollon seuranta ja maksu. Toiveena oli myös huoltoliikkeiden aukioloaikojen laajentamista, jotta vuorotyöläisenkin olisi helpompi käyttää autoaan huollossa. Autonnoutopalvelua ja palautuspalvelua toivottiin joko kotiin tai työpaikalle. Autohuollossa toivottiin myös käytettävän helposti ymmärrettävää kieltä eikä ns. autoalansanastoa. Autohuollon toivottiin tarjoavan myös vakuutuspalveluita sekä katsastamista. Kaikki autoiluun liittyvät palvelut haluttiin niputtaa yhdeksi helposti käytettäväksi palveluksi. Usea vastasi myös, että he eivät itse käytä palveluita vaan auton huoltamisen tai huollossa käyttäminen hoitaa joku henkilö lähipiiristä. Asiakaspalvelun merkitys korostui monessa vastauksessa, ja useimmat halusivat entistä personoidumpaa palvelua. Jotkut naishenkilöt olivat kokeneet sovinnismia autohuollossa ja halusivat karsia sen.

25–29-vuotiaiden vastaukset eivät eronneet paljoa kahden nuoremman ikäryhmän vastauksia. Uudet ehdotukset olivat kuitenkin seuraavanlaisia:

- Erikoistyökaluja ja testereitä vuokrattavaksi korjaamoilta
- Kuukausittain maksettava huoltosopimus, joka kattaisi autonhuollot sekä korjaukset
- Kanta-asiakas tarjouksia kuten esimerkiksi ruokaketjuissa ”joka kymmenes kerta on ilmainen.” Kanta-asiakkaille kaivattiin myös erilaisia tarjouksia sekä etuja

- Huoltosuunnitelma lähivuosille, jonka mukaan voisi suunnitella budjettejaan tarkemmin
- Naisille haluttiin myös täysin omia huoltopalveluita, minkä lisäksi korjaamolle toivottiin naistenlehtiä.

Jotkut naishenkilöistä kokivat, että heidän tietouttaan ja ymmärrystään huoltoasioista aliarvioitiin ja näkivät tässä varaa kehittämislle. Huollossa koettiin myös tärkeäksi kerralla kuntoon -periaate.

Yli 30-vuotiaat toivoivat autohuollolta suurimmaksi osaksi samoja palveluita kuin nuoremmat ikäluokat. Vastauksissa kuitenkin korostuivat kiinteät huolenpitosopimukset, jotka kattavat kaikki huoltopalvelut. Huoltoleasingyhtiöt kiinnostivat myös huomattavasti useampaa kuin nuoremmissa ikäluokissa. Uudeksi palveluksi usea naishenkilö halusi autonhuollon järjestämän pikakurssin liittyen esimerkiksi renkaanvaihtoon ja auton kunnossapitoon. Vastaajat toivoivat kotipalveluita sellaisissa tapauksissa, joissa auton korjaus olisi mahdollista suorittaa kotipihassa.

Vastausten perusteella voidaan sanoa, että autohuollolta odotetaan entistä aktiivisempaa yhteydenpitoa asiakkaisiin. Kun asiakkaisiin pidetään aktiivisemmin yhteyttä, voivat asiakkaat kokea palvelutason paremmaksi sekä huollossa asiointin helpommaksi. Vastauksista ilmeni myös, että yhä useammat autohuollonpalvelut halutaan muuttaa digitaalisiksi. Esimerkiksi auton huolto haluttiin varata sovelluksen kautta ja saman sovelluksen kautta seurata auton valmistumista ja myös, mahdollisesti maksaa huolto. Kysymyksessä 19 selvisi että 97 % vastaajista omisti älypuhelimien, joten sille kehitettävät sovellukset ja palvelut tavoittavat varmasti suurimman osan kuluttajista. Samalla autohuollon tulisi tehdä asiakaspalvelusta entistä personoidumpaa sekä tasa-arvoisempaa. Auto maailmalla ei ole varaa aliarvioida ketään sukupuolen perustella. Autoalalla ollaan tässä asiassa vieläkin liian vanhanaikaisia eikä naisten markkinapotentiaalia hyödynnetä täysin. Useat naiset toivoivat autoiluun ja auton kunnossapitoon liittyviä kursseja, mistä voidaan päätellä, että osa naisista on kiinnostuneita autoilusta hieman pintaa syvemältä. Moni vastaajista halusi palveluita, joita jo tarjotaan autohuollossa, kuten sijaisauto- ja nouto- ja huoltopalvelua. Tämä on ymmärrettävää, sillä monella ei ollut autohuollosta kokemusta, joten vastaajat eivät voineet tietää, mitä palveluita autohuolto jo nyt tarjoaa. Tutkimuksen kannalta oli kuitenkin hyvä asia, että nouto- ja sijaisautopalvelu mainittiin, koska siitä voidaan päätellä näille palveluille olevan kysyntää.



### 3.11 Tulevaisuuden kulkumuodot

Kysymyksessä 34 haluttiin selvittää, mitä kulkuneuvoa tai kulkuneuvoja vastaajat käyttävät 5–10 vuoden päästä. Lisäksi haluttiin selvittää, mitkä syyt ja tekijät valintaan vaikuttavat.

18–20-vuotiaiden vastaajien yleisin vastaus oli yksityinen auto ja julkinen liikenne yhdessä. Valintaan vaikuttavat tekijät olivat helppous, nopeus ja ekologisuus. Moni oli valmis vaihtamaan yksityisen autoilun kokonaan julkiseen liikenteeseen, mikäli autoilu muuttuisi kalliimmaksi tai julkinen liikenne toimivammaksi. Työpaikan sijainti suhteessa kotiin oli myös monelle vastaajalle kaikista ratkaisevin tekijä. Mikäli auto haluttiin omistaa, niin useimmiten siitä haluttiin omistaa kaikista ekologisista versio. Auto vaihtoehtoisiksi haluttiin valita joko hybridi- tai sähköauto. Kaupassa sekä harrastuksessa käyminen koettiin huomattavasti mielekkäämmäksi yksityisellä autolla kuin julkisessa kulkuneuvolla. Tämä toki riippui täysin asuinpaikasta. Muutama oman auton haluavista naisista koki myös autolla liikkumisen trendikkääksi vaihtoehtoksi. Lisäksi yksityisen autoilun koettiin antavan yksityisyyttä sekä riippumattomuutta aikatauluista. Mikäli vastaaja oli muuttamassa opiskelun jälkeen pois pääkaupunkiseudulta, julkista liikennettä ei nähty mahdollisuutena.

21–24-ikäryhmässä yksityisautoilu ja julkinen liikenne olivat edelleen suosituimpia vaihtoehtoja samoista syistä kuin nuoremassa ikäryhmässä. Yhä useampi kuitenkin valitsi myös jalankulun sekä polkupyöräilyn niin, että ne oli valittu yhdeksi liikkumisen muodoksi toisen rinnalle. Moni vastaaja kaipasi myös yhteiskäyttöautojen tapaisia palveluita. Monet myös ilmoittivat, että heidän ammatissaan yksityisen auton omistaminen on pakollista. Tässä ikäryhmässä tuli myös vahvasti esille, että yksityistä autoa tarvitaan perheen kanssa liikkumiseen. Kyselyyn vastaajat kokivat, että perheen kanssa kulkeminen esimerkiksi julkisella liikenteellä on vaikeaa, kallista ja epämiellyttävää. Osa näin kokeneista vastaajista olivat kuitenkin avoimia yhteiskäyttöautolle. Suurimmassa osassa vastauksissa tuli ekologinen ajattelutapa todella vahvasti esille. Eräs mies kirjoittikin vastauksessaan, että ei usko yksityisautoilun olevan 10 vuoden päästä ”in”. Moni vastaajista koki polkupyöräilyn trendikkääksi ja halusi kehittää sen harrastamisen helppoutta Helsingissä. Hyötypuoloina polkupyörällä liikkumisessa nähtiin sen ekologinen ja liikunnallinen vaikutus. Prosentuaalisesti vain pieni osa vastaajista ilmoitti, että autoilu tai moottoripyöräily on intohimo.

25–29-vuotiaiden ikäryhmässä miesten vastauksissa pelkän yksityisen autoilun käyttämisen 5–10 vuoden päästä oli selvästi suositumpaa kuin kahdessa nuoremassa ikäluokassa. Jotkut vastaajista kuitenkin kokivat, että heidät pakotettiin käyttämään yksityistä autoilua. Vuorotöissä työskentelevät vastasivat, että julkinen liikenne ei voinut vastata heidän tarpeisiinsa. Muuten vastaukset olivat hyvin samanlaisia kuin kahdessa nuoremassa ikäluokassa. Yksityisautoilun haittapuoliksi nostettiin sen hinta, siitä syntyvät ruuhkat sekä parkkitilan puute etenkin keskusta-alueella.

Vastauksista voidaan päätellä, että ekologisuudesta on tullut yhä tärkeämpi tekijä, kun valitaan, mitä liikkumavälinettä käytetään. Yksityinen auto oli silti monelle selkeä valinta tai haave, mutta yhä useampi halusi tulevaisuudessa painottaa valinnassaan ekologisimpia vaihtoehtoja. Ne, jotka asuivat Helsingin keskusta-alueella tai julkisen liikenteen toimivalla alueella, kokivat tarvitsevansa autoa todella harvoin, ja siksi sen omistaminen tulevaisuudessa oli kyseenalaista. Moni niistä, jotka halusivat omistaa oman auton, halusi myös kehittää julkista liikennettä, jotta voisi lopettaa yksityisen autoilun kokonaan tai vähentää sitä huomattavasti.

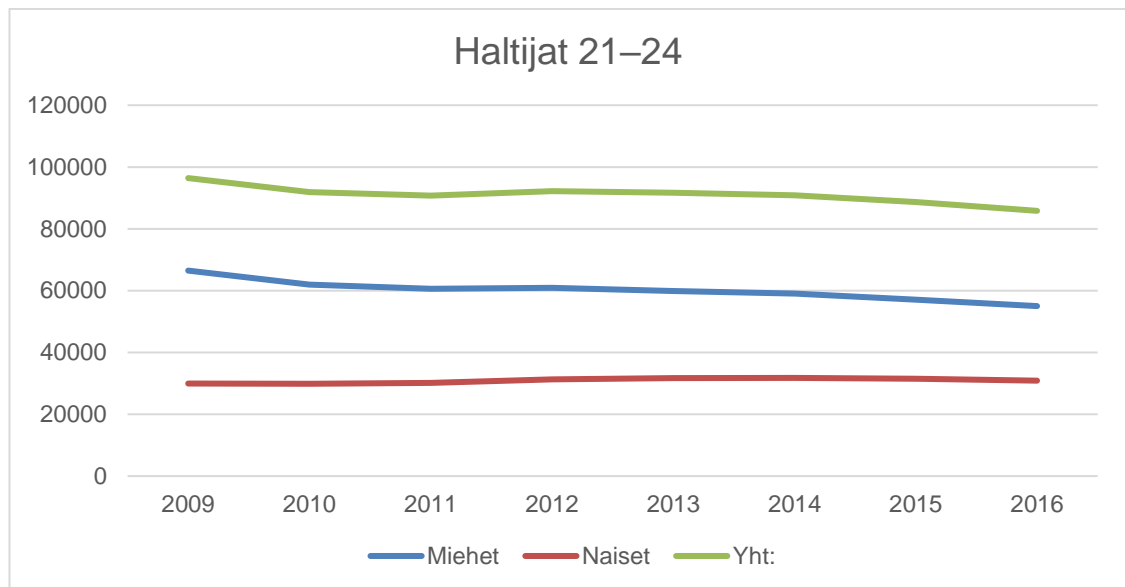
### 3.12 Vertailu Trafín ajoneuvorekisteriin

Trafín ajoneuvoliikennerekisteristä selvisi ajoneuvon haltijoiden määrä sekä sukupuolija-kauma vuosien 2009 ja 2016 väliseltä ajalta. Miesten ja naisten haltijamääriä henkilöautoissa ja niiden kehitystä tarkasteltiin seuraavissa ikäryhmissä.

- 18–20
- 21–24
- 25–29.

Vertailussa verrattiin vuoden 2009 haltijamääriä vuoden 2016 haltijamääriin. Miesten kohdalla kaikissa ikäryhmissä auton omistamisen trendi oli laskeva. Kaikista räikeimpänä pudotus näkyi nuorimmassa ikäluokassa 18–20-vuotta, pudotus haltijoiden määrässä oli 29 %. Vanhemmissa ikäluokissa 21–24 ja 25–29-vuotta pudotukset olivat 17 % ja 15 %.

Naisten nuorimmassa ikäluokassa lasku oli 13 %. Positiivinen ja yllättävä tulos oli kahden vanhemman ikäluokan haltijoiden määrän pieni prosentuaalinen kasvu. 21–24-ikäryhmän haltijoiden määrä kasvoi lähes 3 % kuva 14 ja 25–29-ikäryhmän hieman yli 2 %. Kuvassa 14 on esitetty 21–24-vuotiaiden henkilöautojen haltijoiden määrän kehitys vuosin 2009 ja 2016 välisenä aikana.



Kuva 14. 2009–2016 henkilöautojen haltijoiden määrän muutos 21–24-vuotiaiden ikäryhmässä

Vertaillessa naisten ja miesten haltijamäärän kasvua ja vähenemistä on hyvä kuitenkin huomioida myös, että haltijamäärissä kaikissa ikäryhmissä miesten määrä on yli puolet suurempi kuin naisten. Iän noustessa auton omistaminen määrä melkein kaksinkertaistuu jokaisen tarkastelevan ikäluokan välillä. Tarkastellessa kaikkia kolmea ikäluokkaa ilman sukupuolijaottelua huomataan kuitenkin, että auton omistaminen on vähentynyt vuosien 2009 ja 2016 välillä jopa 22 %.

Kun tuloksia verrataan kyselystä saatuihin tuloksiin muistuttavat ne hyvin paljon tosiaan. Oman auton omistaminen ei ole enää prosentuaalisesti tarkasteltuna niin trendikästä ja julkista liikennettä halutaan suosia. Tämä näkyy Trafín ajoneuvorekisterissä laskevana trendinä henkilöauton omistamisena kaikissa ikäryhmissä. Trafín tilastosta ja kyselystä saadut tiedot ilmentävät, että naisten kiinnostus autoilua kohtaan on kasvavaa. On kuitenkin huomioitava, että ajoneuvorekisterin tiedot eivät ole suoraan verrannollisia kyselystä saatuun dataan. Nimittäin ajoneuvorekisterin haltija- ja omistajuustiedot koskettivat koko Suomea ja kyselyssä tarkasteltiin ainoastaan pääkaupunkiseutua, jossa liikkumisolosuhteet ovat erilaiset kuin muualla Suomessa.

Kyselyssä ilmeni, että yksi auton hankinnan motiiveista oli perheen perustaminen. Perheet perustetaan kuitenkin tilastokeskuksen mukaan aikaisempaa myöhäisemmällä iällä. Vuonna 2012 naimisiin menevä nainen oli keskimäärin 31-vuotias ja mies 33-vuotias. Myös lapset hankitaan aiempaa vanhemmalla iällä niin avioliitossa kuin avoliitoissa. Vuonna 2012 isäksi tultiin keskimäärin 30-vuotiaana ja äidiksi 28-vuotiaana. [9] Tämä voi myös yksi syy, joka vaikuttaa ajoneuvorekisterissä haltijoiden määrän laskuun nuorissa ikäryhmissä.

### 3.13 Kyselyn ja tutkimuksen onnistuminen

Kysely antoi laajan kuvan kuluttajien suhtautumisesta tällä hetkellä. Avoimet kysymykset antoivat syvempää tietoa kuluttajien suhtautumisesta nyt ja tulevaisuudessa. Kyselyn antamaa dataa verrattaessa aiemmin tehtyihin hypoteeseihin yksityisautoilun vähenemiseen voidaan kyselystä saatua dataa pitää validina. Itse kyselylomakkeessa paljastui kuitenkin kaksi virhettä käsittelyvaiheessa.

Kysymyksissä 10–13 tulos vääristyi hieman. Vika oli kysymyksen muotoilussa ja lomakkeen rakenteessa. Kysymyksissä piti valita ainoastaan yksi vaihtoehto kolmesta tai kirjoittaa jokin muu kulkuneuvo avoimeen kenttään. E-lomakkeeseen ei voinut luoda estoa, joka kieltäisi kirjoittamasta avoimeen kenttään, mikäli kyselyntäyttäjällä olisi jo valinnut yhden vaihtoehdoista. Vastuu oli tässä vaiheessa lukijalla ja hänen luetun ymmärtämisesään. Kysymyksissä pyydettiin nimenomaan ”eniten käytettyä kulkuneuvoa”, joten kyselyn täyttäjän tuli valita yksi kulkuneuvo. ”Jokin muu, mikä?” sarakkeen vastaukset olivat yleisimmin kysymyksessä esitettyjen vaihtoehtojen kombinaatioita tai moottoripyörä. Suurin osa vastaajista vastasi kuitenkin kysymykseen sen vaatimalla tavalla.

Kyselyn väittämät 20–31 olivat ehkä hieman johdattelevia, joka saattoi vaikuttaa kyselystä saatuun dataan. Tulokset ovat kuitenkin realistisia.

## 4 Digitalisaatio ja uudet palvelut

### 4.1 Digitalisaatio

Digitalisaatiolla ei ole yhtä selkeää määritelmää. ETLA-raportissa No 42 on sitä ja sen vaikutusta kuitenkin kuvattu seuraavanlaisesti:

Digitalisaation suora määritelmä on digitaalitekniikan integrointi jokapäiväiseen elämään digitoimalla kuvaa, ääntä, dokumenttia tai signaalia biteiksi ja tavuiksi kuvaamaan asioita ja tietosisältöä. Digitalisointi muuttaa ja luo uusia tapoja liiketoimintaan, innovointiin ja mahdollisuuksien hyödyntämiseen. [10]

Digitalisaatiolla voidaan myös tarkoittaa teknologian kehittymistä ja sen yleistymistä arkielämässä. Tässä työssä digitalisaatiota käsitellään lähinnä ETLA-raportissa esitetyn määritelmän mukaisesti.

Digitalisaatio on tuonut mukanaan monia autoilua helpottavia laitteita ja sovelluksia jo nyt. Keskeistä on kuitenkin uusien palveluiden kehittäminen ja niiden tarjoaminen oikeille henkilöille. Palveluiden muuttaminen digitaaliseen muotoon tuo palveluntuottajalle huomattavia säästöjä, ja sen kautta palvelu muuttuu kuluttajille edullisemmaksi. Digitalisaatiolla pyritään myös helpottamaan, selkeyttämään kuluttajille tarjottavia palveluita sekä yhdistämään ennen hajallaan olleita palveluita yhdeksi selkeäksi kokonaisuudeksi.

Digitalisaation myötä onkin markkinoinnista tullut huomattavasti tehokkaampaa. Kuluttajat ovat myös nyt entistä määrätietoisimpia kuin ennen. Tähän on vaikuttanut kehittynyt markkinointi sekä tiedon saamisen helpottuminen internetin kautta. Kuluttajaseuranta on entistä tehokkaampaa sekä tuotteiden, että palveluiden markkinointia voidaan kohdentaa tarkemmin kuluttajille. Esimerkiksi kuluttajan Google-hakukoneella haetut tulokset vaikuttavat, siihen mitä yleisien internetsivujen sivureunoilla kuluttajalle mainostetaan. [11]

Palveluntarjoajat pyrkivät olemaan askeleen edellä kuluttajia; Esimerkiksi auton määräaikaishuollon lähestyessä voidaan kuluttajaa informoida etukäteen ja esittää hänelle tarjous. Tämän mahdollistaa autojen digitalisointi tietokoneen avulla. Tiedot esimerkiksi ajokilometrimäärästä tai jarrupalojen kuluneisuudesta kulkeutuvat verkon välityksellä myös

korjaamolle. Tällainen palvelu onkin jo käytössä tällä hetkellä Suomessa ainakin Mercedes-Benzillä. [12]

#### 4.1.1 Mobiilipalvelut

Älypuhelimet ja tabletit ovat keskeisessä osassa digitalisaatiossa ja ovat tarjoamallaan sovelluksilla mullistaneet palvelut. Moni ei välttämättä tarvitse enää ollenkaan tietokoneita, sillä älypuhelin on käytännössä pieni tietokone, jolla voi tehdä samat asiat kuin tietokoneella ja kaiken lisäksi se mahtuu taskuun. TNS-gallupin mukaan joka viides auton omistaja on käynyt autosivustoilla joko älypuhelimella tai muulla mobiililaitteella. [13]

Autoilija voi saada mobiilisovellusten avulla monenlaista tietoa autostaan. Tarjolla on monia erilaisia vikakoodinlukijasovelluksia, joita käyttämällä yhdessä auton OBD-pistokeeseen asennettavalla adapterilla on mahdollista lukea auton vikakoodit. Veho oy ab tarjoaa mahdollisuutta päästä katsomaan oman auton sähköisen huoltohistorian. Tietenkin kyseessä on silloin oltava Vehon edustama automerkki. Palvelu on nimeltään Omaveho, ja se on tarjolla verkossa ja mobiilissa. [14] Suosituin älypuhelimessa toimiva sovellus autoilijoille lienee kuitenkin tällä hetkellä navigaatiosovellus, joka neuvoo autoilijalle reitin halutusta pisteestä päätepisteeseen. Sovelluksesta riippuen tarjolla reittivalintaan on useampia vaihtoehtoja, esimerkiksi vähiten ruuhkainen tai lyhin matka kohteeseen. Julkisilla kulkuvälineillä liikkuville on tarjolla samalla periaatteella toimivia sovelluksia. Kulkuvälineinä toimivat tällöin junat, metrot, linja-autot, lautat sekä jalankulku.

#### 4.1.2 Digitalisaation vaatimat uudistukset

Autoala on Suomessa yksi konservatiivisimmista aloista. Digitalisaatio on nähtävä mahdollisuutena ja sen tuomat hyödyt on opittava käyttämään hyväksi mahdollisimman tehokkaasti. Digitalisaatio ei tule häviämään mihinkään. Päinvastoin ne yritykset, jotka eivät pysty uudistumaan digitalisaation vaatimalla tavalla, tulevat ne pienemään tai häviämään kokonaan. Tämä on havaittavissa muillakin aloilla, esimerkiksi vähittäiskauppa Anttila ajautui konkurssiin vuonna 2016 osittain oman uudistuskykynsä puutteesta johtuen.

Digitalisaatio tuo mahdollisuuksia sekä kuluttajille että palveluntarjoajille. Saavutettujen säästöjen ansioista palveluntarjoaja voi keskittää esimerkiksi parantamaan palvelun tasoa tai kehittämään uusia entistä tehokkaampia palvelumalleja.

## 4.2 Uber

Uber on 2008 Pariisissa ideoitu taksipalvelu, joka toimii tällä hetkellä 569 kaupungissa ympäri maailman [15]. Palvelun kasvu ja suosio on ollut valtaisa. Yrityksen tämän hetkistä arvoa on kuitenkin vaikea sanoa koska se on salaista tietoa. Suomessa Uber aloitti toimintansa 19.11.2014. [16]

Uber-kyydin saa tilattua mobiilisovelluksen kautta. Kyydin tilaaminen ja maksaminen tapahtuvat mobiilisovelluksen kautta, joten palvelun käyttäjältä vaaditaan vain älypuhelin sekä pankki- tai luottokortti. Uberin pääajatus on, että kuka vain voi ryhtyä Uber-autonkuljettajaksi, kun on ensin rekisteröitynyt Uber-kuljettajaksi. Suomen laissa on kuitenkin säädetty, että tilausliikennettä harjoittavalta henkilöltä vaaditaan liikennelupa [17]. Näin ollen Uber-autoa ei tällä hetkellä Suomessa saa kuljettaa ilman liikennelupaa laillisesti. Uberin on myös katsottu operoivan talouden harmaalla alueella, koska kuljettajan tuloista ei automaattisesti makseta arvonlisäveroa.

Uberin suosio Suomessa perustuu sen 30–40 % halvempiin hintoihin kuin ns. normaali taksikyyti. Kuitenkin ruuhka-aikoina, jolloin Uber autoille on kysyntää yli tarjonnan, saattaa kyyti olla taksikyytiä kalliimpi. Kyytien hintojen vertailussa on käytetty molempien sivustojen ennakkolaskuria kyytien hinnoista [15;18]. Uber on myös kehittämässä itse ajavaa autoa, jotta sen kilpailuetu säilyisi myös tulevaisuudessa [19].

## 4.3 Yhteiskäyttöautot

Yhteiskäyttöauto tarkoittaa autoa, joka on monen toisestaan riippumattoman henkilön käytettävissä samojen sääntöjen sekä korvausten mukaisesti. Yleisesti autojen yhteiskäyttö parantaa autojen käyttöastetta. Käyttöasteella tarkoitetaan kapasiteettia, jota hyödynnetään. Mikäli autolla ajetaan vain 2 tuntia päivässä, on sen käyttöaste vuorokaudessa alle 10 %. Mitä enemmän auto on liikenteessä, sitä korkeampi on sen käyttöaste. Yhtenä merkittävänä erona perinteiseen autonvuokraukseen on, että yhteiskäyttöauto on varattavissa huomattavasti lyhemmäksi ajaksi. Yhteisliikkuminen on myös samalla ekologisempaa, kun useampi kuluttaja selviää samalla autolla. Samalla se säästää kaupungeissa parkkipaikkoja, joiden tilalle voidaan kaavoittaa muuta. Vuonna 2009 Euroopassa oli n.12 000 yhteiskäyttöautoa [20]. Palveluntarjoajia maailmalla ovat mm. City

Car Club UK, Zipcar ja DriveNow. Yhden yhteiskäyttöauton on tulevaisuudessa ennustettu korvaavani noin 20 omistusautoa. [21]

#### 4.3.1 Alan toimijat Suomessa pääkaupunkiseudulla

Alan toimijoita ovat mm. City Car Club, Go now! ja 24Rent. Näitä palveluita yhdistää se, että auto on mahdollista varata mobiilisovelluksen kautta käyttöönsä. Sisällöltään ja hinnoittelultaan ne kuitenkin eroavat hieman toisistaan, mutta pääperiaate on kuitenkin sama. Katso mobiilisovelluksen kautta lähettyviltäsi vapaa auto, varaa se, avaa älypuhelimellasi auton ovet ja olet valmis ajamaan.

#### 4.3.2 Yhteiskäyttöautot kuluttajalle

Palvelut on suunniteltu henkilöille, jotka liikkuvat normaalia vähemmän autolla, mutta tarvitsevat autoa kuitenkin silloin tällöin. Jos auton käyttöaste on alhainen, on oman auton omistaminen kallista. City Car Club lupaakin verkkosivuillaan kuluttajalle keskimäärin 500–600:n € säästöjä kuukaudessa [23]. VVO, joka tarjoaa Lumo-asuntojensa asukkaille yhteiskäyttöautoa yhteistyössä 24Rentin kanssa, lupaa 30 %:n säästöt verraten perinteiseen autonvuokraukseen [22]. Palvelun tarjoajat hoitavat kaikissa yrityksissä auton määräaikaishuollot sekä korjaukset, joten kuluttajan ei tarvitse huolehtia kuin ajamisesta.

#### 4.4 Huoltoleasing-autot

Leasing tarkoittaa käyttöomaisuuden pitkäaikaista vuokraamista. Huoltoleasingeissa kuluttaja maksaa kiinteää kuukausimaksua ja leasing-yhtiö kattaa vastineeksi auton huollot sekä ylläpitokustannukset. Uuden auton hinnan on sanottu puolittuvan auton ollessa neljä vuotta vanha, joten yhä useampi näkee leasing-autoilun kannattavammaksi. Leasing-autoilun suosio Suomessa on ollut viimeisen 10 vuoden aikana suuressa kasvussa. Suurin osa työsuhdeautoista on leasing-autoja.

##### 4.4.1 Huoltoleasing-yhtiöt

Pääkaupunkiseudulla toimivia leasing-yhtiöitä ovat mm. ALD Automotive, NF Fleet, Santander, Secto Automotive ja Arval oy. Secto Automotive tarjoaa palveluitaan nimenomaan yrityksille, eli yritys keskittyy nimenomaan työsuhdeautoihin. ALD Automotiven,



Arval Oy:n ja Santanderin kautta on mahdollista yksityishenkilönkin saada leasing-auto. ALD Automotive on maailmanlaajuisesti kolmanneksi ja Euroopan toiseksi suurin huoltoleasingyhtiö. [24] NF Fleet on ALD Automotiven ja Nordea-rahoitusyhtiön perustama huoltoleasing-yhtiö, joka tarjoaa palvelujaan yrityksille.

#### 4.4.2 Huoltoleasing kuluttajalle

Auton huoltoleasingeissa kuluttaja maksaa kiinteää kuukausimaksua ja leasing-yhtiö kattaa vastineeksi auton huollot sekä ylläpitokustannukset. Leasing siis loistaa huolettomuudellaan ja riskittömyydellään. Asiakkaan ei tarvitse pelätä kalliita moottori- tai vaihteistokorjauksia. Lisäksi asiakas voi suunnitella helpommin omaa talouttaan, kun tiedossa on kiinteä kuukausimaksu.

#### 4.5 MaaS

MaaS eli Mobility as a service on uusi innovatiivinen palvelu, joka pyrkii niputtamaan julkisen liikenteen, taksipalvelut sekä vuokra-autot yhteen sovellukseen. Palvelu on maailmassa ensimmäinen laatuaan, ja sitä toteutetaan tällä hetkellä Tekesin ja liikenne- ja viestintäministeriön yhteisohjelmalla. Palvelun yksi keskeisistä tavoitteista on vähentää tarvetta omistaa oma auto, kuitenkin niin, ettei palvelutaso laske. [25] MaaS ja sen älykästä liikkumista ollaan myös viemässä maailmalle. Päämarkkina-alueita ovat Saksa, UK, Italia, Espanja, Yhdysvallat sekä Etelä-Korea. [26]

##### 4.5.1 MaaS palveluna

Kyseessä on uusi palvelu, jota tällä hetkellä pilotoidaan Helsingissä 100 henkilön voimin. Pilottiin osallistuu lähinnä henkilöitä, joille palvelusta on katsottu olevan hyötyä. Testiryhmä, voi nyt käyttää takseja, HSL-palveluita sekä vuokra-autoja hintaan 249 €/kk. Palvelu toimii tällä hetkellä Whim-matkapuhelinsovelluksen kautta jossa myös palvelun käyttö maksetaan. MaaS tarjoaa kuitenkin tällä hetkellä kaikkiaan asiakkaalleen kolmea erilaista ”matkapakettia” jotka ovat Light, Medium ja Premium. MaaS:n tarjoamat paketit on esitelty kuvassa 15. Lisäksi HSL:n kausilippu on mahdollista muuttaa 50 €:n maksulla seutulipuksi, jolloin sillä voi matkustaa julkisilla kulkuneuvoilla myös Vantaan ja Espoon alueella. Palvelun piiriin kuuluvat myös 2015 suuren suosion saavuttaneet kaupunkipyörät. [27]

Light	Medium	Premium
89€ / kuukausi	249€ / kuukausi	317€ / kuukausi
sisältää HSL Helsingin kausilipun + 1.000 Whim pistettä	sisältää HSL Helsingin kausilipun + 5.500 Whim pistettä	sisältää HSL Helsingin kausilipun + 8.000 Whim pistettä
Käytä Whim pisteitäsi miten haluat, esimerkiksi:	Käytä Whim pisteitäsi miten haluat, esimerkiksi:	Käytä Whim pisteitäsi miten haluat, esimerkiksi:
 +  <b>2</b> + <b>∞</b> taksimatkaa (~10 km / matka päiväsaikaan)      rajaton paikallinen julkinen liikenne	 +  +  <b>8</b> + <b>∞</b> + <b>2</b> taksimatkaa (~10 km / matka päiväsaikaan)      rajaton paikallinen julkinen liikenne      päivää vuokra- autoa	 +  +  <b>8</b> + <b>∞</b> + <b>5</b> taksimatkaa (~10 km / matka päiväsaikaan)      rajaton paikallinen julkinen liikenne      päivää vuokra- autoa

Kuva 15. MaaS:n tarjoamat paketit [27].

#### 4.5.2 MaaS kuluttajalle

Miksi käyttää MaaS-palvelua oman auton omistamisen sijaan? Yrityksen toimitusjohtaja Sampo Hietanen perustelee asiaa mm. hinnalla ja palvelun käytännöllisyydellä. Useasti kuluttaja valitsee joukkoliikenteen ja oman auton väliä. MaaS-palvelun käyttäjänä ei kuluttaja kuitenkaan ole sidottuna yhteen kulkuneuvoon vaan hän voi käyttää sitä kulkuneuvoa, joka hänelle milloinkin sopii parhaiten. [28] Yhteiskäyttöautojen tapaan MaaS luonnollisesti parantaa autojen käyttöastetta ja on näin siis myös ekologisempi ratkaisu.

## 5 Jälkimarkkinoinnin nykytilanne ja reagointi

Uudet palvelut, digitalisaatio, kuluttajien ajattelumallit sekä valtion säännökset vaikuttavat huomattavasti automyyntiin ja sitä kautta autohuollon tarpeeseen. Palvelun kysyntä määrää myös osittain palvelun hinnan. Jälkimarkkinoinnin on oltava valppaana, sillä jos asiakasmäärä laskee, on yritysten kehitettävä keinoja, miten kasvattaa tuottoa. Autotalojen on seurattava aktiivisesti omaa markkinaosuuttaan sekä markkinapotentiaaliaan. Seuraamalla autokantaa ja sen ikää voidaan markkinoinnista kehittää entistä tehokkaampaa, kun tähän lisätään vielä hyvä asiakastietojen hallinta.

Jälkimarkkinoinnin ongelmaksi on muodostunut huoltojen laiminlyönti. Teknisen kaupan 2015 tekemän tutkimuksen mukaan lähes 40 % suomalaisista ei huollata aina autoaan huolto-ohjelman vaatimassa aikataulussa. Kolmasosa suomalaisautoilijoista taas laiminlyö huolto-ohjelman vaatimia toimenpiteitä jättämällä ne suorittamatta. Syiksi kuluttajat ilmoittavat rahan ja ajan puutteen. Lisäksi kuluttajat kokivat huoltoväliseurannan haasteelliseksi. [29] Kahteen viimeiseen mainituista jälkimarkkinointi onkin löytänyt lääkkeitä yhä useamman potentiaalisen asiakkaan tavoittamiseksi. Ajanpuutteeseen tarjotaan esimerkiksi nouto- huoltoa tai täsmäaikaa, jolloin autonhuolto tapahtuu odottaessa. Nouto- huollossa asiakkaan ei tarvitse asioida itse autoliikkeessä, vaan auto noudetaan ja palautetaan hänelle sovittuina ajankohtana.

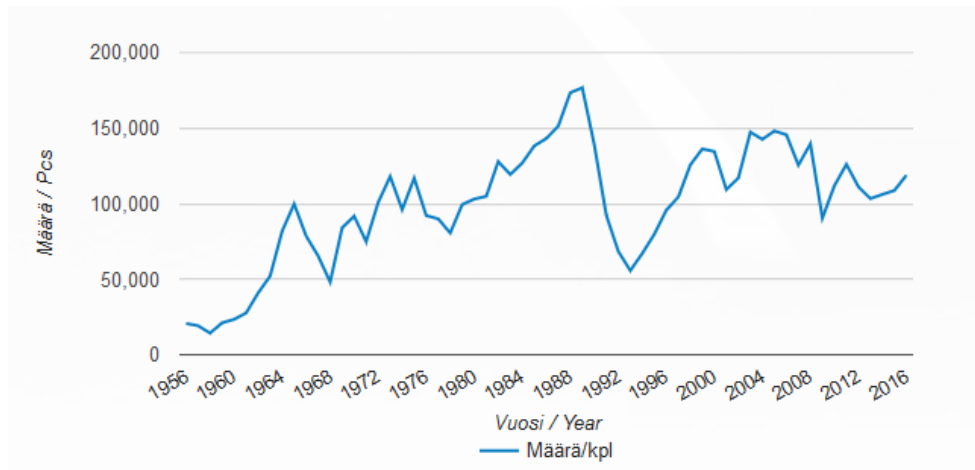
### 5.1 Autokannan keski-ikä ja ensirekisteröinnit

Suomen ennestään korkea autokannan keski-ikä on jatkanut kasvuaan, ja vuonna 2015 henkilöautokannan keski-ikä lähenteli 12 vuoden rajaa. Suomen autokannan keski-ikä on Euroopan unionin toiseksi korkein. Luku on melkein kaksinkertainen verrattuna Irlannin kantaan, jossa keski-ikä on 6,3 vuotta. Koko EU:n autokannan keski-ikä on sama kuin Saksassa eli 8,3 vuotta. [30] Autokannan korkea keski-ikä aiheuttaa autoilun turvallisuuden laskua sekä korkeampia päästölukuja. Henkilöautojen määrä on kuitenkin Suomessa ollut aina nousevaa lukuun ottamatta 1990-luvuna ja 2007 laman aiheuttamia notkahduksia. Rekisteröityjen henkilöautojen määrä oli 2015 korkeampi kuin koskaan, 2 612 922 henkilöautoa. Kun tämä luku suhteutetaan vuoden 2015 väestörakenteeseen. [31], huomataan, että Suomessa on n. 0,5 rekisteröityä henkilöautoa henkilöä kohden.

Jälkimarkkinoinnin kannalta oleellista on myös seurata uusien autojen ensirekisteröintiä, jota on kuvattu kuvassa 16. Suomen taloudellisella kasvulla eli bruttokansantuotteella, joka on kuvattu kuvassa 15 näyttää olevan suora vaikutus uusien autojen rekisteröinnin määrään. Taulukoista huomataan, että vuosien 1991 ja 2009 bruttokansantuotteen lasku on vaikuttanut suoraan negatiivisesti uusien autojen rekisteröintiin. Autoalan tiedotuskeskuksen laatiman ennustuksen mukaan 2017 henkilöautojen ensirekisteröinti jatkaa kasvuaan yltäen 120 000 uuden henkilöauton rekisteröintiin. [34]



Kuva 16. Suomen bruttokansantuote 1991–2015 [33]



Kuva 17. Uusien autojen ensirekisteröinti [32].

## 5.2 Optimointi

Uusi digimaailma asettaa jälkimarkkinoinnille paljon haasteita mutta avaa samalla myös paljon mahdollisuuksia. Korjaamoiden ja automyyntien on pystyttävä leikkaamaan kuluja mutta samalla tarjoamaan entistä parempaa asiakaspalvelua. Palveluliiketoimintaa on tulevaisuudessa pystyttävä kehittämään proaktiivisempaan suuntaan, jolloin toiminnasta tulee aikaisempaa ennakoivampaa. Autoliikkeiden on myös pyrittävä seuraamaan jatkuvasti kysynnän määrää ja näin saadulla tiedolla valittava sopiva volyyymi korjaamolle, jotta voidaan vastata asiakkaiden odotuksiin tai ylittää ne.

Asiakkaan tunteminen on tärkeää, kun yritys miettii esimerkiksi markkinointistrategiaa. Hyvillä asiakastiedoilla on myös mahdollisuus tuottaa lisäarvoa kuluttajille ja näin lisätä asiakastyytyväisyyttä ja rahallista tuottoa. Tulevaisuudessa onkin syytä miettiä, mitkä tiedot ovat hyödyllisiä yritykselle. Mitä tietoja voidaan kerätä itse? Mitä tietoja kannattaa ostaa esimerkiksi Suomen asiakastieto Oy:ltä?

### 5.2.1 Huollonprosessi

Kuvassa 18 on kuvattu huollonprosessi viiden eri lokeron avulla. Digitalisoitumisen avulla jokaista vaihetta on mahdollista kehittää ja saavuttaa näin huomattavia säästöjä. Nykyinen malli on kankea ja aiheuttaa osalle asiakkaista turhautumista ja epätietoisuutta.



Kuva 18. Huollonprosessi [35]

Tulevaisuudessa ajanvaraamisessa asiakkaan ei välttämättä itse tarvitse olla yhteydessä huoltoliikkeeseen. Autontietokone ilmoittaa huoltotarpeesta korjaamolle, joka voi olla yhteydessä asiakkaaseen ja esittää tarjouksen. Kilpailuetu on näin merkkiilikeellä, pois suljettua ei tietenkään ole myöskään se, että autontietokone tulevaisuudessa kilpailuttaisi eri huoltoliikkeitä. Prosessista jäisi siis pois monille epämiellyttävä huoltoajan varaaminen puhelimitse, kun palveluun jonottaminen saattaa kestää jopa 15 minuuttia. Jotta palvelu voidaan muuttaa kokonaan digitaaliseen muotoon, vaatii se vielä autontietokoneiden kehitystä. Auton on pystyttävä kertomaan myös ilmenneistä vikatilanteista

suoraan korjaamolle, jotta korjaamalla osattaisiin ennakoida tarvittavia varaosia sekä sopivan taitotason omaava mekaanikko.

Auton vastaanottovaiheessa voidaan tulevaisuudessa olla entistä määrätietoisempia siitä, mitä huolto maksaa tai kuinka kauan se vie aikaa. Vastaanotto voidaan hoitaa tietokoneella ja yksilöllinen profilointi suoritetaan esimerkiksi auton avaimella ja kuljettajan ajokortilla.

Itse huolto- ja korjaustyössä asiakas kokee tärkeäksi, milloin hänen autonsa on valmis noudettavaksi. Tulevaisuudessa asiakas voi todennäköisesti seurata autonsa huollon eri vaiheita siihen kehitetyn sovelluksen kautta. Autosta löydetyistä lisätöistä voidaan sovelluksen kautta lähettää tarjous, joka asiakkaan on hyväksyttävä. Sovelluksen kautta asiakkaan olisi myös mahdollista maksaa autonhuolto ja noutaa avaimet vastineeksi saamallaan koodilla turvalokerosta hänelle sopivana ajankohtana.

Jälkihoidossa voidaan asiakasta kontaktoida sähköisesti ja kysyä asiakaskokemusta ja huollon onnistumisesta. Asiakaspalautteen perusteella voidaan palvelua kehittää enemmän asiakaslähtöiseksi.

Kokonaisuudessaan tällainen huollonprosessi vaikuttaa futuristiselta ja hiukan kärjistyiltä. On kuitenkin muistettava, että koneet eivät kuitenkaan voi toteuttaa kaikkea samaa kuin ihmiset. Koneilta puuttuu aito empatia, jota monet asiakkaat voivat kaivata. Lisäksi vastaan voi tulla tilanteita ja muuttujia, joita tekoäly ei voi ennustaa.

### 5.2.2 Autokauppa

Internetin yleistyttyä asiakkaat ovat entistä hintatietoisempia ja autokaupoille tultaessa ostopäätös saattaa olla jo tehty ennen myyjäliikkeeseen astumista. On mahdollista, että tulevaisuudessa auto voidaan ostaa kokonaan verkkokaupan kautta. Silloin autokaupan rooli olisi vain tarjota kyseinen auto koeajoon ja luovuttaa auto. Koeajot ovat myös vähentyneet käytettyjen autojen kaupassa, mikä kertoo siitä, että ostopäätös mietitään jo tarkkaan loppuun asti kotona.

### 5.3 Uusien palvelumuotojen vaikutus jälkimarkkinointiin tulevaisuudessa

Yhteiskäyttöautojen raju yleistyminen aiheuttaisi Suomen nykyiselle jälkimarkkinoinnin korjaamotoiminnalle suuria leikkauksia. Itse en pidä realistisena ennustuksena, että yksi yhteiskäyttöauto korvaisi noin 20 omistusautoa, en ainakaan kymmenen vuoden aika jännteellä. Pienemmässä mittakaavassa toteutuessaan näen tämän jopa jälkimarkkinoinnin mahdollisuutena. Noin 60 % yhteiskäyttöautoilijoiden talouksista on ollut autottomia ennen liittymistään yhteiskäyttöauopalvelun asiakkaaksi. Kuitenkin tulevaisuudessa noin 30 % kuluttajista luopuu omistamastaan autosta ja 20 % kuluttajista jättää auton ostamatta. [21] Yhteiskäyttöautopalvelujen tarjoajat ovat vastuussa auton kunnosta ja siitä, että autot on huollettu asianmukaisesti. Näin ollen yhteiskäyttöautot lisäävät huollon myyntiä jos ajatellaan, että 40 % suomalaisista laiminlyö huolto-ohjelmaa. [29] Monen auton korvaaminen yhdellä laskee kuitenkin kuluttajien ajosuoritetta esimerkiksi silloin, kun auto tai autot ovat varattuja ja kuluttajan on keksittävä joku muu tapa liikkumiseen. Yhteiskäyttöautoilijoiden talouksien kilometrikohtainen suorite vuodessa on noin 5500 kilometriä. Autollisissa talouksissa ajosuorite on 16 000 kilometriä ja autottomissa talouksissa 2300 kilometriä. Mukana näin esitetyissä ajosuoritteissa ovat taksit, vuokra-autot, laina-autot ja oma auto. [21] Ajettujen kilometrien vähentyminen vaikuttaisi suoraan negatiivisesti esimerkiksi rengaskauppaan.

Huoltoleasing-autojen sopimukseen kuuluu huolto-ohjelman mukainen huolto, korjaukset sekä renkaiden uusinta. Huoltoleasing-autot ovatkin jälkimarkkinoinnin huollon kannalta kannattavaa liiketoimintaa. Volyymin ollessa suuri voidaan määrääaikaishuollon ja korjausten hintoja laskea, koska kappalemäärä luo jälkimarkkinalle katetta. Leasingso-  
pimus ei myöskään salli huoltojen laiminlyöntiä, mikä varmistaa sen, että huolto-ohjelmaa noudatetaan ja huollot tehdään ajallaan.

Uber vaatii kuljettajiltaan alle 10 vuoden ikäisiä autoja [36]. Ne ovat kuitenkin huomattavasti vanhempia kuin Suomessa nyt käytössä olevat taksiautot. Kaluston vanhetessa vähenee myös jälkimarkkinoinnin markkinaosuus autokannasta. Vanhempaan kalustoon huoltoja sekä varaosia myydään myös uusia autoja edullisemmin. Lisäksi varaosissa on myös useasti yhden valmistajan sijasta useampia mahdollisuuksia, minkä osittaisena seurauksena varaosien hinnat laskevat. 5–10 vuotta vanhemmat autot vaativat kuitenkin enemmän korjauksia kuin 0–5 vuotta vanhat autot, joten tarjolla oleva työn määrä lisääntyy. Vanhemman kaluston korjauksien tarpeen kasvua kuvaa hyvin AKEN vikatilasto, josta ilmenee ajoneuvojen hylkäysprosentit katsastuksessa ajoneuvojen iän perusteella

tarkasteltuna [37]. Auton arvonaleneminen iän kasvamisen myötä vaikuttaa myös negatiivisesti huollon palveluiden käyttämiseen.

MaaS:n vaikutus jälkimarkkinointiin ei luultavimmin tule eroamaan paljoakaan yhteiskäyttöautojen vaikutuksesta. Molemmat mallit tähtäävät yksityisautoilun vähentämiseen, joka vähentää jälkimarkkinoinnilta huoltotöitä.

## **6 Yhteenveto ja päätelmät**

Työssä tutkittiin, kuinka erityisesti nuoret kuluttajat suhtautuivat eri liikkumisen palveluihin ja palvelumuotoihin nyt ja tulevaisuudessa. Opinnäytetyö koostuu Metropolia Ammattikorkeakoulun opiskelijoille tehdystä kyselytutkimuksesta, uusien liikkumispalveluiden esittelystä ja näiden kahden asian vaikutuksesta autoalan jälkimarkkinointiin.

### **6.1 Autoilu ja kaavoittaminen**

Ympäristöpolitiikka tulee korostumaan tulevaisuudessa, ja ihmiset etsivät uusia ekologisempia tapoja liikkumiseen vanhojen tapojen tilalle. Nämä uudet tavat, kuten esimerkiksi yhteiskäyttöautot ja MaaS, eivät kuitenkaan tule täysin syrjäyttämään yksityistä henkilöautoliikennettä.

Kyselyssä niistä vastaajista, jotka eivät halunneet tulevaisuudessa omistaa autoa, 56 % ilmoitti yhdeksi syyksi, että muut vaihtoehdot ovat ekologisempia. 69 % heistä oli alle 30-vuotiaita. 80 % vastaajista oli joko täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että yksityistä autoilua tulisi vähentää ja julkista liikennettä kehittää. Trafín tilasto osoittaa myös, että alle 30-vuotiaiden henkilöautojenhaltijoiden määrä on laskenut 2009 ja 2016 välisenä aikana 22 %.

Autot muuttuvat kuitenkin samaan aikaan myös ympäristöystävällisemmiksi, joka voi muuttaa asenteita positiivisemmaksi yksityisautoilua kohtaan. 75 % halusi kuitenkin tulevaisuudessa omistaa oman auton, joka on selvä enemmistö. Tämä osoittaa sen, että on helpompi ajatella kuin toimia ekologisesti.



Tulevaisuuden kaupunkien kaavoittaminen ratkaisee myös pitkälti sen, kuinka kaupungeissa tullaan tulevaisuudessa liikkumaan. Suurin osa vastaajista piti helppoutta liikkumisen tärkeimpänä kriteerinä, kaupunkikaavoitus tulee tulevaisuudessa todennäköisemmin suosimaan enemmän julkista liikennettä ja jalankulkua kuin yksityistä autoilua.

## 6.2 Digitaalisuus autohuolloissa

Kuluttajat haluavat muuttaa vanhoja palveluja digitaalisiksi, jotta niitä olisi helpompi käyttää. Lisäksi kuluttajat vaativat uusia palveluita, kuten esimerkiksi huollon reaaliaikaista seurantaa tukevan mobiilisovelluksen. Asiakas on myös tulevaisuudessa tunnettava paremmin, jotta hänelle voitaisiin tuottaa hänen kaipaamaansa personoidumpaa palvelua. Huollonprosessia on kehitettävä digitaalisuuden vaatimalla tavalla.

MaaS, yhteiskäyttöautot, huoltoleasing-autot sekä autojen huolenpitosopimukset karsivat tulevaisuudessa huoltojen laiminlyöntiä.

## 6.3 Jatkotutkimus

Tämä tutkimus keskittyi pääkaupunkiseutuun ja ammattikorkeakouluissa opiskeleviin henkilöihin. Tutkimus olisi kuitenkin mielenkiintoista toteuttaa myös esimerkiksi Turussa, Tampereella ja Jyväskylässä. Lisäksi jo työelämässä olevien nuorien mielipiteitä olisi mielenkiintoista verrata opiskelijoiden mielipiteisiin.

## Lähteet

- 1 Helsingin väkiluku. 2015. Verkkodokumentti. Helsingin kaupunki. <http://www.hel.fi/www/uutiset/fi/tietokeskus/helsingin-vakiluku-vuodenvaihteessa-2014-2015>>. Luettu 21.11.2016.
- 2 Hirsjärvi, Sirkka., Remes, Pirkko. & Sajavaara, Paula. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- 3 Ammattiryhmät. 2010. Verkkodokumentti. Tilastokeskus.<[http://www.stat.fi/til/tyokay/2008/04/tyokay\\_2008\\_04\\_2010-12-03\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/tyokay/2008/04/tyokay_2008_04_2010-12-03_tie_001_fi.html)>. Luettu 23.3.2017.
- 4 Ajo- ja ammatipätevyyskoulutuksen kehittäminen. 2014. Verkkodokumentti. Liikenne- ja viestintäministeriö. <[https://www.lvm.fi/documents/20181/797516/Julkaisu\\_10\\_2014/e50c85f6-a1db-403c-bd0b-d723aa84a5e1?version=1.0](https://www.lvm.fi/documents/20181/797516/Julkaisu_10_2014/e50c85f6-a1db-403c-bd0b-d723aa84a5e1?version=1.0)>. Luettu 23.3.2017.
- 5 Kari, Tapio. Helsingin yleiskaava. 2016. Verkkodokumentti. <<http://www.yleiskaava.fi/2016/valtuusto-hyvaksyi-yleiskaavan/>>. Luettu 12.12.2016.
- 6 Veho as a service. Verkkodokumentti. <<https://www.veho.fi/liikkuvuus/>>. Luettu 28.4.2017.
- 7 Bensiinin hinta Euroopassa. 2017. Verkkodokumentti. <[http://fi.globalpetrolprices.com/gasoline\\_prices/Europe/](http://fi.globalpetrolprices.com/gasoline_prices/Europe/)>. Luettu 26.3.2017.
- 8 Liikennepolttoaineiden verotus. 2015. Verkkodokumentti. Autoalan tiedotuskeskus. <[http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tieliikenne/autoilun\\_verotus/liikennepolttoaineiden\\_verotus](http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tieliikenne/autoilun_verotus/liikennepolttoaineiden_verotus)>. Luettu 3.1.2017.
- 9 Pietiläinen, Marjut & Nikander, Timo. 2013. Avioituminen ja lasten hankkiminen. Verkkodokumentti.. Tilastokeskus. <[http://www.stat.fi/artikkelit/2013/art\\_2013-12-09\\_001.html?s=4](http://www.stat.fi/artikkelit/2013/art_2013-12-09_001.html?s=4)>. Luettu 26.3.2017.
- 10 Digitalisaatio. 2015. Verkkodokumentti. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos.<<https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-Raportit-Reports-42.pdf>>. Luettu 28.5.2017.
- 11 Hakukonemainonta. Verkkodokumentti.<<https://hakukonemainonta.hakukonemarkkinointi.org/>>. Luettu 2.2.2017.
- 12 Mercedes-benz connect. Verkkodokumentti. <<https://shop.mercedes-benz.com/fi-fi/connect/pdp/Auton-asetukset/531/QEV111AG2UM6>>. Luettu 20.4.2017.
- 13 Älypuhelimien yleistymisen näky myös autokaupassa. Verkkodokumentti. KANTAR TNS. <<https://www.tns-gallup.fi/uutiset/alypuhelimien-yleistyminen-nakyy-myos-autokaupassa>>. Luettu 2.3.2017.

- 14 OmaVeho. Verkkodokumentti. Veho. <<https://www.veho.fi/autoliikkeet/veho-yri-tyksena/omaveho/>>. Luettu 4.4.2017.
- 15 Uber. Verkkodokumentti. <<https://www.uber.com/fi/>>. Luettu 14.5.2017.
- 16 Uber Suomessa. 2014. Verkkodokumentti. Juhani Saarinen. <<http://www.hs.fi/talous/art-2000002778651.html>>. Luettu 4.4.2017.
- 17 Taksiliikennelaki. 217/2.3.2007.
- 18 Lähitaksilaskuri. Verkkodokumentti. <<https://www.lahitaksi.fi/hintalaskuri/>>. Luettu 14.4.2017.
- 19 Uber News room. 2016. Verkkodokumentti. Uber.<<https://news-room.uber.com/us-pennsylvania/new-wheels/>>. Luettu 14.4.2017.
- 20 European Strategy Paper on Heat Use from Biogas Plants. 2013. Verkkodokumentti. Biogasheat. <[http://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/momo\\_car-sharing\\_the\\_state\\_of\\_european\\_car\\_sharing\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/momo_car-sharing_the_state_of_european_car_sharing_en.pdf)>. Luettu 25.4.2017.
- 21 Voltti, Ville. Autojen yhteiskäytön potentiaali ja vaikutukset. 2010. Verkkodokumentti.. Liikennevirasto.<[https://www.motiva.fi/files/4513/Autojen\\_yhteiskayton\\_potentiaali\\_ja\\_vaikutukset\\_paakaupunkiseudulla\\_Turussa\\_ja\\_Tampereella.pdf](https://www.motiva.fi/files/4513/Autojen_yhteiskayton_potentiaali_ja_vaikutukset_paakaupunkiseudulla_Turussa_ja_Tampereella.pdf)>. Luettu 25.4.2017.
- 22 Yhteiskäyttöauto Lumo ja 24Rent. 2015. Verkkodokumentti. Lumo. <<https://lumo.fi/6591.aspx>>. Luettu 29.11.2016.
- 23 CityCarClub yhteiskäyttöautot. Verkkodokumentti. <<http://www.citycarclub.fi/fi/so-piiko-ccc-minulle>>. Luettu 29.11.2016.
- 24 ALD Automotive leasingyhtiö. Verkkodokumentti. <<http://www.aldautomotive.fi/ald-automotive/yritys/historia-suomessa>>. Luettu 12.11.2016.
- 25 Liikkuminen palveluna. Verkkodokumentti. Tekes. <<https://www.tekes.fi/ohjelmat-ja-palvelut/ohjelmat-ja-verkostot/liikkuminen-palveluna/>>. Luettu 1.12.2016.
- 26 Mobility as a Service. Verkkodokumentti. Export Finland. <<http://www.exportfinland.fi/maas>>. Luettu 1.12.2016.
- 27 Vehkasalo, Jussi. 2016. MaaS sisältö. Verkkodokumentti.. Helsingin uutiset. <<http://www.helsinginutiset.fi/artikkeli/458886-vuokra-auto-taksi-ja-hsl-bussi-249-ekk-taman-kaiken-paketti-pitaa-sisallaan>>. Luettu 28.11.2016.

- 28 Niimes, Mikko. 2016. MaaS:n vaikutus liikenteeseen. Verkkodokumentti. <<http://www.mtv.fi/lifestyle/autot/artikkeli/mita-tarkoittaa-trendisana-maas-voiko-kansalainen-saastaa-silla-rahaa-ja-miten-se-mullistaa-liikenteen/6094412>>. Luettu 28.12.2016.
- 29 Huoltojen laiminlyönti. 2015. Verkkodokumentti. Pohjoisranta Burson-Marsteller oy. <<http://www.tekninen.fi/wp-content/uploads/2015/09/Tutkimusraportti-S%C3%A4%C3%A4st%C3%A4v%C3%A4tk%C3%B6-suomalaiset-henkens%C3%A4-uhalla.pdf>>. Luettu 6.1.2017.
- 30 Autojen keski-ikä Euroopan maissa. 2010. Verkkodokumentti. Autoalan tiedotuskeskus. <[http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tilastot/kansainvaliset\\_tilastot/henkiloautojen\\_keski-ika\\_eraissa\\_euroopan\\_maissa](http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tilastot/kansainvaliset_tilastot/henkiloautojen_keski-ika_eraissa_euroopan_maissa)>. Luettu 11.12.2016.
- 31 Väestönrakenne. 2016. Verkkodokumentti. Tilastokeskus. <[http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/2015/vaerak\\_2015\\_2016-04-01\\_tie\\_001\\_fi.html?ad=notify](http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/2015/vaerak_2015_2016-04-01_tie_001_fi.html?ad=notify)>. Luettu 13.12.2016.
- 32 Autoalan lyhyen aikavälin ennusteet. 2017. Verkkodokumentti. Autoalan tiedotuskeskus. <<http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tilastot/ennusteet>>. Päivitetty 28.4.2017. Luettu 22.1.2017.
- 33 Talouden kasvu. 2017. Verkkodokumentti. Findikaattori. <<http://www.findikaattori.fi/fi/3>>. Päivitetty 1.3.2017. Luettu 7.1.2017.
- 34 Henkilöautojen ensirekisteröintikehitys. 2017. Autoalan tiedotuskeskus. <[http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tilastot/ensirekisteroinnit/aikasarjat/henkiloautojen\\_ensirekisterointimaaran\\_kehitys](http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tilastot/ensirekisteroinnit/aikasarjat/henkiloautojen_ensirekisterointimaaran_kehitys)>. Luettu 4.2.2017.
- 35 Korjaamon johtamisesta taloudellisiin tunnusluvuin.2015. Autoalan keskusliitto ry, Korjaamotalouden oppimateriaali.
- 36 Vehicle requirements. Verkkodokumentti. <<https://www.uber.com/en-GB/drive/london/vehicle-requirements/>>. Luettu 5.4.2017.
- 37 Vikatilasto. 2015. Verkkodokumentti. A-Katsastus. <<https://www.a-katsastus.fi/vikatilasto>>. Luettu 28.4.2017.

## Kysely: Liikkumisen tulevaisuus

### Liikkumisen Tulevaisuus

#### Johdanto

Tämä kysely on tuotettu yhteistyössä Metropolia ammattikorkeakoulun sekä Autoalan Keskusliiton kanssa. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa mahdollisia kuluttajatottumuksien muutoksia. Näin saaduilla tiedoilla pyrimme kehittämään kaikkia palveluita jotka liittyvät sinun liikkumiseesi. Vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti. Vastaajien nimi- ja yhteystiedot hävitetään välittömästi palkintojen arvonnin jälkeen. Mielenpitemme on meille tärkeä, kiitos jo etukäteen omasta panoksestasi.

---

#### Kyselyn täyttäjän tiedot:

1. ikä \_\_\_\_\_
  2. Sukupuoli \_\_\_\_\_
  3. Opiskelu ala ja tutkinto \_\_\_\_\_
  4. Asuin kaupunki \_\_\_\_\_
- 

#### Ympyröi sinulle oikea vaihtoehto kysymyksissä (5.-12.)

---

5. Onko sinulla voimassa oleva henkilöauton kuljettamiseen vaadittava ajokortti?
    - a. Kyllä → Jos vastasit kysymykseen kyllä siirry kysymykseen 8.
    - b. Ei
- 

6. Miksi et ole hankkinut ajokorttia? (Voit valita useamman vaihtoehdon.)
    - a. Ajokortti on liian kallis
    - b. En ole vielä kerennyt suorittaa ajokorttia
    - c. Koen että ajokortista ei tällä hetkellä ole minulle mitään hyötyä
    - d. Jokin muu syy, mikä? \_\_\_\_\_
-

7. Oletko tulevaisuudessa aikeissa suorittaa henkilöauton kuljettamiseen vaadittavan ajokortin?
- Kyllä
  - En osaa sanoa
  - En
- 

8. Oletko käyttänyt Uber palvelua Suomessa?
- Kyllä
  - En → Siirry kysymykseen 10.
  - En tiedä mikä Uber on → Siirry kysymykseen 10.
- 

9. Millaiseksi koit Uber palvelun? (Voit valita useamman vaihtoehdon)
- Helppo käyttää
  - Edullinen
  - Vaikea käyttää
  - Kallis
  - Jotenkin muuten, miten? \_\_\_\_\_
- 

**Huomioi kysymyksissä (10.–13.) kaikki vuodenaajat.**

---

10. Mitä kulkuneuvoa seuraavista sinä käytät eniten liikkuessasi keskusta-alueella?
- Yksityinen autoilu
  - Julkinen liikenne
  - Polkupyörä tai jalankulku
  - Uber, taksipalvelu tai kimppakyyti
  - Joku muu, mikä? \_\_\_\_\_
- 

11. Mitä kulkuneuvoa seuraavista sinä käytät eniten liikkuessasi Helsingissä eri kaupunginosien välillä?
- Yksityinen autoilu
  - Julkinen liikenne
  - Polkupyörä tai jalankulku
  - Uber, taksi tai kimppakyydit
  - Joku muu, mikä? \_\_\_\_\_
-

12. Mitä kulkuneuvoa sinä käytät eniten liikkuessasi yli 15 km pitkiä matkoja?
- Yksityinen autoilu
  - Julkinen liikenne
  - Taksi
  - Kimppakyydit
  - Jotain muuta, mitä? \_\_\_\_\_
- 

13. Mikä kulkuneuvo seuraavista on sinulle yleisesti mielekkäin tapa liikkua paikasta paikkaan?
- Yksityinen autoilu
  - Julkinen liikenne
  - Kimppakyyti
  - Jalankulku tai pyöräily
  - Joku muu, mikä? \_\_\_\_\_
- 

14. Omistatko tällä hetkellä oman auton? (Jos olet autossa haltijana, vastaus on myös kyllä.)
- Kyllä
  - en
- 

15. Haluaisitko/haluatko tulevaisuudessa omistaa oman auton?
- Kyllä → siirry kysymykseen 17.
  - En
- 

16. Miksi et halua tulevaisuudessa omistaa autoa? Voit valita useamman vaihtoehdon.
- En tarvitse autoa lainkaan
  - Haluan käyttää autoa mutta en omistaa sitä
  - Oman auton kustannukset ovat korkeat Suomessa
  - Muut vaihtoehdot ovat ekologisempia
  - Joku muu syy, mikä? \_\_\_\_\_
- 

17. Minkä näistä asiasta sinä koet tärkeimmäksi liikkuessasi?
- Helppous
  - Nopeus
  - Hinta/edullisuus
-

18. Kilpailutanko julkista liikennettä? (esim. VR Vs Onnibus)

- a. Kyllä
  - b. En
- 

19. Hyödynnätkö älypuhelinta liikkuessasi? (esim. reittiopas, navigaattori tai jokin muu sovellus).

- a. Kyllä
  - b. En
- 

**Seuraaviin kysymyksiin/väittämiin (20.–31.) sinun on vastattava käyttämällä asteikkoa (0-5)**

**5= Täysin samaa mieltä**

**4= Jokseenkin samaa mieltä,**

**3= En samaa enkä eri mieltä,**

**4= Jokseenkin eri mieltä,**

**1= Täysin eri mieltä,**

**0= En osaa sanoa**

---

- |  |     |
|--|-----|
| 20. Yksityisautoilu on Suomessa kallista                                 | [ ] |
| 21. Polttoaineen hinta on liian korkea                                   | [ ] |
| 22. Auton Vero- ja vakuutusmaksut ovat liian korkeita                    | [ ] |
| 23. Auton käyttäminen huollossa on rasite                                | [ ] |
| 24. Yksityisautoilua tulee muuttaa edullisemmaksi                        | [ ] |
| 25. Julkista liikennettä on kehitettävä ja yksityisautoilua vähennettävä | [ ] |
| 26. Uber on laistettava  | [ ] |
| 27. Kevyen liikenteen väyliä on lisättävä                                | [ ] |
| 28. Pääkaupunkiseutu on ruuhkainen                                       | [ ] |
| 29. Minua kiinnostavat leasing autot                                     | [ ] |
| 30. Talonyhtiön yhteiskäyttöautot kiinnostavat/voisivat kiinnostaa minua | [ ] |
| 31. Oman auton omistaminen on minulle tärkeää                            | [ ] |



**Seuraavat kysymykset (32.–34.) ovat avoimia. Toivon kuitenkin, että vastaisit jokaiseen kenttään niin hyvin kuin osaat. Jos tunnet, että aihe ei koske sinua tai ei tule koskemaan sinua voit kirjoittaa kenttään: Ei koske minua ja syyt tälle.**

---

32. Mitä uusia palveluita toivoisit autohuollon sinulle tarjoavan?

33. Julkista liikennettä muuttaisin tai kehittäisin?

34. Mitä kulkuneuvoja sinä tulet 5-10 vuoden päästä käyttämään ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat? (Esim. hinta, trendikkyys, ekologisuus)

