

Tommi Vapaavuori

YHTEISKÄYTTÖAUTOPALVELUN POTENTIAALI JA  
MENESTYMISMAHDOLLISUUDET TURUSSA

Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma  
2017

Vapaavuori, Tommi  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma  
Toukokuu 2017  
Sivumäärä: 29  
Liitteitä: 1

Asiasanat: jakamistalous, yhteiskäyttöauto, yhteiskäyttöautopalvelu

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mitä ovat jakamistalous ja autojen yhteiskäyttö ja kuinka ne linkittyvät toisiinsa. Haastattelujen avulla luotiin kuva yhteiskäyttöautojen tyypillisestä käyttäjästä ja yleisimmistä käyttötarkoituksista. Haastattelujen tarkoituksena oli myös ymmärtää yhteiskäyttöautopalveluiden toimintamalleja ja sitä, miten ne markkinoivat palveluitaan. Tämän pohjalta tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, olisiko yhteiskäyttöautopalvelulle kysyntää Turussa.

Teoriaosuudessa tutustuttiin kirjallisuuden pohjalta jakamistalouden ja yhteiskäyttöautoilun tunnusmerkkeihin ja kehitykseen. Tämä tehtiin, jotta saataisiin parempi ymmärrys tutkittavasta asiasta. Teoriaa kirjoittaessa pyrittiin keskittymään olennaisiin asioihin ja pitämään työ kompaktina.

Opinnäytetyön empiirisessä osassa käytettiin tutkimusmenetelmänä laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Osuutta varten haastateltiin pääkaupunkiseudulla toimivia yhteiskäyttöautopalveluja. Haastattelut tehtiin sähköpostin välityksellä ja haastattelurunko oli strukturoitu.

Haastattelujen ja teorian kautta saatiin tutkimustulokset, joiden avulla eri yhteiskäyttöautopalveluiden toimintamallit tulivat selville. Kävi ilmi, että monet yrityksistä toimivat samansuuntaisesti, vaikka eroavaisuuksiakin löytyi.

Tutkimustulosten avulla saatiin tehtyä johtopäätökset, jotka osoittivat, että Turussa voisi olla potentiaalia yhteiskäyttöautopalvelun markkinaksi, mutta menestyminen vaatii toimia niin yksityiseltä kuin julkiseltakin sektorilta.

# THE POTENTIAL AND POSSIBILITY OF SUCCESS FOR CAR SHARING SERVICE IN TURKU

Vapaavuori, Tommi

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in International Business

May 2017

Number of pages: 29

Appendices: 1

Keywords: sharing economy, car sharing, car sharing service

---

The purpose of this thesis was to find out what sharing economy and car sharing are and how do they associate with each other. Interviews were used to paint a picture of the typical car sharing users and the most common purposes of use. The purpose of the interviews was also to understand the operational models of car sharing services and how they market their services. Based on this the objective of this study was to examine whether there is demand for this kind of service in Turku.

In the theoretical part the bases of sharing economy and car sharing were explored based on literature. This was done in order to gain better understanding of the study subject. When writing the theoretical part, the focus was on essential things and keeping the study compact.

In the empirical part of the thesis qualitative research method was used. Car sharing services operating in the capital area were interviewed for the part. Interviews were conducted via email and the frame of the interview was structured.

The research results were gained via interviews and theoretical evidence through which the operating models of car sharing services were found out. It turned out that many of the companies operate in the same way although differences were also detected.

The conclusions were made through research results which demonstrated that Turku might have potential as a car sharing service market but to thrive it needs actions both from private and public sectors.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITTEET JA KÄSITTEELLINEN VIITEKEHYS .....	7
2.1	Tarkoitus ja tavoitteet .....	7
2.2	Tutkimuskysymykset .....	7
2.3	Käsitteellinen viitekehys .....	8
3	JAKAMISTALOUS .....	9
3.1	Jakamistalouden perusta ja synty .....	9
3.2	Kehitys .....	10
3.3	Jakamistalous kuluttajan näkökulmasta .....	11
4	AUTOJEN YHTEISKÄYTTÖ .....	12
4.1	Autojen yhteiskäytöstä yleisesti.....	12
4.2	Yhteiskäyttöautoilun muodot.....	13
4.3	Autojen yhteiskäyttö Suomessa .....	15
4.4	Autojen yhteiskäytön vaikutukset.....	17
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....	19
5.1	Tutkimusmenetelmät.....	19
5.2	Laadullinen tutkimus .....	19
5.3	Aineiston hankinta ja analysointi.....	20
5.3.1	Haastattelu .....	20
5.3.2	Kyselylomake ja aineiston keräys .....	20
5.3.3	Aineiston analysointi .....	21
6	TULOKSET .....	22
7	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	24
	LÄHTEET.....	28
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Yhteiskäyttöautoilun suosio on kasvanut jatkuvasti sekä maailmanlaajuisesti että Suomessa, sillä yhteiskäyttöautopalvelut tarjoavat mahdollisuuden joustavaan autoiluun ilman auton omistamiseen liittyviä kuluja ja huolia. Palvelujen avulla kuluttaja saa tyydytettyä satunnaisen autontarpeeseensa kätevästi ja lyhyeksikin aikaa edullisemmin kuin käyttämällä perinteisiä autonvuokrauspalveluita. Nyky-yhteiskunnan valveutuneet kuluttajat kiinnittävät yhteiskäyttöautoiluun enenevässä määrin huomiota myös sen positiivisten ympäristövaikutusten takia ja yhteiskäyttöautoilu onkin otettu yhdeksi kulkutavaksi muiden ekologisempien vaihtoehtojen, kuten pyöräilyn ja joukkoliikenteen rinnalle. Yhteiskäytössä olevat autot ovat esimerkiksi uudempia, pienempiä ja siten vähempipäästöisiä kuin yksityiskäytössä olevat autot. Lisäksi yhteiskäyttö vähentää autojen kokonaismäärää, mikä jo itsessään karsii autoilun ympäristökuormitusta.

Yhteiskäyttöautoilun positiiviset vaikutukset ja edut ovat lähivuosina tulleet entistä paremmin kuluttajien tietoon. Käyttäjiä on kuitenkin vielä vähän ja pääasiallisesti alan toimijat harjoittavat liiketoimintaansa vain pääkaupunkiseudulla. Edellä todetun perusteella voidaan kuitenkin ajatella yhteiskäyttöautoilun olevan kasvava ala, jolla on vahvaa potentiaalia menestyä myös Suomessa entistä laajemmin.

Tässä tutkielmassa tarkastellaan sitä, onko yhteiskäyttöautopalvelulle kysyntää Turun seudulla. Kohdekaupungiksi on valittu Turku, koska opinnäytetyön tavoitteena on yleisen tiedonhankinnan lisäksi antaa työn tekijälle kuva siitä, onko kyseisen liiketoiminnan perustaminen kirjoittajan kotikaupunkiin kannattavaa. Turku sopii työn kohteeksi myös kaupungin yhteiskäyttö- ja joukkoliikennemyönteisen suhtautumisen takia.

Turku on Suomen kuudenneksi suurin kaupunki Helsingin, Espoon, Tampereen, Vantaan ja Oulun jälkeen sen väkiluvun ollessa vuodenvaihteessa 2016–2017 187 604. Turku on elävä opiskelijakaupunki ja sen väestöstä suurin osa on nuoria aikuisia (Turun kaupungin www-sivut 2017). Lisäksi Turku on ensimmäisenä suomalaisena kau-

punkina mukana EU-rahoitteisessa CIVITAS ECCENTRIC-hankkeessa, jossa kehitetään fiksumuotoista liikettä, sähköistä liikennettä sekä muun muassa autojen ja pyörien yhteiskäyttöä. Kaupungin tavoitteena on olla hiilineutraali kaupunki vuonna 2040 ja fiksu liikkuminen on mainittu yhdeksi merkittävimmistä osista tätä kokonaisuutta. Paikallisen liikenteen alueena on Kupittaa, jonne on tarkoitus avata liikemerkkipiste, joka yhdistäisi yhteiskäyttöajoneuvot julkiseen liikenteeseen (Turun kaupungin www-sivut 2017).

## 2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITTEET JA KÄSITTEELLINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Tarkoitus ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kirjallisuuteen ja haastatteluihin perustuen mitä on jakamistalous, siihen pohjaava autojen yhteiskäyttö ja kuinka autojen yhteiskäyttö linkittyy jakamistalouteen. Kirjallisuuskatsauksen tarkoituksena on luoda kuva yhteiskäyttöautoilusta ja sen kehityksestä sekä olemassa olevista yhteiskäyttöautopalveluista ja niiden käyttäjistä. Haastattelujen avulla selvitetään ensinnäkin Suomessa toimivien yhteiskäyttöautopalveluiden asiakaskunnan ominaispiirteitä ja sitä, millaisia ovat yhteiskäyttöautojen yleisimmät käyttötarkoitukset ja -tavat. Toiseksi haastattelujen avulla on tarkoitus luoda kuva autojen yhteiskäyttöpalveluja tarjoavien yritysten liiketoimintamalleista, autojen sijoittelusta ja yritysten markkinointitavoista.

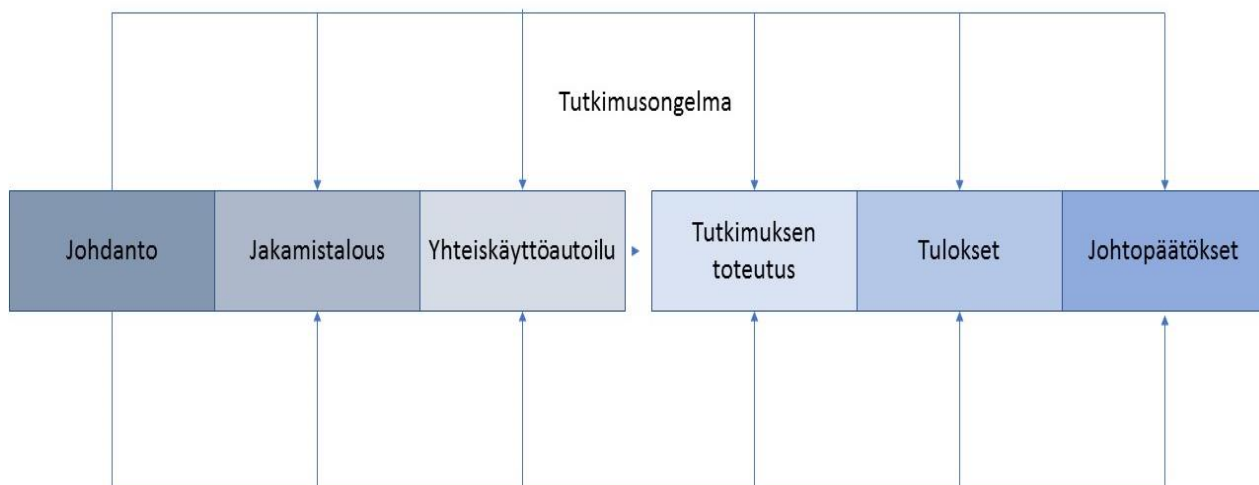
Edellä kuvattuun kirjallisuuskatsaukseen ja haastatteluiden tuloksiin perustuen tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda kuva siitä, onko yhteiskäyttöautopalvelulle tarpeeksi kysyntää Turussa järkevän liiketoiminnan aloittamiseksi.

### 2.2 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyö pyrkii vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä on jakamistalous?
- Mitä tarkoittaa yhteiskäyttöauto?
- Millainen on yhteiskäyttöautoilun tilanne Suomessa tällä hetkellä?
- Ketkä yhteiskäyttöautoja käyttävät?
- Voisiko Turussa olla tilausta yhteiskäyttöautopalvelulle?

### 2.3 Käsitteellinen viitekehys



Kuvio 1. Käsitteellinen viitekehys

Kuviossa yksi esitetään tämän opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys. Alussa kerrotaan lyhyesti, mistä tässä työssä on kyse ja johdatetaan lukija aiheeseen. Seuraavissa vaiheissa esitellään teorian avulla tausta, tässä tapauksessa jakamistalous, johon varsinainen spesifi ilmiö, yhteiskäyttöautoilu, sitten sidotaan. Tämän jälkeen toteutetaan tutkimus, jonka avulla haetaan vastauksia tutkimusongelmaan. Tutkimustulokset analysoidaan ja niiden pohjalta syntyvät johtopäätökset. Viitekehyksessä on nuolien avulla kuvattu se, että jokainen työn vaihe on sidoksissa toisiinsa ja pohjustaa työn lopussa esiintyviä johtopäätöksiä.



### 3 JAKAMISTALOUS

#### 3.1 Jakamistalouden perusta ja synty

Jakamistalous (engl. ”sharing economy” tai ”collaborative consumption”) tarkoittaa tavaroiden jakamista, lainaamista tai vuokraamista niiden ostamisen ja omistamisen sijaan. Jakamistaloudessa jaetaan tai kierrätetään jonkun resurssin, esimerkiksi asunnon, auton, toimiston, ajan, tiedon, taidon, rahan, arvojen tai mielipiteiden käyttöoikeutta erilaisin käyttökorvauksin tai ehdoin. Lisäksi jakamistalous on yhdessä tekemistä, kierrättämistä ja yhteiskäyttöä ja siitä puhuttaessa voidaan käyttää myös termejä vaihdanta-, vertais-, välitys- tai yhteistyötalous. Jakamistalous on yksi osa kiertotaloutta. Kiertotaloudella viitataan toimintaan, joka kääntää materiaalivirrat kieroon. Kun aikaisemmin tavara on virrannut läpi prosessin raaka-aineen hankinnasta, työstämisen kautta valmiiksi tuotteeksi ja myytäväksi kuluttajalle tämän käyttöajaksi, muuttaa kiertotalous koko edellä kuvatun virran kierroksi, jossa ”toisen jäte on toisen raaka-aine” (Saranne 2016, 1-2).

Jakamistalous on tuore ilmiö ja liike, joka yhdistää vanhoja yhteisöllisiä toimintatapoja nykyteknologian mahdollistamiin moderneihin yhteydenpidon muotoihin, joiden käyttö ei nykyisessä mittakaavassa ollut aikaisemmin mahdollista. Jakamistalouden logiikan voidaan kuvata olevan sukua esimerkiksi osuustoimintaliikkeelle, jossa osuustoiminnan jäsenet harjoittavat yhteistoimintaa toteuttaakseen yhteisiä taloudellisia, sosiaalisia tai kulttuurisia tavoitteitaan. Osuustoiminnassa kuluttajat ja pientuottajat järjestäytyivät perustamaan yhteisomistuksessa olevia yrityksiä, joiden tavoitteena oli tukea jäsentensä elinkeinoa ja taloutta. Osuustoiminta-aate näivettyi 1980- ja 1990-luvuilla, mutta 2000-luvulla alkoi syntyä uusia pienosuuskuntia eri aloille, samalla kun muukin yhteisöllinen talous alkoi kasvaa. Tämä kehityskulku näkyi myös jakamistalousilmiön syntyemisessä (Lahti & Selosmaa 2013, 13, 53–55).

### 3.2 Kehitys

Jakamistalouden kasvu liittyy internetin käytön lisääntymiseen ja digitalisaatioon, kun ihmiset ovat yhä enemmän alkaneet käyttää digitaalisia työvälineitä omien kiinnostuksen kohteidensa ja arvojensa mukaisesti (Saranne 2016, 1). Nykymuotoiseen jakamistalouteen liittyykin uuden tietotekniikan apuna käyttö erotuksena sellaisesta perinteisestä eli niin sanotusta vanhasta jakamistaloudesta, kuten vuokraus- ja kierrätystoiminnoista, joissa internetteknologialla ei ole merkittävää roolia (Lahti & Selosmaa 2013, 114). Nykymuotoinen jakamistalous on urbaani ilmiö, jossa internetiä ja sen tarjoamia yhteisöpalveluja käytetään paikallisten yhteisöjen ja kuluttajien vahvistamiseksi. Tavarain lainaamisen, vaihtamisen, vuokraamisen ja yhteiskäytön lisäksi jakamistalous painottaa aineettomia palveluita, paikallisuutta sekä kansalaisten asemaa palveluiden ja hyödykkeiden tuottajina (Nylund 2015, 1).

Nykyteknologian kehittymisen ja verkkoinfrastruktuurin paranemisen lisäksi jakamistalous on kehittynyt seuraavien asioiden yhteisvaikutuksesta: (Lahti & Selosmaa 2013, 14)

- muutos kulutuskäyttäytymisessä pysyvän omistajuuden arvostamisesta kohti käyttöoikeuden arvostamista,
- ekologisen kestävyuden merkityksen korostuminen, huoli ympäristöstä ja näistä seuraava resurssien käytön ja kierrätyksen tehostaminen,
- talouskriisien myötä syntynyt paine hyperkulutuksesta luopumiseen, tavaroiden ja materiaalien uudelleen käyttöön, säästävämmin elämiseen sekä uusien ansaintamallien kehittämiseen ja;
- uuden sukupolven yrittäjien ja rahoittajien näkemät internetin mahdollistamat uudenlaiset jakamisen liiketoimintamahdollisuudet.

Jakamistalous liittyy edellä kuvatusti työelämän arvojen ja digitalisaation suureen murrokseen. Jakamistaloudessa yksittäiset hyödykkeet vaihtavat omistajansa tai ovat yhteiskäytössä ja tätä mahdollistetaan teknologian ja siihen pohjautuvien erilaisten ajasta, paikasta ja etäisyydestä riippumattomien alustojen avulla (Saranne 2016, 1). Esimerkkinä tällaisesta jakamistaloudesta ovat nykyaikana suureen suosioon nousseet internet-yhteyden kautta kaikkien saatavilla olevat mediapalvelut, kuten Netflix ja

Spotify sekä maailmalla suuressa suosiossa olevat kyytipalvelu Über tai majoituspalvelu Airbnb. Myös erilaisten toimistohotellien kasvava suosio selittyy jakamistalouden ideologialla, sillä vuokraamalla toimitilansa yritysten ei tarvitse omistaa tarvitsemaan tiloja ja siten kantaa vastuuta niiden kunnossapidosta tai riskiä kiinteistösiirtämissä kannattamattomuudesta.

Nopeinta jakamistalouden kehitys on ollut autojen ja polkupyörien osalta, mutta myös muut yhteiskäytön muodot ovat kasvussa. Älypuhelinsovellusten avulla esimerkiksi autojen yhteiskäyttö on muuttunut huomattavasti kätevämmäksi, kun auton paikannus ja sitä kautta käyttöönotto sekä palvelun maksaminen on entistä kätevämpää (Lahti & Selosmaa 2013, 16). Maailmanlaajuisesti jakamistalouden koon on ennustettu nousevan yli 110 miljardiin dollariin, josta Pohjois-Amerikassa pelkästään yhteiskäyttöautoyritysten osuuden on arvioitu olevan 3,3 miljardia dollaria vuonna 2016 (Lahti & Selosmaa 2013, 69). Saranteen (2016, 3) mukaan Euroopan unionissa jakamistalouden liikevaihto on lähes kaksinkertaistunut vuosina 2014–2015.

### 3.3 Jakamistalous kuluttajan näkökulmasta

Kuluttajalle jakamistalous antaa mahdollisuuden siirtyä passiivisen kuluttajan roolista aktiiviseksi kansalaiseksi, joka voi sekä käyttää että tuottaa palveluita ja tuotteita (Lahti & Selosmaa 2013, 17). Jakamistalous tarjoaa kuluttajille siten laajan kirjon valintamahdollisuuksia ja mahdollisuuden tehdä hintavertailua. Jakamistaloutta voidaankin pitää kilpailua lisäävänä tekijänä sen edistäessä perinteisten liiketoimintamallien kehittämistä (Saranne 2016, 4). Jakamistalous tuo muutoksia myös yritystoiminnan luonteeseen. Kun perinteiset yritykset ovat pyrkineet kannustamaan asiakkaitaan ostamaan enemmän tavaraa, jakamistaloudessa yritykset kannustavat asiakkaitaan jakamaan jotain, mitä tarvitsevat (Lahti & Selosmaa 2013, 26). Yritys voi tarjota asiakkailleen jakamiseen tarkoitettua tavaran tai hyödykkeen tai ainoastaan alustan tai niin sanotun markkinapaikan tavaroiden ja hyödykkeiden jakamiselle.

## 4 AUTOJEN YHTEISKÄYTTÖ

### 4.1 Autojen yhteiskäytöstä yleisesti

Autojen yhteiskäyttö (engl. carsharing) on jakamistalouden tapa, jossa joukko ihmisiä käyttää yhtä tai useampaa autoa jaetusti. Yhteiskäyttöautot tarjoavat vaihtoehdon oman auton omistamiselle, mahdollistamalla liikkumisen silloinkin, kun kävely, pyöräily tai julkisen liikenteen käyttäminen ei ole tilanteeseen sopivaa. Yhteiskäyttöautoilun konsepti perustuu eroon auton käyttämisen ja sen omistamisen välillä (Katzev 2003, 68). Tässä mielessä yhteiskäyttöautoilu on esimerkki kasvavasta määrästä vaihtoehtoja yksityisomaisuuteen.

Yhteiskäyttöautoilu eroaa perinteisestä autonvuokrauksesta siinä, että toisin kuin autovuokraamoja, joita hyödynnetään lähinnä oman asuinympäristön ulkopuolella ja harvinaisemmissa tilanteissa, yhteiskäyttöautoa käytetään yleensä lähellä omaa työ- tai asuinympäristöä. Yhteiskäyttöautot on myös mahdollista vuokrata käyttöön lyhyeksikin ajaksi, kun taas autovuokraamoissa lyhin mahdollinen vuokrausjakso on perinteisesti yksi vuorokausi (Voltti 2010, 8). Lisäksi yhteiskäyttöautoja käyttämällä säästyy erinäisten lomakkeiden täytöltä, jotka kuuluvat olennaisena osana autonvuokraukseen.

Vaikka autojen yhteiskäyttöä esiintyi ensimmäisen kerran jo 1900-luvun puolivälissä Keski-Euroopassa, konsepti tuli suosituksi vasta 1990-luvun alkupuolella. Siitä lähtien yhteiskäyttöautoilun suosio onkin noussut maailmanlaajuisesti (Shaheen & Cohen 2008, 81). Nykymuotoisen yhteiskäyttöautoilun edelläkävijämaa on Sveitsi, jossa ajoneuvoilla on jo lähes 100 000 käyttäjää. Myös muualla Euroopassa sekä Pohjois-Amerikassa autojen yhteiskäyttö on viime vuosina ollut räjähdysmäisessä kasvussa (Voltti 2010, 8). Monissa maissa käyttäjämäärät ovat lyhyessä ajassa moninkertaistuneet, eikä kasvun selkeää hidastumista ole ollut havaittavissa (Kahilaniemi, Stenman & Sacs 2015, 3). Tänä päivänä yhteiskäyttöautoja on maailmassa jo yli 104 000 kappaletta ja käyttäjiäkin jopa 4,8 miljoonaa (Shaheen 2015, 1).

Viimeisen vuosikymmenen aikana yhteiskäyttöautojärjestelmien ja palveluiden laajuus ja valikoima on kasvanut eksponentiaalisesti erityisesti sen takia, että suuryritykset ovat astuneet mukaan toimintaan. Sekä perinteiset autonvuokrausfirmat, että autonvalmistajat ovat tulleet markkinoille hankintojen, erilaisten kumppanuuksien ja uusien start-up-yritysten kautta. Näihin lukeutuvat autonvuokraajista esimerkiksi Avis ja Hertz sekä valmistajista BMW, Daimler, Ford, Nissan, Renault, Toyota ja Volkswagen (Bardhi & Eckhardt 2012).

#### 4.2 Yhteiskäyttöautoilun muodot

On olemassa monia yhteiskäyttöautoilun muotoja. Pääsääntöisesti ne voidaan jakaa yritysmuotoiseen ja yhteisölliseen autojen yhteiskäyttöön. Joissakin tapauksissa yksittäinen toimija voi myös tarjota useamman yhteiskäyttöautojen palvelumallin (SAG Report 2014, 5).

Vaikka yhteiskäyttöautoilun eri muodot poikkeavat toisistaan tavoitteissaan, liiketoimintamalleissa, teknologiassa ja kohdemarkkinoissa, ne kuitenkin jakavat suurimman osan, jos ei kaikkia seuraavista ominaisuuksista: (TCRP Report 2005, 2-1)

- Järjestäytynyt ryhmä osallistujia
- Yksi tai useampi jaettu ajoneuvo
- Hajautetut pysäköintipaikat, jotka sijaitsevat lähellä kotia, työpaikkaa ja/tai liikenneasemia
- Etukäteen varattu käyttö
- Lyhyet vuokra-ajat
- Itsenäinen pääsy ajoneuvoon

Suosituin yhteiskäyttöautoilun muoto on autojen yhteiskäyttöpalvelut. Yleensä kun puhutaan autojen yhteiskäytöstä, sillä tarkoitetaan lähinnä yhteiskäyttöpalveluita. Helsingin seudun liikenne (HSL) määrittelee autojen yhteiskäyttöpalvelun järjestelmäksi, ”joka tarjoaa toisistaan riippumattomille rekisteröityneille tai muuten tunnistetuille käyttäjille maksua vastaan käyttöoikeuden useissa erillisissä noutopisteissä saatavilla oleviin autoihin.” Autojen tulee myös olla varattavissa ja palautettavissa kaik-

kina vuorokauden aikoina, jotta yhteiskäyttöpalvelun kriteerit täyttyvät. Lisäksi, palvelun pitää sallia autojen lyhytaikainenkin käyttö (vähimmäisvuokraus aika maksimissaan kaksi tuntia) ja hinnoittelun tulee perustua ajettuun matkaan sekä ajoneuvon hallussapitoaikaan (HSL 2013, 16).

Voidakseen ajaa yhtä palveluntarjoajien autoista, käyttäjät yksinkertaisesti varaavat sen verkossa tai puhelimella, jolloin yleisesti myös määritellään ajoneuvon nouto- ja palautusaika sekä nouto- ja palautuspaikka (Taskinen & Voltti 2011, 5). Tämän jälkeen itsenäinen pääsy ajoneuvoon on mahdollista älykortilla tai mobiilisovelluksen avulla. Yhteiskäyttöautopalveluiden luonteeseen kuuluu, että ne kattavat kaikki ajoneuvon huoltokulut ja korjaukset. Sama pätee myös vakuutuksiin ja polttoaineeseen (Katzev 2003, 68). Tällöin asiakas maksaa autosta vain juuri sen verran kuin sitä käyttää.

Kolmanneksella kaikista yhteiskäyttöautopalveluista on sopimuksia paikallisten liikennetarjoajien kanssa ja etenkin suurimmilla palveluntarjoajilla yhteistyö julkisten tahojen kanssa on yleistä. Yleisempiä yhteistyötapoja ovat alhaisempien käyttökustannusten ja erikoisetujen tarjoaminen yhteiskäyttöautopalveluiden asiakkaille, jotka käyttävät julkisia kulkuneuvoja säännöllisesti. Lisäksi yhteistyötapoihin kuuluvat yhteismainonta sekä suhdetoiminta, josta yhteiskäyttö hyötyy ja jaetut mainonta sekä rekisteröintikanavat uusille yhteiskäyttöautopalveluiden asiakkaille (MoMo 2010, 2).

Kun puhutaan yhteisöllisestä autojen yhteiskäytöstä, voidaan esimerkkinä nostaa esiin autojen vertaisvuokraus. Se on jatkuvasti yleistynyt yhteiskäyttöautoilun muoto ja monet uudet palveluyritykset tällä saralla ovatkin omistautuneet pelkästään autojen vertaisvuokraukseen (Hampshire & Gates 2011, 119). Toisin kuin yhteiskäyttöautopalveluissa, joissa asiakkaat saavat käyttöönsä yrityksen omistamat ajoneuvot, autojen vertaisvuokrauksessa yksityiset autonomistajat voivat itse vuokrata omia autojaan muille. Tässä yhteiskäyttöautoilun muodossa autojen omistajat määrittelevät itse hinnan ja saatavuuden omalle ajoneuvolle. Autojen vertaisvuokraus on mainio tapa ansaita lisätuloja, mikäli yksityisauto seisoo suurimman osan ajasta käyttämättömänä tallissa tai parkkipaikalla (Shareitbloxcarin www-sivut 2017).

### 4.3 Autojen yhteiskäyttö Suomessa

Varsinaista autojen yhteiskäyttöä on Suomessa pääasiassa ollut tarjolla vain pääkaupunkiseudulla. Potentiaalisia yhteiskäyttöautopalveluiden käyttäjiä on kuitenkin pääkaupunkiseudulla, Turussa ja Tampereella arvioitu olevan yhteensä noin 100 000 henkilöä (Voltti 2010, 3). Virallisesti *yhteiskäyttöautoilu* on Suomessa ollut määrittelemättömän termi, mutta sen on katsottu tarkoittavan järjestelmää, joka välittää rekisteröityneille tai muuten tunnisteltaville käyttäjille maksua vastaan käyttöoikeuden useasta erinoutopisteestä saatavilla oleviin autoihin (Nikula 2015, 7). Suurin Suomessa toimiva varsinainen yhteiskäyttöautoja tarjoava yritys on vuonna 2001 toimintansa aloittanut City Car Club, jonka vuosittain kasvava asiakasmäärä pääkaupunkiseudulla on noin 3000 asiakasta (Voltti 2010, 48). Lisäksi Suomessa toimii muita pienempiä yhteiskäyttöautopalveluita tarjoavia yrityksiä. Yhteistä Suomessa toimiville yhteiskäyttöautopalveluille on kuitenkin se, että yritykset välittävät muussa kuin yksityisomistuksessa olevia autoja vuokrattavaksi käyttäjille (Nikula 2015, 7).

Suomessa yhteiskäyttöautojen käyttäjät ovat tyypillisesti nuoria aikuisia ja lapsiperheitä. Miehet ovat naisia aktiivisempia ryhtymään yhteiskäyttöautoilijoiksi. Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla yhteiskäyttöautojen käyttäjistä neljännes on yksineläjiä, kolmannes nuoria aikuisia ja lähes puolet lapsiperheitä. Tämä poikkeaa jonkin verran esimerkiksi Saksan ja Belgian vastaavista luvuista, joissa lapsiperheiden osuus yhteiskäyttöautojen käyttäjistä on pienempi. Yhteiskäyttöautoa käytetään eniten ostosmatkoilla, erilaisilla loma- ja vapaa-ajan matkoilla sekä tavaroiden kuljetustarpeeseen. Muilta osin yhteiskäyttöautojen käyttäjien päivittäinen liikkuminen perustuu vahvasti joukkoliikenteeseen tai pyöräilyyn ja jalankulkuun (Voltti 2010, 17).

Suurin osa yhteiskäyttöautopalveluiden käyttäjistä asuu autottomissa talouksissa, mutta joissain tapauksissa yhteiskäyttöautot myös korvaavat perheen ns. kakkosauton (Kahilaniemi, Stenman & Sacs 2015, 3). Myös Voltti (2010, 33) toteaa auton puutteen olevan yleisin syy yhteiskäyttöauton käyttöön. Ennen liittymistään yhteiskäyttöautopalvelun asiakkaaksi noin 60 prosenttia suomalaisista yhteiskäyttöautoilijoiden talouksista on ollut autottomia. Liittymisen jälkeen talouksista autottomia on jo noin 80 prosenttia ja 20–30 prosenttia jättää auton hankkimatta tai luopuu aiemmin omistamastaan autosta. Muualla Euroopassa tehdyt tutkimukset antavat samansuuntaisia tuloksia.

Suomalaiset kaupungit ovat viime vuosien aikana tutkineet yhteiskäyttöautojen toimintamalleja, koska niiden nähdään olevan hyödyllisiä liikennejärjestelmän kannalta (Kahilaniemi, Stenman, & Sacs 2015, 3). Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla yhteiskäyttöautoilijat tuottavat noin kolmanneksen vähemmän autosuoritetta (km/hlö/v) ja sitä kautta hiilidioksidipäästöjä kuin vastaavan ikäinen väestö alueella keskimäärin (Voltti 2010, 49). Yksi yhteiskäytössä oleva auto korvaa myös useita yksityisautoja, mikä johtaa vähempään pysäköintitilan tarpeeseen kaupungeissa ja vapauttaa kaupunkien katutilaa sosiaalisille ja ekologisille toiminnoille (Nikula 2015, 5). Esimerkiksi jo nyt pääkaupunkiseudulta ns. ”puuttuu” vähintään 1000 henkilöautoa yhteiskäytön seurauksena, mikä vastaa noin kolmen jalkapallokentän kokoista pysäköintialuetta (Voltti 2010, 37).

Voltin (2010, 42) mukaan potentiaalisia yhteiskäyttöautojen käyttäjiä on arvioitu olevan ainakin pääkaupunkiseudulla, Tampereella ja Turussa, mutta potentiaalisen käyttäjämäärän saavuttaminen edellyttää sekä yhteiskäyttöautosektorin kasvua, että julkisen sektorin toimia asian edistämiseksi. Kuten Nikula (2015, 15) toteaa, autojen yhteiskäyttöön liittyy Suomessa haasteita, jotka jakautuvat yksityisen tarjonnan, kaupallisten liiketoimintaa harjoittavien toimijoiden sekä viranomais- ja vakuutusliiketoiminnan kesken. Yksityisen henkilön este auton tarjoamiselle yhteiskäyttöön on korkea vakuutusmaksu, koska yksityisen ja vertaisvuokrauksen vakuutusriskit luetaan auton omistajan tappioksi. Liiketoiminnan harjoittajien haasteina taas ovat epämääräiset kaavoituskäytännöt ja pysäköintipaikkojen osoittamattomuus yhteiskäyttöautoja varten sekä liityntäpysäköinnin niukka tarjonta. Viranomais- ja vakuutusliiketoiminnan esteet ovat tietojärjestelmien taipumattomuus vertaisvuokrauksen kaksoiskäyttöä varten.

Edellä kuvattujen autojen yhteiskäytön haasteiden voittamiseksi on esitetty kirjallisuudessa erilaisia mahdollisuuksia. Yhteiskäytön edistämiseksi yhteiskäyttöautoilu tulisi muun muassa huomioida liikennevakuutuslaissa, verotuksessa ja auton rekisteröinnissä. Lisäksi autojen erilaisille käyttötarkoituksille tulisi laatia selkeämmät säännöt ja vakuutuspalveluja tulisi kehittää niin, että ne mahdollistaisivat vakuutuksen kulkevan auton käyttäjän mukana (Nikula 2015, 13). Edelleen Nikula (2015, 14) listaa yhteiskäyttöautoilun edistämiskeinoiksi kaavoituksen järkevöittämisen, yhteiskäyttöautojen yhdenvertaisen kohtelun pysäköintipaikkojen varaamisessa niin kiinteistöjen alueella



kuin liityntäpysäköinneissä sekä muun muassa työmatkaseteleiden ja -korttien arvon käytön mahdollistamisen joukkoliikennettä täydentäviin yhteiskäyttöautoihin.

#### 4.4 Autojen yhteiskäytön vaikutukset

Yhteiskäytön vaikutukset voidaan luokitella liikenteen, ympäristön, maankäytön ja sosiaalisten vaikutusten mukaan (Shaheen & Cohen 2008, 82). Yksi varteenotettava autojen yhteiskäytön vaikutus liikennejärjestelmälle on yksityisomistuksessa olevien autojen väheneminen. Yhteiskäytön tarjotessa mahdollisuuden ajoneuvon käyttöön satunnaisillakin matkoilla, kotitaloudet voivat luopua omasta autosta tai jättää sellaisen kokonaan hankkimatta. Työpaikoilla yhteiskäyttöautoilu voi puolestaan auttaa vähentämään työmatka-autoilua ja antaa yrityksille ja kaupungeille mahdollisuuden pienentää omia autokantojaan (TCRP Report 2005, 4-4). Yhteiskäyttöauton käyttämisellä on myös vaikutus ajettujen kilometrien määrään. Suuri osa yhteiskäyttöautojen käyttäjistä ajaa nimittäin merkittävästi vähemmän kuin aikaisemmin (Shaheen & Cohen 2008, 82).

Koska yhteiskäyttöautoilu vähentää todistetusti yksityisautojen määrää, tarvitaan vähemmän parkkitilaa ja parkkipaikkoja on myös paremmin saatavilla. Näin on erityisesti kaupunkialueilla, joissa useimmat kotitaloudet ovat riippuvaisia jalkakäytävän reunalle parkkeeramisesta. (TCRP Report 2005, 4-4) On arvioitu, että yksi yhteiskäyttöauto korvaa neljästä kahdeksaan yksityisomistuksessa olevaa autoa, jolloin julkista katutilaa vapautuisi parkkeeraukselta muuhun käyttöön 40-80 neliometriä. Jos otetaan huomioon vielä se tosiasia, että autot vaativat parkkitilaa useammassa paikassa joka päivä, vapautuu julkista tilaa entistäkin enemmän (MoMo 2010, 79).

Yhteiskäyttöautoilussa käytetään keskimääräisesti pienempiä ja uudempia autoja kuin mitä on löydettävissä tavallisista kotitalouksista. Nämä tuottavat vähemmän terveydelle haitallisia päästöjä ja kuluttavat vähemmän polttoainetta, joka näkyy suoraan kasvihuonekaasujen määrän alenemisena (MoMo 2010, 69). Monet yhteiskäyttöautopalvelut tarjoavat myös vähäpäästöisiä ajoneuvoja, kuten sähköautoja tai hybridejä, joka tukee positiivisia ekologisia vaikutuksia entisestään. Kasvihuonekaasujen mää-

rään alenemiseen vaikuttaa myös matkatapojen muuttuminen enemmän kävelyn, pyöräilyn ja julkisen liikenteen suuntaan yhteiskäyttöautoilun myötä (Shaheen & Cohen 2008, 82).

Autojen yhteiskäytöllä on havaittavissa myös myönteisiä sosiaalisia vaikutuksia. Kotaloudet saavat yhteiskäyttöpalveluiden avulla auton käyttöönsä ilman omistamisesta aiheutuvia kuluja. Yhteiskäyttöautot tarjoavat ihmisille, jotka tarvitsevat autoa vain satunnaisesti, vaihtoehdon maksaa auton käytöstä vain silloin kun sitä tarvitsee. Yhteiskäyttöautosta tulee kustannustehokas vaihtoehto oman auton omistamiselle silloin kun ajetaan 10 000-16 000 kilometriä vuodessa, paikasta ja palveluntarjoajasta riippuen (Shaheen & Cohen 2008, 82). Ihmiset, jotka käyttävät yhteiskäyttöautoja saavuttavat usein säästöjä erityisesti kokonaiskuljetuskustannuksissa. Tämä johtuu pienemmistä kuukausittaisista pääomakustannuksista, alhaisemmista vakuutus-, polttoaine-, ja huoltokuluista sekä säästöistä parkkimaksuissa. Monet yhteiskäyttöautopalveluiden käyttäjistä pitävät rahan säästämistä suurempana etuna kuitenkin sitä, ettei heidän tarvitse murehtia auton omistamiseen liittyvistä huolista (TCRP Report 2005, 4-35).

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 5.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen teoriaosuuteen kerättiin tietoa jakamistaloudesta ja yhteiskäyttöautoilusta. Informaation kerääminen oli suhteellisen helppoa, sillä teoretietoa löytyi hyvin niin suomeksi kuin englanniksikin. Enimmäkseen käytettiin internetistä löytyneitä tieteellisiä artikkeleita, koska niistä löytynyt informaatio oli relevantteinta. Jakamistalouden teoretietoa etsiessä pyrittiin pitäytymään suomenkielisissä lähteissä sen takia, että työ pohjautuu Suomeen. Tutkimusmenetelminä työssä käytettiin laadullista tutkimusta ja haastatteluja.

Haastattelut toteutettiin työssä strukturoituina, joka tarkoittaa, että pitäydettiin rajoituksissa kysymyksissä, jotka oli suunniteltu etukäteen. Haastatteluja varten otettiin yhteyttä puhelimitse ja sähköpostin välityksellä viiteen yhteiskäyttöautoilun saralla toimivaan yritykseen. Vastauksia saatiin neljältä, jotka kaikki ovat pääkaupunkiseudulta. Haastateltavat vastasivat kysymyksiin anonyymisti ja sähköpostin avulla.

### 5.2 Laadullinen tutkimus

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on luonteeltaan kuvailevaa ja kartoittavaa. Sen pyrkimyksenä on ymmärtää suuret asiayhteydet tutkittavan ilmiön sisällä. Laadullinen tutkimus perustuu myös tutkijan omiin havaintoihin ja tutkimussuunnitelma saattaa muuttua tutkimuksen aikana, kun tutkija oppii lisää aiheesta (Hirsjärvi & Hurme 2009, 21-24).

Tämä tutkimus toteutettiin laadullisena, koska kaikkia yhteiskäyttöautoiluun vaikuttavia tekijöitä ei vielä tunneta ja niistä pyritään saamaan parempi ymmärrys. Tutkimustapa soveltuu hyvin tämän kaltaiseen työhön, jossa pyritään ymmärtämään ilmiötä ja siihen vaikuttavia tekijöitä.

### 5.3 Aineiston hankinta ja analysointi

#### 5.3.1 Haastattelu

Haastattelu on yleinen tiedonhankintamenetelmä ammatillisessa tutkimuksessa. Sen etuja ovat nopeus ja helppous suurienkin aineistojen kokoamisessa. Haastattelu edellyttää henkilökohtaista kontaktia tutkijan ja tutkittavan välillä. Se voidaan joko suunnitella edeltävästi, jolloin kyse on strukturoidusta haastattelusta, rajatuissa aiheissa ja kysymyksissä pitäytymällä, kuten teemahaastattelussa, kysyä suoraan asiantuntijoilta (asiantuntijahaastattelu) tai toteuttaa erittäinkin yksityiskohtaisesti niin kuin syvähaastatteluissa toimitaan (Virtuaali ammattikorkeakoulun [www-sivut](#)).

Tässä tutkimuksessa kysymykset suunniteltiin etukäteen ja lähetettiin haastateltaville. Kyse on siis tällöin strukturoidusta haastattelusta. Tätä tapaa käytettiin, koska haastateltavat olivat sitä mieltä, että he vastaavat kysymyksiin mieluiten sähköpostin välityksellä. Avointa keskustelua, jossa olisi voinut osoittaa lisäkysymyksiä haastateltaville ei ollut mahdollista toteuttaa tämän tutkimuksen puitteissa.

#### 5.3.2 Kyselylomake ja aineiston keräys

Haastattelukysymykset suunniteltiin työn tutkimusongelmien ja teorian pohjalta saadun informaation perusteella. Haastateltaville annettiin mahdollisuus olla vastaamatta osaan kysymyksistä, jos he kokivat niiden paljastavan liikaa yrityksen toiminnasta. Osa haastateltavista myös päätyi tähän ratkaisuun. Itse kysymyslomake laadittiin Wordin avulla.

Aineisto suunniteltiin kerättäväksi huhtikuun 2017 aikana ja tässä myös pysyttiin. Vastauksia pyrittiin ensisijaisesti saamaan yritysten operatiivisista toiminnoista vastaavilta henkilöiltä. Kaikki vastaajista olivat miehiä.

### 5.3.3 Aineiston analysointi

Koska haastattelut toteutettiin sähköpostin avulla, oli aineisto jo valmiiksi kirjallisessa muodossa, mikä teki sen analysoinnista helppoa. Jokaisella kysymyksellä oli oma aihepiirinsä, minkä vuoksi sisältöä ei tarvinnut paljoa järjestellä. Yhtäläisyydet ja erot eri vastauksissa olivat myös tämän takia helposti havaittavissa. Vastauksista pyrittiin muodostamaan toimintamalleja, jotka myös linkittyisivät teoriaan. Tavoitteena aineiston analysoinnissa oli muodostaa yhtenäinen kokonaisuus, joka antaisi vastauksia tutkimusongelmaan.

## 6 TULOKSET

Haastattelujen perusteella yhteiskäyttöautopalveluiden tyypillinen käyttäjä on nuori aikuinen, useammin mies kuin nainen, joka asuu kaupungissa, eikä omista yksityisautoa. Hän on tavallisesti valveutunut ympäristönsuojelun suhteen, liikkuu pääsääntöisesti julkisilla tai polkupyörällä, eikä koe, että auton omistaminen olisi kaupunkialueella mielekästä tai tarpeen, koska kaikki palvelut ovat lähellä, julkiset liikenneyhteydet hyvät ja pysäköinti vaikeaa. Käyttäjällä ei välttämättä ole lapsia, joita tulisi viedä päiväkotiin tai harrastuksiin, mutta on myös esimerkkejä siitä, että lapsiperheet käyttävät yhteiskäyttöautopalveluja, koska autossa saadaan kulkemaan kätevämmiin lapsiperheen tavaroita.

Haastatteluista saatujen vastausten perusteella voidaan myös todeta, että yhteiskäyttöautopalveluilla on yleisesti suhteellisen vakiintunut asiakaskunta ja on huomattavissa selkeä ero uusien ja palaavien asiakkaiden välillä. Uusia asiakkaita on vaikeampi saada kuin vanhoja pitää ja useimmiten käyttäjä onkin ennemmin palaava asiakas kuin uusi. Yhteiskäyttöautopalvelut ovat luonteeltaan sen tyyppisiä, että usein vaaditaan yksi tai useampi käyttökerta, ennen kuin asiakkaat oppivat luottamaan palveluun ja tottuvat siihen. Tämän jälkeen seuraava vuokraaminen on jo helpompaa.

Kuten tässä työssä on jo aikaisemmin tullut esiin, yhteiskäyttöautoja käytetään pääsääntöisesti lyhyihin ja paikallisiin matkoihin. Tätä tukevat myös haastattelujen tulokset. Yhtenä esimerkkinä vastauksissa mainitaan viiden tunnin keskimääräinen vuokrausaika ja alle sadan kilometrin yhteenlaskettu ajomatka. Joissakin tapauksissa yhteiskäyttöautoja käytetään kuitenkin niinkin lyhyillä kuin puolen tunnin pituisilla matkoilla. Yhteiskäyttöautojen käyttö onkin kustannustehokkainta silloin kun sekä ajomatka että -aika pysyvät lyhyinä, sillä palvelusta maksetaan vain ajoneuvon käyttöä vastaavalta ajalta. Pidempien matkojen ja matka-aikojen kohdalla muut kulutavat ovat kuluttajalle taloudellisesti mielekkäämpiä.

Eräs merkittävä tekijä yhteiskäyttöautoista puhuttaessa on niiden sijoituspaikat. Kuten arvata saattaa, ajoneuvojen sijainti vaikuttaa merkittävästi niiden käyttöasteeseen. Tämän vuoksi kaikki haastatteluun vastanneista yhteiskäyttöautopalveluita tarjoavista yrityksistä pyrkivät sijoittamaan autonsa keskeisille paikoille hyvien kulkuyhteyksien

varrelle, jotta ne olisivat helposti tavoitettavissa. Tutkimuksessa tuli myös esille, että alueilla, joilla oman auton omistaminen on lähes pakollista, puutteellisen julkisen liikenteen tai muuten liian pitkien etäisyyksien takia, yhteiskäyttöautoja ei kannata tarjota, koska niiden käyttöaste jää liian vähäiseksi.

Jotta yhteiskäyttöautoja tarjoavat yritykset tavoittavat kohderyhmänsä, palveluja tarvitsee tietenkin myös markkinoida. Koska käyttäjät ovat pääasiallisesti nuoria aikuisia, on varsin luonnollista, että pääasiallinen markkinointikanava on sosiaalinen media. Sosiaalisen median kautta tapahtuva mainostaminen on helppo tapa saada näkyvyyttä toivotun kohdeyleisön silmissä. Lisäksi se on perinteisiin medioihin verrattuna edullisempi ja paremmin kohdennettavissa oleva vaihtoehto. Yhteisöllisyyteen perustuvissa liiketoimintamalleissa, kuten yhteiskäyttöautoilussa, myös kuulopuheella on suuri merkitys. Yritykset pyrkivät siihen, että heidän tuotteensa laatu ja helppokäyttöisyys saa käyttäjät suosittelemaan palvelun käyttöä eteenpäin myös muille. Tällainen markkinointimalli toimii erinomaisesti juurikin sosiaalisen median välityksellä. Myös internet-sivuilla on tärkeä osa yhteiskäyttöautopalveluiden markkinoinnissa. Pääsääntöisesti auton varaaminen tapahtuu yritysten web-sivujen kautta, joilla potentiaalinen asiakas tahtomattaankin altistuu lisäinformaatiolle. Vaikka yhteiskäyttöautopalveluiden markkinointi tapahtuukin suurimmaksi osaksi verkkomainonnan kautta, osa haastatteluun vastanneista yrityksistä käyttää myös henkilökohtaista myyntityötä aseenaan, varsinkin silloin kun kohteena ovat yritysasiakkaat.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksesta saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että mikäli Turkuun oltaisiin perustamassa yhteiskäyttöautoja tarjoava yritys, asiakaskunta tulisi mitä todennäköisimmin, pääkaupunkiseudun tapaan, koostumaan kaupungissa asuvista nuorista aikuisista. Ikäjakaumaltaan Turku sopii hyvin tämänkaltaiseen yritystoimintaan, sillä nuoriksi aikuisiksi laskettavia henkilöitä on väestössä huomattavasti enemmän kuin muihin ikäryhmiin kuuluvia ihmisiä. Iso osa näistä nuorista aikuisista vieläpä asuu keskusta-alueella, joka edelleen tukee sitä väittämää, että yhteiskäyttöautopalvelulle voisi olla tilausta Turun tyyppisessä kaupungissa.

Vuoden 2017 kuntavaaleissa Vihreät oli Turun toiseksi suosituin puolue ja kasvatti suosiotaan 5,1 prosenttia edellisistä vaaleista. Vihreiden äänestäjien voidaan ajatella olevan valveutuneita ympäristönsuojelun suhteen ja kannattavan ekologisempia liikumisvaihtoehtoja, kuten julkista liikennettä ja pyöräilyä, jotka ovat pääkaupunkiseudulla yleisimpiä yhteiskäyttöautoilijan liikkumiskeinoja. Osana CIVITAS ECCENTRIC-hanketta toteutettu pyöräilybarometri myös suoraan osoittaa, että Turussa pyöräillään paljon ja jokaisessa tuloryhmässä sekä koulutusluokassa (Turun kaupungin www-sivut 2017). Näistä syistä voisi uskoa Turustakin löytyvän potentiaalisia asiakkaita yhteiskäyttöautopalvelulle.

Julkisen liikenteen kehittymisellä ja fiksun liikkumisen lisääntymisellä saattaa olla myös negatiivisia vaikutuksia yhteiskäyttöautopalvelulle. Mikäli kehitys etenee niin pitkälle, etteivät ihmiset enää koe autoa olleenkaan tarpeelliseksi, tekee se asiakkaiden hankkimisen mahdottomaksi. Ongelmaksi Turun kokoisessa kaupungissa saattaa myös muodostua kaupungin pienuus ja varsinkin se, ettei keskusta-alue ole kovin laaja. Välimatkat ovat Turussa lyhyitä ja keskusta-alueen läheisyydestäkin löytyy muutama isompi kauppa. Tämä karsii pois potentiaalisia asiakkaita, koska tarvetta auton käytölle ei välttämättä ole.

Kuten tutkimustuloksissa, ja jo aikaisemmin tässä työssä on tullut esiin, yhteiskäyttöautoja käytetään pääsääntöisesti lyhyihin ja paikallisiin matkoihin. Jos oletetaan, että Turkuunkin perustettavan yhteiskäyttöautopalvelun asiakaskunta tulee pääasiallisesti



koostumaan keskusta-alueella asuvista lapsiperheistä tai nuorista aikuisista, muodostuu käyttö todennäköisesti enimmäkseen ostos-, loma- ja vapaa-ajanmatkoista. Periferiassa, kuten esimerkiksi Raision Kuninkojalla, sijaitsevat kauppakeskittymät voisivat olla yksi kohde ostosmatkoille. Kyseisestä keskittymästä löytyy muun muassa huonekalujätti IKEA, josta tavaroiden kuljettaminen kotiin ilman autoa saattaa osoittautua vaikeaksi. Erilaisista loma- ja vapaa-ajanmatkoista voidaan taas nostaa esiin esimerkiksi kesäiset reissut uimarannoille tai lasten kuljettaminen harrastuksiin.

Tutkimustulosten mukaan yhteiskäyttöautojen sijoituspaikat ovat merkittävä tekijä palvelun menestymiselle. Autot tulee sijoittaa keskeisille paikoille, hyvien kulkuyhteyksien varrelle, jotta niiden käyttöaste pysyy korkeana. Alueilla, joilla oman auton omistaminen on lähes pakollista, ei kannata yhteiskäyttöautoja tarjota. Turussa paikkoja, joissa voisi olla tilausta yhteiskäyttöautoille, ovat ainakin: juna- ja linja-autoasemat, satama sekä jo aiemmin työssä mainittu Kupittaa, johon ollaan kaupungin toimesta puuhaamassa eri kulkutapoja yhdistävää liikkumispistettä. Potentiaalisia sijoituspaikkoja mietittäessä tulee mieleen myös ylioppilaskylä, joka sijaitsee Turussa hie-man keskusta-alueen ulkopuolella. Opiskelijoilla harvemmin on käytössään omaa autoa, varsinkaan, jos he ovat muuttaneet muualta Turkuun opiskelemaan. On myös mahdollista, että jotkin talonyhtiöt voisivat olla kiinnostuneita yhteiskäyttöauton sijoittamisesta piha-alueelleen, jossa se olisi asukkaiden käytössä. Yhteistyö Turun kaupungin kanssa olisi niin ikään tervetullutta uudelle yhteiskäyttöautopalvelulle. Esimerkiksi virastot voisivat liittyä palvelun yritysasiakkaiksi, jolloin kaupungin työntekijät saisivat yhteiskäyttöautoja käyttöönsä työpäivän ajaksi. Edellä mainittu yhteistyö kaupungin kanssa voisi myös helpottaa parkkipaikkojen saamista yhteiskäyttöautopalvelun käyttöön.

Mikäli ihminen tarvitsee autoa, vaikkakin vain satunnaisesti, saattaa omasta autosta luopuminen silti olla vaikeaa. Yhteiskäyttöautoon siirtyminen vaatii sopivan elinympäristön ja elämäntilanteen lisäksi oikeanlaisen asenteen. Kuten tutkimustuloksissa jo aikaisemmin todettiin, yhteiskäyttöautopalveluilla on pääkaupunkiseudulla suhteellisen vakiintunut asiakaskunta. Uusia asiakkaita on vaikeampi hankkia kuin vanhoja pitää ja suurimmalla osalla yhteiskäyttöautopalveluiden käyttäjistä on niistä aikaisempaa kokemusta. Positiivisten käyttökokemusten myötä ihmiset ovat hanakkaampia käyttä-

mään yhteiskäyttöautoja ja tunnistavat niiden edut. Yhteiskäyttöautoilun tutuksi tuominen ja asenteiden muuttaminen suopeammiksi sitä kohtaan saattaa Turussakin olla aluksi haastavaa ja vaatia uudelta yhteiskäyttöpalvelulta mahdollisesti suuriakin ponnisteluja.

Tuodakseen yhteiskäyttöautoilua esille ja markkinoidakseen palveluitaan, yritykset pääkaupunkiseudulla käyttävät enimmäkseen sosiaalista mediaa, kuten käy ilmi tutkimustuloksista. Sosiaalista mediaa käytetään markkinoinnissa eniten, koska se on helppo ja edullinen tapa saada näkyvyyttä kohdeyleisön silmissä. Turussakin yhteiskäyttöautopalvelun ensisijaisen markkinointikanavan olisi hyvä olla sosiaalinen media, koska sen kautta on helpompaa saada ihmiset esimerkiksi vierailemaan yrityksen kotisivuilla, joissa yhteiskäyttöautoilua voidaan käsitteellä avata enemmän. Jatkuvasti digitalisoituvassa maailmassa on muutenkin tärkeää rakentaa yritykselle vahva presens nettiin, jotta ajankohtainen informaatio on asiakkaille helposti saatavilla. Niin kuin haastattelujen tuloksissa mainittiin, myös kuulopuheella on suuri merkitys yhteiskäyttöautoilun tapaisessa yritystoiminnassa. Sosiaalisessa mediassa sana liikkuu nopeasti ja hyvät suositukset käyttäjiltä voivat luoda uusia asiakkuuksia. Mikäli esimerkiksi opiskelijat saataisiin käyttämään palvelua ja suosittelemaan sitä jälkikäteen paikallisuuteen perustuvassa mobiilisovellus Jodelissa, joka on korkeakouluopiskelijoille suunnattu anonyymi keskustelualusta, voisi se luoda kiinnostavuutta yrityksen ympärille. Aloittavan yrityksen olisi toki myös hyvä käyttää muita markkinointikeinoja, jotta mainostaminen saavuttaa laajemman yleisön. Keskusta-alueella voisi autosten tuulilaseihin tai polkupyörien tarakoille kiinnittää mainoslehtisiä, joissa kerrotaan, että tällainen palvelu on saapunut Turkuun. Henkilökohtaista myyntityötä, jota osa haastatelluista pääkaupunkiseudun yrityksistä käyttää, ei myöskään sovi unohtaa. Se on mainio keino, kun kohteena on yritykset tai aiemmin esiin nostetut talonyhtiöt.

Kaiken kaikkiaan Turussa voisi hyvinkin olla potentiaalia yhteiskäyttöautopalvelun markkinaksi. Vaikka kaupungissa on huomattavasti vähemmän asukkaita kuin pääkaupunkiseudulla ja se on keskusta-alueeltaan pienempi, on yleinen ilmapiiri ihmisten keskuudessa suotuista. Turkulaisilla on vahva yhteisöllisyyden tunne ja kaupungissa on muutenkin tällä hetkellä positiivinen henki tulevaisuuden suhteen. Jos yhteiskäyttöautoilusta saataisiin kehitettyä turkulaisten oma juttu, voisivat tulevaisuuden näky-

mät olla palvelun suhteen erittäinkin valoisat. Ihmisten asenteiden ja ympäristön muuttaminen suotuisammiksi yhteiskäyttöautoilulle saattaa kestää muutaman vuoden, mutta on hyvä olla ensimmäisten toimijoiden joukossa liikkeellä, koska tulevaisuudessa yhteiskäyttöautoilu tulee varmasti olemaan isompi juttu kuin se on tällä hetkellä. Jotta yhteiskäyttöautoilu saavuttaisi Turussa potentiaalisen käyttäjämääränsä ja vahvan jalansijan, edellyttää se yksityisten toimijoiden tekojen lisäksi toimia myös julkiselta sektorilta asian edistämiseksi. Viime vuosien aikana kaupungit ovat Suomessakin onneksi alkaneet tukea yhteiskäyttöautoilua, sen liikennejärjestelmälle tuomien hyötyjen takia.

## LÄHTEET

Bardhi, F. & Eckhardt, G. 2012. Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing.

Cohen, A. & Shaheen, S. 2008. Growth in Worldwide Car Sharing – An International Comparison. Viitattu 20.3.2017. <https://escholarship.org/uc/item/1139r2m5>

Cohen, A. & Shaheen, S. 2015. Innovative Mobility Car Sharing Outlook. Viitattu 11.5.2017. [http://innovativemobility.org/wp-content/uploads/2016/02/Innovative-Mobility-Industry-Outlook\\_World-2016-Final.pdf](http://innovativemobility.org/wp-content/uploads/2016/02/Innovative-Mobility-Industry-Outlook_World-2016-Final.pdf)

Gates, C & Hampshire, R. 2011. Peer-to-Peer Carsharing: Market Analysis and Potential Growth. Viitattu 10.5.2017. [https://www.researchgate.net/profile/Robert\\_Hampshire3/publication/269136096\\_An\\_Analysis\\_of\\_Person-to-Person\\_Car\\_Sharing/links/55edb05408aedecb68fb0ca4.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Robert_Hampshire3/publication/269136096_An_Analysis_of_Person-to-Person_Car_Sharing/links/55edb05408aedecb68fb0ca4.pdf)

Helsingin seudun liikenteen www-sivut. Viitattu 15.5.2017. <https://www.hsl.fi/>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Kahilaniemi, S. & Sacs, I. & Stenman, P. 2015. Yhteiskäyttöautojen toimintamalli Skanssissa. Viitattu 9.5.2017. [https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/yhteiskayttoautot\\_skanssissa.pdf](https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/yhteiskayttoautot_skanssissa.pdf)

Katzev, R. 2003. Car Sharing: A New Approach to Urban Transportation Problems. Viitattu 19.4.2017. [https://www.researchgate.net/profile/Richard\\_Katzev/publication/227718696\\_Car\\_Sharing\\_A\\_New\\_Approach\\_to\\_Urban\\_Transportation\\_Problems/links/5599957208ae21086d25b160.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Richard_Katzev/publication/227718696_Car_Sharing_A_New_Approach_to_Urban_Transportation_Problems/links/5599957208ae21086d25b160.pdf)

Lahti, V-M. & Selosmaa, J. 2013. Kaikki Jakoon. Jyväskylä: Atena Kustannus.

MoMo: The State of European Car-Sharing. 2010. Viitattu 15.3.2017. [http://carsharing.de/images/stories/pdf\\_dateien/wp2\\_report\\_\\_englisch\\_final\\_2.pdf](http://carsharing.de/images/stories/pdf_dateien/wp2_report__englisch_final_2.pdf)

Nylund, M. 2015. Urbanin osallistumisen ja kansalaisaktiivisuuden uusi muoto. Viitattu 16.5.2017. [http://www.helsinki.fi/kaupunkitutkimus/dokumentit/Road-show13112015/Nylund\\_Jakamistalous-ARCADA.pdf](http://www.helsinki.fi/kaupunkitutkimus/dokumentit/Road-show13112015/Nylund_Jakamistalous-ARCADA.pdf)

Saranne, M. 2016. Jakamistalous - resurssiviisasta etäisyyksien hallintaa. Viitattu: 3.5.2017. <http://www.lapinamk.fi/loader.aspx?id=633b1d35-12cb-488d-b012-a4a0aad9948c>

Scientific Advisory Group Report: Carsharing: Evolution, Challenges and Opportunities. 2014. Viitattu 15.3.2017. [https://www.acea.be/uploads/publications/SAG\\_Report\\_-\\_Car\\_Sharing.pdf](https://www.acea.be/uploads/publications/SAG_Report_-_Car_Sharing.pdf)

Shareitbloxcarin www-sivut. Viitattu 18.5.2017. <https://www.shareitbloxcar.fi/>

Taskinen, J. & Voltti, V. 2011. Autojen yhteiskäyttö julkisissa organisaatioissa. Julkaisematon raporttiluonnos. Ympäristöministeriö.

TCRP Report 108: Car-Sharing: Where and how it succeeds. 2005. Viitattu 15.3.2017. [http://www.tcrponline.org/PDFDocuments/TCRP\\_RPT\\_108.pdf](http://www.tcrponline.org/PDFDocuments/TCRP_RPT_108.pdf)

Turun kaupungin www-sivut. Viitattu: 17.5.2015. <https://www.turku.fi/>

Virtuaali ammattikorkeakoulun www-sivut. Viitattu 20.5.2017. <https://moodle.amk.fi/>

Voltti, V. 2010. Autojen yhteiskäytön potentiaali ja vaikutukset pääkaupunkiseudulla, Turussa ja Tampereella. Viitattu 15.3.2017. [http://www.motiva.fi/files/4513/Autojen\\_yhteiskayton\\_potentiaali\\_ja\\_vaikutukset\\_paakaupunkiseudulla\\_Turussa\\_ja\\_Tampereella.pdf](http://www.motiva.fi/files/4513/Autojen_yhteiskayton_potentiaali_ja_vaikutukset_paakaupunkiseudulla_Turussa_ja_Tampereella.pdf)

HAASTATTELUKYSYMYKSET:

1. Oletteko miettineet minkä tyyppisiä asiakkaanne ovat? Tällä tarkoitetaan lähinnä käyttäjien ikää, sukupuolta ja elämäntilannetta.
2. Onko ollut huomattavissa selkeää eroa siinä, käyttääkö palveluitanne enemmän uudet vai palaavat asiakkaat?
3. Osaatteko arvioida, paljonko autojanne käytetään kahden viikon aikana? Entä kuinka pitkä on keskimääräinen vuokrausaika?
4. Millaisilla paikoilla autonne sijaitsevat? Vaikuttaako ajoneuvon sijainti merkittävästi sen käyttöasteeseen?
5. Millaisia väyliä käytätte markkinoidaksenne palveluitanne?