

Solita Oy

TIEDOTE 14.9.2017

Solita tutki: Joka kolmas suomalainen luopuisi omistusautosta, mikäli uudet liikennepalvelut kehittyisivät riittävästi ja olisivat kohtuuhintaisia

Suomalaiset ovat kiinnostuneita uusista liikenteen ja liikkumisen palveluista jopa siinä määrin, että joka kolmas autonomistaja harkitsisi luopumista omistusautosta – alle 30-vuotiaista jopa puolet. Tämä kuitenkin edellyttää liikenteen palveluiden kehittymistä sujuviksi ja kohtuuhintaisiksi kokonaisuuksiksi. Suomalaisille tärkeintä päivittäisessä liikkumisessa on liikenteen sujuvuus ja kustannukset.

Tiedot käyvät ilmi digitaalisen asiantuntijayritys Solitan Consumer Compassilla teettämästä Liikenteen uudet palvelut -kyselytutkimuksesta, johon vastasi 1 125 suomalaista huhtikuussa 2017.

Kyselytutkimuksen mukaan 90 prosentille suomalaisista tärkeintä päivittäisessä liikkumisessa on liikenteen sujuvuus ja kustannukset. Konkreettisista palveluista vastaajat kaipaivatkin eniten ajantasaisia reittioppaita ja tietoja onnettomuuksista, ruuhkista ja aikataulumuutoksista. Liikkumisen sujuvuutta ja ajankäyttöä tehostaisi koko matkaketjun kattava yksi matkalippu, jota piti tarpeellisena peräti 77 prosenttia vastaajista.

”Ihmiset ovat allergisia kaikelle liikkumiseen liittyvälle epävarmuudelle. Kaikki tilannetietoisuutta ja hallinnantunnetta lisäävät uudet ratkaisut ovat siksi tervetulleita. Lippujen ostaminen ja liikennevälineiden vaihdot koetaan myös hankaliksi, mistä osoituksena kiinnostus koko matkaketjun kattavaa lippua kohtaan. Suomalaiset ovat selvästi kiinnostuneita liikenteen sujuvuutta ja edullisuutta lisäävistä palveluista”, sanoo Solitan asiakkuusjohtaja Mikko Varjos.

”Ekologisuus ei kyselyn mukaan ole tärkein peruste uusien liikennepalveluiden käytölle. Tulos on tuttu myös useista aiemmista tutkimuksista: esimerkiksi pyöräilykaupunki Kööpenhaminassa vain 1% ihmisistä ilmoittaa ympäristöystävällisyyden tärkeimmäksi syyksi pyöräilylleen”, Varjos sanoo.

Palvelumuotoilu ratkaisee uusissa liikennepalveluissa

Kustannukset ovat sujuvuuden lisäksi toinen tärkeä tekijä ihmisten päivittäisessä liikkumisessa (88 % vastaajista). Neljännes suomalaista käyttää liikkumiseen keskimäärin alle sata euroa kuukaudessa, toinen neljännes 100-200 euroa, 17 prosenttia 200-300 euroa ja 24 prosenttia 300-600 euroa kuukaudessa. Kysyttäessä paljonko kuluttaja olisi valmis maksamaan palvelupaketista, joka kattaisi kaikki hänen kuukausittaiset liikkumistarpeensa, 38 prosenttia vastasi alle sata euroa, 28 prosenttia 100-200 euroa ja 22 prosenttia 200-400 euroa.

”Toimivuuden ohella kilpailukykyinen hinta on tärkeää liikenteen uusien palveluiden kehityksessä. Tutkimuksesta käy ilmi, että ihmiset olisivat tällä hetkellä valmiita maksamaan keskimäärin alle 150 euroa kuukaudessa kaiken kattavasta palvelupaketista. Tämä on merkittävästi vähemmän kuin vastaajien arvio nykyisistä liikkumisen kustannuksista. Tulee kuitenkin huomioida, että uusia palveluita ei vielä ole olemassa, joten niille on vaikea arvioida sopivaa hintaa. Kuka olisi esimerkiksi 10 vuotta sitten ollut valmis maksamaan matkapuhelimestaan lähes 1000 euroa”, sanoo Varjos.

”Uusia palveluita kehitettäessä onkin ensiarvoisen tärkeää tehdä se yhdessä asiakkaiden kanssa ja hyödyntää monipuolisesti liikenteessä syntyvää dataa. Palvelumuotoilu, palveluiden laatu sekä asiakkaan asettaminen suunnittelun keskiöön takaavat käyttäjille hyödylliset ja houkuttelevat palvelut oikeaan hintaan”, sanoo Varjos.

Osa luopuisi omistusautosta – nuorista jopa puolet

Autonomistajista kolmasosa olisi valmis luopumaan autostaan, mikäli liikennepalvelut kehittyisivät riittävästi. Alle 30-vuotiaista jopa 52 prosenttia oli tätä mieltä. Noin kolmannes kaikista vastaajista olisi kiinnostunut käyttämään liikkumiseen kyydinjakopalveluja (38 %), yhteiskäyttöautoja (31%), automaattisesti ajavia autoja (32 %) ja yhteiskäyttöpolkupyöriä (28%).

Alle 30-vuotiaat suhtautuivat vanhempia ikäluokkia huomattavasti positiivisemmin kaikkiin uusiin liikkumismuotoihin. Ero tutkimustuloksissa kasvoi mitä vanhemmista ikäluokista oli kyse. Esimerkiksi ero alle 30-vuotiaiden ja yli 50-vuotiaiden vastusten välillä oli kauttaaltaan yli 10-20 prosenttiyksikköä.

”Kiinnostus omistusautosta luopumista kohtaan kasvaa Suomessa. Tutkimus näyttää selvästi mihin suuntaan kehitys johtaa, sillä nuoremmat sukupolvet ovat kaikkein kiinnostuneimpia luopumaan omasta autostaan. Tässä vaiheessa tulee kuitenkin huomioida, että noin 60 prosenttia vastaajista ilmoitti, ettei luopuisi yksityisautostaan, eikä ole kiinnostunut automaattisista ajoneuvoista tai kulkuneuvojen yhteiskäytöstä. Tämäkin tulee ottaa huomioon liikennepolitiikassa”, sanoo Varjos.

** Tutkimusaineisto on kerätty tutkimusyhtiö Consumer Compassin verkkopaneelitutkimuksessa huhtikuussa 2017. Tutkimukseen vastasi yhteensä 1125 vastaajaa, jotka edustivat suomalaista aikuisväestöä. Aineisto painotettiin vastaamaan suomalaista aikuisväestöä iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan.*

Lisätietoja:

Mikko Varjos, asiakkuusjohtaja, Solita Oy, mikko.varjos@solita.fi, p. 050 386 5218

Solita on digitaalisen liiketoiminnan asiantuntijayritys. Olemme asiakkaidemme matkaopas muuttuvassa maailmassa. Solita tuottaa digitaalisia ratkaisuja ja verkkopalveluita sähköiseen liiketoimintaan ja asiointiin sekä tiedolla johtamiseen. Vuonna 1996 perustetun Solitan liikevaihto vuonna 2016 oli 58,5 miljoonaa euroa. Yhdistyttyään palvelumuotoilutoimisto Palmun kanssa Solita työllistää 600 digitaalisen liiketoiminnan asiantuntijaa Helsingissä, Tampereella, Oulussa, Singaporessa ja Tukholmassa.