

# Joukkoliikenne 2021: Tunteet, merkitykset, käyttäytyminen ja panostukset

*Tutkimusraportti 24.11.2021*



## Sisällys

Tiivistelmä	3
Tutkimuksen faktat	4
Tutkimusmetodi	5
Tutkimuksessa käytettävät tunteet	6
Positiiviset ja negatiiviset tunteet	7
Empatiamatriisi – vahvat signaalit	8
Empatiamatriisi – palvelukyky	9
Empatiamatriisi – heikot signaalit	10
Empatiamatriisi – joukkoliikennettä käyttäneet	11
Empatiamatriisi – joukkoliikennettä ei-käyttäneet	12
Käyttäytymismatriisi – kaikki vastaajat	13
Tunnejakauma – kaikki vastaajat	14
Tunnejakaumat – joukkoliikenteen käyttö	15
Positiiviset tunteet taustamuuttujittain	16
Negatiiviset tunteet taustamuuttujittain	17
Tunteiden puuttuminen taustamuuttujittain	18
Lisätiedot	19

# Tiivistelmä: Joukkoliikenteen palvelukyky jakaa kansaa eikä tuota kilpailuetua – pelko vähäistä koronasta huolimatta

Empatiatutkimuksen ja -analytiikan avulla selvitettiin täysi-ikäisten suomalaisten tunteita, merkityksiä ja käyttäytymistä suhteessa joukkoliikenteeseen.

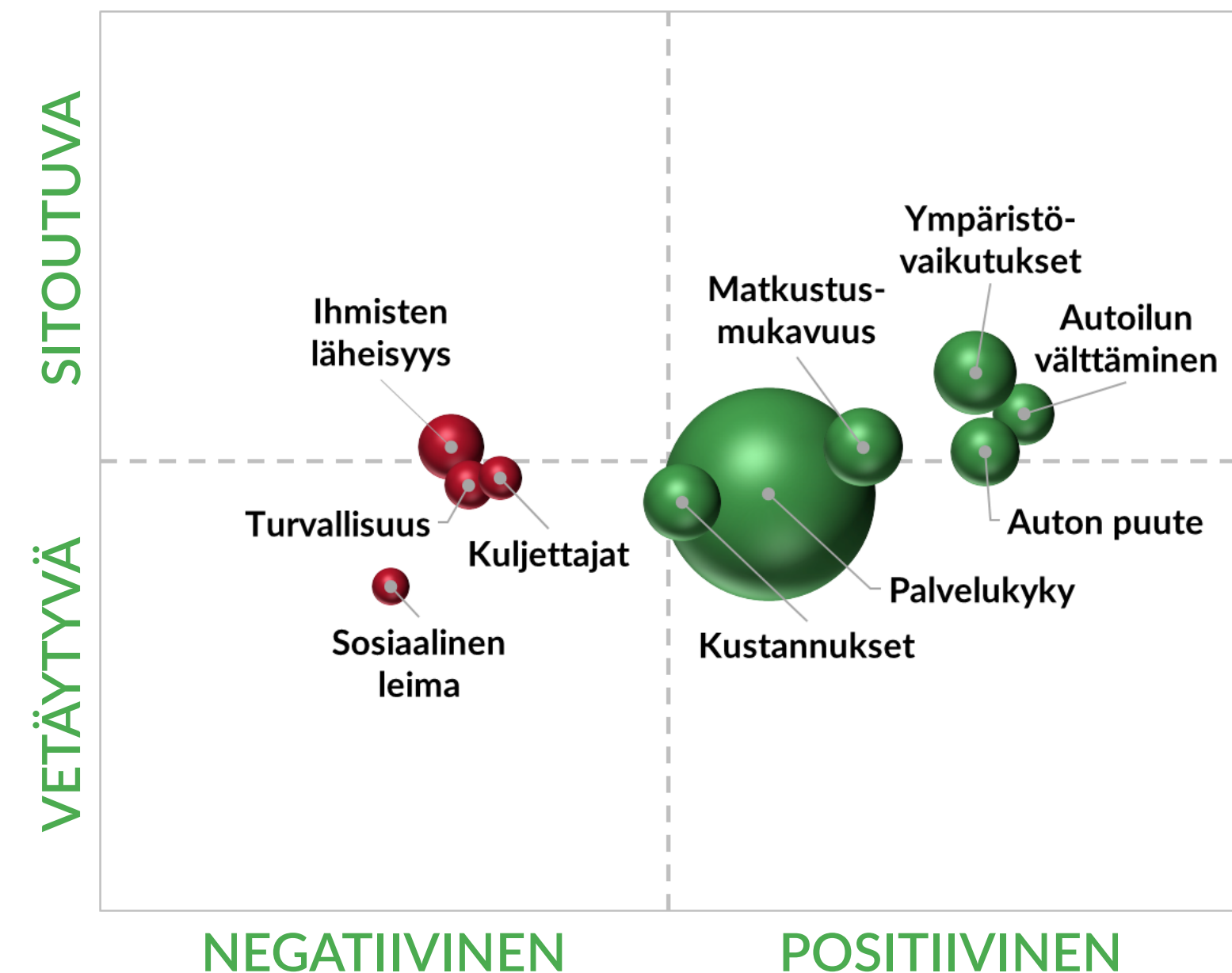
## Empatiatutkimuksen toteutus

- Joukkoliikennettä tutkittiin syys-lokakuun 2021 vaihteessa YouGov-paneelilla, jossa otos N=1000 edustaa täysi-ikäisiä suomalaisia
- Metodi, ns. empatia-analytiikka, perustuu Geneven yliopiston tieteelliseen tutkimukseen

## Tunteet joukkoliikennettä kohtaan

- Vastaajista **45 %** kokee joukkoliikennettä kohtaan **positiivisia tunteita**
- Vastaajista **negatiivisia tunteita** kokee **viidennes**
- **Kolmannes ei koe tunteita lainkaan** (voidaan tulkita merkityksettömyydeksi)
- Julkisen liikenteen käyttö viimeisen **12 kuukauden** aikana **ei vaikuta negatiivisten tunteiden osuuteen**; vastaajat, jotka eivät ole käyttäneet joukkoliikennettä, kokevat sen selvästi yleisemmin **merkityksettömäksi**
- Yleisimpiä tunteita joukkoliikennettä kohtaan ovat **tyytyväisyys (20 %)**, **helpotus (10 %)**, **pettymys (9 %)**, **kiinnostus (6 %)** ja **pelko (4 %)**

Matriisi kuvaa tunteiden juurisyitä ja joukkoliikenteen tärkeimpiä osatekijöitä sekä niiden vaikutuksia kansalaisten käyttäytymiseen:



- Positiivista käyttäytymistä lisääviä osatekijöitä olisi syytä vahvistaa tai ylläpitää, negatiivisia uudistaa tai korjata
- Palvelukyvyn tärkein elementti on palveluverkon laajuus, joka jakaa kansaa: negatiivisia asioita ovat aikataulujen pitävyys ja joukkoliikenteen hitaus, positiivisia yleinen toimivuus ja kokemukset arjesta
- Pandemiasta huolimatta tartuntariski nousi näkyviin vain heikkona negatiivisena signaalina (pelon tunteena)

## Tutkimuksen faktat

- Joukkoliikennettä koskeva tunnedata kerättiin YouGovin online-paneelin avulla 29.9.-1.10.2021
- Paneeli (N=1005) kiintiöitiin iän, sukupuolen ja asuinpaikan perusteella vastaamaan yli 18-vuotiaita suomalaisia
- Kokonaistuloksissa keskimääräinen virhemarginaali on noin  $\pm 2,8$  prosenttiyksikköä suuntaansa 95 prosentin luottamustasolla
- Taustamuuttujia ovat ikä, sukupuoli, suuralue, maakunta, perhe-elämän vaihe, urbanisaatio, kotitalouden tulot, ammattiryhmä, koulutus, sosiaalisen median käyttö ja esimiesasema
- Data analysoitiin NayaDaya Oy:n kehittämällä empatia-analytiikalla, joka perustuu tieteelliseen tunneteorian<sup>[1]</sup>, tutkimukseen<sup>[2]</sup> ja algoritmiin<sup>[3]</sup>

[1] Scherer, K.R., Fontaine, J.R.J., & Soriano, C. (2013). Components of Emotional Meaning. Oxford University Press.

[2] Pre-existing scientific research independently conducted and published by the Geneva Emotion Research Group at the University of Geneva.

[3] The Emotional Value Index (EVI) algorithm developed by NayaDaya Inc.

# Empatiatutkimus: kysymykset, analytiikka ja tulokset

## Kysymykset kansalaisille

- 1) Mitä tunnetta joukkoliikenne sinussa herättää?<sup>[1]</sup>
- 2) Nimeä tärkein tai tärkeimmät syyt tunteesi takana.



## Analyysi tuottaa vastaukset kolmeen kriittiseen kysymykseen

- 1) Mitkä joukkoliikenteen osatekijät ovat merkityksellisimpiä?
- 2) Miten ne vaikuttavat kansalaisten käyttäytymiseen ja sitoutumiseen?
- 3) Mihin priorisoida panostuksia, jotta vahvistetaan joukkoliikenteen kilpailuetua ja kestäväää kehitystä?

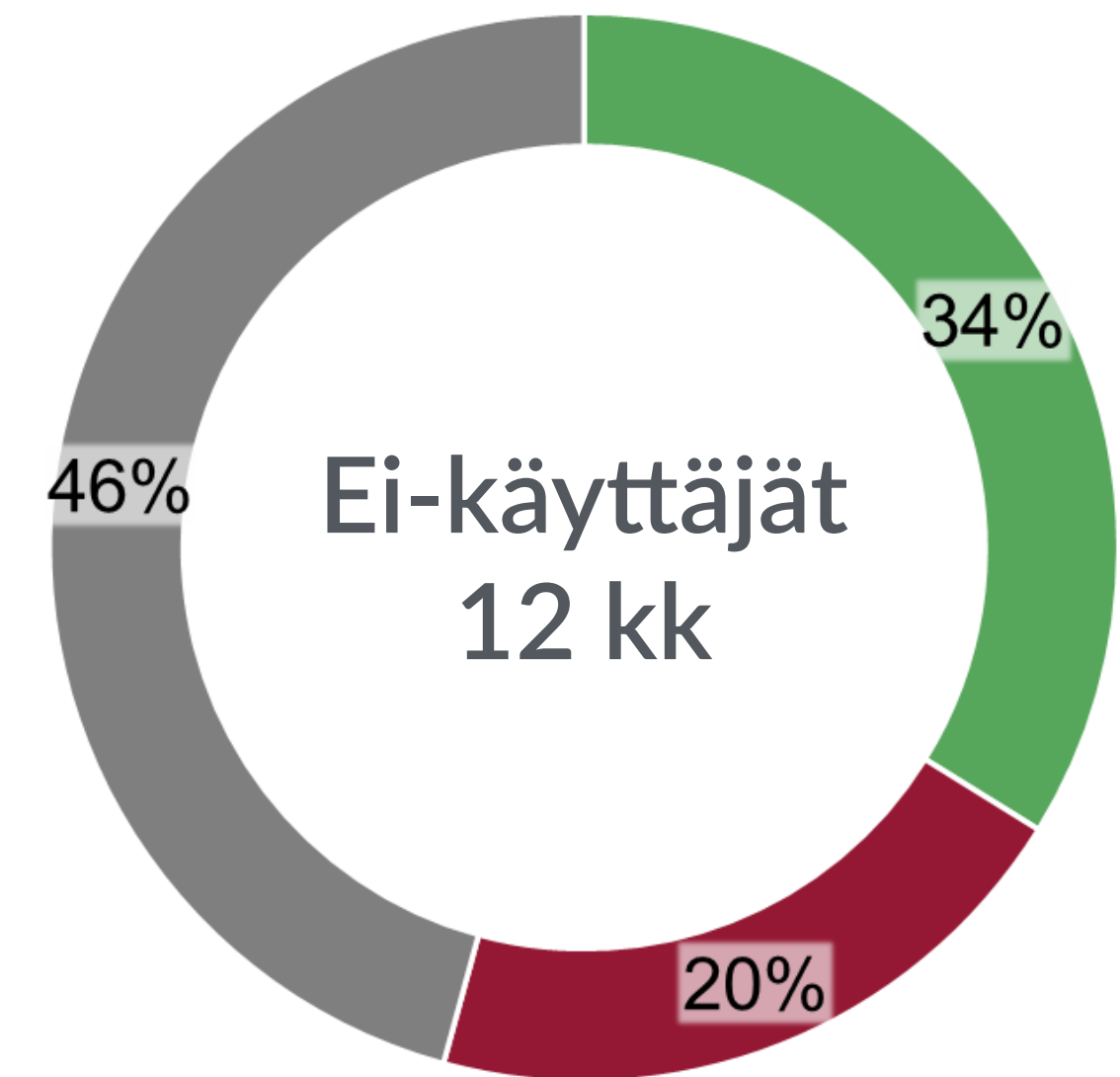
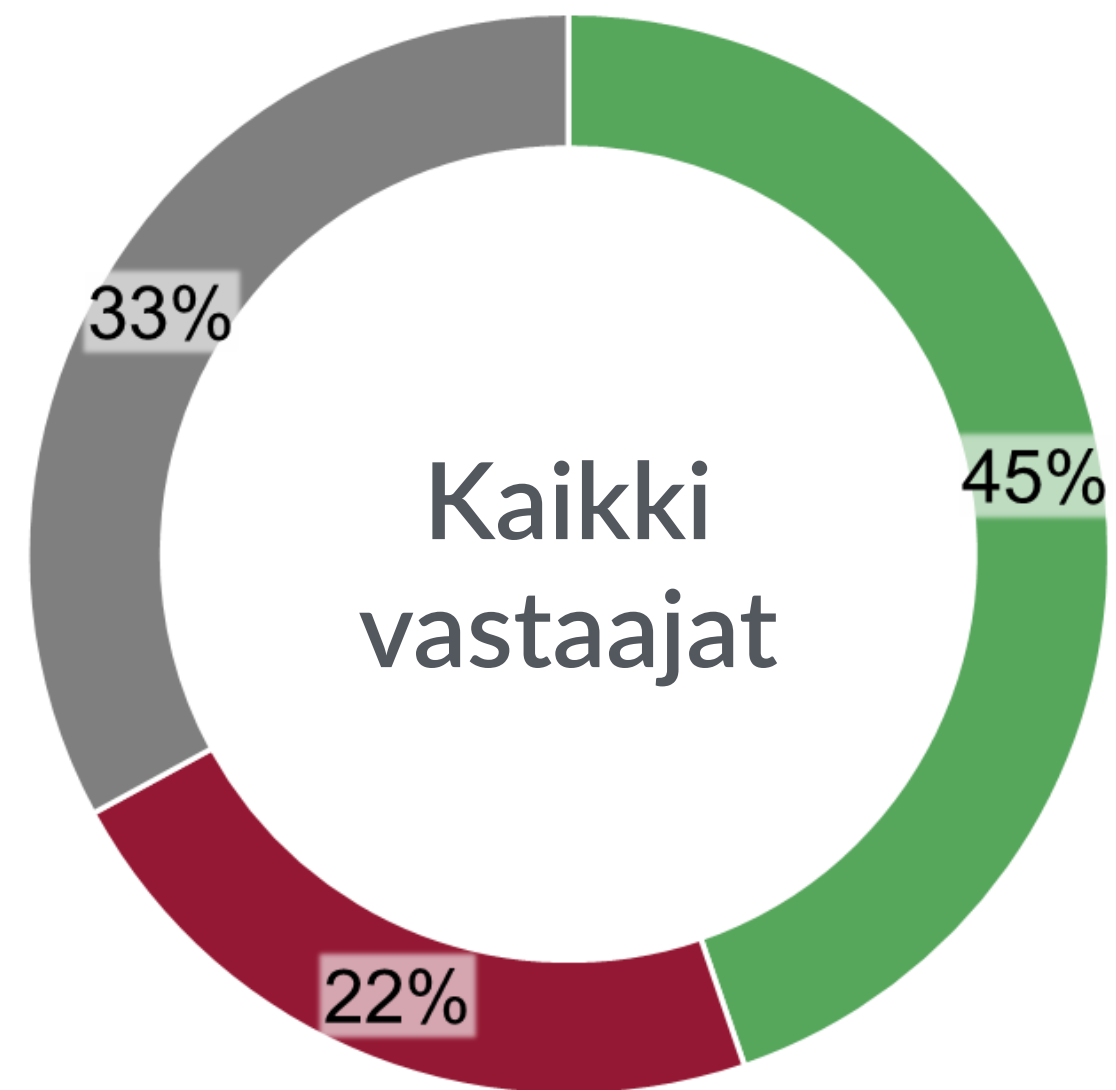
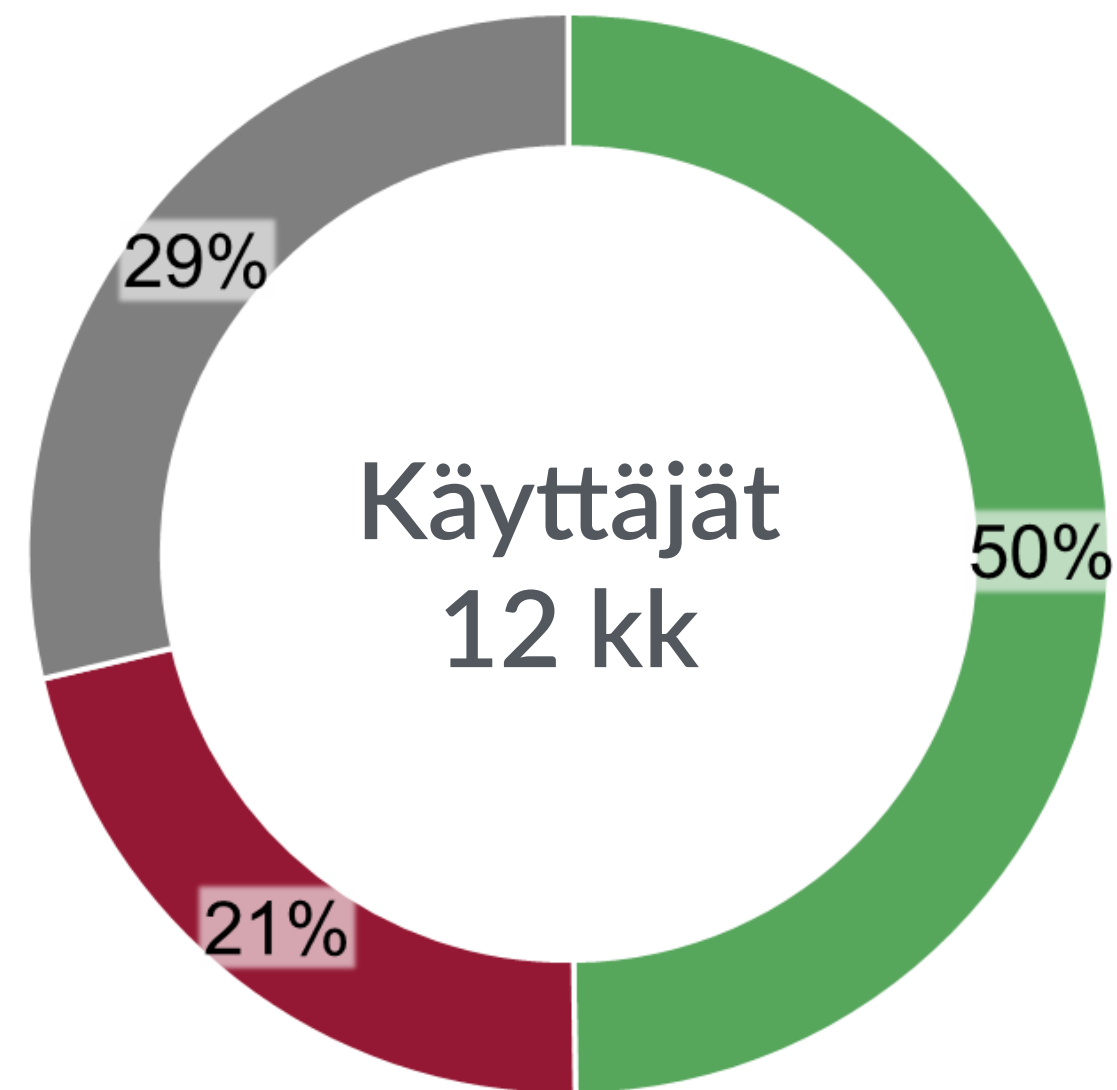
[1] Vastaajat valitsevat yhden 20 tunteesta tai "ei tunnetta". Metodi perustuu Geneven yliopistossa kehitettyyn tunteiden tutkimisen metodiin.

[2] Scherer, K.R., Fontaine, J.R.J., & Soriano, C. (2013). Components of Emotional Meaning. Oxford University Press.

[3] Emotional Value Index (EVI) -algoritmi, kehittäjänä NayaDaya Oy.



# Tunteet joukkoliikennettä kohtaan

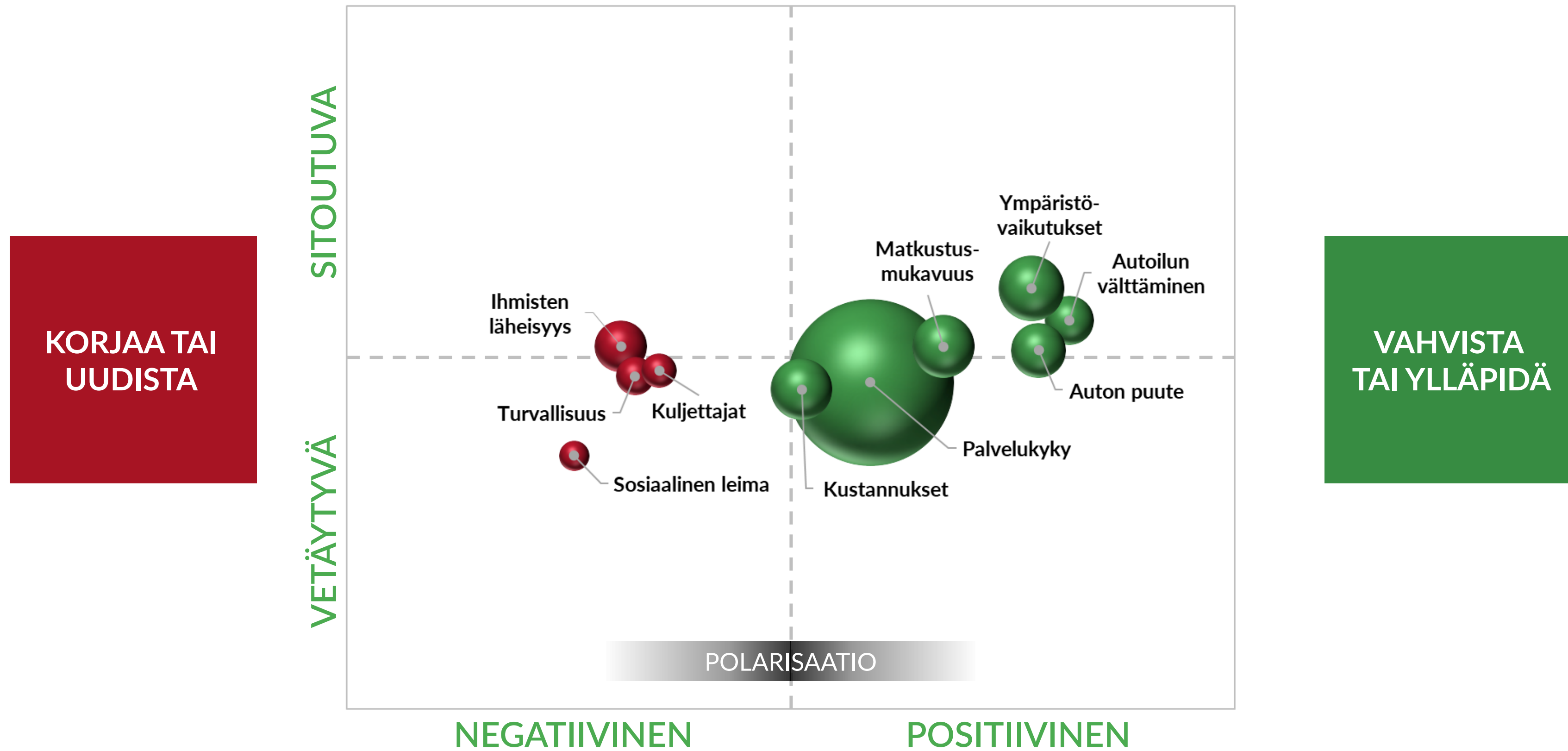


- Positiiviset tunteet
- Negatiiviset tunteet
- Ei tunteita, ei merkitystä

© 2021 NayaDaya Inc.

# Joukkoliikenteen **vahvat** signaalit: Merkitykset, kansalaisten käyttäytyminen ja panostukset

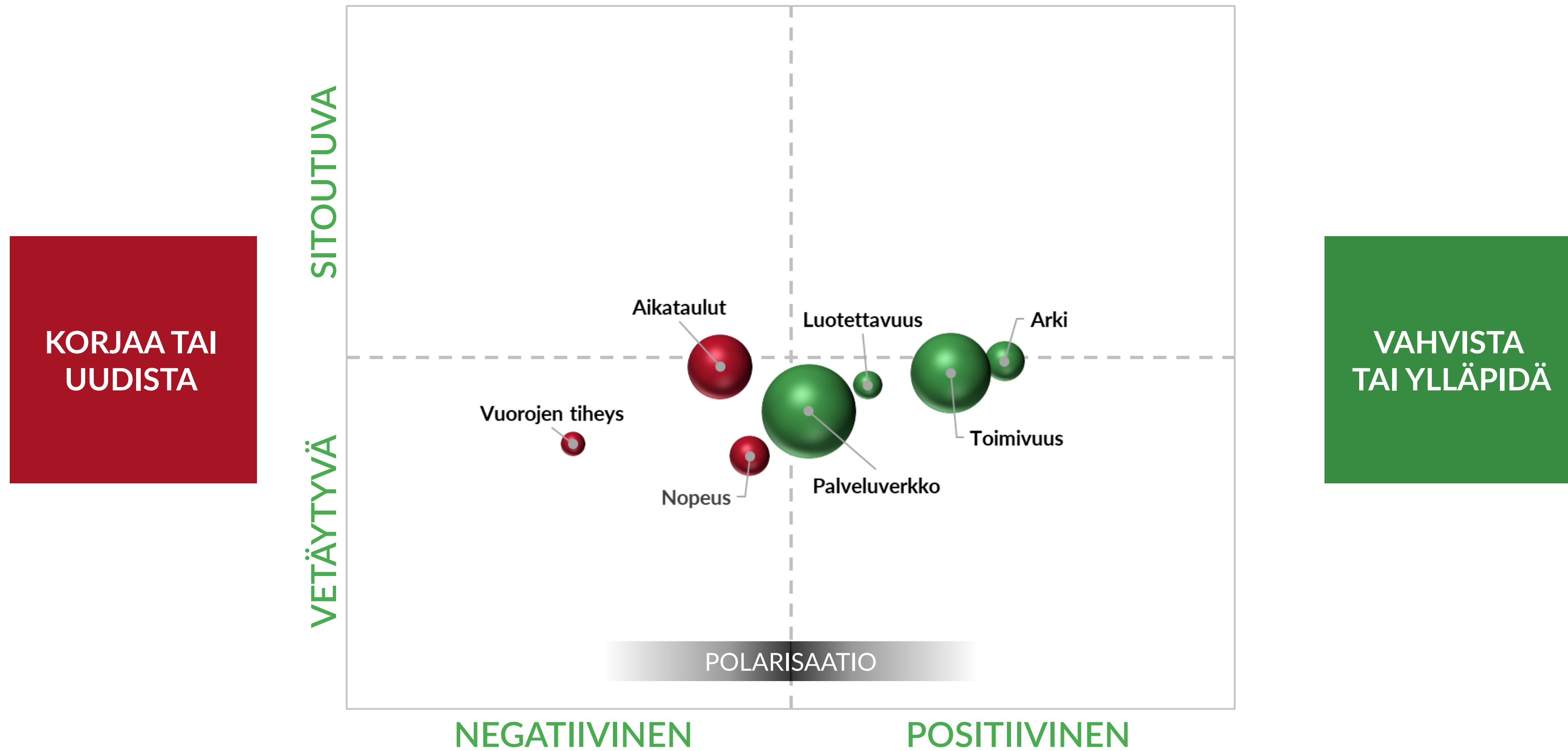
- 1) Pallojen koko = Merkityksellisyys kansalaisille
- 2) Pallojen sijainti = Vaikutus käyttäytymiseen
- 3) Neliöt = Panostusten kohdennus





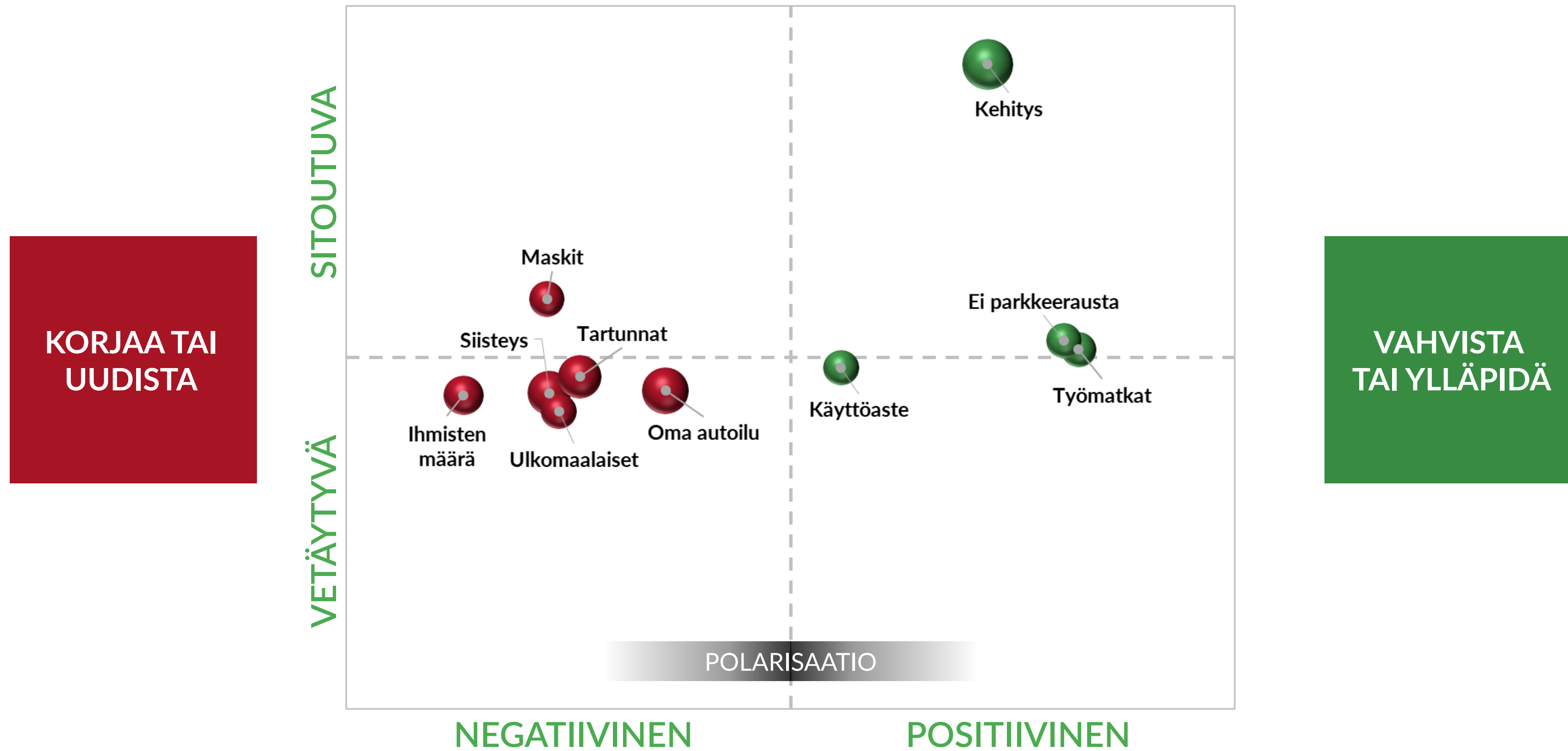
# Joukkoliikenteen palvelukyky: Merkitykset, kansalaisten käyttäytyminen ja panostukset

- 1) Pallojen koko = Merkityksellisyys kansalaisille
- 2) Pallojen sijainti = Vaikutus käyttäytymiseen
- 3) Neliöt = Panostusten kohdennus



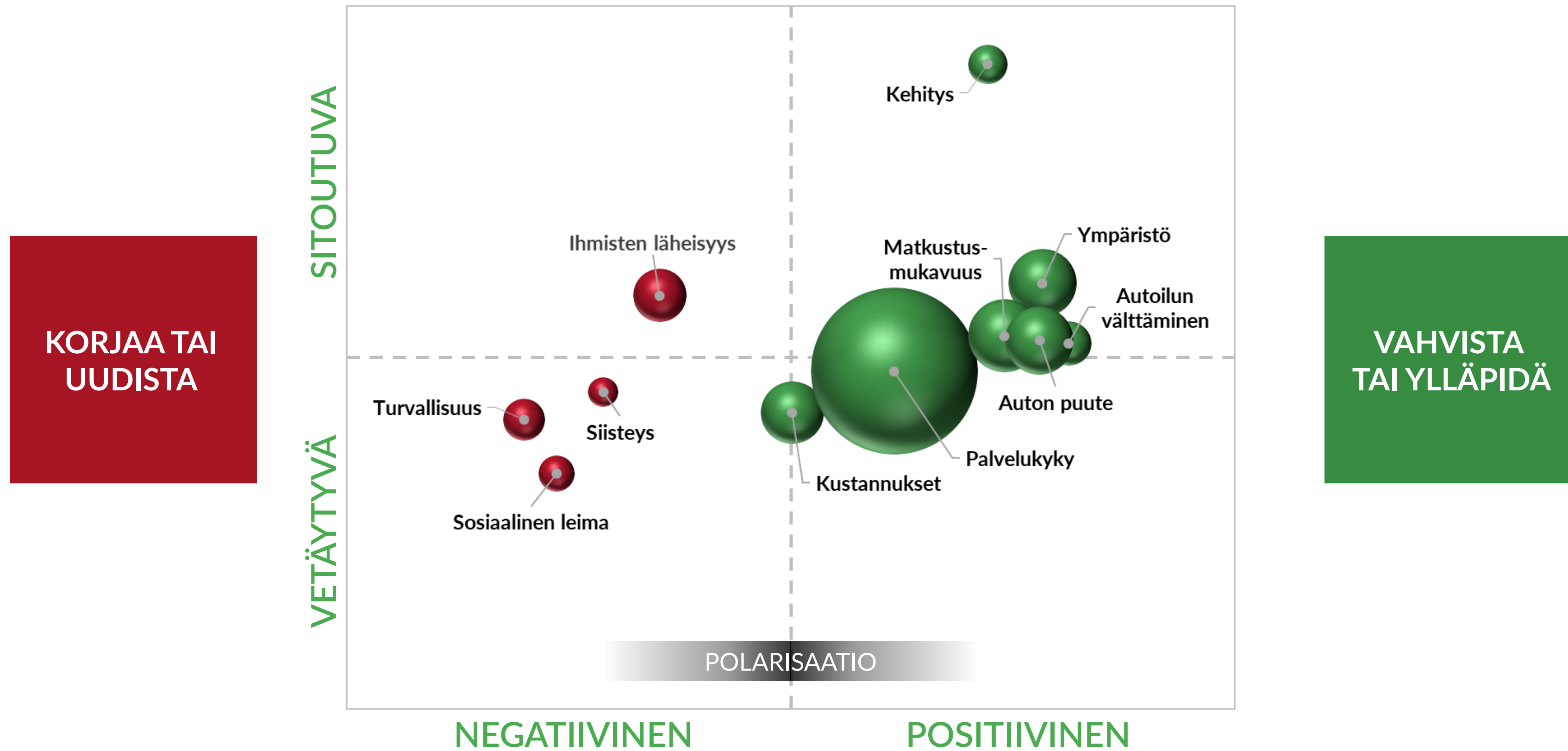
# Joukkoliikenteen **heikot** signaalit: Merkitykset, kansalaisten käyttäytyminen ja panostukset

- 1) Pallojen koko = Merkityksellisyys kansalaisille
- 2) Pallojen sijainti = Vaikutus käyttäytymiseen
- 3) Neliöt = Panostusten kohdennus



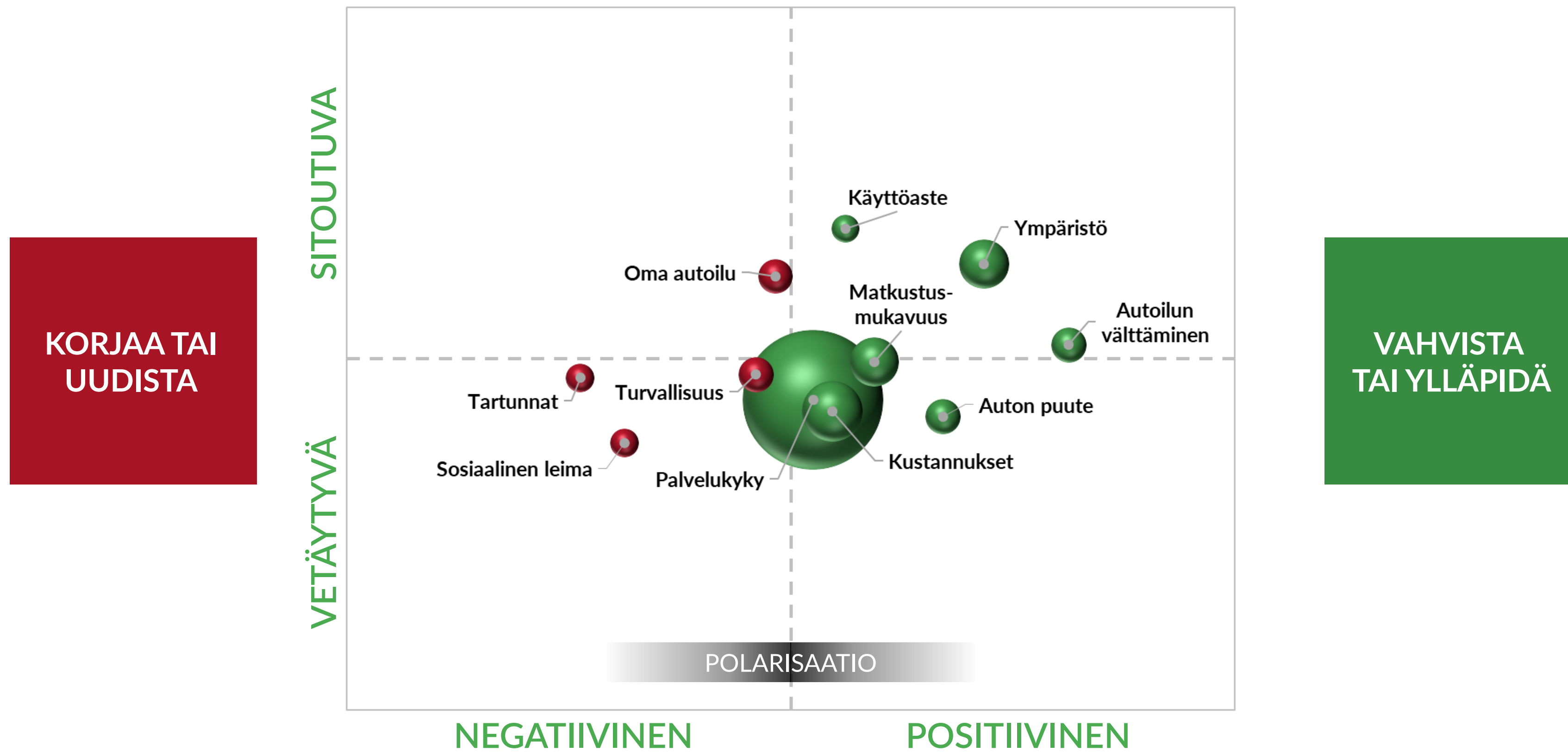
# Joukkoliikennettä 12 kuukauden aikana käyttäneet: Merkitykset, käyttäytyminen ja panostukset

- 1) Pallojen koko = Merkityksellisyys kansalaisille
- 2) Pallojen sijainti = Vaikutus käyttäytymiseen
- 3) Neliöt = Panostusten kohdennus



# Joukkoliikennettä 12 kuukauden aikana ei-käyttäneet: Merkitykset, käyttäytyminen ja panostukset

- 1) Pallojen koko = Merkityksellisyys kansalaisille
- 2) Pallojen sijainti = Vaikutus käyttäytymiseen
- 3) Neliöt = Panostusten kohdennus

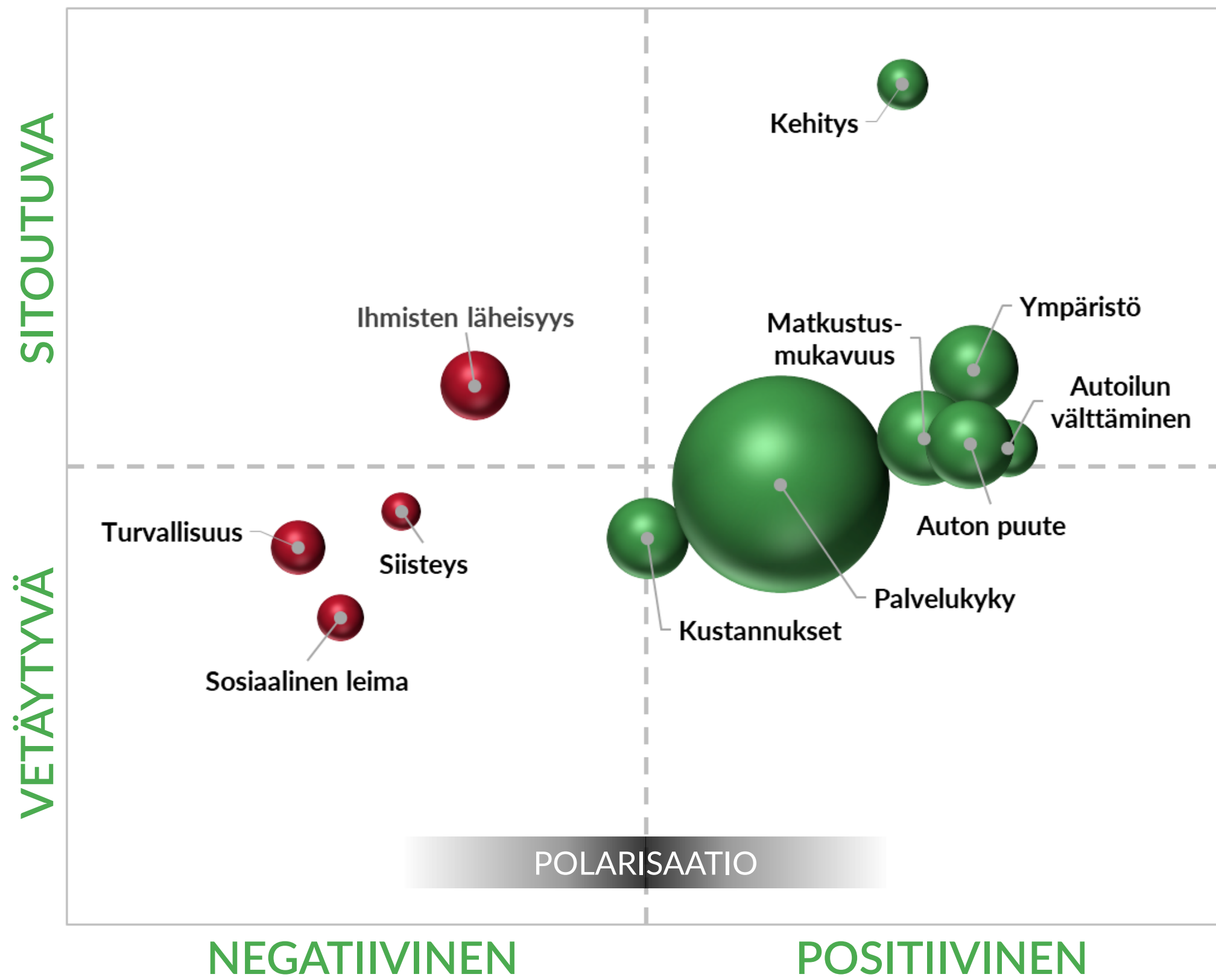


# Joukkoliikennettä 12 kuukauden aikana käyttäneet ja ei-käyttäneet

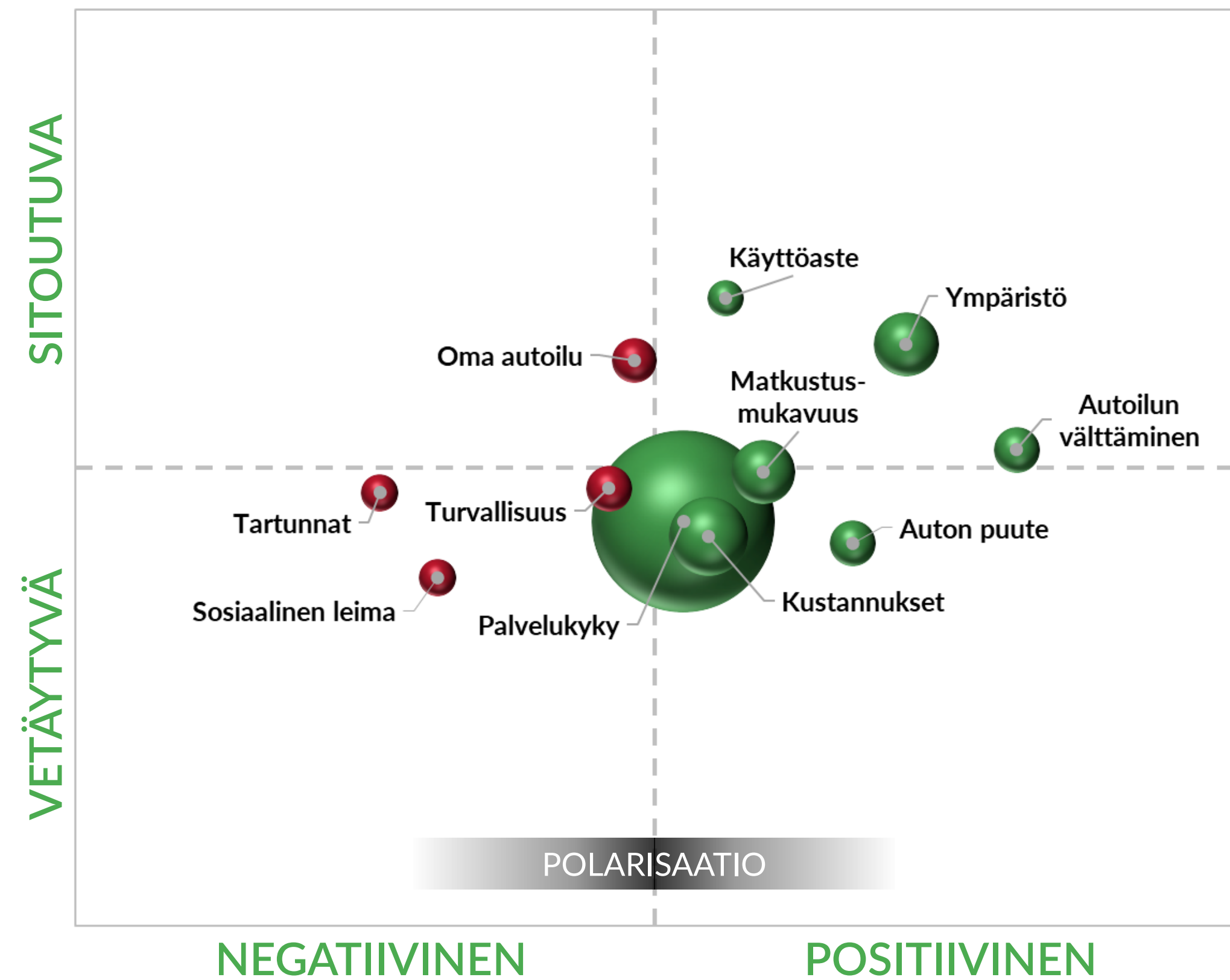
## Merkitykset, käyttäytyminen ja panostukset

- 1) Pallojen koko = Merkityksellisyys kansalaisille
- 2) Pallojen sijainti = Vaikutus käyttäytymiseen
- 3) Neliöt = Panostusten kohdennus

Käyttäjät 12 kk

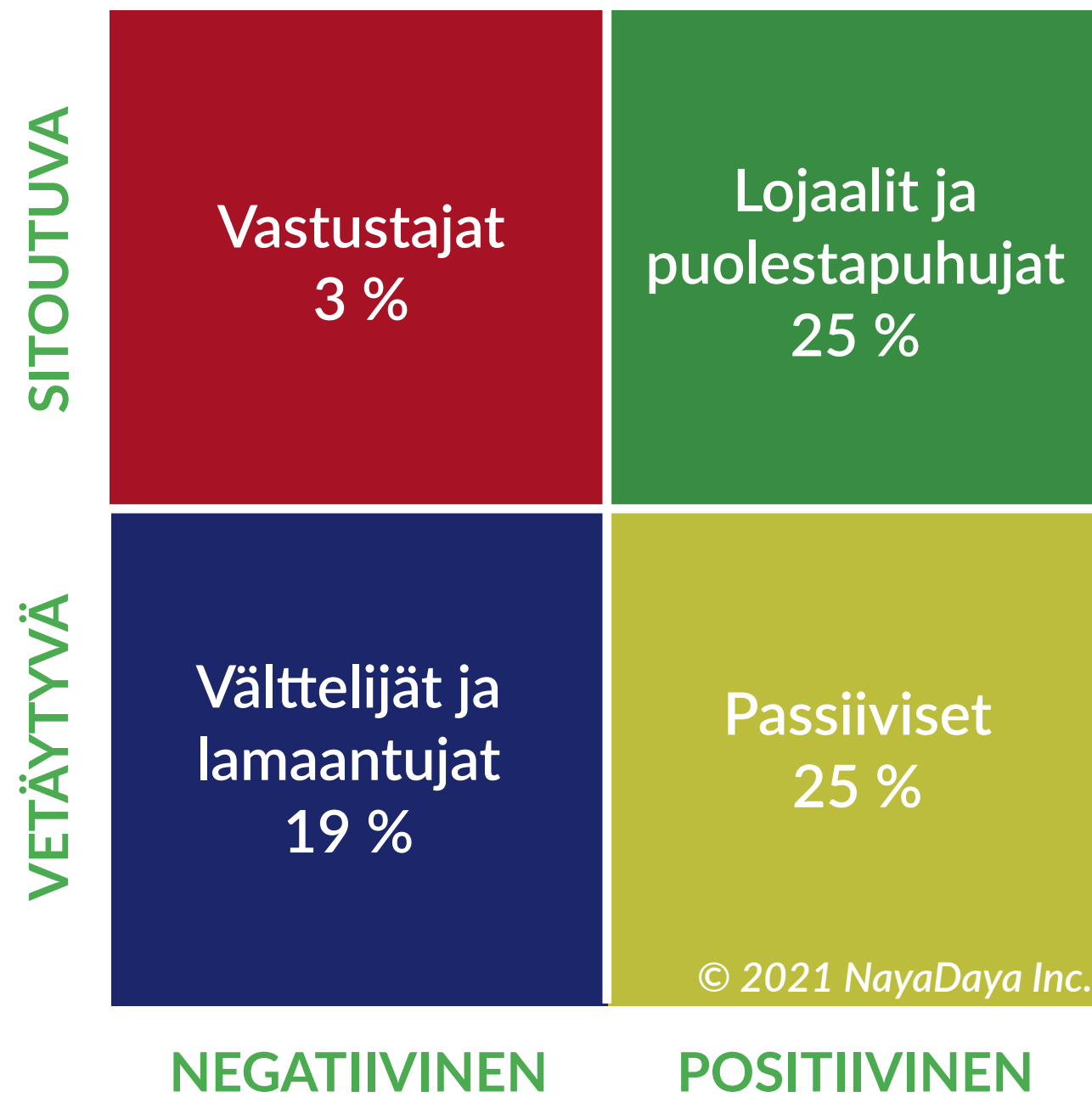


Ei-käyttäjät 12 kk



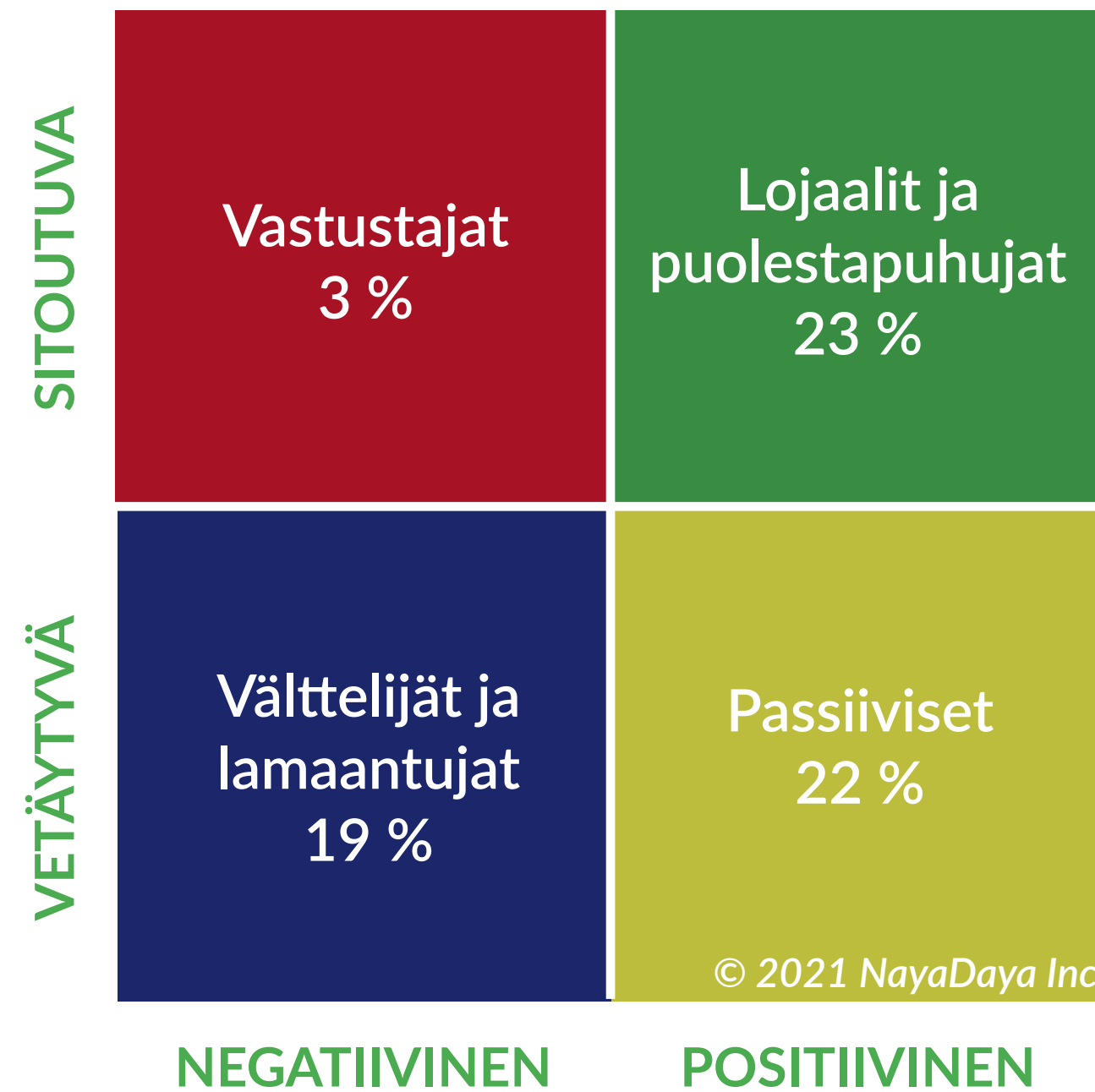
# Kansalaisten käyttäytyminen joukkoliikennettä kohtaan

Käyttäjät 12 kk



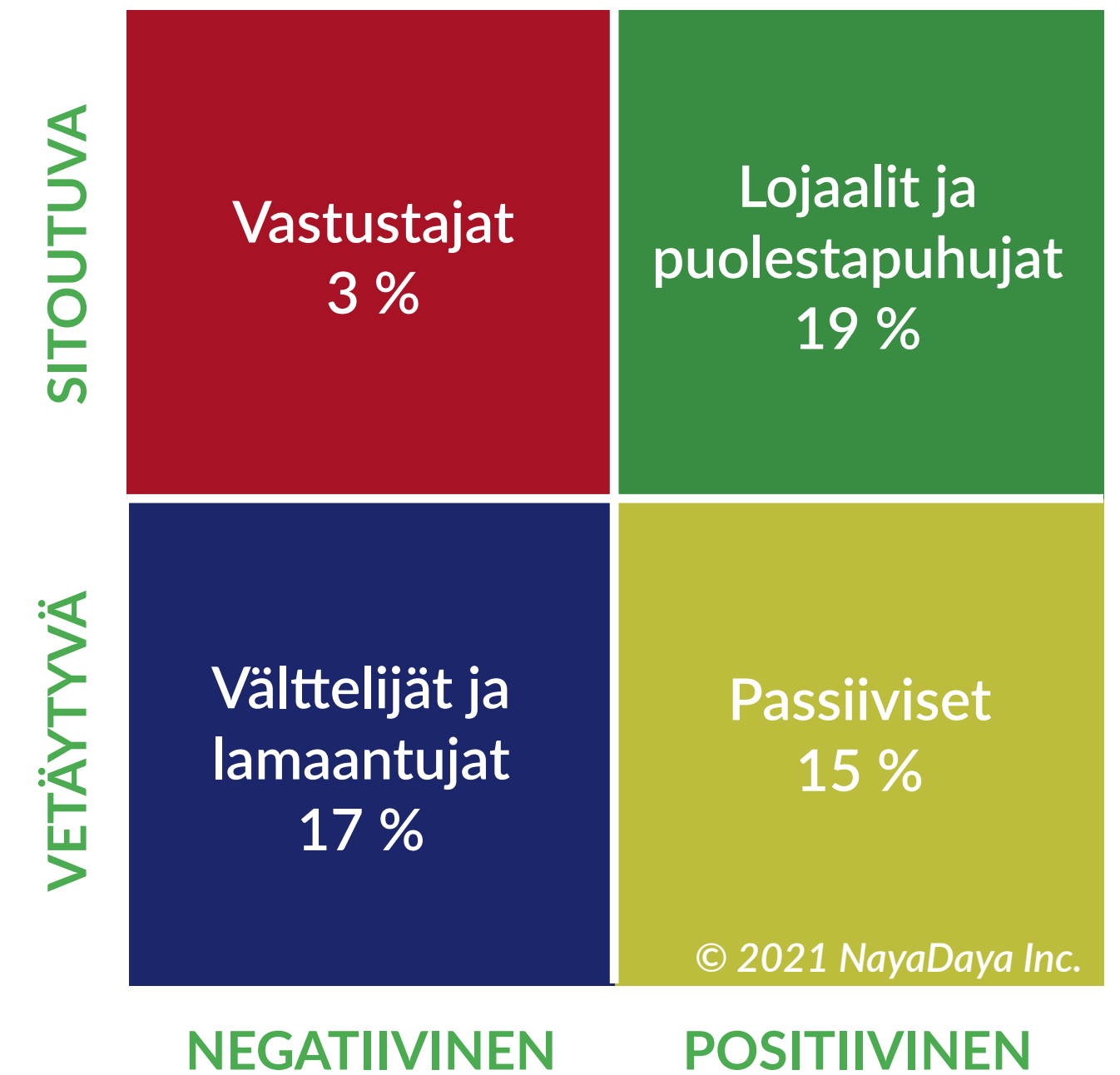
29 % Ei merkitystä, ei reagointia

Kaikki vastaajat



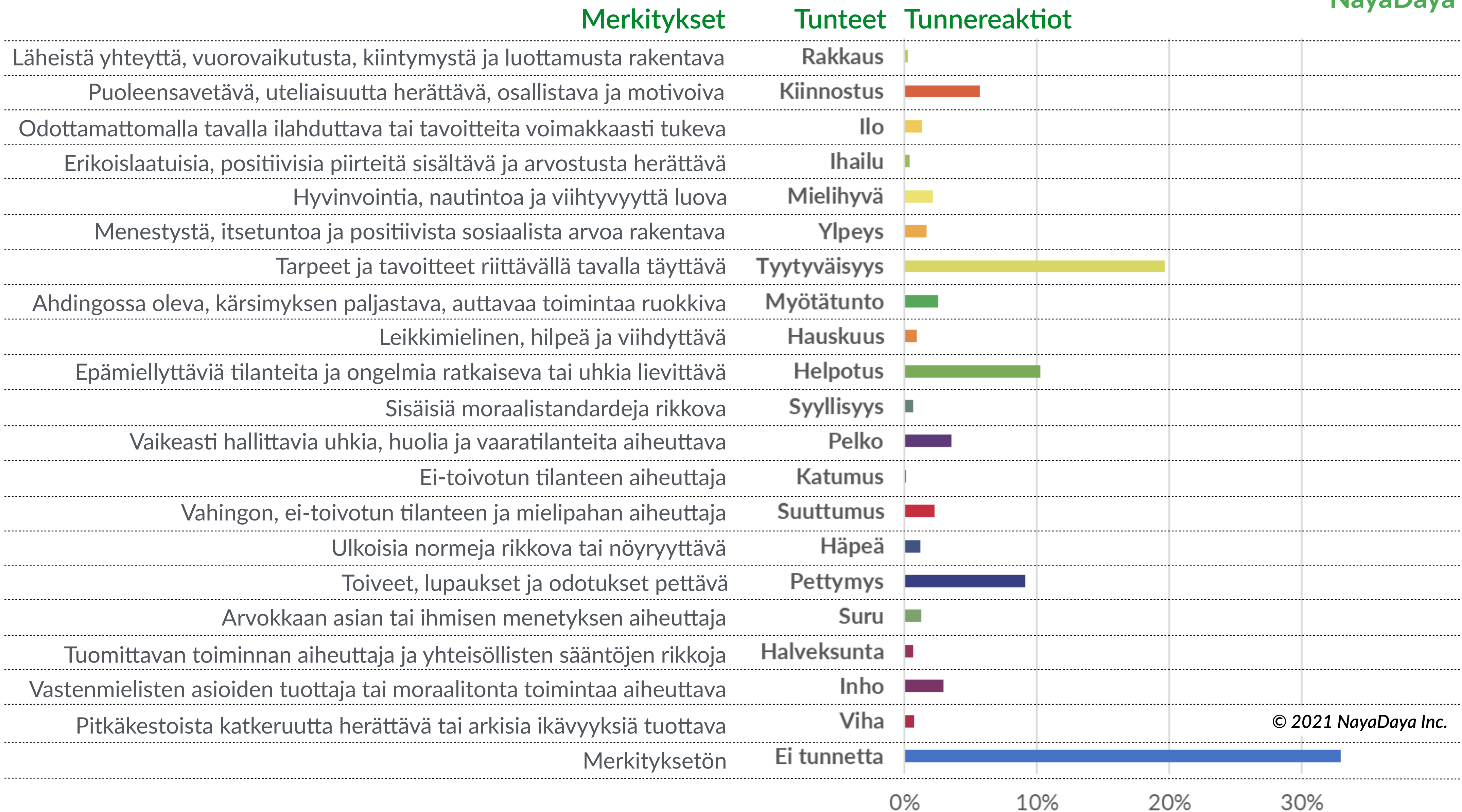
33 % Ei merkitystä, ei reagointia

Ei-käyttäjät 12 kk



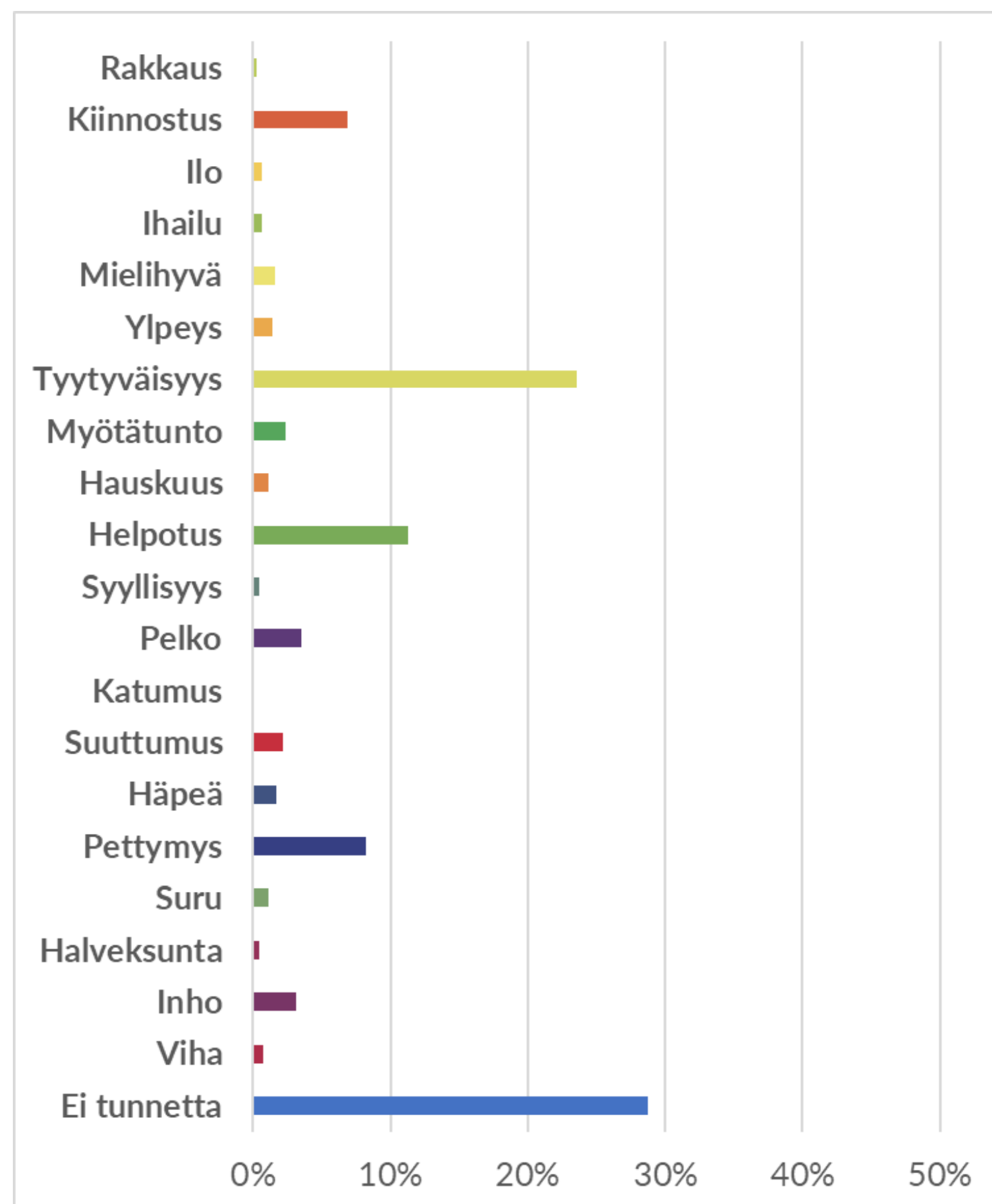
46 % Ei merkitystä, ei reagointia

# Joukkoliikenne – tunteet ja yleiset merkitykset

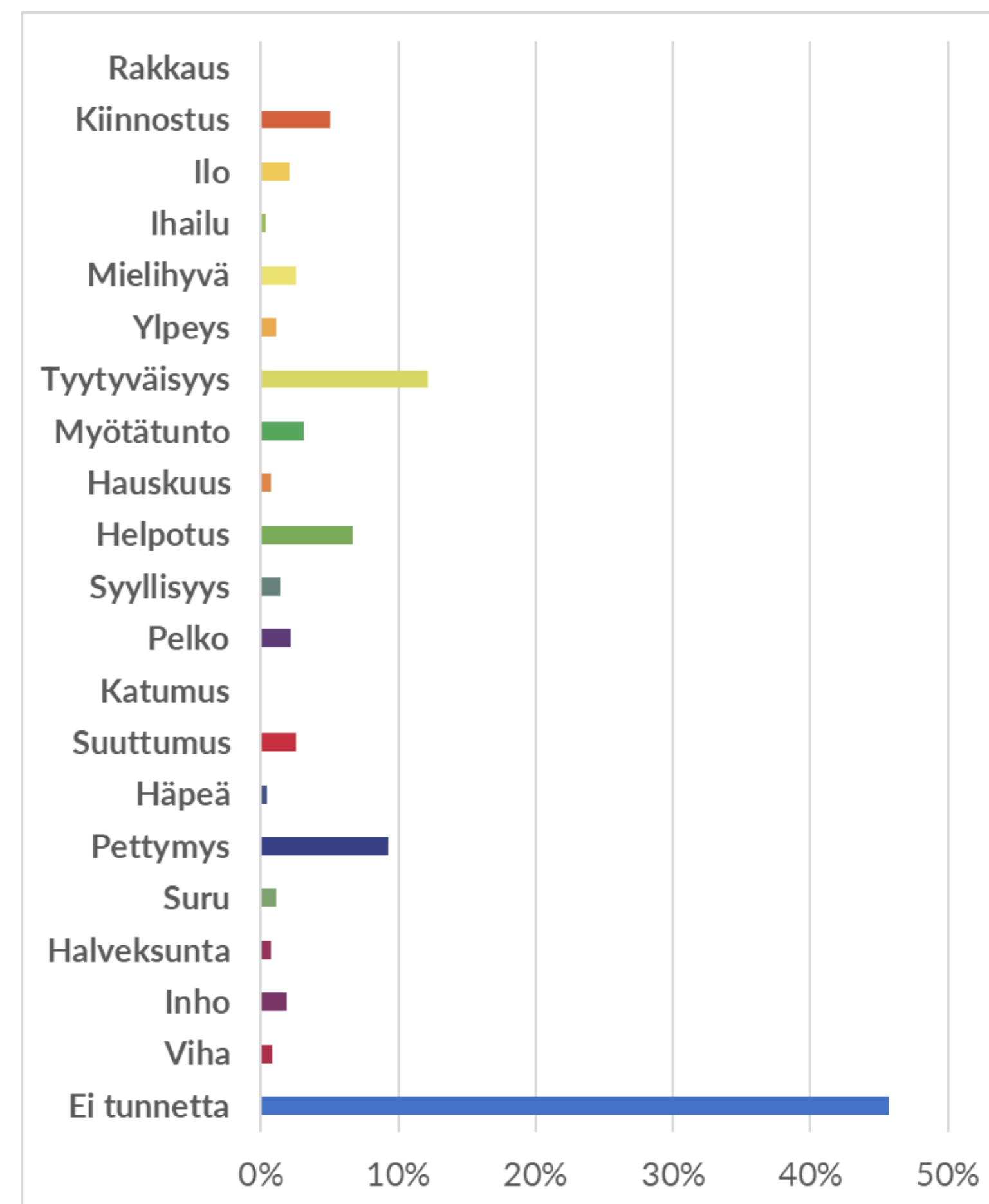


# Joukkoliikenne ja tunteet – käytön vaikutus

Käyttäjät 12 kk



Ei-käyttäjät 12 kk





# Positiiviset tunteet joukkoliikennettä kohtaan



## Ikä

Yli 60-vuotiaat 50 %  
50-59-vuotiaat 49 %  
40-49-vuotiaat 42 %  
18-29-vuotiaat 39 %  
30-39-vuotiaat 38 %

## Koulutus

Yliopistotaso 50 %  
Peruskoulu 43 %  
Lukio tai ammatillinen 43 %

## Ammattiryhmät

Yrittäjät 53 %  
Opiskelijat 49 %  
Ei työelämässä 48 %  
Työntekijät 42 %  
Toimihenkilöt/asiantuntijat 37 %

## Kotitalouden tulot

Alle 27 k€ vuodessa 48 %  
27- 67,5 k€ vuodessa 44 %  
Yli 67 k€ vuodessa 43 %

## Perhe

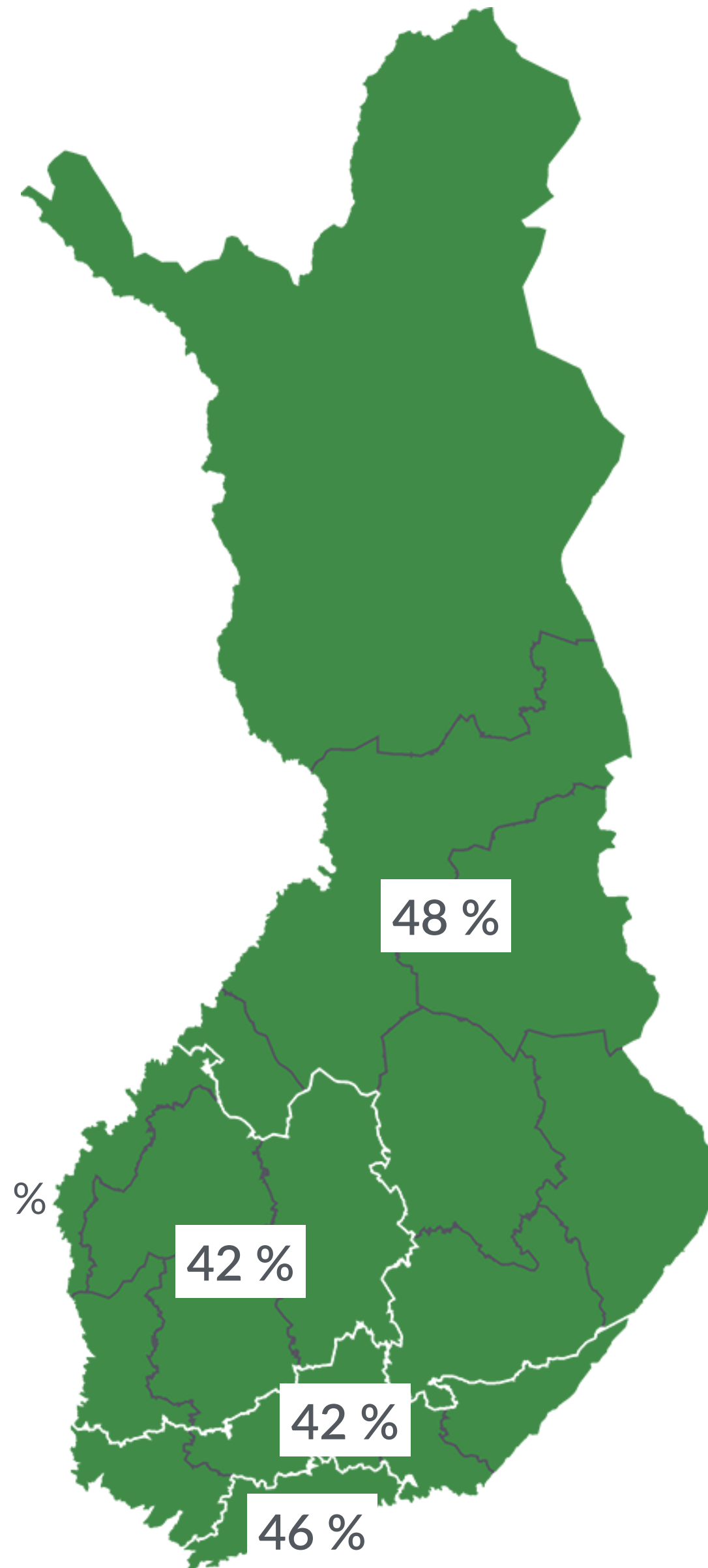
Akt. perhe, ei lapsia kotona 50 %  
Seniorit, ei lapsia kotona 50 %  
Aikuinen perhe 45 %  
Nuori perhe 41 %  
Ei vielä perhettä 38 %

## Urbanisaatio ja asukasmäärä

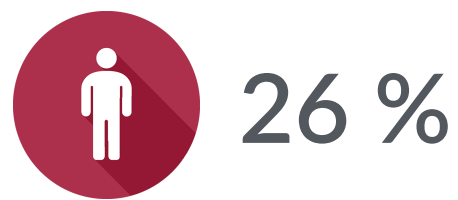
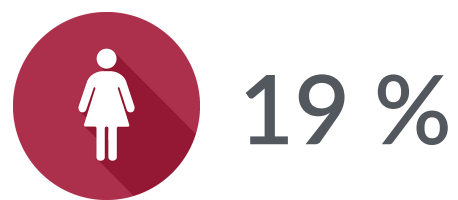
Yli 100 t asukasta 52 %  
Pääkaupunkiseutu 48 %  
50-100 t asukasta 46 %  
Alle 10 t asukasta 45 %  
10-50 t asukasta 36 %  
Maaseutu 36 %

## Joukkoliikenteen käyttö 12 kk

Kyllä 50 %  
Ei 34 %



# Negatiiviset tunteet joukkoliikennettä kohtaan



## Ikä

18-29-vuotiaat 31 %  
30-39-vuotiaat 28 %  
40-49-vuotiaat 28 %  
50-59-vuotiaat 22 %  
Yli 60-vuotiaat 14 %

## Koulutus

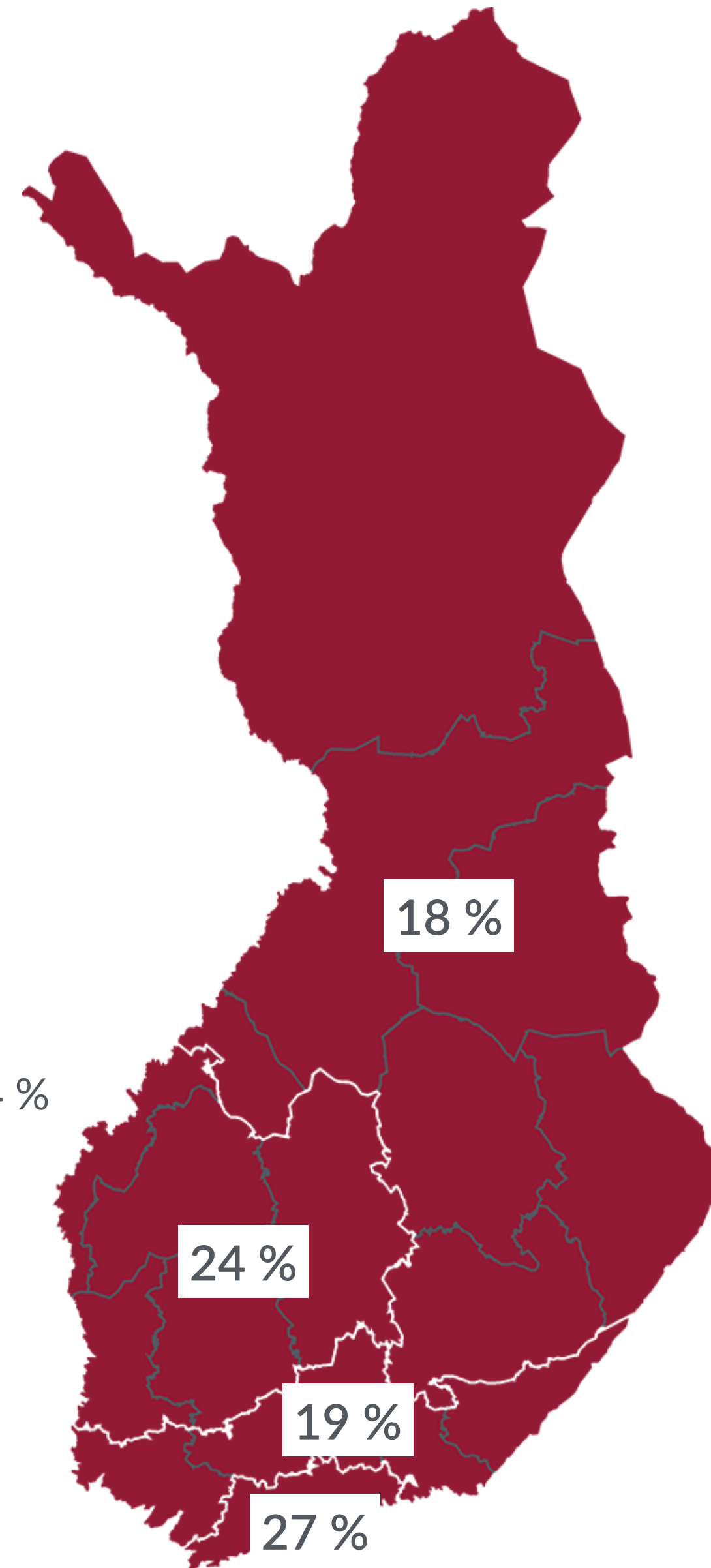
Lukio tai ammatillinen 23 %  
Yliopistotaso 22 %  
Peruskoulu 19 %

## Ammattiryhmät

Opiskelijat 31 %  
Työntekijät 25 %  
Toimihenkilöt/asiantuntijat 24 %  
Ei työelämässä 18 %  
Yrittäjät 13 %

## Kotitalouden tulot

Alle 27 k€ vuodessa 23 %  
Yli 67 k€ vuodessa 23 %  
27- 67,5 k€ vuodessa 21 %



## Perhe

Nuori perhe 33 %  
Ei vielä perhettä 29 %  
Aikuinen perhe 23 %  
Akt. perhe, ei lapsia kotona 16 %  
Seniorit, ei lapsia kotona 16 %

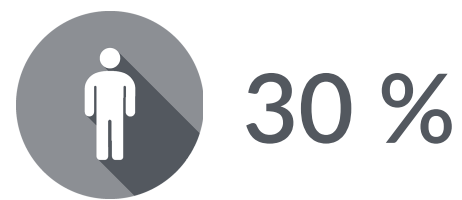
## Urbanisaatio ja asukasmäärä

Maaseutu 27 %  
10-50 t asukasta 25 %  
Pääkaupunkiseutu 25 %  
50-100 t asukasta 21 %  
Alle 10 t asukasta 20 %  
Yli 100 t asukasta 16 %

## Joukkoliikenteen käyttö 12 kk

Kyllä 21 %  
Ei 20 %

# Tunteiden puuttuminen joukkoliikennettä kohtaan



## Ikä

Yli 60-vuotiaat 36 %  
30-39-vuotiaat 35 %  
18-29-vuotiaat 30 %  
40-49-vuotiaat 30 %  
50-59-vuotiaat 30 %

## Koulutus

Peruskoulu 39 %  
Lukio tai ammatillinen 34 %  
Yliopistotaso 28 %

## Ammattiryhmät

Toimihenkilöt/asiantuntijat 39 %  
Ei työelämässä 34 %  
Työntekijät 33 %  
Yrittäjät 33 %  
Opiskelijat 20 %

## Kotitalouden tulot

27- 67,5 k€ vuodessa 36 %  
Yli 67 k€ vuodessa 34 %  
Alle 27 k€ vuodessa 29 %

## Perhe

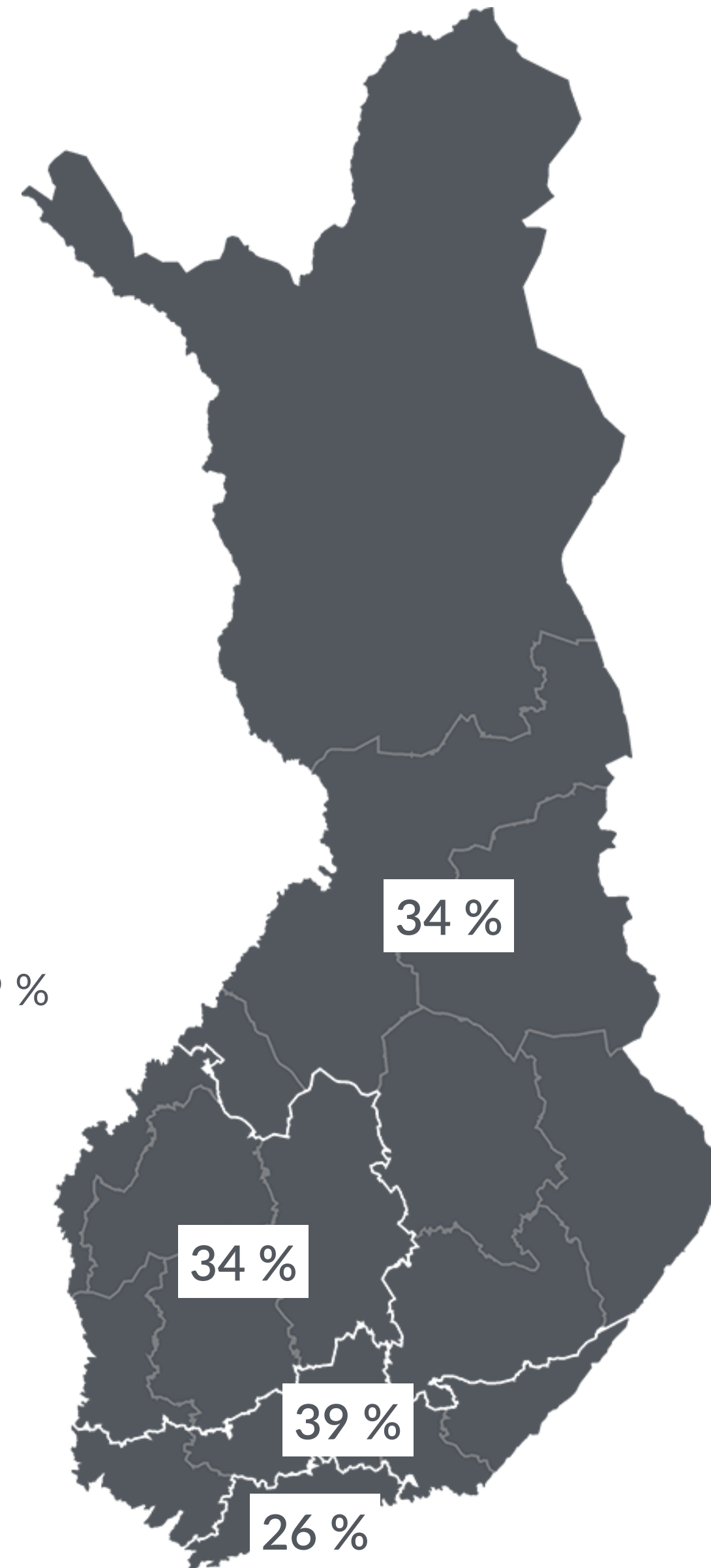
Akt. perhe, ei lapsia kotona 34 %  
Seniorit, ei lapsia kotona 34 %  
Ei vielä perhettä 33 %  
Aikuinen perhe 32 %  
Nuori perhe 26 %

## Urbanisaatio ja asukasmäärä

10-50 t asukasta 38 %  
Maaseutu 37 %  
Alle 10 t asukasta 34 %  
50-100 t asukasta 33 %  
Yli 100 t asukasta 32 %  
Pääkaupunkiseutu 26 %

## Joukkoliikenteen käyttö 12 kk

Kyllä 29 %  
Ei 46 %





## Lisätiedot

Timo Järvinen, CEO, NayaDaya Oy  
[timo@nayadaya.com](mailto:timo@nayadaya.com), puh. 040 505 7745

Timo Salomäki, Chief Product Officer, NayaDaya Oy  
[timos@nayadaya.com](mailto:timos@nayadaya.com), puh. 040 709 2399

*NayaDaya Oy on empatia-analytiikkayhtiö, joka auttaa yrityksiä ja organisaatioita asettumaan ihmisten asemaan ja rakentamaan kestävästä kilpailuetua.*