

Yrityskysely Helsingin pysäköinnistä

TUTKIMUSRAPORTTI

Helsingin kaupunki, kaupunkiympäristön toimiala

12.02.2021 | Taloustutkimus Oy | Tuomo Turja, Sakari Sandqvist

Yhteenveto tuloksista

Yhteenvedo tuloksista (1/2)

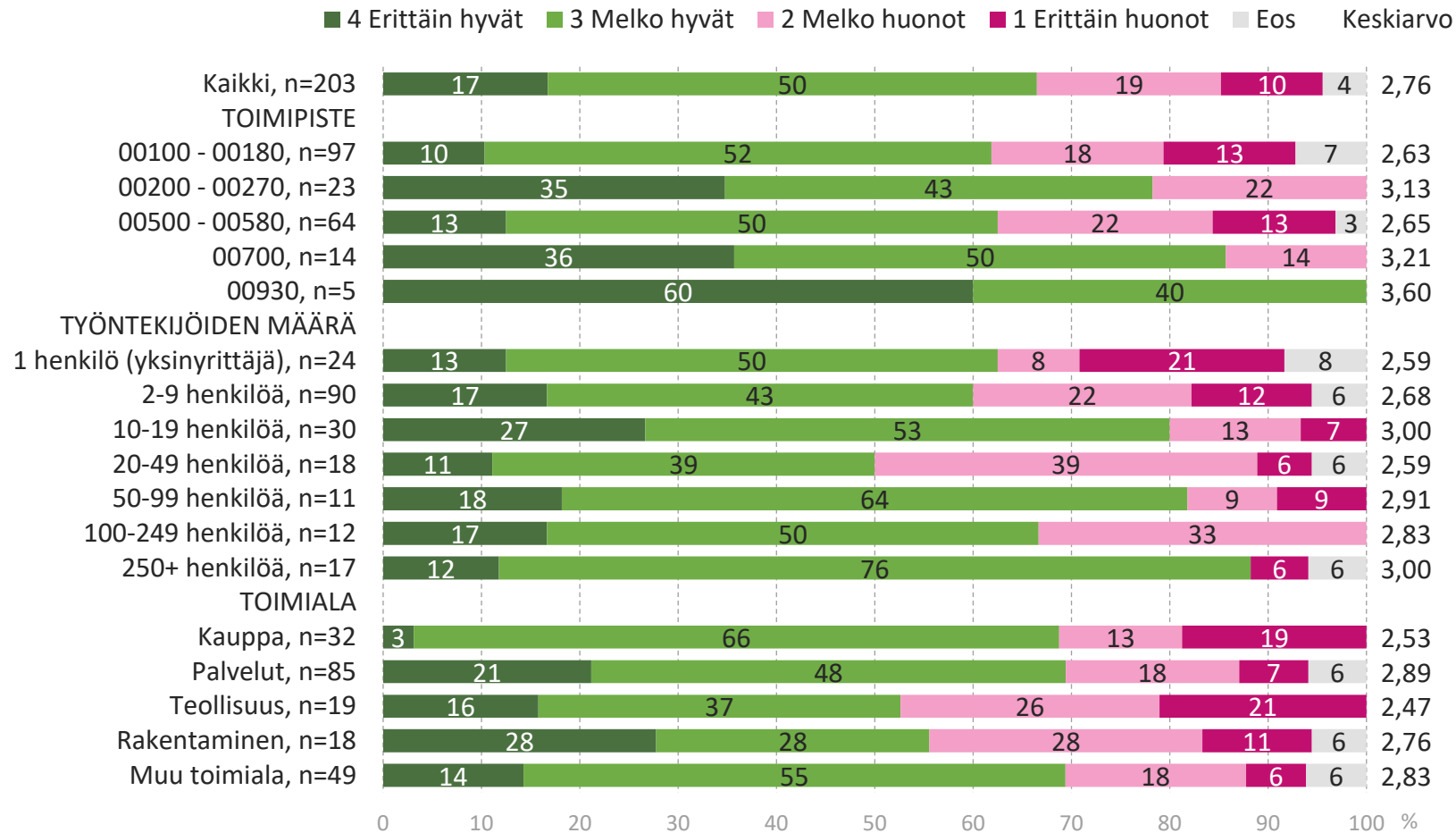
- Laajenevan kantakaupungin yritykset pitävät yrityksensä pysäköintijärjestelyjä yleisesti ottaen hyvinä. Kaikista vastaajista kaksi kolmasosaa pitää järjestelyjä vähintään melko hyvinä. Eniten kriittisiä mielipiteitä on ydinkeskustan (00100-00180) ja itäisen kantakaupungin (00500-00530) vastaajilla, mutta näissäkin noin kuusi kymmenestä pitää järjestelyjä vähintään melko hyvinä. Toimialoittain tarkasteltuna kriittisin on teollisuus, jossa lähes puolet vastaajista pitää yrityksensä pysäköintijärjestelyjä vähintään melko huonoina.
- Yleisimmät yritysten pysäköintipaikkojen sijainnit ovat kadun varressa (39 %) ja omalla tontilla tai parkkihallissa (35 %). Yksityisen pysäköintilaitoksen mainitsee 17 % ja jonkun muun paikan 13 %. Vastaajista 14 % sanoo, ettei yrityksellä ole pysäköintipaikkoja lainkaan. Kaupungin myöntämä pysäköintitunnus on 21 % yrityksistä, joista kaikki ovat kantakaupungin alueella. Alueilla 00700 ja 00930 pysäköintitunnuksia ei ole lainkaan.
- Sähköauton latausmahdollisuus on 31 % yrityksistä, joilla on pysäköintipaikkoja. Latauspaikkoja on näillä yrityksillä keskimäärin 7 kappaletta.
- Yritykset maksavat pysäköinnistä kuukaudessa keskimäärin 547 €. Suuremmissa yrityksissä kuukausittaiset summat ovat luonnollisesti isompia kuin pienemmissä. Alueellisesti korkeimmat summat maksetaan itäisessä kantakaupungissa (807 €) ja ydinkeskustassa (584 €).
- Pysäköinti on maksullista työntekijöille yhdessä kolmesta yrityksestä. Asiakkaille pysäköinti on maksullista kahdessa kolmesta yrityksestä ja he maksavat pysäköinnistä keskimäärin viisi euroa tunnissa.
- Yritysten työntekijöistä pysäköintiä käyttää keskimäärin 41 % ja asiakkaista 46 %.

Yhteenvedo tuloksista (2/2)

- Työntekijöiden pysäköintitarpeen nähdään tulevaisuudessa pääosin pysyvän samana: 66 % vastaajista uskoo, että tarpeessa ei tule muutosta, 20 % uskoo tarpeen lisääntyvän ainakin jonkin verran ja 14 % uskoo tarpeen vähenevän ainakin jonkin verran.
- Myös asiakkaiden tarpeiden uskotaan pysyvän samalla tasolla: 71 % vastaajista uskoo, että tarpeessa ei tule muutosta, 18 % uskoo tarpeen kasvavan ainakin jonkin verran ja 9 % uskoo tarpeen vähenevän ainakin jonkin verran.
- Kestävien liikkumismuotojen uskotaan kasvattavan suosiotaan tulevaisuudessa. 55 % vastaajista uskoo kestävien liikkumismuotojen lisääntyvän ainakin jonkin verran. Vain 3 % uskoo niiden vähentyvän.
- Polkupyörien pysäköintipaikkoja on työntekijöille 76 % yrityksistä ja asiakkaille 67 % yrityksistä. Riittävän laadukkaiksi pyörien pysäköintipaikat katsoi 47 % yrityksistä. Pukuhuoneita ja suihkuja pyöräilijöille löytyy 59 % yrityksistä.
- Pysäköintipaikkoja pidetään vähintään jonkin verran tärkeinä uuden sijaintipaikan kannalta suuressa osassa yrityksiä (85 %). Henkilöstön rekrytoinnin kannalta pysäköintijärjestelyt ovat tärkeitä noin puolelle (51 %).
- Hyvät joukkoliikenneyhteydet korostuvat pysäköintimahdollisuuksia enemmän uutta henkilöstöä rekrytoitaessa. Lähes puolelle yrityksistä (47 %) ne ovat tärkeämpiä kuin hyvät pysäköintipaikat ja 39 % vähintään yhtä tärkeitä. Vain 13 % yrityksistä pitää pysäköintimahdollisuuksia joukkoliikenneyhteyksiä tärkeämpinä.

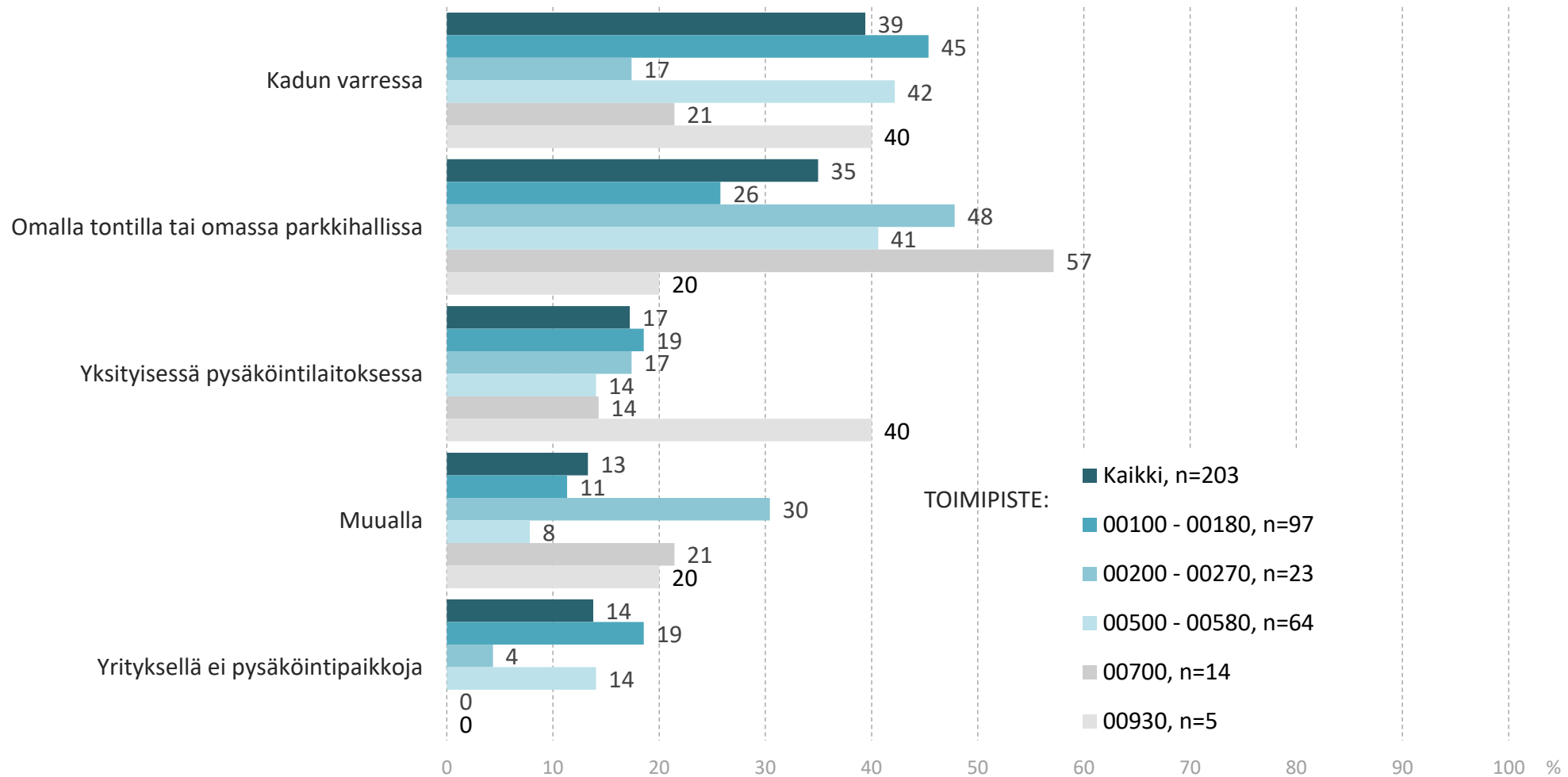
Tutkimusgrafiikka

Mikä väittämä kuvaa parhaiten yrityksenne pysäköintijärjestelyjä? Pysäköintijärjestelyt ovat...



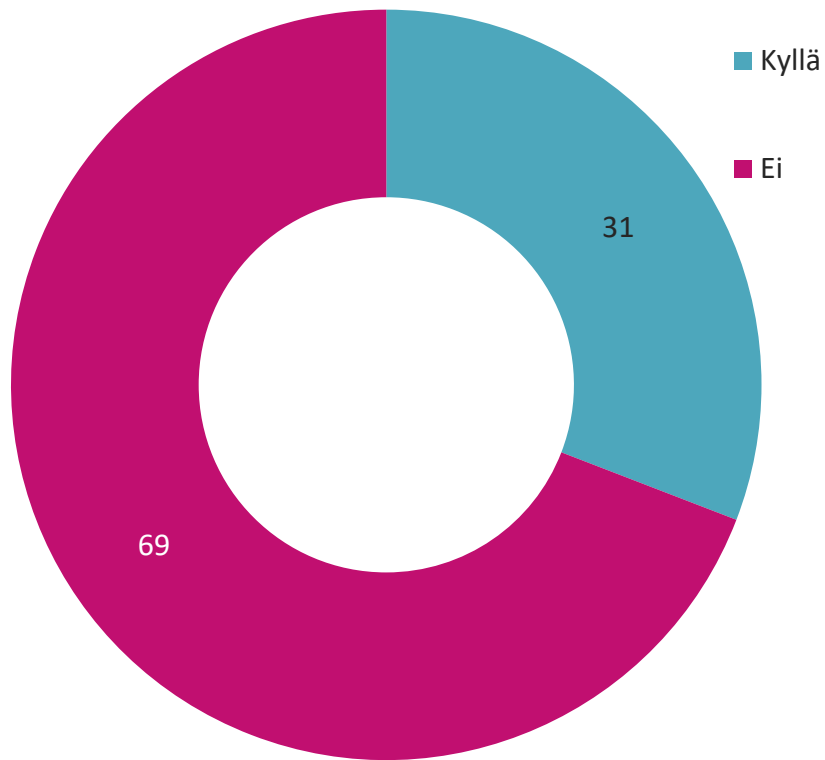
Kaikki vastaajat, n=203

Missä yrityksenne pysäköintipaikat pääsääntöisesti sijaitsevat?



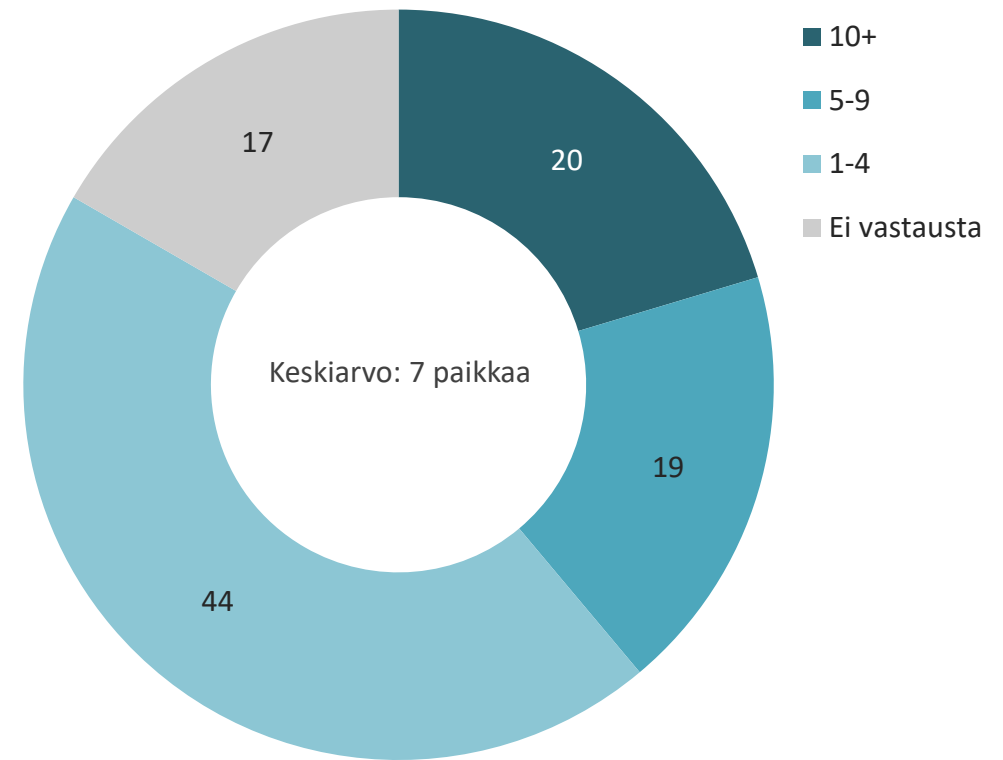
n=kaikki vastaajat

Onko toimipisteessänne pysäköinti-
paikkoja, joissa on sähköauton
latausmahdollisuus?



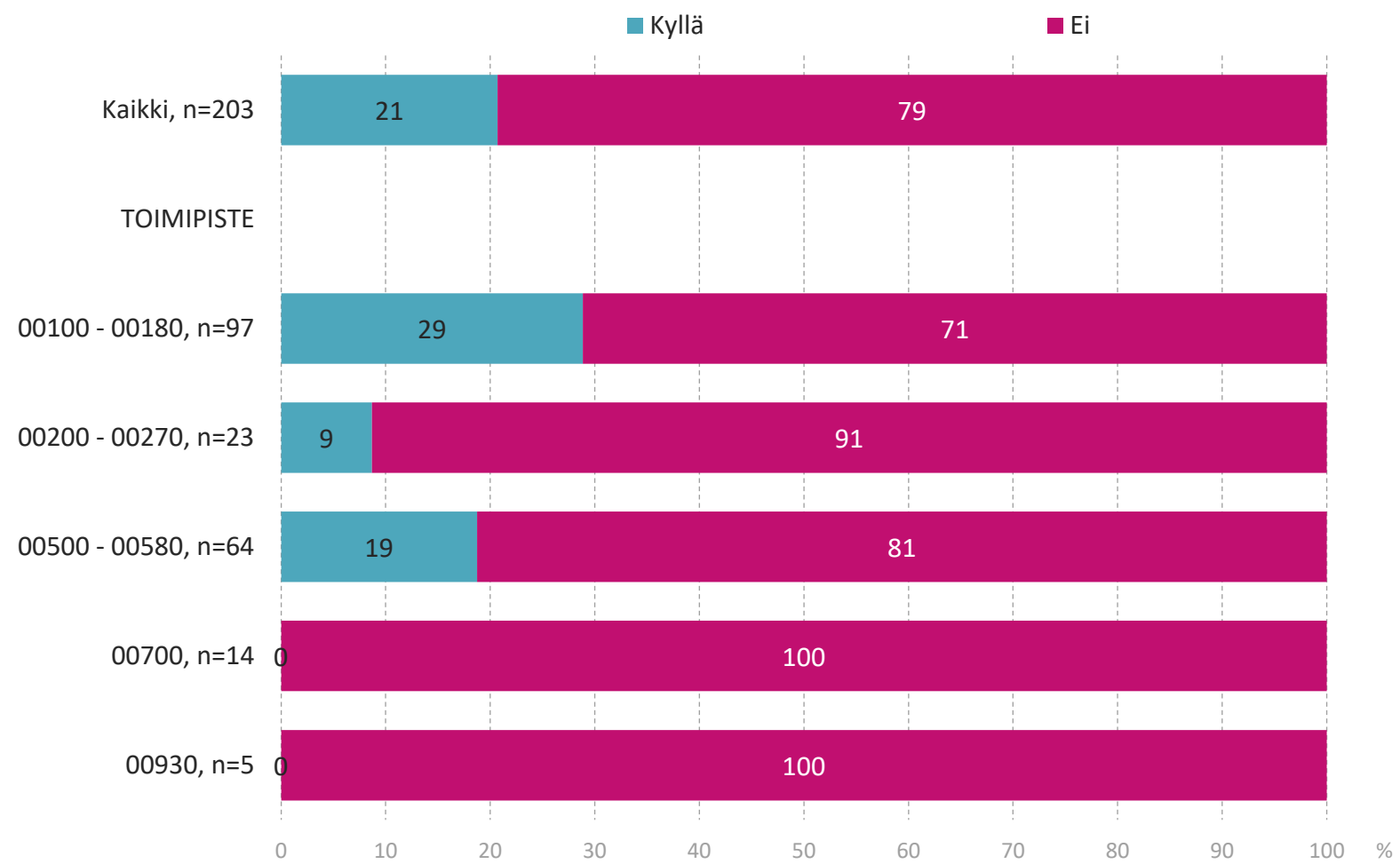
Yrityksellä on pysäköintipaikkoja, n=175

Kuinka monta latauspisteellistä
pysäköintipaikkaa
toimipisteessänne on?



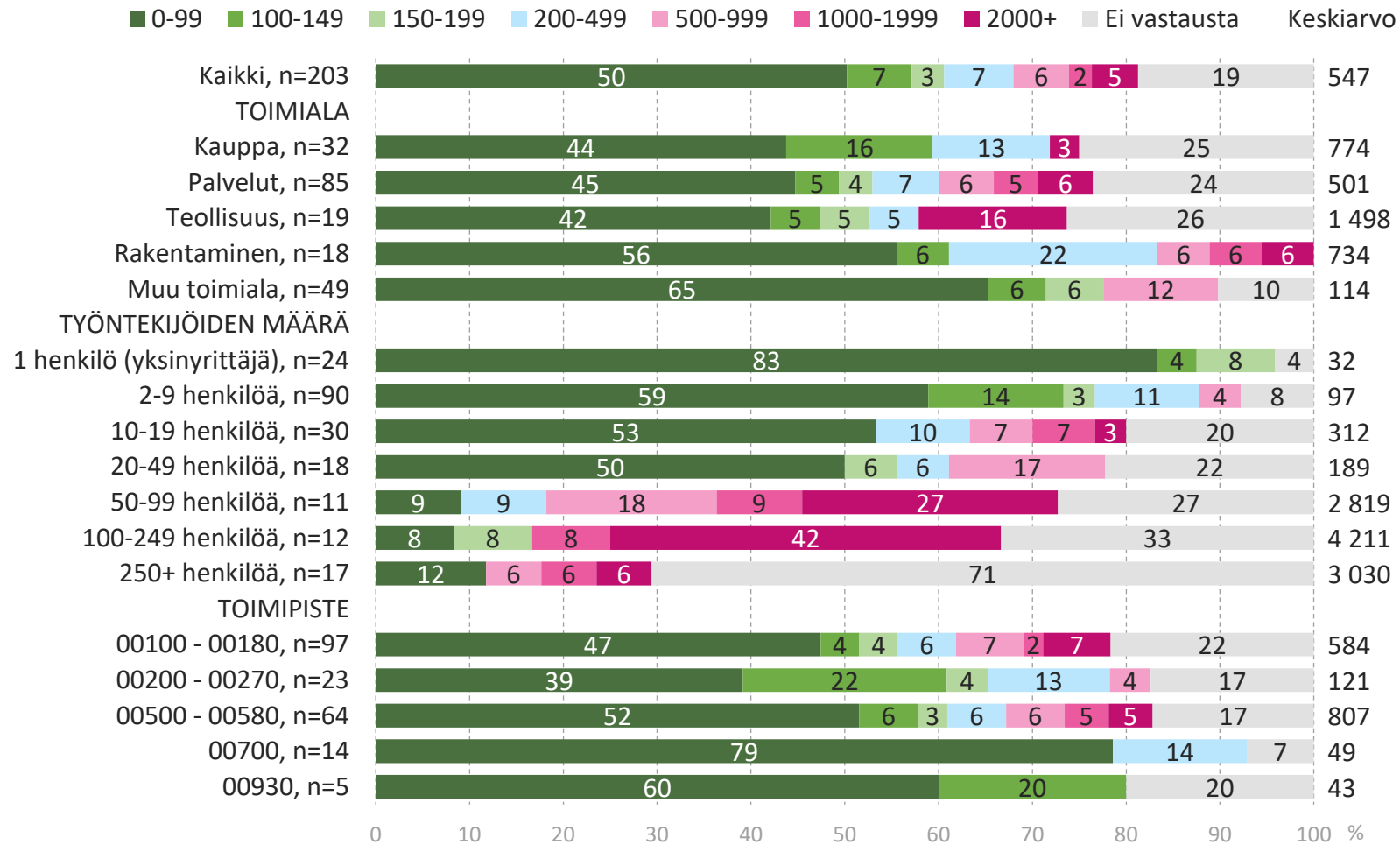
Pysäköintipaikalla on latausmahdollisuus, n=54

Onko yrityksellä käytössä kaupungin myöntämä yrityspysäköintitunnus?



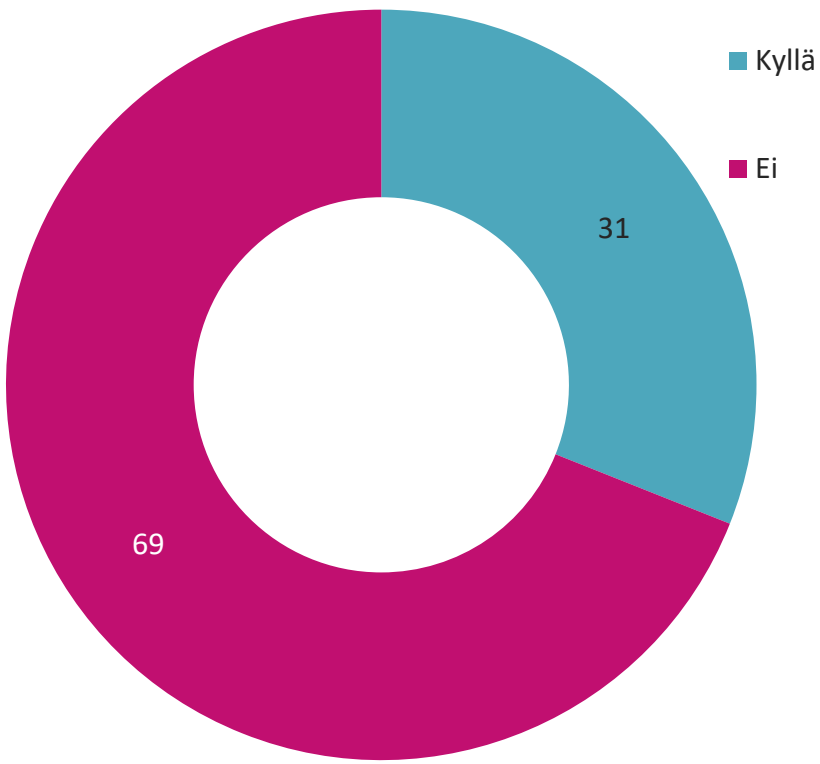
Kaikki vastaajat, n=203

Paljonko yrityksenne maksaa pysäköinnistä yhteensä kuukaudessa?



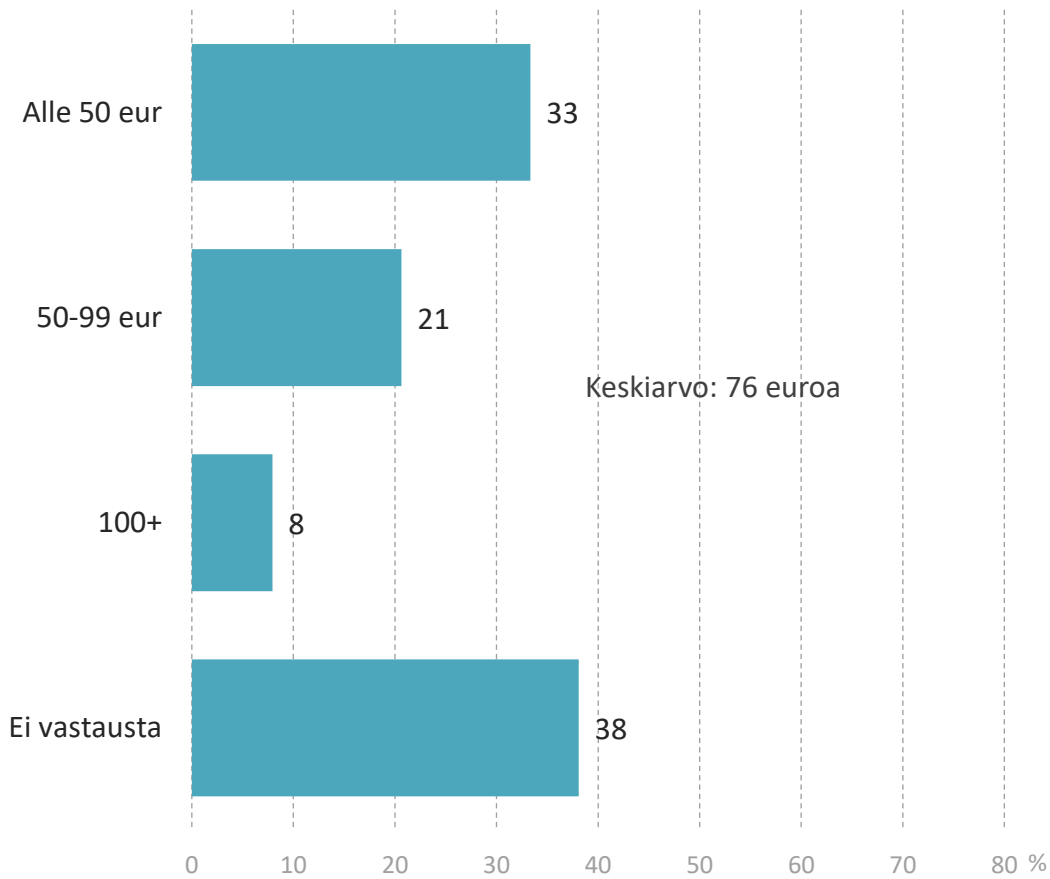
n=kaikki vastaajat

Onko yrityksenne pysäköinti maksullista työntekijöille?



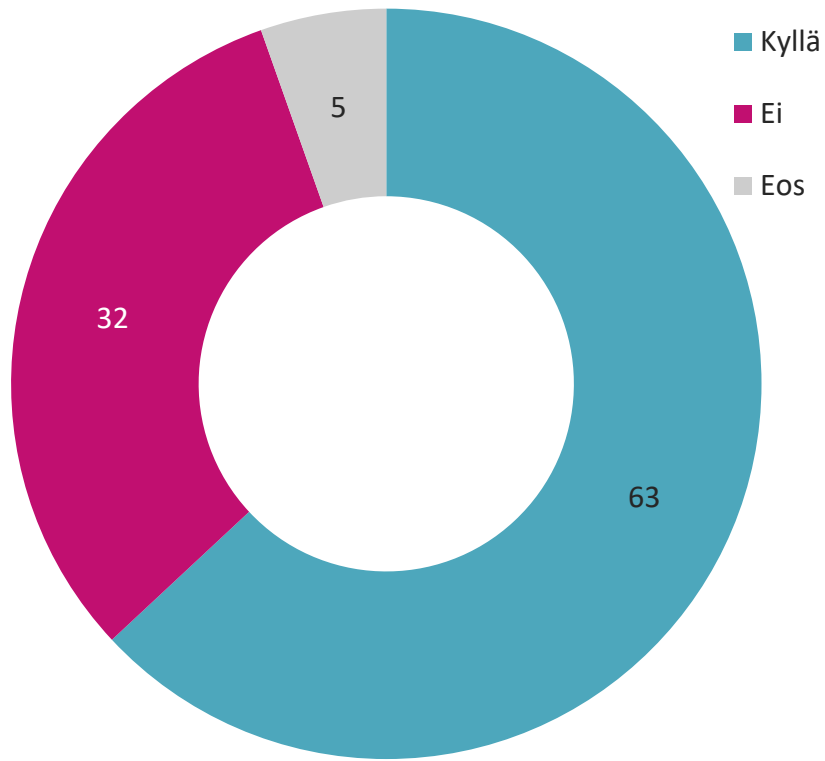
Kaikki vastaajat, n=203

Paljonko työntekijänne maksavat pysäköinnistä kuukaudessa?



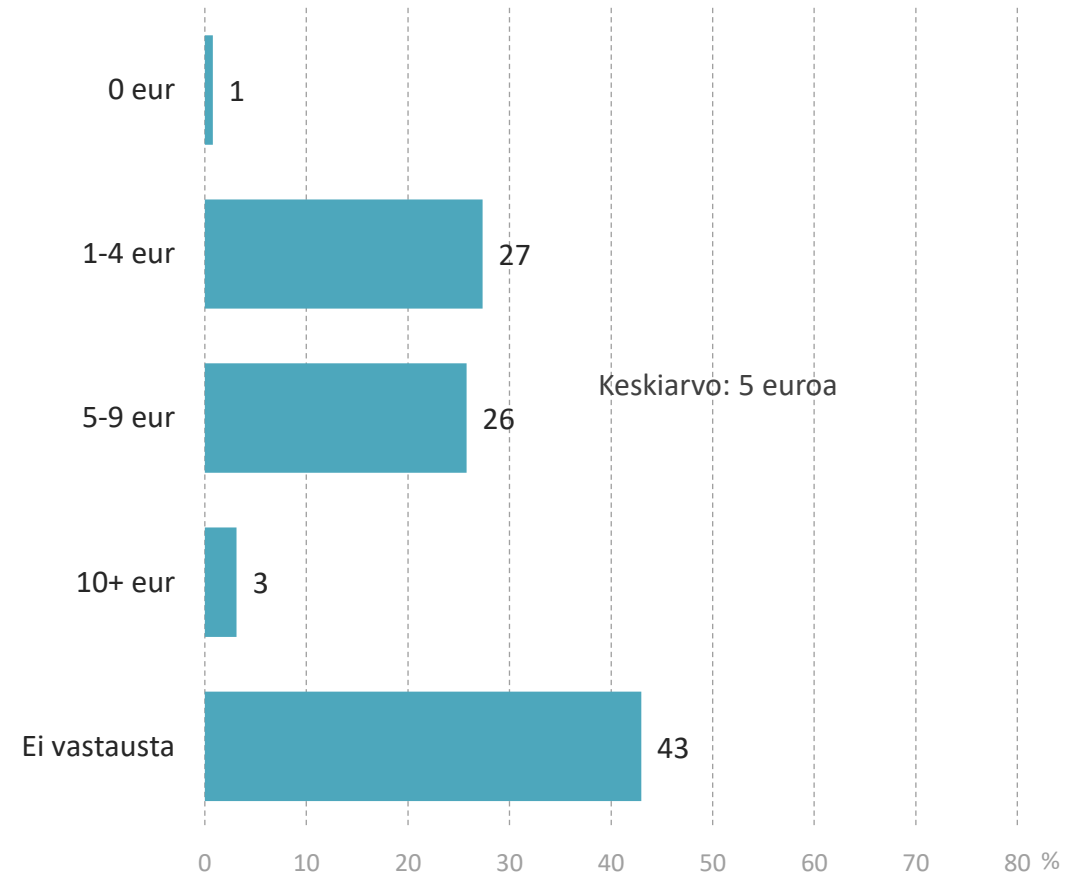
Pysäköinti maksullista työntekijöille, n=63

Maksavatko asiakkaat itse pysäköintinsä?



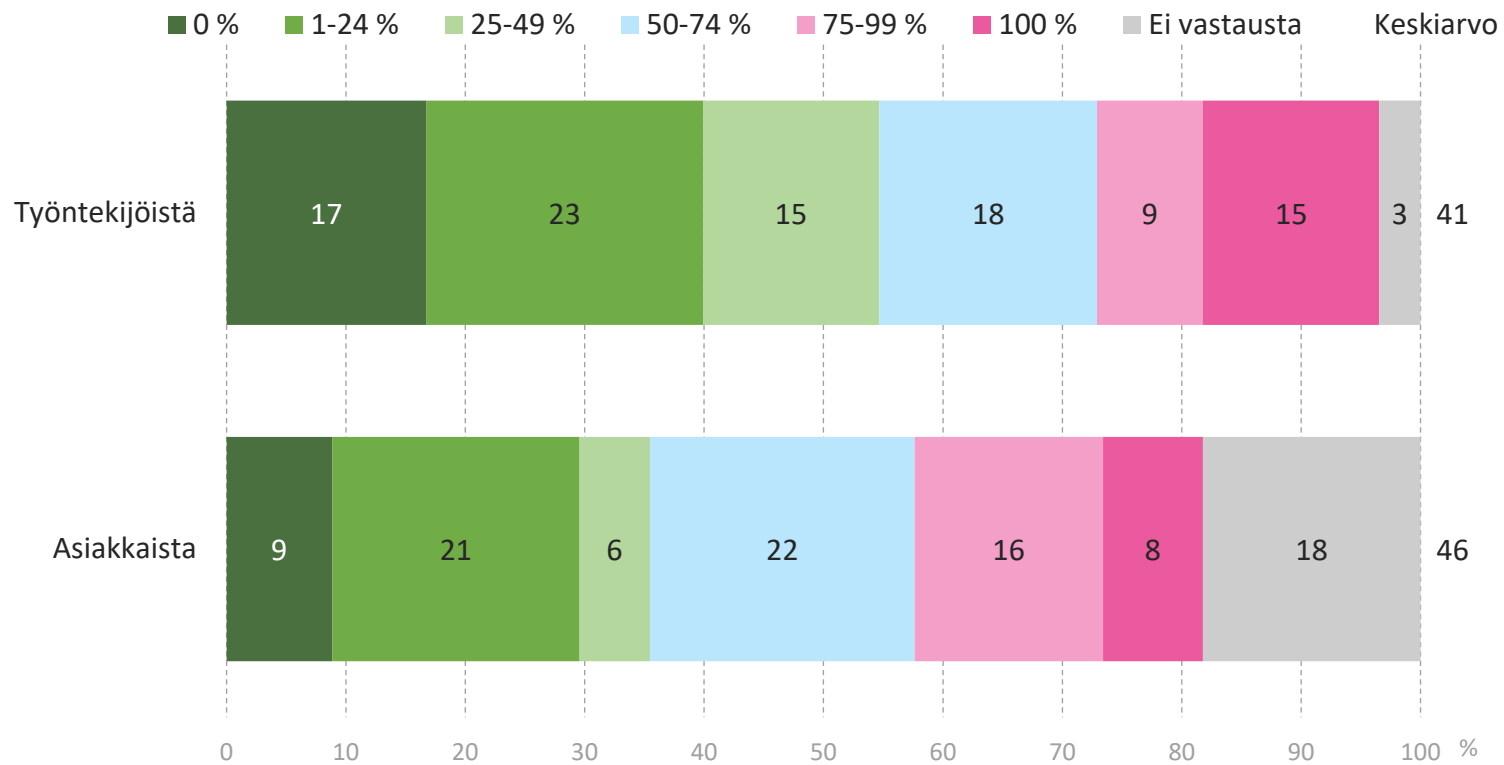
Kaikki vastaajat, n=203

Paljonko asiakkaanne maksavat pysäköinnistä tunnissa?



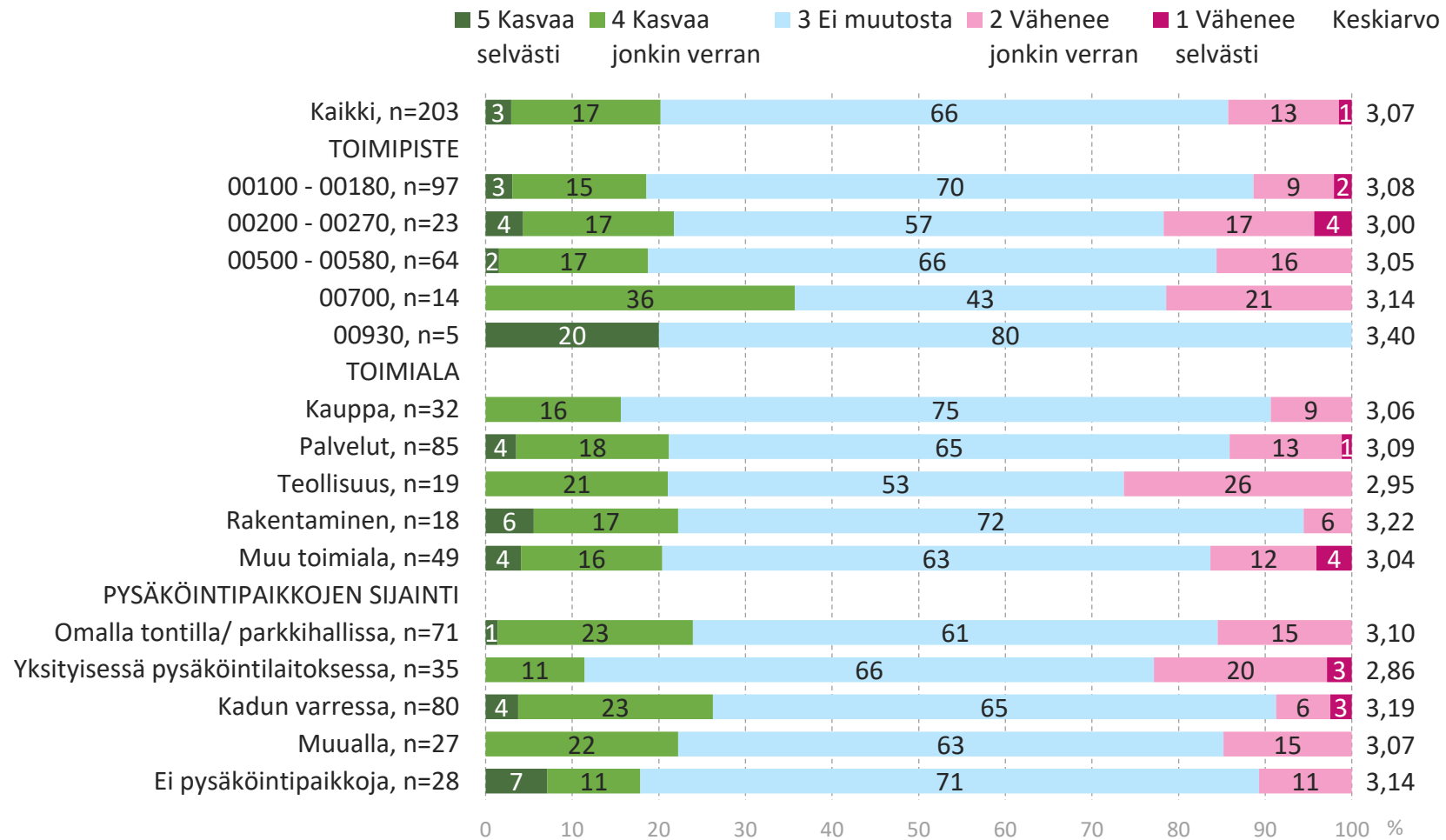
Asiakas maksaa itse, n=63

Kuinka suuri osa työntekijöistänne tai asiakkaistanne käyttää pysäköintiä?



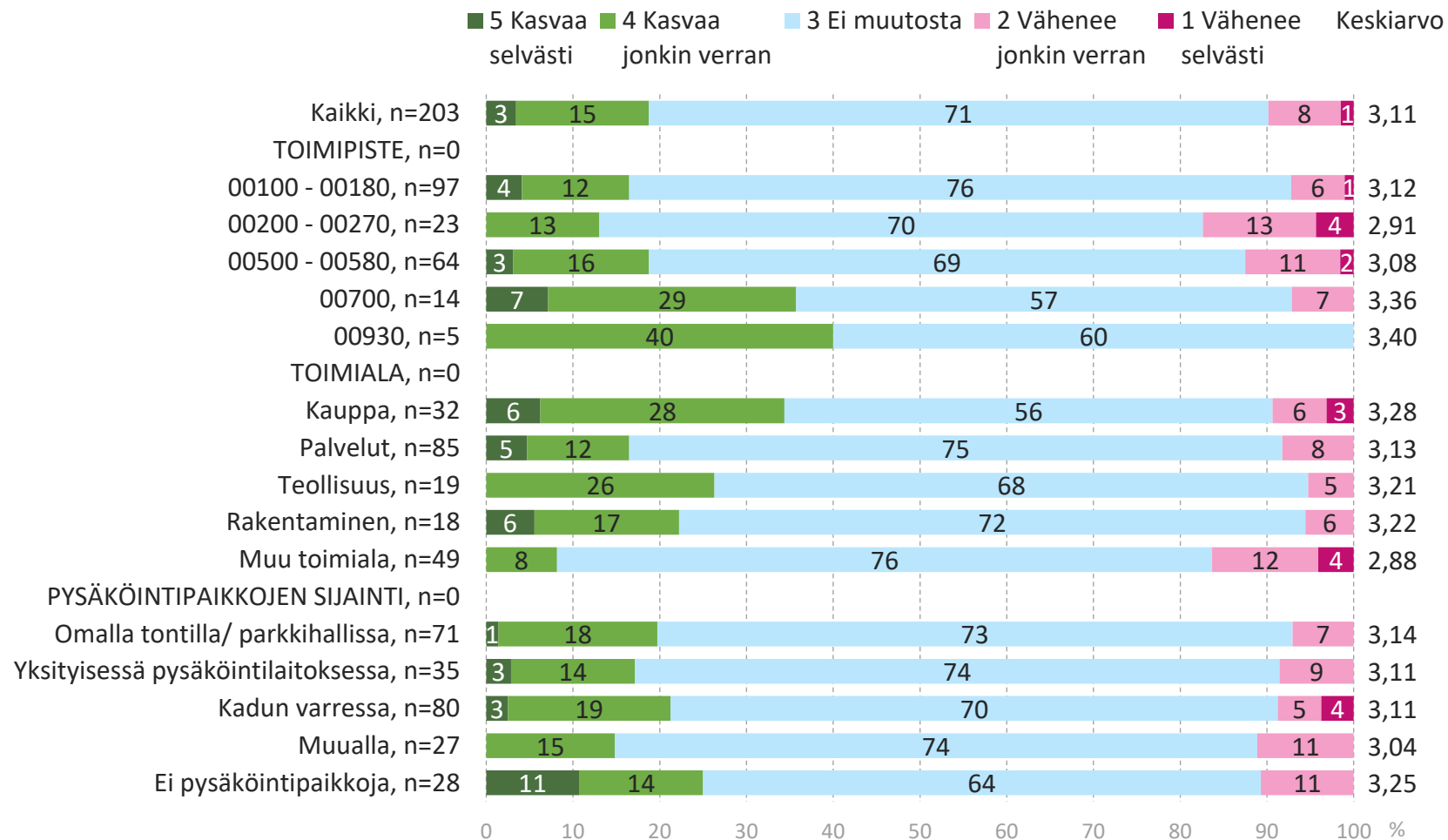
Kaikki vastaajat, n=203

Miten uskotte yrityksenne pysäköintitarpeen kehittyvän tulevaisuudessa työntekijöidenne keskuudessa?



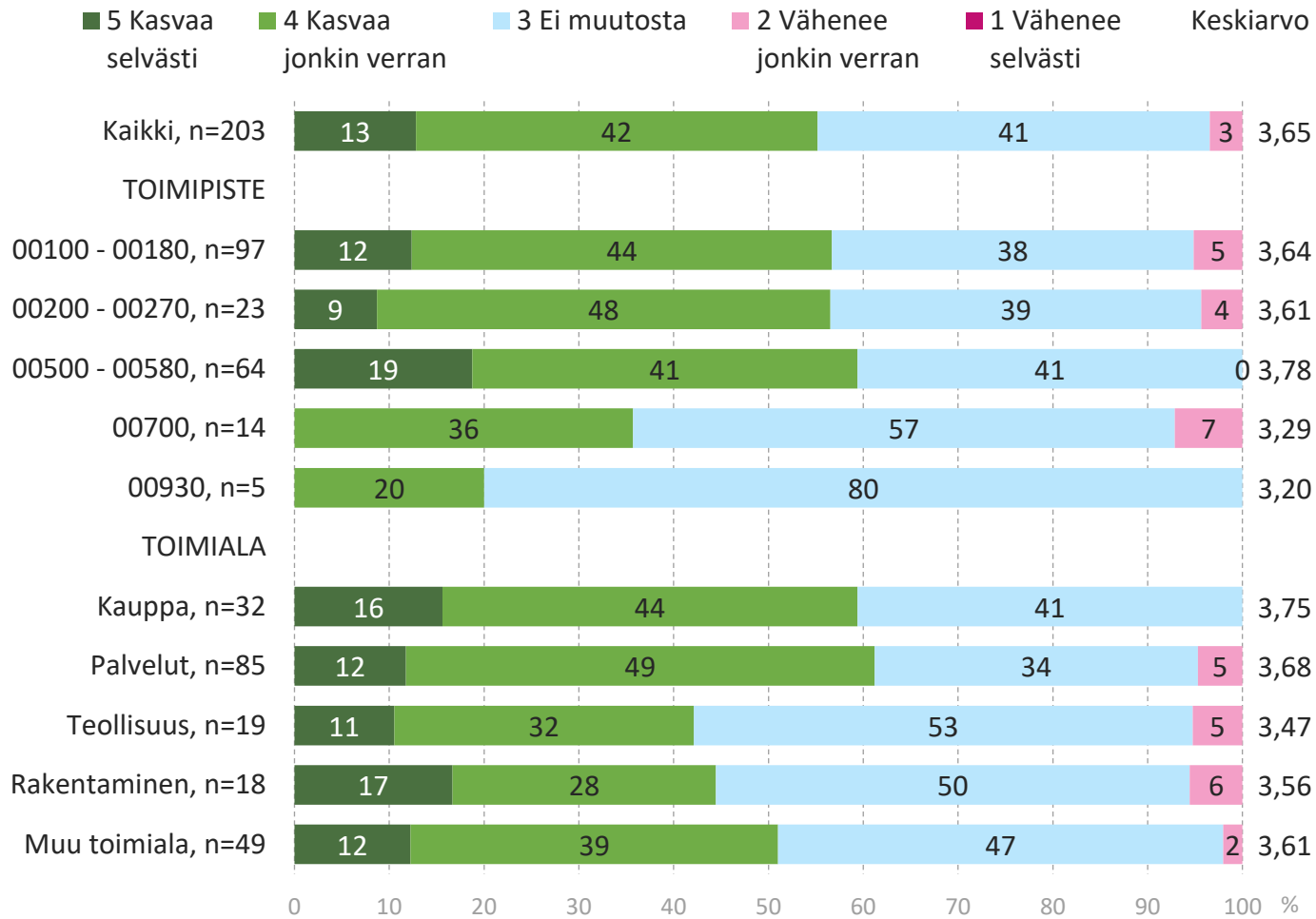
n=kaikki vastaajat

Miten uskotte yrityksenne pysäköintitarpeen kehittyvän tulevaisuudessa asiakkaidenne keskuudessa?



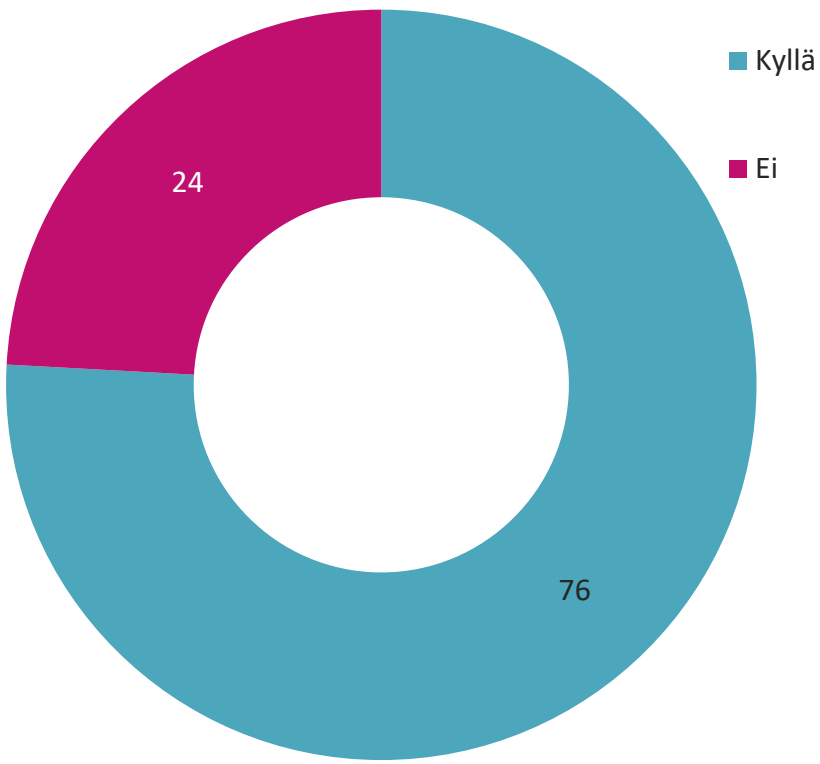
n=kaikki vastaajat

Miten uskotte kestävien liikkumismuotojen (joukkoliikenne, jalankulku ja pyöräily) suosion kehittyvän työntekijöidenne ja asiakkaidenne keskuudessa?

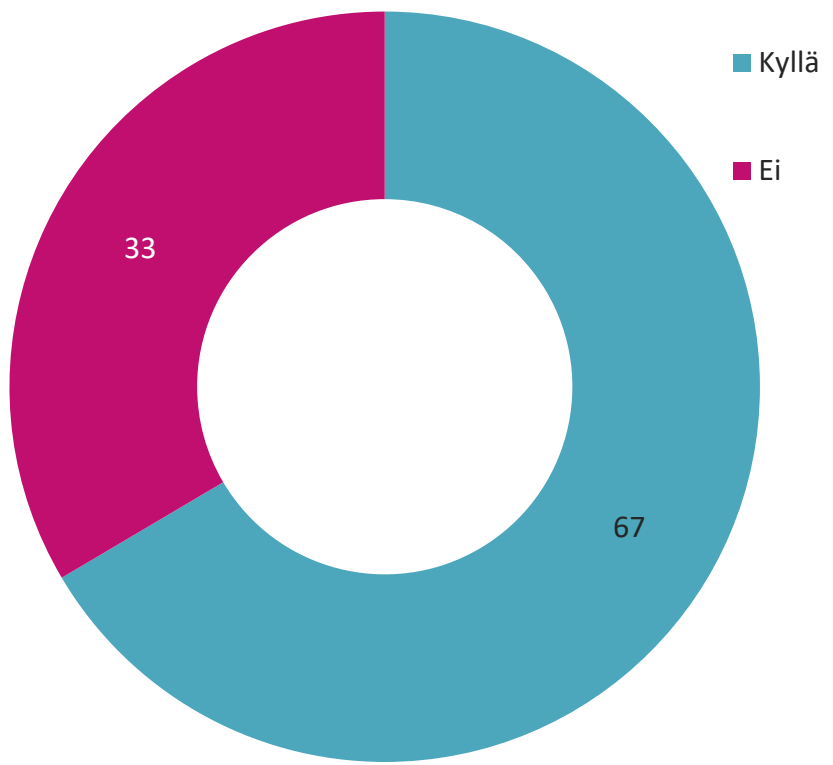


n=kaikki vastaajat

Onko yrityksessänne riittävästi polkupyörien pysäköintipaikkoja työntekijöille?



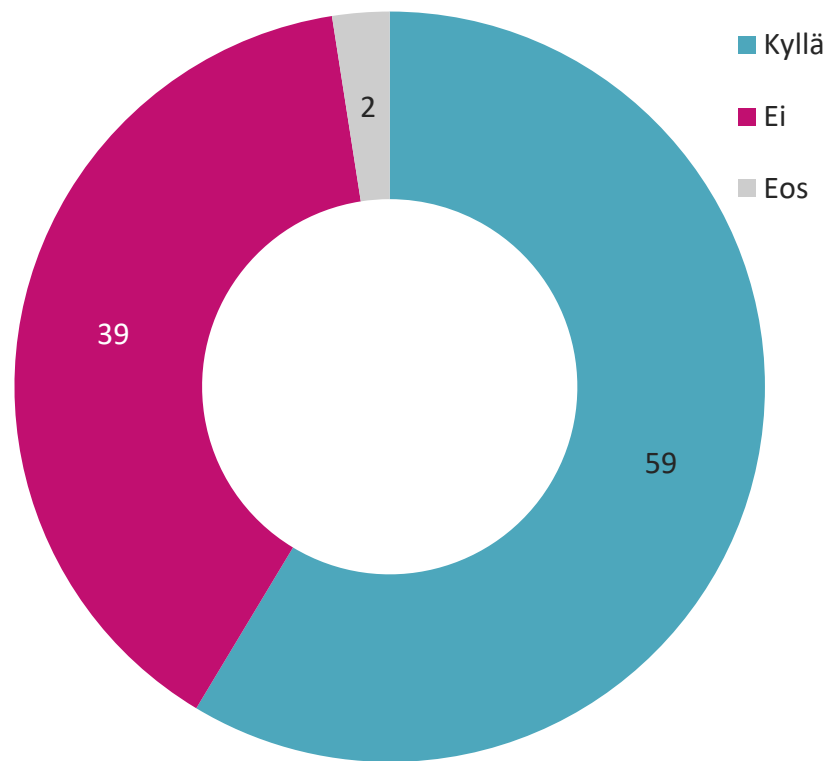
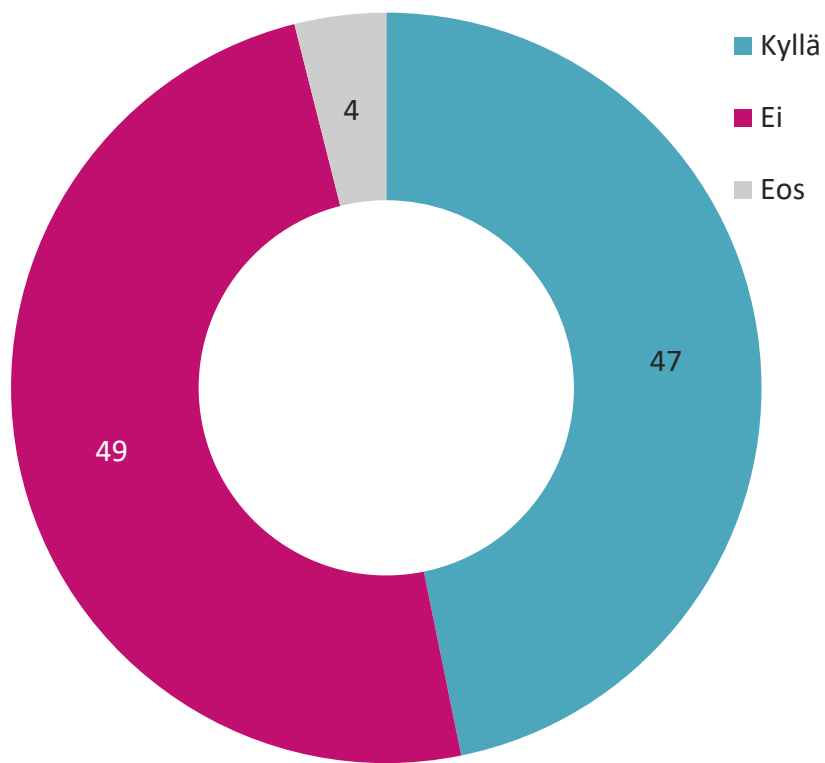
Entä asiakkaille?



Kaikki vastaajat, n=203

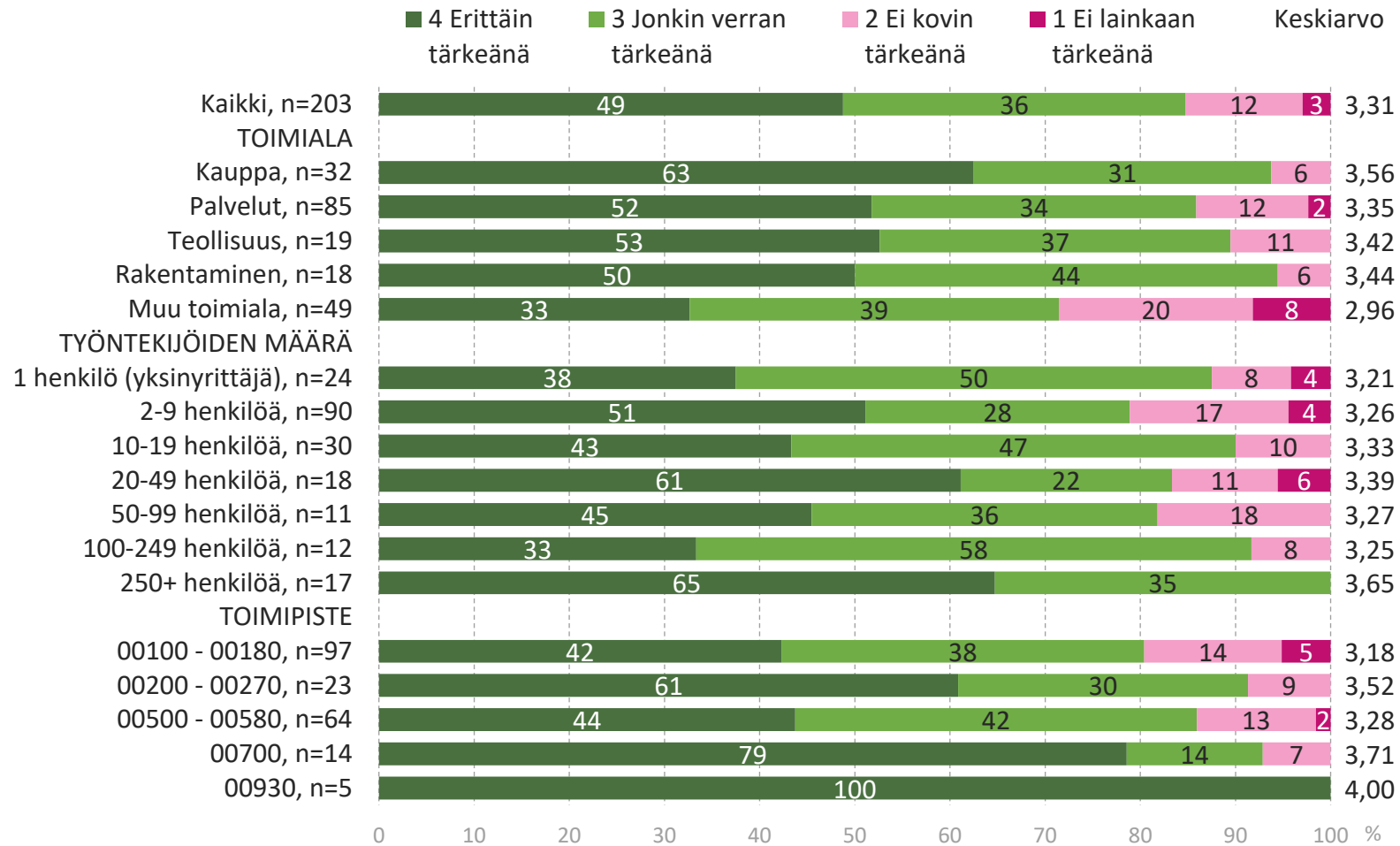
Ovatko polkupyörien pysäköintipaikat riittävän laadukkaita (säältä suojassa, valvottuja, runkolukittavia)?

Onko yrityksessänne pyöräileville työntekijöille käytössä pukuhuoneet ja suihkut?



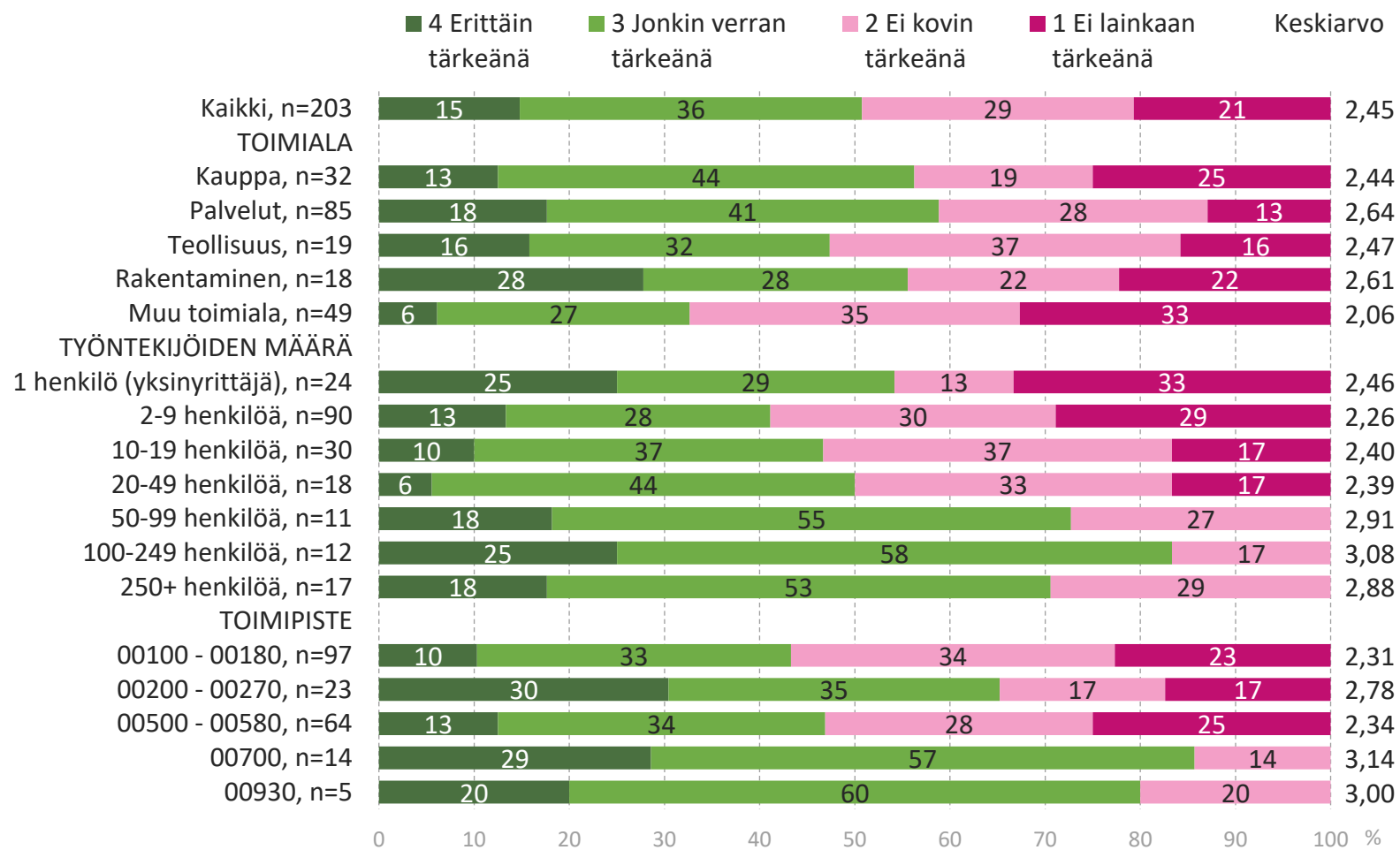
Kaikki vastaajat, n=203

Ajatelkaa, että olisitte valitsemassa yrityksellenne uutta sijaintipaikkaa. Miten tärkeänä pidätte pysäköintijärjestelyjä sijaintipaikkaa valitessa?



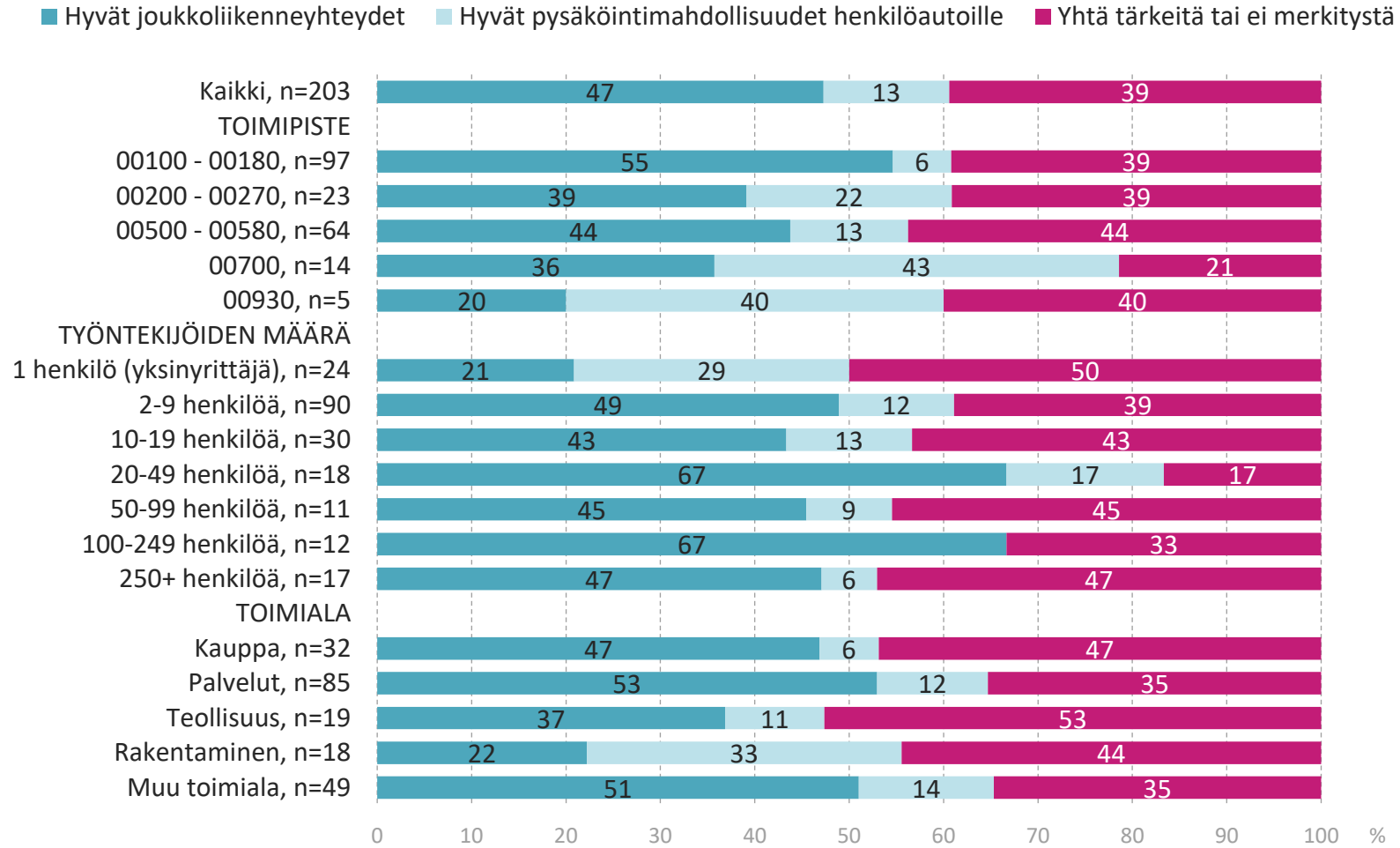
n=kaikki vastaajat

Kuinka tärkeitä ovat yrityksenne työntekijöiden pysäköintijärjestelyt rekrytoidessanne henkilöstöä?



n=kaikki vastaajat

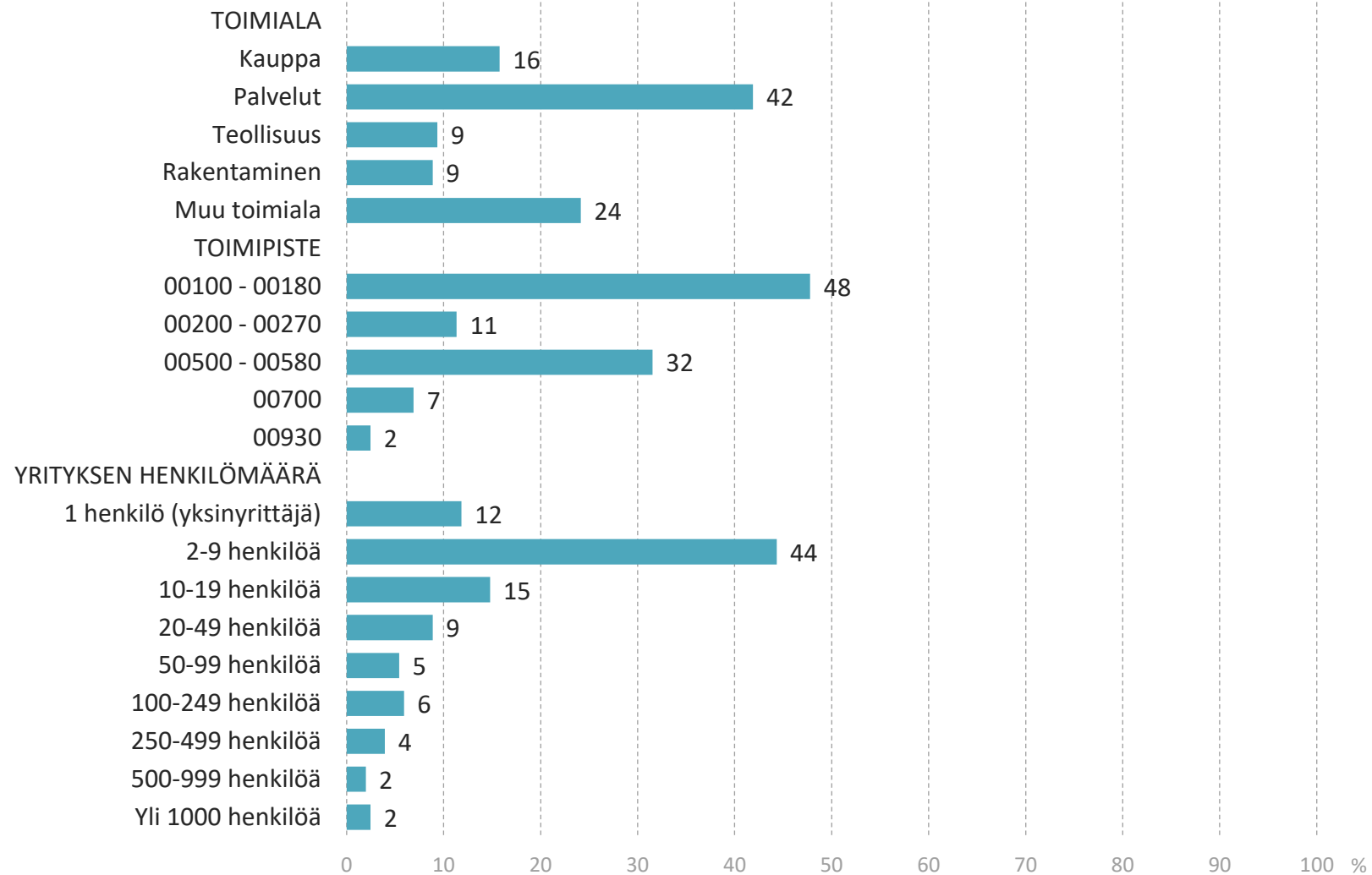
Kumpi merkitsee työntekijöitänne rekrytoitaessa enemmän



n=kaikki vastaajat

Vastaajarakenne

Taustatiedot



Kaikki vastaajat, n=203

Miten tutkimus tehtiin

Tutkimuksen toteuttaminen



Tutkimuksen tarkoitus

Kysely on tehty Helsingin kaupungin kaupunkiympäristön toimialan toimeksiannosta. Se selvittää näkemyksiä pysäköinnistä yrityksen henkilöstön ja asiakkaiden näkökulmasta.



Tutkimuksen kohderyhmä

Tutkimuksen vastaajajoukon muodostavat Helsingin kantakaupungissa ja laajenevassa kantakaupungissa sijaitsevat yritykset. Haastateltu oli yrityksen johtoon kuuluva henkilö tai pienissä yrityksissä itse yrittäjää. Yhteystietolähteenä käytetty Bisnoden Selector-palvelua. Aineistoa ei ole painotettu.



Tiedonkeruumenetelmä

Puhelinhaastattelut. Yhteensä 203 haastattelua.



Ajankohta

Tutkimuksen tieto kerättiin 14.1.-22.1.2021. Työhön osallistui 15 Taloustutkimuksen haastattelijaa.



Tulokset ja lomake

Tulostaulukot (sisältää avoimet vastaukset) ja lomake toimitettu erillisenä liitteenä.

LISÄTIETOJA

Tuomo Turja
Business director
tuomo.turja@taloustutkimus.fi

Sakari Sandqvist
Senior Insight Manager
sakari.sandqvist@taloustutkimus.fi



Liitteet

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu kyseisen standardin ja Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.
- Taloustutkimus ei ole käyttänyt alihankkijoita tässä tutkimuksessa.

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistavat tiedot ym.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kyselyihin.
- Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.



LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 1	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 3b	±6,0	±4,9 3a	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 2
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1

Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.

Esimerkki 2

Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.

Esimerkki 3

a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %.

b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

p = 50 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,8						
250	11,6	8,8					
500	10,7	7,6	6,2				
750	10,4	7,2	5,7	5,1			
1000	10,3	6,9	5,4	4,7	4,4		
1500	10,1	6,7	5,1	4,4	4,0	3,6	
2000	10,0	6,6	4,9	4,2	3,8	3,4	3,1

p = 40 tai 60 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,6						
250	11,4	8,6					
500	10,5	7,4	6,1				
750	10,2	7,0	5,5	5,0			
1000	10,1	6,8	5,2	4,6	4,3		
1500	9,9	6,6	5,0	4,3	3,9	3,5	
2000	9,8	6,4	4,8	4,1	3,7	3,3	3,0

p = 30 tai 70 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	12,7						
250	10,6	8,0					
500	9,8	7,0	5,7				
750	9,6	6,6	5,2	4,6			
1000	9,4	6,3	4,9	4,3	4,0		
1500	9,3	6,1	4,6	4,0	3,7	3,3	
2000	9,2	6,0	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8

p = 20 tai 80 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	11,1						
250	9,3	7,0					
500	8,6	6,1	5,0				
750	8,3	5,7	4,5	4,1			
1000	8,2	5,6	4,3	3,8	3,5		
1500	8,1	5,3	4,1	3,5	3,2	2,9	
2000	8,0	5,3	3,9	3,4	3,0	2,7	2,5

p = 10 tai 90 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	8,3						
250	7,0	5,3					
500	6,4	4,5	3,7				
750	6,3	4,3	3,4	3,0			
1000	6,2	4,2	3,2	2,8	2,6		
1500	6,1	4,0	3,0	2,6	2,4	2,2	
2000	6,0	3,9	2,9	2,5	2,3	2,0	1,9

Näiden taulukoiden avulla voidaan arvioida eri-suuruisten otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkitsevyyttä.

Taulukoista valitaan aina se, jossa p (=prosenttiluku) on lähinnä saatua tulosta/osuutta.

ESIMERKKI

Tehtiin kaksi eri tutkimusta eri aikoina. Toisessa oli 250 vastaajaa ja toisessa 1000. Tuotteen markkina-osuus oli pienemmässä tutkimuksessa 37 % ja suuremmassa 35 %.

Tarkasteluun valitaan taulukko p = 40 tai 60 %, koska saadut tulokset ovat kaikkein lähimpänä sitä. Taulukosta katsotaan luku otoskokojen 1000 ja 250 risteyskohdasta. Tässä tapauksessa tulosten eron merkitsevyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkitsevää.