

KULUTTAJALÄHTÖISET JAKELURATKAISUT 2023 (KUJA2023)

26.10.2023

Juho-Petteri Huhtala (KTT)

Toimitusjohtaja

NIBS osk

Tutkijatohtori

Aalto BIZ

Henrikki Tikkanen, Pekka Mattila, Jaakko Aspara, Nuutti Lamberg



Tutkimushankkeen tavoitteet

KULUTTAJALÄHTÖISET JAKELURATKAISUT 2023 (KUJA 2023) -tutkimushankkeen tavoitteena on:

- 1) Missä määrin kuluttajat Suomessa pitävät erilaisia painettujen mediatuotteiden jakeluratkaisuja hyväksyttävänä tai toivottavina?
- 2) Miten painettujen mediatuotteiden jakelu tulisi nykyisten ja kehitteillä olevien ratkaisujen avulla järjestää nyt ja tulevaisuudessa?



Tulosten julkinen raportti saatavilla pian:

<https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/>

Toteutus

- Tutkimuksen toteuttaja on Nordic Institute of Business & Society osk
- Tutkimuksen on rahoittanut Media-alan tutkimussäätiö
- Tutkimus toteutettiin **1.1.2023-30.6.2023** Media-alan tutkimussäätiön vuoden 2022 erityisteemahakuun ”Järkeä jakeluun
- Tässä dokumentissa on kuvattuna ainoastaan **tutkimushankkeen kokeellisen tutkimuksen keskeisimmät tulokset**

HANKKEEN TUTKIMUSAINEISTOT

20

taustoittavaa
asiantuntijahaastattelua

24

kokeellisesti suomalaisilla
kuluttajilla testattua
jakeluratkaisua

502

kokeelliseen tutkimukseen
osallistunutta suomalaista
kuluttajaa

Keskeiset käsitteet

- **Jakeluratkaisu** on kattava järjestelmä ja strategia, joka liittyy esimerkiksi sanomalehtien, aikakauslehtien tai muiden mediatuotteiden levitykseen. Se voi sisältää erilaisia elementtejä, kuten jakeluverkoston suunnittelun, kuljetuslogistiikan, varastoinnin, tilaustenhallinnan ja jakelun seurannan sekä asiakaskokemuksen. KUJA2023-hankkeessa keskitytään jakeluratkaisujen osalta erityisesti **fyysisen mediajakelun toimitustapaan, eli siihen, miten paperinen lehti toimitetaan loppukäyttäjälle eli kuluttajalle**. Kuluttajille kohdennetuissa koeasetelmissa käytettiin **tilausmalli** -termiä jakeluratkaisu -termin sijaan.
- **Kuluttajalähtöisyys** on strateginen lähestymistapa liiketoiminnan suunnitteluun ja toteuttamiseen, jossa kuluttajien tarpeet, toiveet ja odotukset otetaan ensisijaisesti huomioon. Kuluttajalähtöisyyden tutkiminen edellyttää tietoa kuluttajien mieltymyksistä. KUJA2023-hankkeessa tavoitteena oli tuottaa uutta tutkimustietoa **Suomessa asuvien kuluttajien näkemyksistä liittyen olemassa oleviin ja mahdollisiin fyysisten mediatuotteiden jakeluratkaisuihin**. Hankkeen tulokset perustuvat kuluttajilta kerättyyn kvantitatiiviseen tutkimusotokseen. **Otos edustaa suomalaisia kuluttajia sekä maantieteellisesti että demografisesti**.
- Jakeluratkaisujen hyväksyttävyyttä ja toivottavuutta testattiin hyödyntämällä kokeellista tutkimusta. **Kokeellisella tutkimuksella selvitetään valittujen käyttäytymismuuttujien välisiä syy-seuraussuhteita**. Fyysisten mediajakeluratkaisujen ympäristössä syymuuttujat voivat olla esimerkiksi **kehitteillä olevan jakeluratkaisun eri versioita** ja seurausmuuttujat **valittuja tuloksellisuuden mittareita** (Aspara et al., 2022).

Millaisia malleja tulisi testata asiantuntijoiden* mukaan?

"Mielestäni median ja muidenkin tuotteiden kulutuksessa pirstaloituminen on se trendi. En jaksa uskoa, että tulevaisuudessa pystytään menemään enää malliin, jossa on vain yksi tapa jaella ja kuluttaa asioita. Yritysten täytyy olla joustavia ja niillä täytyy olla erilaisia (jakelu)vaihtoehtoja".
Jakelutoimija, 2

Asiantuntijat uskovat, että tulevaisuudessa kuluttajille on tarjolla useita vaihtoehtoisia jakeluratkaisuja yhden tai vain muutaman vaihtoehdon sijaan. Perinteisen postilaatikkopakettien lisäksi asiantuntijat tarjoavat joukkoistamiseen perustuvaa jakelua, drone-toimituksia, noutopisteitä ja jakeluvirtojen yhdistämistä ratkaisuelementteiksi painotuotteiden jakelun haasteisiin.

*Tutkimuksessa haastateltiin 20 asiantuntijaa (media-alan asiantuntijoita, tutkijoita ja jakelutoimijoita). Haastatteluista koostettua tulosaineistoa hyödynnettiin hankkeessa jakeluratkaisujen tunnistamiseen ja koeasetelman muotoiluun.

KUJA 2023 –hankkeessa testatut 24 jakeluratkaisua

	A Paperilehden toimitus kotiin rajoitettuna päivinä	B Joukkoistaminen naapurin toteuttamana	C Joukkoistaminen itse toteutettuna	D Paperilehden toimitus kotiin drone-lennokin avulla	E Paperilehden haku lähialueen toimituspisteestä	F Paperilehden toimitus kotiin ja sanomalehtipaperia muistuttava sähköinen lukulaite
1 Toimitus 5 päivää viikossa	A1: Paperilehti toimitetaan henkilölle 5 päivänä viikossa kotiin	B1: Vapaaehtoinen naapuri toimittaa paperilehden henkilön kotiin 5 päivänä viikossa lähialueen toimituspisteestä	C1: Henkilö hakee paperisen lehden itselleen ja muutamalle naapurilleen 5 päivänä viikossa lähialueen toimituspisteeltä	D1: Paperilehti toimitetaan henkilölle 5 päivänä viikossa kotiin drone-lennokin avulla	E1: Henkilö hakee paperisen lehden 5 päivänä viikossa lähialueen toimituspisteestä	F1: Paperilehti toimitetaan henkilölle 5 päivänä viikossa kotiin, henkilölle tarjotaan 100 € kertamaksulla myös sähköinen lukulaite
2 Toimitus 1 päivä viikossa	A2: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin	B2: Vapaaehtoinen naapuri toimittaa paperilehden henkilön kotiin 1 päivänä viikossa lähialueen toimituspisteestä	C2: Henkilö hakee paperisen lehden itselleen ja muutamalle naapurilleen 1 päivänä viikossa lähialueen toimituspisteeltä	D2: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin drone-lennokin avulla	E2: Henkilö hakee paperisen lehden 1 päivänä viikossa lähialueen toimituspisteestä	F2: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin, henkilölle tarjotaan 100 € kertamaksulla myös sähköinen lukulaite
3 Toimitus 1 päivä viikossa ruoka- ostosten yhteydessä	A3: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin netistä tilattujen ruokaostosten yhteydessä	B3: Vapaaehtoinen naapuri toimittaa paperilehden henkilön kotiin 1 päivänä viikossa netistä tilattujen ruokaostosten yhteydessä	C3: Henkilö hakee paperisen lehden itselleen ja muutamalle naapurilleen 1 päivänä viikossa netistä tilattujen ruokaostosten yhteydessä	D3: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin netistä tilattujen ruokaostosten yhteydessä drone-lennokin avulla	E3: Henkilö hakee paperisen lehden 1 päivänä viikossa ruokakaupasta netistä tilattujen ruokaostosten yhteydessä	F3: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin netistä tilattujen ruokaostosten yhteydessä, henkilölle tarjotaan 100 € kertamaksulla myös sähköinen lukulaite
4 Toimitus 1 päivä viikossa aikakauslehtien yhteydessä	A4: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin tilattujen aikakauslehtien yhteydessä	B4: Vapaaehtoinen naapuri toimittaa paperilehden henkilön kotiin 1 päivänä viikossa tilattujen aikakauslehtien yhteydessä	C4: Henkilö hakee paperisen lehden itselleen ja muutamalle naapurilleen 1 päivänä viikossa tilattujen aikakauslehtien yhteydessä	D4: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa tilattujen aikakauslehtien yhteydessä drone-lennokin avulla	E4: Henkilö hakee paperisen lehden 1 päivänä viikossa ruokakaupasta, johon toimitetaan myös hänen tilaamansa aikakauslehdet	F4: Paperilehti toimitetaan henkilölle 1 päivänä viikossa kotiin tilattujen aikakauslehtien yhteydessä, henkilölle tarjotaan 100 € kertamaksulla myös sähköinen lukulaite

Koeasetelma

VANHA TILAUSMALLI NYKYISTÄ KALLIIMMALLA HINNALLA

Oletetaan, että se suomalainen sanomalehti, josta olet eniten kiinnostunut, on tähän asti tarjonnut seuraavanlaista tilausmallia hintaan 29,90 € / kuukaudessa:

Digitaalinen versio ja paperilehti kuljetettuna joka päivä valitsemaasi osoitteeseen.

Lehden paino- ja kuljetuskustannusten nousun takia lehti aikoo muuttaa nyt tällaisen tilauksen hintaan **49,90 euroa** kuukaudessa.

Vaihtoehtoisesti lehti tarjoaa sinulle 4:ää uutta tilaus- ja toimitusmallia.



VAI

UUSI VAIHTOEHTOINEN TILAUSMALLI NYKYISELLÄ HINNALLA

Vaihtoehtoinen
malli 1,
hinnalla 29,90 € /kk

Vaihtoehtoinen
malli 2,
hinnalla 29,90 € /kk

Vaihtoehtoinen
malli 3,
hinnalla 29,90 € /kk

Vaihtoehtoinen
malli 4,
hinnalla 29,90 € /kk

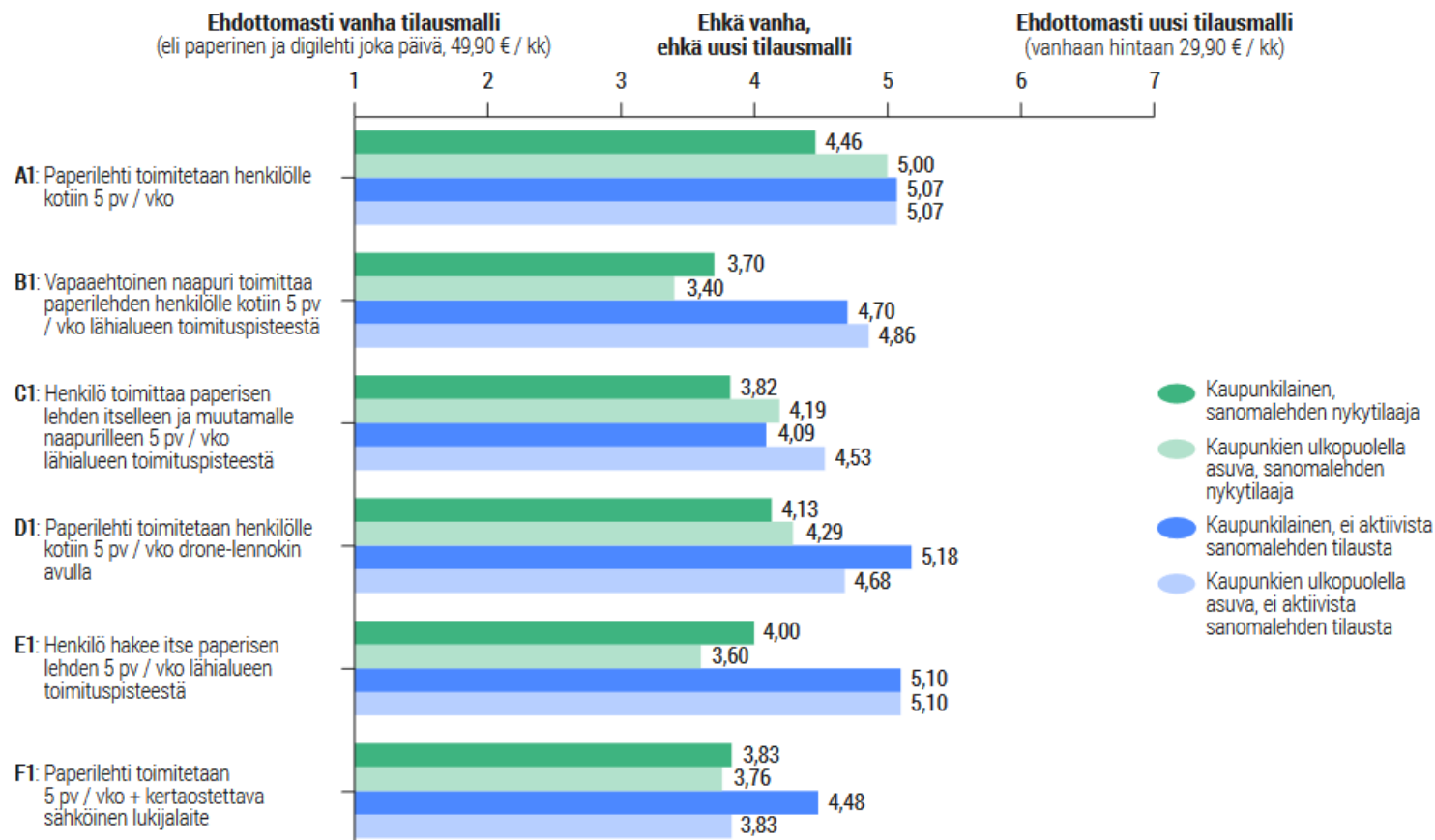


KUMMAN VAIHTOEHDON VALITSISIT?

- 1 = Ehdottomasti vanhan tilausmallin (eli paperinen ja digilehti joka päivä), mutta hintaan 49.90/kk.
- 2 = Todennäköisesti vanhan tilausmallin (eli paperinen ja digilehti joka päivä), mutta hintaan 49.90/kk.
- 3 = Luultavasti vanhan tilausmallin (eli paperinen ja digilehti joka päivä), mutta hintaan 49.90/kk.
- 4 = Ehkä vanhan, ehkä uuden tilausmallin.
- 5 = Luultavasti uuden tilausmallin, mutta vanhaan hintaan 29,90 € / kk.
- 6 = Todennäköisesti uuden tilausmallin, mutta vanhaan hintaan 29,90 € / kk.
- 7 = Ehdottomasti uuden tilausmallin, mutta vanhaan hintaan 29,90 € / kk.

Keskeiset tulokset (I/III)

Paperilehti perinteisesti kotiintoitettuna 7 päivää viikossa (korotettu hinta, 49,90 € /kk)
vs. uudet jakelutavat 5 päivänä viikossa (nykyhintaa, 29,90 € /kk)



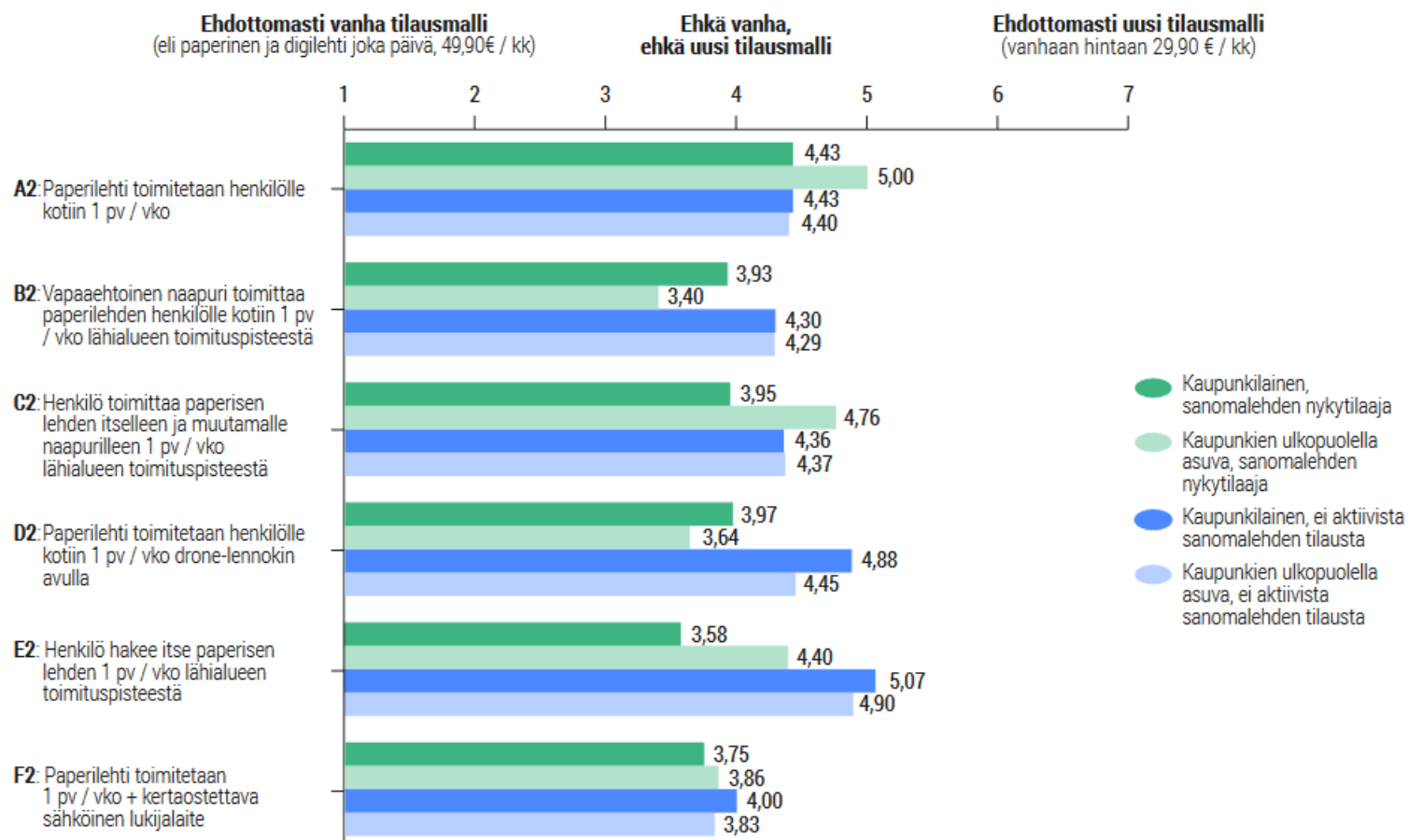
LUENTAOHJE:

YLI 4,00 → Uusi tilausmalli nyk. hinnalla voittaa vanhan tilausmallin selvästi kalliimmalla hinnalla
ALLE 4,00 → Vanha tilausmalli selvästi kalliimmalla hinnalla voittaa uuden tilausmallin nyk. hinnalla

- Kuluttajat Suomessa valitsevat mieluummin rajoitetumman päiväjakelun vaihtoehtoisella jakelutavalla kuin maksavat merkittävästi korkeampaa hintaa painetun lehden kotiin toimituksesta joka päivä.
- Kuluttajat kokevat vaihtoehtoisista jakelutavoista kaikkein hyväksyttävemmäksi sen, että paperilehti toimitetaan yhä postilaatikkopakettina kotiin, mutta rajoitetulla viikkojakelulla.
- Kotiintoititus -mallia ei kuitenkaan koeta täysin ylivertaisena innovatiivisempiin vaihtoehtoihin verrattuna.

Keskeiset tulokset (II/III)

Paperilehti perinteisesti kotiintoitettuna 7 päivää viikossa (korotettu hinta, 49,90 € /kk)
vs. uudet jakelutavat 1 päivänä viikossa (nykyhinta, 29,90 € /kk)



LUENTAOHJE:

YLI 4,00 → Uusi tilausmalli nyk. hinnalla voittaa vanhan tilausmallin selvästi kalliimmalla hinnalla
ALLE 4,00 → Vanha tilausmalli selvästi kalliimmalla hinnalla voittaa uuden tilausmallin nyk. hinnalla

- Paperilehden **toimituksen rajoittaminen viidestä päivästä yhteen** (hinnan pysyessä tasolla 29,90 €/kk) **ei juurikaan vähennä uusien vaihtoehtoisten jakelutapojen hyväksyttävyyttä.**
- **Joukkoistamiseen** perustuvien jakelumallien osalta kuluttajat näyttävät suosivan itse toteutettuja joukkoistamisen jakeluratkaisuja hieman enemmän, kun **jakelupäivien määrä on rajoitettu viiden sijasta yhteen.**
- Sitä vastoin **drone-lennokein** toteutettu paperilehden jakelu on selvästi hyväksyttävämpi, kun **jakelupäiviä on viisi yhden sijaan.**

Keskeiset tulokset (III/III)

Paperilehti perinteisesti kotiintoimitettuna 7 päivää viikossa (korotettu hinta, 49,90 € /kk) vs. uudet jakelutavat 1 päivänä viikossa (nykyhintana, 29,90 € /kk) – muiden ostosten yhteydessä

- Kuluttajat eivät koe yhdistelmäjakelun tuottavan lisäarvoa verrattuna painetun lehden erillisjakeluun – vaikka yhdellä ja samalla kertaa tapahtuvan useiden tuotteiden toimituksen voisi ajatella olevan kätevää ja vähemmän vaivalloista kuluttajille kuin eri tuotteiden toimitukset erikseen.
- Kaikkein houkuttelevimpana yhdistelmämalleista kuluttajat pitävät kuitenkin lehden hakemista yhtenä päivänä viikossa ruokakaupasta ruokaostosten yhteydessä.
- Kuluttajat hyväksyvät joukkoistamiseen perustuvat ratkaisut myös tilanteessa, jossa paperilehti toimitetaan kerran viikossa samassa yhteydessä kuin viikoittaiset ruokaostokset tai aikakauslehdet (lehdet itse itselle ja naapureille, sanomalehti ja ruokaostokset ulkoistetaan naapurille).
- Kuluttajaryhmien vertailu yhdistelmäratkaisujen osalta paljastaa sen, että kaupunkilaiset suosivat erityisesti drone-lennokeilla toteutettuja yhdistelmäkuljetuksia, kaupunkien ulkopuolella asuvat suosivat erityisesti joukkoistamista itse toteutettuna (kun yhdistelmä sis. sanomalehden + aikakauslehtiä).

Johtopäätökset ja suositukset

- **Kuluttajat ovat valmiita myönnytyksiin kaikessa muussa paitsi hinnassa – jakelun kustannuksia ei tule ohjata suoraan kuluttajahintoihin.**
 - KUJA2023-hankkeen haastattelututkimuksessa tunnistettiin kaksi kehityspolkua painettujen mediatuotteiden jakelussa: 1) lehtien jakelupäiviä vähennetään merkittävästi ja 2) kuluttajahintoja nostetaan varmistaakseen postilaatikkopaketti harvaan asutuilla alueilla Suomessa; **tulosten perusteella kuluttajat suosivat mieluummin rajoitetumpaa päiväjakelua korkeampien hintojen sijaan perinteisellä jakelumallilla.**

Johtopäätökset ja suositukset

- **Jos suomen medioiden roolista tasapuolisen ja moniäänisen tiedon välittäjänä ei haluta luopua, on valtion tuettava painettujen mediatuotteiden jakelua jo päätettyä voimakkaammin.**
- Medioille on Suomessa rakentunut vahva rooli tasapuolisen ja moniäänisen tiedon välittäjänä, joka ohjaa myös jakeluratkaisujen kehittymistä ja kehittämistä. Koska kuluttajat eivät ole valmiita kattamaan tämän tasapuolisuuden kustannuksia. Jos tasapuolisuudesta halutaan kuitenkin pitää kiinni, tarvitaan valtion vahvaa tukea sen ylläpitämiseksi.

Johtopäätökset ja suositukset

- **Postilaatikkojakelu ei ole kuluttajille pyhä asia, suomalaiset kuluttajat ovat valmiita hyväksymään monenlaisia uusia jakeluratkaisuja.**
 - Kuluttajat kokevat vaihtoehtoiset jakeluratkaisut vakiintunutta ja kuluttajahinnaltaan korotettua postilaatikkojakelua houkuttelevampina vaihtoehtoina, jos uuden ratkaisun hinta pysyy kuluttajalle nykytasolla.
 - **Yksikään uusista malleista ei kuitenkaan noussut selvästi ylitse muiden**, mikä johtunee siitä, että mallit eivät ole kuluttajille vielä tuttuja. Uusista tilausmalleista drone-lennokein tehdyt toimitukset ovat kuluttajille hieman yleisemmin hyväksyttäviä kuin joukkoistamiseen pohjautuvat jakeluratkaisut itse toteutettuna tai naapurin toteuttamana.

Johtopäätökset ja suositukset

- **Kuluttajaryhmien välillä on eroja suhtautumisessa vaihtoehtoisiin jakeluratkaisuihin – Kaupunkialueella asuva suosii noutopisteitä usean päivän jakelulla, kaupunkien ulkopuolella asuva tyytyy suppeampaan noutopistejakeluun.**
 - Nykytilaajat suhtautuvat jakelua uudistaviin ratkaisuihin ei-tilaajia skeptisemmin – moni nykytilaaja maksaisi lopulta enemmän korkeampaa hintaa vakiintuneesta postilaatikkojakelusta kuin vaihtaisi uuteen ja tuntemattomaan jakelumalliin.
 - Nykytilaajille tulisikin jakelun uudistusvaiheessa tarjota ainakin kaksi vaihtoehtoa: uusi malli nykyhinnoin sekä vanha malli selvästi kalliimmalla hinnalla. Tällöin vastuu valinnasta siirtyisi tilaajalle itselleen. Koska painetun median jakelun tila on tällä hetkellä kestävä, vaikeita valintoja on tehtävä joko jakelua hyödyntävien organisaatioiden tai lopputuotteita käyttävien kuluttajien tasolla.

Johtopäätökset ja suositukset

- **Painettuihin medioihin tai niiden jakeluun keskittyvien yritysten tulisi tarkistaa nykyisten ja tulevien jakeluratkaisujen kuluttajalähtöisyys omassa toimintaympäristössään.**
 - KUJA2023-hankkeessa jakeluratkaisujen kuluttajalähtöisyyttä testattiin konseptuaalisella koeasetelmalla, jonka perusraameja mikä tahansa painettujen mediatuotteiden piirissä toimiva yritys voi soveltaa aitoon toimintaympäristöönsä ja asiakaskantaansa todellisin hinnoin ja jakelun ehdoin.
 - Kuluttajien näkökulma huomioidaan jo media-alan toimijoiden tuotekehityksessä – nyt on viimeistään aika vahvistaa kuluttajalähtöisyyttä myös mediatuotteiden jakelun kehittämisessä.



Yhteystiedot

Juho-Petteri Huhtala

+358 50 576 8382

juho-petteri.huhtala@aalto.fi / juho-petteri.huhtala@nibs.fi