

Akseli Kangasniemi

RAHOITUS AUTOKAUPASSA CASE RINTA-JOUPIN
AUTOLIIKE

Liiketalouden koulutusohjelma
2017

RAHOITUS AUTOKAUPASSA CASE RINTA-JOUPIN AUTOLIIKE

Kangasniemi, Akseli
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Tammikuu 2017
Sivumäärä: 31
Liitteitä: 1

Asiasanat: Rahoitus, autokauppa, Rinta-Jouppi Oy

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia autokaupan rahoitusta; miten ja miksi ihmiset päätyvät tiettyihin rahoitusvaihtoehtoihin. Toimeksiantaja on autoalan yritys, Rinta-Joupin Autoliike Oy, joka pääasiassa ostaa ja myy autoja sekä moottoripyöriä. Nykyään noin 40% myydyistä autoista ja moottoripyöristä rahoitetaan autoliikkeen tarjoamalla rahoituksella. Rahoitus pienentää huomattavasti asiakkaan riskiä, mikä taas tulee monen välikäden yhteisvaikutuksesta. Työssä tutkittiin ainoastaan yksityisten asiakkaiden ostoprosessia ja nimenomaan käytettyihin autoihin liittyvää rahoitusta.

Työn teoreettinen osuus muodostui osamaksurahoituksesta, ulkopuolisesta rahoituksesta ja kuluttajan ostoprosessista. Aineistona teoriaosuudessa käytettiin rahoitus- ja markkinointialan kirjallisuutta ja ajanmukaista lainsäädäntöä. Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivista menetelmää käyttäen. Aineisto kerääntyi asiakkaille tehdystä kyselystä, joka lähetettiin sähköpostitse 160 henkilölle. Kyselyssä keskityttiin siihen, miten eri ikäluokat ja sukupuolet päätyvät tietynlaisiin rahoituksiin. Tulosten raportoinnissa aineistot käsiteltiin tuoden esille myyjän ja asiakkaan näkökulman.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää rahoituksen käytännöllisyyttä ja helppoutta sekä tämän kautta esittää kehitysideoita rahoituksen tarjoamiseen.

Kyselystä selvisi, että Rinta-Joupilla toimii rahoituksen tarjoaminen ja rahoituksen hakeminen vaivattomasti. Kyselystä selvisi myös, että 58% näistä asiakkaista käytti rahoitusta autoa ostaessaan.

FINANCING AS CARSELLING CASE RINTA-JOUPPI CARSHOP

Kangasniemi, Akseli

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in business

January 2017

Number of pages: 31

Appendices: 1

Keywords: carshop, banking, car

The purpose of this study was to investigate funding of car purchases and how people end up with certain alternative ways of paying for their vehicles. The employer, Rinta-Joupin Autoliike Oy, mainly buy and sell cars and motorcycles. Today about 40% of sold cars and motorcycles are paid by funding offered by the car sales company. Using the car sales company's funding decreases the customer's risks significantly, because risks are often caused by the combination of several intermediates. The study only concentrated on the buying process of private customers and especially funding of second hand cars.

The theoretical part of the study consists of installment payments, external funding and consumer's buying process. Up-to-date legislation and literature concerning funding and marketing have been used as source in the theoretical part of the study. The study was carried out by using quantitative method. Material was gathered by customer questionnaire, which was sent by email to 160 persons. The questionnaire concentrated on how people of different age and gender ended up in certain kinds of funding.

In the reports the material was introduced from the points of view of the seller and the customer.

The goal of the study was to find out how practical and easy funding is and thus present some developing ideas to offering funding.

SISÄLLYS

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO..... | 5 |
| 2 | TUTKIMUSONGELMA JA RAJAUS..... | 5 |
| 2.1 | Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet..... | 5 |
| 2.2 | Tutkimuksen lähtökohdat ja aiheen rajaus..... | 7 |
| 2.3 | Raportin rakenne ja keskeiset käsitteet..... | 8 |
| 3 | AUTOKAUPPA RINTA-JOUPPI OY | 9 |
| 4 | AUTOKAUPPA..... | 11 |
| 4.1 | Autokauppaa sitovat lait ja asetukset..... | 11 |
| 4.2 | Sopimuksen synty..... | 12 |
| 4.3 | Autokaupan yleiset sopimusehdot | 13 |
| 5 | AUTORAHOITUS..... | 14 |
| 5.1 | Rahoituksen markkinointi..... | 15 |
| 5.2 | Rahoituksen kustannusten vertailu | 16 |
| 5.3 | Pankkilaina..... | 16 |
| 5.4 | Rahoitus autoliikkeestä..... | 20 |
| 6 | TUTKIMUSMETOLOGIA..... | 21 |
| 7 | TUTKIMUKSEN TULOKSET | 22 |
| 7.1 | Sukupuoli ja ikäjakauma..... | 23 |
| 7.2 | Auton vaihtoväli ja ostotapa | 24 |
| 7.3 | Rahoitusvaihtoehdot | 25 |
| 8 | POHDINTA..... | 29 |
| 9 | YHTEENVETO | 30 |
| | LÄHTEET..... | 31 |
| | LIITTEET | |

1 JOHDANTO

Aloitin Rinta-Joupin autoliikkeessä käytettyjen autojen myyjänä toukokuussa 2016. Työskentely automyyjänä antoi minulle mahdollisuuden ajatella ihmisten ostokäyttäytymistä sekä autoliikkeen asiakkailleen tarjoamaa rahoitusta. Auto on monelle suuri ostos ja usein se on myös todella tarpeellinen ostos. Julkisen liikenteen verkosto ei välttämättä kaikkialla ole niin kattavaa ja monesti työmatkakin voi olla pitkä. Normaalissa elämässä voi olla mahdotonta pärjätä ilman omaa autoa. Ja jollain aikavälillä vanha auto täytyy vaihtaa uuteen. Auton vaihtaminen voi tulla kyseeseen, kun vanha auto menee rikki eikä sen korjaaminen ole järkevää tai edes mahdollista. Vanhan auton käyttökustannukset voivat olla huomattavasti kalliimpia kuin uuden auton. Vanhan auton huoltoihin saa kulumaan lukuisten remonttien takia runsaasti rahaa ja vanhemmat autot myös kuluttavat tyypillisesti selvästi enemmän polttoainetta kuin uudemmat autot. Uuden auton hankkiminen voi siis olla hankintakustannuksista huolimatta taloudellisesti järkevä ratkaisu.

Autokauppaan vaikuttavat monet asiat ja varsinkin kuluttajan ostopäätökseen voi vaikuttaa erilaisin keinoin. Valtion taholta esimerkiksi vaikutetaan autokaupan vilkkauteen ja näistä laista ja asetuksista tulen opinnäytetyössäni kertomaan.

2 TUTKIMUSONGELMA JA RAJAUS

2.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyössäni selvitetään teorian avulla autokaupan prosessia sekä rahoituksen käyttämistä myyntiprosessissa yleisesti. Opinnäytetyössä selvitetään eri rahoituksen muotoja autokaupassa sekä vertailen eri rahoitusmuotoja ja niiden käyttöä. Tarkoitus on selvittää pankin tarjoamien kulutusluottojen ehtoja ja etuja verrattuna autoliikkeen tarjoamaan rahoitukseen. Rahoitusmuodot ovat käteinen, rahoitus autokaupasta sekä

rahoitus pankista. Tämän työn tavoitteena on löytää vastaus siihen, miten auto kannattaa rahoittaa. Kysymykseen pyritään löytämään vastauksen asiakkaan näkökulmasta. Asiakkaat tulevat kauppaan ja haluavat ostaa auton, joko uuden tai käytetyn. Kaikilla ihmisillä ei ole mahdollista maksaa hankintaansa käteisellä, jolloin he joutuvat turvautumaan rahoitukseen. Autoliikkeen tarjoama rahoitusvaihtoehto tulee usein yhdeksi vaihtoehdoksi. Myyjän on tiedettävä rahoituksesta ja hänen on osattava kertoa asiakkaalle rahoituksesta.

Auton hankinta on suuri ostos eikä sitä välttämättä pysty tekemään ilman lainarahaa. Sopivan suuruinen ja sopivalla korolla oleva autolaina mahdollistaa paremman auton hankinnan laittamatta taloutta liian tiukille. Autokaupan rahoituksen tarve on kasvanut tasaisesti vuosien kuluessa. Se onkin tällä hetkellä merkittävä osa myös autokaupan omaa rahoitusta siitä saatavan katteen myötä. Opinnäytetyöni aihe syntyikin tästä ajatuksesta. Lisäksi rahoitukset ovat mielenkiintoinen aihe. Halusin selvittää, miten ne toimivat ja miten niitä voi käyttää vai voiko käyttää osana myyntiprosessia. Onkin mielenkiintoista selvittää opinnäytetyössäni, minkä takia ihmiset todellisuudessa valitsevat rahoituksen autokaupasta. Kilpailuttavatko ihmiset rahoituksia ja ovatko he kiinnostuneita erilaisista rahoitusmuodoista.

Tuotetta pidetään yhtenä tärkeimmistä alueista markkinointimixissä, nykyään edellytetään tuotteen kehittämistä juuri asiakkaita varten. Itse autokaupassa ei juurikaan tuotteen pakkaus vaikuta, mutta esimerkiksi autojen ulkomuoto hyvinkin. Tuotetta voidaan periaatteessa kehittää asiakkaiden mukaan esimerkiksi korjauksilla ja ulkomuodon fiksaamisella.

Hinnan tulisi kuvastaa realistisesti tuotteen laatua ja tuoda uskollisuutta sitä kautta. Hintaan vaikuttavat yrityksen tuotantokustannukset, eli autokaupassa miten ja millä hinnalla auto saadaan sisään ja paljonko autossa on korjattavaa. Yrityksen tulee miettiä mitä oikeasti kohderyhmä on valmis autosta maksamaan, työssä pohditaankin sitä myös, miten auton voi ostaa ilman rahaa autorahoituksessa.

Prosessi on tapoja, millä yritys toimii asiakkaita varten ja heidän kanssa. Prosessiin liittyy myös yrityksen sisäiset toimintatavat. Tämä sisältää kaiken laskuttamisesta koko yrityksen olemassaoloon.

Toteutetaan kysely, jonka pohjalta saadaan hyvää pohdintaa ja teoriaa työhön. Kyselyn avulla pyritään saamaan taustatietoa siitä, miten ihmisiin voidaan vaikuttaa ja miten he kokevat autokaupan tarjoaman rahoituksen. Teorian, käytännön ja kyselyn perusteella päästään tekemään johtopäätöksiä. Kysely tehdään rahoituksesta Rinta-Joupin autoliikkeestä autonsa ostaneille asiakkaille. Teoriaa saadaan hyvin Rinta-Joupin omilta myyntikoulutuksilta saaduilta materiaaleilta, kirjoista ja netistä. Itse rahoitukseen saadaan laajalti tietoa rahoitusyhtiöiltä (Toyota Finance sekä Santander). Pyritään löytämään vastauksen kysymyksiin: Miksi asiakas ottaa auton rahoituksella, Miksi ihminen ostaa auton, mikä rahoitusmuoto kuluttajan kannalta on parempi vaihtoehto.

Kysely asiakkaille toteutetaan kvantitatiivisena eli määrällisenä. Kysely lähetetään sähköisesti kaikille vuoden aikaisille asiakkaille, otanta tulee olemaan 160 henkilöä.

2.2 Tutkimuksen lähtökohdat ja aiheen rajaus

Melkein kaikissa autokaupoissa on ollut huomattavia rahoitustarjouksia, joko tiettyä merkkiä tai kaikkia autoja koskevia. Autolainaa voi hakea ja saada useista eri paikoista. Eri vaihtoehtoja kannattaa vertailla huolella, jotta selviää, mikä on itselle paras autolaina. Yleensä helppous ja hinta eivät kulje käsi kädessä, joten halvinta mahdollista lainaa varten tulee usein nähdä hieman enemmän vaivaa. Opinnäytetyön aihetta ollaan rajattu siten, että itse tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan rahoitusvaihtoehtoja asiakkaan näkökulmasta. Autoliikkeiden tarjoama rahoitus on viime vuosina lisääntynyt huomattavasti, vaikka se ei aina asiakkaan kannalta olisi edullisin vaihtoehto. Varsinkin uuden auton ostamiseen tarvitaan usein lainaa.

Työssä selvitetään autokaupan tarjoamaa rahoitusta ja kyselyssä selvitetään markkinoinnin 7 P:en kautta vastaukset vastaajilta. Kyselyssä selvitetään liikkeelle tärkeät markkinoinnin kolme P:tä eli price/hinta, process/prosessi ja itse tuote eli product.

2.3 Raportin rakenne ja keskeiset käsitteet

Yhdysvaltalaisen markkinoinnin professorin Jerome E. McCarthyn 1960-luvulla kehittämän 4P-mallin perusosia ovat Tuote, Hinta, Saatavuus tai Jakelu sekä Markkinointiviestintä. McCarthyn malli toimii edelleen markkinoinnin pohjana monella yrityksellä, vaikkakin tämä malli soveltuu paremmin fyysisten tuotteiden markkinointiin. Koska myös palveluja alettiin myydä tuotteiden lisäksi, 1980-luvulla markkinoinnin professorit Mary J.Bitner sekä Harold H.Booms lisäsivät McCarthyn 4P-malliin vielä kolme P:tä lisää Asiakkaat ja henkilöstö, Toimintatavat sekä Toimintaympäristö tai Palveluympäristö. (Gurumarkkinointi www-sivut, 2017)

Toisessa luvussa selvitetään tutkimuksen tarkoituksen, tavoitteen sekä rajaan käsiteltävän aihealueen. Kolmannessa luvussa esitellään Autoliike Rinta-Jouppi Oy:tä. Seuraavissa kahdessa luvussa käsitellään tämän opinnäytetyön teoriaosuutta. Neljännessä luvussa selvennetään teorian avulla autokauppaa prosessina ja viidennessä luvussa selvennetään autorahoituksen vaihtoehtoja teorian avulla. Kuudennessa luvussa vertaillaan raportin kannalta tärkeimpiä rahoitusmuotoja. Seitsemännessä luvussa analysoidaan tutkimustuloksia ja luodaan suosituksia tarkastelluille rahoitusmuodoille.

3 AUTOKAUPPA RINTA-JOUPPI OY



Alunperin Rinta-Jouppi teki hevoskauppoja, jonka jälkeen laajennettiin maataloustuotteiden ja -koneiden kaupaksi. Toivo Rinta-Jouppi toteutti jo hevosten ja koneiden kaupassa sitä, että asiakkaalla oli palautusoikeus. Sieltä juontuu myös reilun pelin idea, jota yritys edelleen noudattaa. Aluperin autot hankittiin oman perheen käyttöön, mutta vuonna 1952 Toivo Rinta-Jouppi osti Rovaniemeltä Ford kuorma-auton ja myi sen ja siitä lähti autokauppa käyntiin. Vähitellen autokauppa kasvoi ja muuttui enemmän ammattimaiseksi. Vuonna 1963 yritys rekisteröitiin ja nimeksi Rinta-Joupin Autoliike, Rauno Rinta-Jouppi & kumppanit. Markkinointinimeksi valittiin Rinta-Joupin Autoliike.

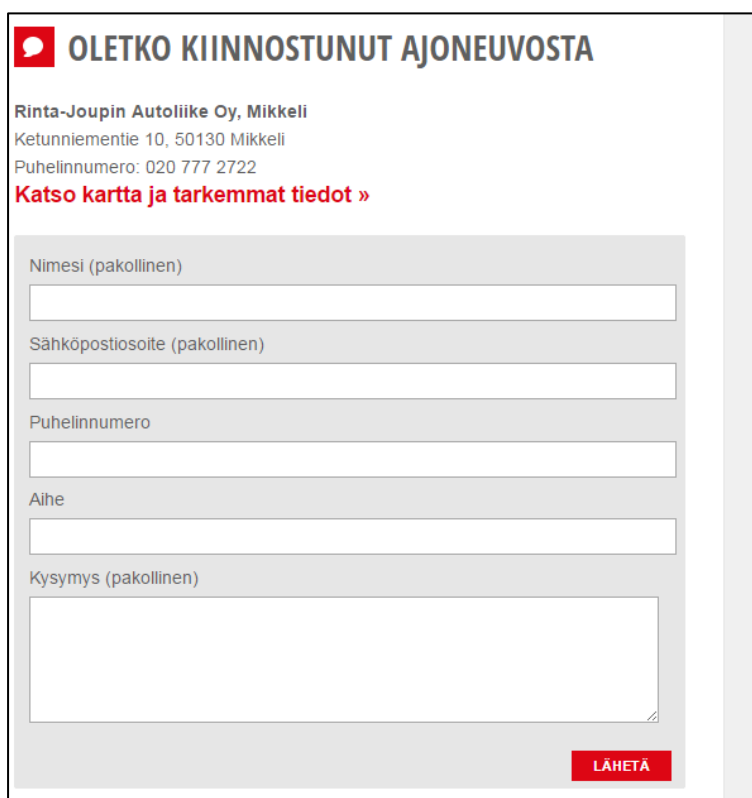
Kuva 1. Rinta-Joupin toimipaikat Suomessa, Rinta-Joupin www-sivut

Autoliike alkoi hiljaksen karsia turhia kaupan haaroja pois keskittyäkseen henkilö- ja pakettiautojen myyntiin. Maataloustuotteet jäivät kokonaan pois. Kuorma-autojen osuus väheni, samoin traktorien. 1960-luvulla liiketoiminta kasvoi merkittävästi, se jatkui läpi vuosikymmenen ja konkretisoitui suurhallin rakentamiseen nykyiselle paikalleen 1970-luvulla. (Rinta-Joupin www-sivut 2016)

Nykyään Rinta-Jouzilla on autoliikkeitä 16 paikkakunnalla ja henkilöstöä on 350, joista myyjiä on 120, sihteereitä 20. Huollosta koostuu todella suuri osa liikevaihdosta,

joten myös työvoimaa sinne on panostettu loput 210 henkilöä. Kuvassa 1 on kartta Rinta-Joupin autoliikkeiden toimipaikoista.

Autokauppaa tehdään todella paljon nykyään netin välityksellä. Ihmiset valitsevat sieltä valmiiksi auton, josta ovat kiinnostuneita. Autokaupassa ostajat ovat yleensä hyvin merkkiuskollisia. Kuluttaja kokeekin näin minivoivansa ostotilanteesta muodostuvan riskin ja saavansa tällä tavoin parhaiten vastinetta rahoilleen. Kuvassa 2 on Rinta-Joupin www-sivuilta otettu yhteydenottolomake. Lomakkeen voi netissä täyttää ja lähettää autoliikkeelle. Myyjä ottaa yhteyttä asiakkaaseen lomakkeen pohjalta. Yhteydenottolomake helpottaa myös myyjän työtä, koska asiakas on jo päättänyt hankkivansa auton.



OLETKO KIINNOSTUNUT AJONEUVOSTA

Rinta-Joupin Autoliike Oy, Mikkeli
Ketunniementie 10, 50130 Mikkeli
Puhelinnumero: 020 777 2722
[Katso kartta ja tarkemmat tiedot »](#)

Nimesi (pakollinen)

Sähköpostiosoite (pakollinen)

Puhelinnumero

Aihe

Kysymys (pakollinen)

LÄHETÄ

Kuva 2. Yhteydenottolomake, Rinta-Joupin www-sivut 2016

Ympäristöstä huolehtiminen on Rinta-Joupin Autoliikkeen yksi keskeisistä arvoista. Rinta-Joupin Autoliike on sitoutunut noudattamaan voimassa olevaa ympäristölainsäädäntöä sekä jatkuvan parantamisen toimintatapaa myös ympäristöön liittyvissä kysymyksissä. Ennakoitavasti pyritään toteuttamaan vapaaehtoisia, vähimmäisvaatimukset ylittäviä toimenpiteitä aina, kun se on ympäristön kannalta edullista, teknisesti mahdollista ja taloudellista. Ympäristötavoite perustuu toiminnan aiheuttamiin merkittävimpiin ympäristövaikutuksiin. Näitä ovat autoliikekiinteistöjen lämpöenergian kulutus, sähkön kulutus ja tehokas jätelajittelu, mitä noudattamalla kaatopaikalle päätyvän jätteen määrä minimoidaan. Toyota-liikkeissä Tervajoella, Vaasassa, Porissa ja Raumalla on otettu käyttöön ISO 14001-Ympäristöjärjestelmä. (Rinta-Joupin www-sivut, 2016)

4 AUTOKAUPPA

Suomessa tehdään vuosittain noin 550 000–600 000 käytetyn auton kauppaa. Näistä kaupoista puolet tapahtuu merkkiliikkeissä, neljäsosa järjestäytymättömissä autoliikkeissä ja neljäsosa vaihtaa omistajaa kuluttajien välisessä kaupassa. Maaliskuussa rekisteröitiin 11 202 uutta henkilöautoa, joka on 3,9 prosenttia viime vuotta vähemmän. Kuluvan vuoden tammi-maaliskuun ensirekisteröintien määrä on viime vuoden tasolla. (Autoalan tiedotuskeskuksen www-sivut 2017).

Autoliikkeet arvioivat autojen rahoituskanavien monimuotoistuvan lähivuosina, ilmenee Autoalan Keskusliiton (AKL) suhdannebarometrissa. Osamaksukaupan ja leasingin osuuden ennakoidaan kasvavan selvästi niin uusien kuin käytettyjenkin autojen kaupassa tänä ja ensi vuonna. (Autio 6.4.2017).

4.1 Autokauppaa sitovat lait ja asetukset

Autokauppaan sovelletaan kauppalakia sekä kuluttajansuojalakia. Osamaksukauppaa säätelee laki osamaksukaupasta sekä tapauksissa, joissa ostajana on kuluttaja ja myyjänä elinkeinonharjoittaja, on sovellettava kuluttajansuojalakia ja sen 7. lukua, joka käsittelee kulutusluottoja (OsamL 1. c §). Osamaksukaupassa myyjän ja ostajan välille syntyy luottosuhde, jossa osamaksulla myyty esine jää vakuudeksi kauppahinnalle siihen asti, kunnes koko sopimuksessa määritelty summa on maksettu myyjälle. Useimmiten osamaksuvaihtoehtoa käytetään autojen, veneiden tai muiden kulkuvälineiden kaupassa. (Uitto 2003, 19.)

Myyjänä toimiva yritys ei välttämättä pysty toimimaan yksin myös osamaksusopimuksen rahoittajana. Myyjäyritys voi käyttää rahoituspalveluita, joita tarjoavat rahoitusyhtiöt. Tällöin voidaan puhua kolmikantasuhteesta, joka rakentuu myyjän, asiakkaan ja rahoittajan välille. Myyjä siirtää osamaksusopimuksen kaikkine oikeuksineen rahoitusyhtiölle vakuudeksi saamastaan luotosta, mutta rahoitusyhtiö ei kuitenkaan siirron myötä saa myyjän oikeusasemaa ostajaan nähden. Tällöin myyjäyritys vastaa yhä kohteen toimituksesta ja sopimuksenmukaisuudesta. (Tepora 2013, 68–69.)

4.2 Sopimuksen synty

Kun kuluttaja ostaa yritykseltä tavaran tai palvelun, kyse on sopimuksen tekemisestä. Sopimus sitoo kumpaakin osapuolta. Molempien osapuolten on noudatettava sopimusehtojen velvoitteita, eikä kumpikaan osapuoli voi yleensä ilman erityistä syytä yksipuolisesti muuttaa sopimusta. Esimerkiksi myyjän on toimitettava tuote, ostajan on maksettava sovittu hinta sovittuna ajankohtana ja tavaran tai palvelun on vastattava sovittua. Kauppasopimus on useimmiten sitova, vaikka sitä ei olisi tehty kirjallisesti. Suullista sopimusta voi olla vaikea riitatilanteessa todentaa, joten varsinkin isommista hankinnoista kannattaa aina sopia kirjallisesti. Kuluttajalle on annettava mahdollisuus tutustua keskeisiin ja ostopäätökseen vaikuttaviin ehtoihin jo tuotetta markkinoitaessa tai viimeistään sopimusta tehtäessä. Ei siis riitä, että

kaupanteon yhteydessä vain viitataan sopimusehtoihin. (Kuluttaja-asiamiehen www-sivut 2016)

Osamaksusopimus on aina tehtävä kirjallisesti, päivättyä ja molempien osapuolten allekirjoittamana sekä siitä tulee käydä lailla määritellyt tiedot ilmi. Osamaksukauppalaissa määritellyt muotomääräykset ovat melko suppeat, joten tarkemmin sopimuksessa mainittavista tiedoista on säädetty valtioneuvoston asetuksilla osamaksusopimuksessa annettavista tiedoista (790/2010) sekä luottosopimuksesta kuluttajalle annettavista tiedoista (789/2010). Osamaksusopimukset täytetään usein valmiiseen pohjaan ja teksti on voitu painaa melko pienikokoisella fontilla, jotta monet sopimusta koskevat muotomääräykset saa sisällytettyä lomakkeeseen. Muotomääräysten rikkomisen tai täyttämättä jättämisen seurauksena myyjällä ei ole oikeutta virka-apuun esineen takaisinottamiseksi ja tälle voidaan määrätä sakkorangaistus. Vaikka jotakin osamaksukaupan muotomääräystä rikottaisiinkin, ei se kuitenkaan aiheuta oikeustoimen pätemättömyyttä. (Uitto 2003, 29–30.)

4.3 Autokaupan yleiset sopimusehdot

Kun elinkeinonharjoittaja tarjoaa luottosopimusta kuluttajalle, luotonantajalla on velvollisuus antaa kuluttajalle enemmän tietoja ennen sopimuksen solmimista. Kuluttajansuojalain 7. luvun 9:1 §:n mukaan ostajalle on hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä annettava pysyvällä 15 tavalla ”Vakiomuotoiset eurooppalaiset kuluttajaluottotiedot” -lomake. Lomake sisältää tietoja luotonantajasta, annettavasta luotosta ja sen kustannuksista sekä sopimusrikkomuksen seuraamuksista ja kuluttajalle kuuluvista oikeuksista. Useilla aloilla käytetään sopimuksissa vakioehtoja. Niitä laativat useimmiten toimialajärjestöt jäsenyrityksilleen. Kuluttaja-asiamies on neuvotellut vakiosopimusehtoja usean eri alan järjestön kanssa. Vakiosopimusehtojen laadintaan osallistuminen on yksi kuluttaja-asiamiehen perinteisistä tehtävistä ja se hyödyttää sekä kuluttajia että yrityksiä. Vakiosopimusehdot auttavat ehkäisemään

kohtuuttomien sopimusehtojen käyttöä sekä kuluttajien ja yritysten kiistoja. Vakioehtojen laadinnalla pyritään varmistamaan kuluttajansuojalainsäädännön noudattaminen. (Kuluttaja-asiamiehen www-sivut, 2017)

5 AUTORAHOITUS

Osamaksurahoituksen osuus on kasvanut jatkuvasti ja vuonna 2014 jo lähes 50 % uusien autojen ja 35 % käytettyjen autojen kaupoista rahoitettiin rahoitusyhtiöissä. Jäljelle jäävistä autokaupoista puolet tehtiin käteisellä ja puolet pankki- tai muilla lainoilla. (Taloustaidon verkkolehti, 2015).

Autokaupat yrittävät piristää hyytynyttä autokauppaa erilaisilla rahoitustarjouksilla. Ne tarjoavat mm. nollakorkoa, nollan euron perustamismaksuja ja pieniä käsittelykuluja. Rahoituksen lisäksi kaupat houkuttelevat esimerkiksi varustepaketeilla. Pääsääntöisesti tavallinen vakuudellinen pankkilaina on edullisempi kuin autokaupan tarjoama osamaksurahoitus. Siitä huolimatta autokaupasta voi löytää niin edullisen tarjouskoron pienillä sivukuluilla, että se peittoaa pankkilainan mennessä tullen. Pankin vakuudeton kulutusluotto ei ainakaan pärjää autokaupan osamaksurahoitukselle. Pankit tarjoavat usein asioimista verkossa, jolloin lainaneuvotteluun pääsy ja luottopäätöksen saamiseen kuluu aikaa. Kun autokuume iskee, on auton hankinta tehtävä nopeasti. Silloin autoliikkeen tarjoama rahoitus on helppo ja nopea vaihtoehto. Taloustaidon verkkolehdestä 4.5.2015 Santanderin johtaja Hannu Heliö kertoo, että ”rahoitusmyynti on autoliikkeille tärkeä tulon lähde. Lisäksi markkinatutkimusten mukaan rahoitusasiakkaiden asiakasuskollisuus on vahvempi kuin käteisostajien tai pankkilainalla autonsa ostavien asiakkaiden. Näin ollen autoliikkeen kannalta on sekä lyhyellä että pitkällä tähtäyksellä kannattavampaa myydä auto rahoituksella kuin käteisellä”.

5.1 Rahoituksen markkinointi

Autoluottojen mainonnassa on ilmennyt vuodesta toiseen puutteita. Kuluttaja-asiamiehen ja aluehallintoviranomaisten vuonna 2015 toteuttama valvontakampanja osoitti, ettei automainoksista aina saa selkeää tietoa auton kokonaishinnasta tai auton rahoituksesta. Kuluttaja-asiamies valmistelee niin ikään parhaillaan uutta linjausta kuluttajaluottojen tarjoamisesta. Kuluttaja-asiamiehen Uutiskirjeessä 6/2016 käsitellään Rahoituspalvelut-teemaa seuraavasti:

Kuluttajansuojalain säännösten mukaan kuluttajaluoton mainonnassa kuluttajalle on annettava tietyt pakolliset tiedot kuluttajaluotosta. Jos mainonnassa ilmoitetaan yksikin luoton ehtoja kuvaava tieto, esimerkiksi kuukausierän suuruus, myös muut lain vaatimat tiedot on annettava samassa yhteydessä. Näitä ilmoitettavia tietoja ovat muun muassa luoton kokonaiskustannukset, nimelliskorko ja todellinen vuosikorko. Näiden tietojen perusteella kuluttaja voi arvioida, kannattaako hänen ylipäättään ottaa luottoa ja mikä eri luottovaihtoehdoista on hänelle edullisin. (Kuluttaja-asiamiehen ww-sivut, 2016)

Kuluttaja-asiamiehen huomio kiinnittyi keväällä ja kesällä 2016 useisiin televisiossa esitettyihin automainoksiin, joissa keskeisessä osassa oli auton rahoitus kuluttajaluotolla. Mainoksissa ei esitetty kaikkia luottoon liittyviä tietoja kuluttajansuojalain edellyttämällä selkeällä ja näkyvällä tavalla. Mainoksissa saatettiin esimerkiksi esittää hyvin näkyvästi 1 %:n rahoituskorko. Muut kuluttajaluottoon liittyvät tiedot esitettiin televisioruudun alalaidassa mainoksen viime sekunneilla. Kuluttaja-asiamies katsoo, ettei tv-ruudun alalaidassa lyhytkestoisesti ja pienellä kirjasinkoolla näkynyt teksti tuonut esiin kuluttajaluoton ehtoja kattavasti ja näkyvästi, sillä kuluttajan on hyvin hankala lukea ja omaksua tällä tavoin esitettyjä tietoja. Lain mukaan kuluttajan ohjaaminen luotosta kertovalle verkkosivulle ei ole riittävä keino kuluttajaluoton ehtojen ilmoittamiseen. (Kuluttaja-asiamiehen www-sivut 2016)

5.2 Rahoituksen kustannusten vertailu

Autolainaa kannattaa kilpailuttaa eri rahoitusvaihtoehtojen tarjoajien välillä. Pienikin säästö koroissa voi suuremmalla lainasummalla tarkoittaa huomattavaa säästöä kokonaiskustannuksissa. Kilpailuttamisen apuna voi käyttää esimerkiksi internetistä löytyviä autolainalaskureita. Suurin kustannuserä syntyy lainan koroista. Autolainan korot ovat korkeammat kuin esimerkiksi asuntolainan korot. Auton hinta on kuitenkin murto-osa asunnon hinnasta, eivät kustannukset nouse yleensä kohtuuttoman korkeiksi. Lainojen korkojen suuruudet voivat kuitenkin vaihdella hyvin paljon eri lainantarjoajien ja lainojen välillä, joten kun haluaa mahdollisimman edullisen autolainan, kannattaa käyttää hieman aikaa ja vaivaa lainojen vertailuun. (Taloussuomi verkkolehti 2015)

Kannattaa myös muistaa, että korkoja maksaa sitä enemmän, mitä pidempi aika on lainan takaisinmaksuun. Kannattaa siis miettiä, kuinka suurta takaisinmaksuerää haluaa ja on valmis kuukausittain maksamaan. Pieni laina on luonnollisesti aina edullisempi kuin suuri laina. Jotta autolainaa edes on mahdollista saada, tulee osa auton hinnasta pystyä maksamaan käsirahana. Mitä suurempi osuus auton hinnasta pystytään maksamaan suoraan säästöistä, sitä edullisempää on auton hankkiminen. Kannattaa siis pyrkiä säästämään ainakin jonkin verran ekstraa auton hankintaa varten, vaikka aina se ei olekaan mahdollista. (Taloussuomi verkkolehti 2015)

5.3 Pankkilaina

Autolainaa on helppo hakea ja saada. Lainan saamisen edellytyksenä on kuitenkin aina se, että pystyy maksamaan lainan takaisin. Hakijan luottotiedot on oltava puhtaat sekä hakijalla on oltava säännölliset ja riittävän suuret tulot. Lainan saaminen edellyttää aina jonkinlaisia vakuuksia. Autolainassa itse auto voi toimia lainan vakuutena, mikäli

käsiraha on ollut riittävän suuri. Käytännössä vähintään 10-40 % auton ostohinnasta tulee olla säästettynä, jotta loppusummaa varten voi saada lainaa. Käsirahan suuruus riippuu niin autosta kuin lainaa tarjoavasta tahostakin.

Pankista saatava autolaina on yleisesti ottaen suhteellisen edullinen, mutta hakuvaiheessa ehkä ihan työläämpi. Useat eri pankit tarjoavat autolainoja ja niiden ehdot voivat olla selvästi paremmat kuin muiden rahoitusvaihtoehtojen. Autolainan voi saada liitettyä pankissa osaksi asuntolainaa. Tällöin asunto toimii myös auton vakuutena ja tämä mahdollistaa myös huomattavasti matalammat lainan korot.

Kulutusluottoja tarjoavat yritykset tarjoavat autolainoja helposti ja nopeasti saatavaksi. Ne ovatkin helppoutensa takia mukava vaihtoehto auton rahoittamiseen. Kulutusluotto sopii auton rahoitukseen hyvin, jos suurin osa auton hinnasta on jo säästössä eikä lainasumma ole kovin suuri. Mikäli rahoitusta tarvitsee vielä tuhansia euroja, eivät pikavipit ole korkeiden kustannusten takia yleensä järkevin ratkaisu.

Netistä löytyy paljon sivustoja, joilla pystyy vertaamaan eri yritysten tarjoamia lainoja. Yksi näistä on Taloutteen.com- sivusto. Osa pankeista toimii vain netissä ja halvimmalla autolainan voi tällä hetkellä saada jopa 4,99 %:n vuosikorolla Bank Norwegianista. Lainaa voi kysyä myös perinteisiltä pankeilta, joiden asiakkaana muutenkin on.

Nordealla on käytössä kaksi eri vaihtoehtoa riippuen siitä, ostaako auton yksityiseltä tai liikkeestä. Jos ostaa liikkeestä, tarjoaa Nordea Rahoitus A1 palvelukokonaisuutta. A1-Autorahoituksen saa nopeasti ja vaivattomasti kaupanteon yhteydessä myyjältä. Auto toimii vakuutena eikä muita vakuuksia tarvita. Myyjä hoitaa luoton hakemisen ja avaamisen asiakkaan puolesta. Asiakas maksaa käsirahan tai antaa nykyisen ajoneuvon vaihdossa. Kuvassa 4 on esitetty esimerkkilaskelma autorahoituksesta Nordean www-sivuilla.

| |
|--|
| <p>Esimerkkilaskelma: auto</p> <p>Auton hinta 18 000 €, käsirahan osuus 3 000 €, rahoitettava määrä 15 000 €.</p> <p>5 vuoden maksuajalla 301 €/kk.</p> <p>Laskelmassa käytetty korko on 5,9 %. Luoton perustamismaksu 180 € ja käsittelymaksu 8 €/kk sisältyvät kuukausierään. KSL:n mukainen todellinen vuosikorko 15 000 €:n luotolle 60 kk:n maksuajalla on 7,71 % ja luottohinta 21 012 €. Laskelma on esimerkki, tämänhetkiset korot ja kulut saat automyyjältäsi.</p> |
|--|

Kuva 4. Esimerkkilaskelma Nordean www-sivut 2017

Osuuspankin www-sivuilla markkinoidaan autolainaa seuraavasti ” Pankista otetulla lainalla saat maksettua autosi kerralla ja sen omistusoikeus siirtyy sinulle heti kaupat tehtyäsi. Joustoluottoon ja Täsmäluottoon et tarvitse vakuuksia. Ne ovat hyviä vaihtoehtoja, kun tarvitset lainaa alle 15 000 euroa. Jatkuva luotto ja Pankkilaina ovat vakuudellisia luottoja. Voit hyödyntää vakuutena esimerkiksi omistusasuntoasi.” Lähes kaikilla autoliikkeillä on mahdollisuus tarjota OPn osamaksurahoitusta ja siihen sopivaa vakuutusta. Ja OP-bonusten keräys on mahdollista. Kuvassa 5 on Osuuspankin sivuilta otettu rahoituslaskelma autolainasta.

Hae rahoitusta laskemalla itsellesi sopiva kuukausierä.

Kuukausierä: 365,23 €/kk

Ajoneuvon hinta:
 €

Rahoitusaika:
 kk

Omarahoitus:
 €

Viimeinen suurempi maksuerä:
 €

Valitse ajoneuvon merkki*

Valitse ajoneuvon ikä vuosina*
 0-1 2-4 5-7 8-11 12-14

Kuva 5. Lainalaskuri Osuuspankin www-sivut, 2017

Osuuspankin luottolaskurissa autolainan korko ja muut ehdot tarkennetaan vasta henkilökohtaisessa lainatarjouksessa.

Santander on Suomen suurin ajoneuvorahoittaja. Kuten Nordea ja Osuuspankki, myös Santander markkinoi lainan hakemista kätevästi myyjäliikkeessä ja luottopäätöksen saa nopeasti ja helposti suoraan jälleenmyyjältä. Rahoituksen saa kiinteällä korolla ja kuukausierillä jopa viideksi vuodeksi. Lisävakuuksia tai takaajia ei tarvita vaan ajoneuvo toimii rahoituksen vakuutena. Autolle pitää ottaa sekä liikenne- että kaskovakuutus. Santanderin sivuilla voi tutustua All in One -palveluun, joka paketoi asiakkaalle kaikki samaan kuukausierään.

All in one paketti:

Etsi uusi tai käytetty auto

Valitse haluamasi palvelut ja laske sopiva kuukausierä

Hae luottopäätös rahoitukselle tai pyydä yhteydenottoa autoliikkeestä

Viimeistele sopimus valitsemassasi autoliikkeessä tai tilaa auto suoraan verkkokaupassa (Santander Consumer www-sivut 2017)

5.4 Rahoitus autoliikkeestä

Autorahoituksessa neljä suurinta – Santander, OP, Nordea ja Danske – kattavat lähes 80 % markkinoista. Santander on markkinajohtaja 104 000 auton rahoituskannalla ja reilun 30 prosentin markkinaosuudella. Monien automerkkien rahoitusyhtiöt ovat muuttuneet pelkiksi brändeiksi alan isojen toimijoiden huomassa, vain Toyotalla ja Fordilla on edelleen omat rahoitusyhtiöt. (Taloustaidon verkkolehti 2015). Samassa artikkelissa Ford Credit Finlandin myyntijohtaja Kari Korhola kertoo: ”Rahoitustarjouksissa ja -kampanjoissa korkotasot vaihtelevat todella paljon alkaen jopa nollostä prosentista. Ns. normikorkotasona käytetään yleensä 3,9-5,9 % + liikekohtaiset avaus- ja käsittelymaksut. Yleisesti käytetty käteisosuus on noin 10-20 %, mutta kampanjoissa käteisosuus voi olla 0 %”.

Autoliikkeestä saatava autolaina on usein kaikista helpoin tapa rahoittaa auto. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että autoliike myy auton osamaksulla. Auto on virallisesti oma vasta, kun viimeinenkin maksuerä on maksettu, mutta sen saa kuitenkin käyttöönsä heti. Nämä osamaksut voivat kuitenkin tulla kalliiksi ja osamaksusopimuksissa voi olla eroja esimerkiksi auton huoltojen maksamisen suhteen. Kannattaa siis selvittää tarkasti mitä kustannuksia mistäkin vaihtoehdosta tulee.

Rinta-Jouppi tarjoaa vaivattoman osamaksusopimuksen. Autorahoituksen korko on kiinteä koko rahoituskauden ajan. Asiakkaan vaihtoauto käy käsirahasta tai käsiraha voi olla jopa 0 €. Rahoitusaika on maksimissaan 60 kk. Auto toimii lainan vakuutena ja omistusoikeus siirtyy ostajalle, kun viimeinen lainaerä on maksettu. Rahoitus vaatii aina luottopäätöksen. (Rinta-Joupin www-sivut, 2017)

Rinta-Joupin www-sivuilla on helppokäyttöinen autolainalaskuri, jolla voi suunnitella itselleen sopivan lainalaskelman. Laskuriin syötetään hintaa, osamaksusopimuksen pituus, käsirahan määrä sekä rahoitusaika. Laskelman tuloksista voi nähdä

kuukausierän suuruuden sekä tiedot siitä, mistä eristä maksu koostuu. Tosin laskurilla lasketut tulokset ovat suuntaa-antavia. Esimerkki laskelmasta löytyy kuvasta 3.

H
LASKE RAHOITUS

| | |
|------------------------|--|
| Käsiraha | 0 € |
| Suurempi viimeinen erä | 0 € |
| Rahoitusaika | <div style="display: flex; align-items: center;"> ▼ 60 kk </div> |
| Rahoituskorko | 5,99 % |

Laske rahoitus

579,54 € / kk

| | |
|----------------------------|-------------|
| Perustamismaksu | 189,00 € |
| Käsittelymaksu | 12,00 €/kk |
| Rahoituskorko | 5,99% |
| Todellinen vuosikorko | 7,35% |
| Korko sopimusajalta | 4 788,05 € |
| KSL:n mukainen luottohinta | 35 492,05 € |
| Rahoitusaika | 60 kk |
| Käsiraha | 0,00 € |
| Suurempi viimeinen erä | - |

Kuva 3. Rahoituslaskuri, Rinta-Joupin www-sivut, 2016

6 TUTKIMUSMETOLOGIA

Kvantitatiivista tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä eri asioiden välisiä riippuvaisuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuvia muutoksia. (Heikkilä, 2005, 16.) Opinnäytetyössäni kvantitatiivinen tutkimus sopii parhaiten nykytilanteen kartoittamiseen, koska määrällisen tutkimuksen ideana on saada tietoa, joka on luonteeltaan yleistä ja on yleistettävissä.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa objektiivisuus katsotaan saavutettavan sillä, että tutkija nimenomaan pysyy erillään haastateltavasta kohteesta eikä ryhdy kysymyksen ulkopuoliseen vuorovaikutukseen lainkaan. Tutkimuskohdetta katsotaan ikään kuin puolueettoman ulkopuolisen silmin. Esitettävät kysymykset, mittarit on perusteltu teoriasta käsin.(Tilastokeskuksen www-sivut 2017)

Tiedonkeruumenetelmänä käytetään sähköpostitse lähetettyä kyselomaketta. Tutkija joutuu usein suorittamaan tulkintoja jo aineiston keruuvaiheessa ja toisaalta hänelle voi vielä analysointivaiheessa palautua mieleen jokin tärkeäksi osoittautuva seikka, jota hän ei ole aineistoa kerätessään lainkaan kirjoittanut muistiin (Heikkilä 2005, 18).

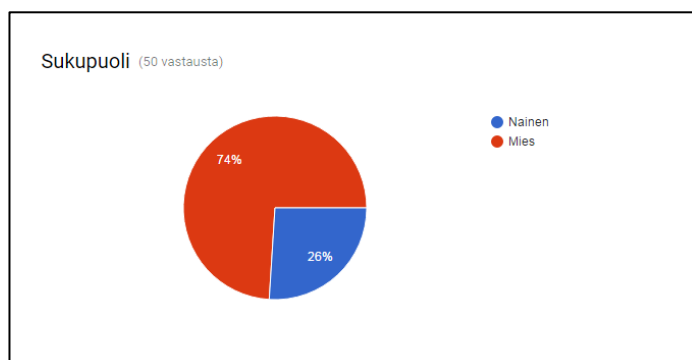
Kyselyssä vastaajat ovat jo Rinta-Joupilta ostaneita asiakkaita. Heidän sähköpostinsa saadaan järjestelmän kautta ja heillä on aikaa viikko vastata kyselyyn. Kyselystä tehdään yhteenveto ja kootaan yhteenveto. Pääasiana kyselyssä halutaan selvittää, miten asiakkaat todellisuudessa ovat ostaneet autonsa ja onko heille tarjottu rahoitusta luontevasti, vai kokevatko he, että rahoitus olisi mukavaa ottaa muuta kautta.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kysely lähetettiin sähköpostikyselynä vuoden aikana tulleille asiakkaille kahden myyjän kesken. Jotta tulokset ovat uskottavia, lähetettiin se Santtu Hurmeen ja Akseli Kangasniemen asiakkaille. Kysely lähetettiin yhteensä 160 asiakkaalle. Kyselyn lähettämistä rajoitti se, että kaikilla ei ole sähköpostia tai eivät ole sitä kauppojen yhteydessä antaneet. Jotta kyselyn sai lähettää asiakkaille, tarvittiin myös heidän antama suoramarkkinointilupa.

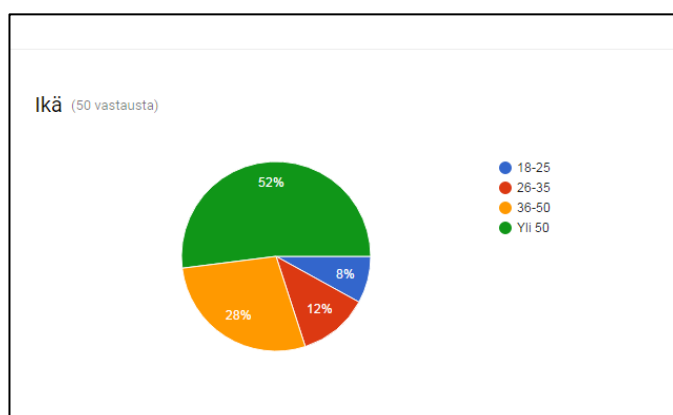
Kyselyn perusteella voidaan määrittää, onko sillä vaikutusta, että auto ostetaan etänä vai paikanpäällä. Kyselystä saadaan myös selville, pitäisikö rahoitusta tarjota mahdollisesti useammin.

7.1 Sukupuoli ja ikäjakauma



Kuvio 1. Sukupuoli

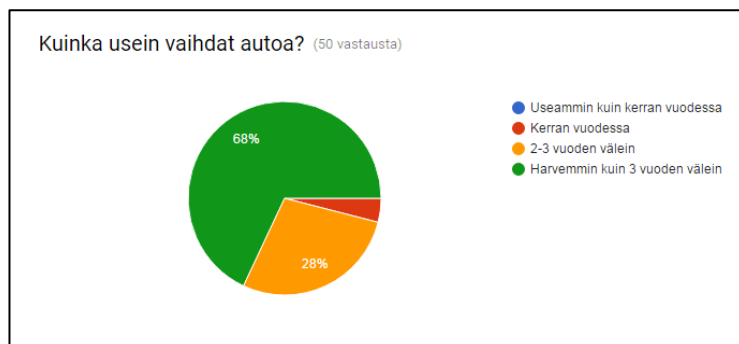
Kuten voimme tuloksista todeta, suuri osa asiakkaista on miehiä. Vieläkin paikkansa pitää se, että naiset tulevat todella harvoin yksin autokaupoille. Vastaajista noin 75% oli miehiä.



Kuvio 2. Ikä

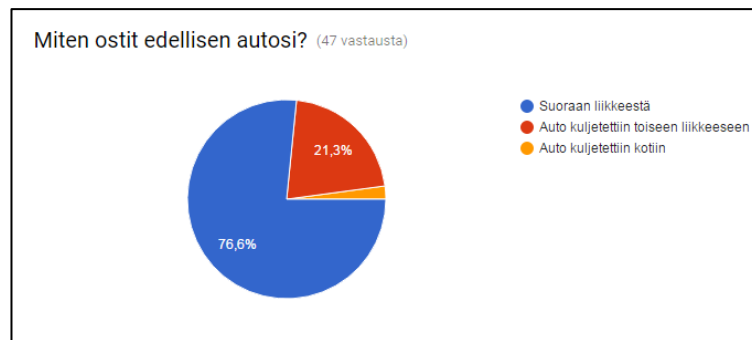
Kyselyssä olisi voinut olla vielä tarkempi asteikko yli 50 vuotiaiden kesken. Vanhemmilla ihmisillä on aikaa ja rahaa tehdä enemmän autokauppaa. Kyselyn vastaajien ikäluokka myös vahvistaa vastauksissa yli 50% maksaa suoralla rahalla kaupat, ilman minkäänlaista rahoitusta. Asiantuntijana asiaa seuranneena asia on juuri näin, todella vähän yli 50- vuotiaista ihmisistä tarvitsee rahoitusta. Tulevaisuudessa varmaan tilanne tulee muuttumaan, koska muutenkin rahoitus on noussut niin suureen osaan ihmisten arkea. Vain noin 20% vastaajista on alle 35- vuotiaita. Nuorten on helpompi luottaa yksityisiin myyjiin, joita saadaan Nettiauton kautta. Myyntihinnaltaan edullisemmat autot voidaan ostaa Nettiauton kautta yksityisiltä, mutta kalliimman luokan autot ostetaan lähes aina liikkeestä, koska riskit minimoidaan siten.

7.2 Auton vaihtoväli ja ostotapa



Kuvio 3. Auton vaihtoväli

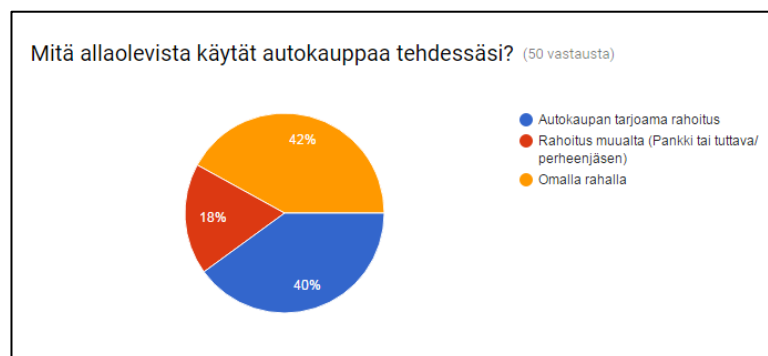
Autokaupan kannalta tärkeää on selvittää, kuinka usein autoja vaihdetaan. Melkein 90% vastaajista vaihtaa autoaan maksimissaan kahden vuoden välein. Myyntihinnoiltaan kalliimmat autot suunnitellaan säilymään pidempään perheessä. Keskimääräinen kaupan suuruus on noin 17000 euroa (myytyt eurot/ kauppojen määrä), joka vahvistaa väitettä auton kestävydestä.



Kuvio 4. Ostotyyli

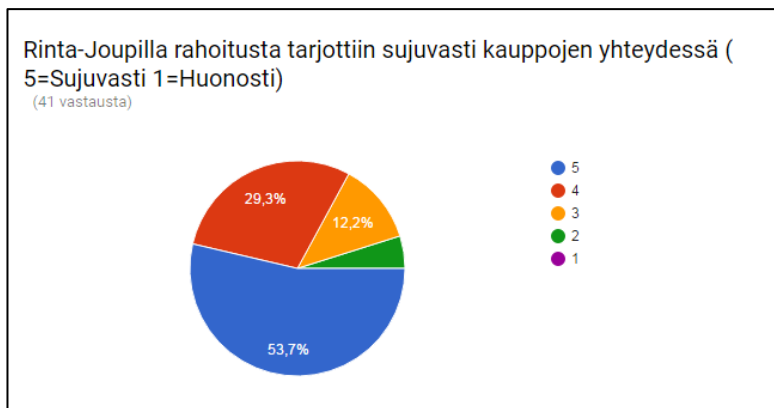
Nykyään ihmisille on kaupanteosta tehty vaivatonta ja rohkeimmat uskaltavatkin ostaa tuotteen jopa etäkaupalla. Näin toimitaan myös autojen myynnissä. Netin välityksellä saadaan ensikontakti asiakkaaseen, sovitaan alustavat kaupat ja haetaan asiakkaalle rahoituspäätös. Sen jälkeen jopa kuljetus kotiovelle on mahdollista.

7.3 Rahoitusvaihtoehdot



Kuvio 5. rahoitustarve

Autoista noin 40 % rahoitetaan autokaupan rahoituksella, noin puolet tulevat suoraan omasta rahoituksesta ja joka kymmenes ihminen käyttää rahoitusta tuttaviltaan tai perheeltään.



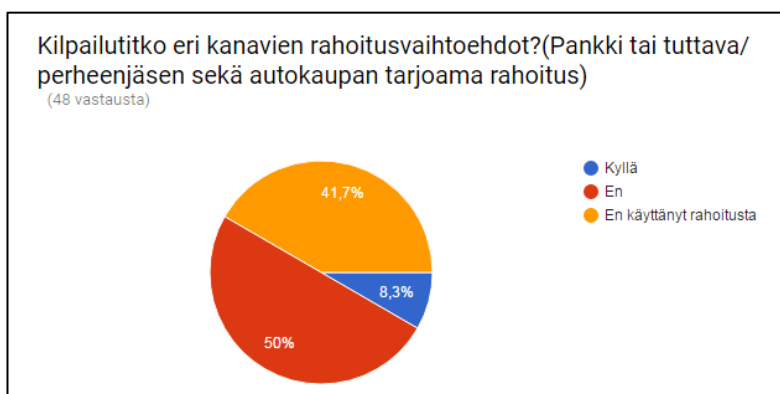
Kuvio 6. Rahoituksen tarjoama

Yli 80% asiakkaista koki rahoituksen tarjoamisen tapahtuneen sujuvasti tai osittain sujuvasti Rinta-Joupilla.



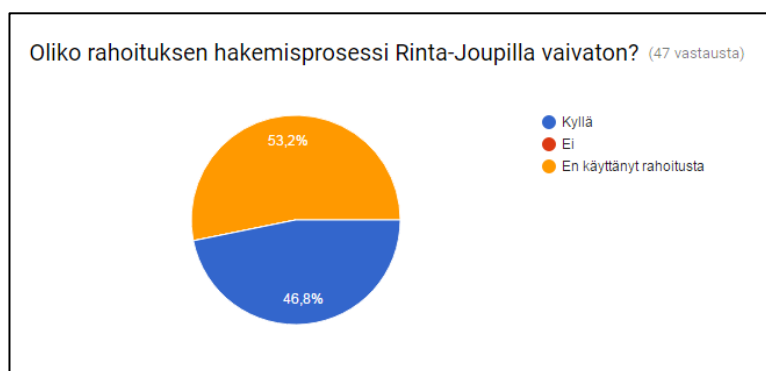
Kuvio 7. Rahoitus

Yli 60% asiakkaista oli myös sitä mieltä, että tarvittavat tiedot rahoitukseen käytiin läpi ennen rahoituksen tekoa.



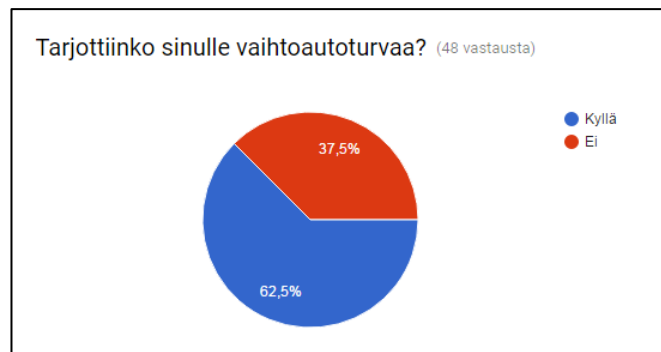
Kuvio 8. kilpailuttaminen

Kyselyssä käy ilmi, että autokaupan tarjoama rahoitus on nykyään edullinen ja luontainen vaihtoehto asiakkaille. Vain vajaa 10% kilpailutti rahoituksen ennen rahoituksen ottamista. Ihmiset kokevat rahoituksen autokaupassa olevan vaivatonta ja nopeaa. Moni asiakas saakin hyvän rahoitusprosentin itselleen kilpailutettua jo pelkästään yrityksen sisällä olevista rahoitusyhtiöistä myyjän toimesta.



Kuvio 9. Hakemisprosessi

Kaikki vastaajat pitivät Rinta-Joupin rahoituksen hakemista vaivattomana. Tulos ei yllätä, koska itse rahoitushakemuksen tekoon menee noin viisi minuuttia ja monissa tapauksissa rahoituspäätös tulee noin kahden minuutin sisällä. Asiakkaan kannalta helpottaa myös se, että rahoitus voidaan hakea puhelimen välityksellä, eikä asiakkaan kanssa tarvitse saada edes katsekontaktia. Ennen virallisten kauppakirjojen tekoa, katsotaan vain asiakkaan ajokortti, jotta tiedot pitävät paikkansa.



Kuvio 10. vaihtoautoturva

Otin esille vielä ei niinkään rahoitukseen liittyvän kysymyksen, mutta todella oleellisen asian autokaupalle, eli vaihtoautoturvan, joka olisi tarjottava jokaiseen autoon, mihin se on mahdollista saada. Turvan edellytyksenä on maksimissaan 200 000 kilometriä ja maksimissaan 9 vuotta vanha auto. Jos asiakkaalle saa rahoituksen myytyä, on myös vaihtoautoturva helppo myydä lisänä. Finntakuuksi mainittu takuu maksaa asiakkaalle 490€ ja näin ollen yleisimpään rahoitusaikaan, eli 60 kuukaudelle nostaa yhden erän suuruutta vain noin kahdeksalla eurolla.

Oma vapaa sana rahoituksen/ prosessin kehittämiseen (6 vastausta)

Olisi hyvä jos useampia rahoituksen tarjoajia voisi helposti kilpailuttaa suoraan autoliikkeen sivuilla.

vähän on kovanlainen korko menee vähän kiskonnin puolelle

Vaihtoauton viat olisi tullut kertoa suoraan ilman lypsämistä. Nyt hieman epävarma tunne osasinko lypsää kakki vaivat ja vaatia oikeat korjaukset.

Moi,mieheni maksoi auton ja otti pankista osaan lainaa,auto on kyllä minun Onnea tutkimukseen

Olen tyytyväinen rahoitukseen ja myös liikkeeseen , varmasti tutustun rinta-joupin autoihin tulevaisuusessakin!

Käteismaksuna ostin auton joten tällä kertaa ei keskusteltu rahoituksesta

Kuvio 11. Vapaa sana

Kyselyyn vastasi 50 ihmistä ja kysely lähti yhteensä 160 henkilölle sähköpostitse. Noin 30% vastausprosentti tekee kyselystä luotettavan eli validiteetin.

Lopuksi asiakkaille annettiin vapaa sana prosessin kehittämiseen, sekä rahoituksen helppouteen. Kyseinen kysymys on kyselyissä aina hankala, koska ihmiset eivät jaksaa kirjoittaa pitkiä tekstejä ja vastaukset eivät välttämättä liity oleellisesti asiaan.

8 POHDINTA

Hyvässä tutkimusraportissa tutkija arvioi koko tutkimuksen luotettavuutta (validiteetti, reliabiliteetti) käytettävissä olevien tietojen perusteella. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on hyvin tärkeää, että otos on edustava ja tarpeeksi suuri, vastausprosentti on korkea ja kysymykset mittaavat oikeita asioita kattaen koko tutkimusongelman. (Heikkilä 2005, 40).

Kyselyn avulla saatiin hyvää kuvaa itse autokaupan tuotteesta, hinnasta, sekä prosessista. Mielestäni kyselyssä saatiin hyvää tietoa siitä, miten kannattaa kehittää jatkossa rahoituksen tarjoamista. Nykypäivänä rahoitusta on helppo tarjota ihmisille, katsomatta niinkään ihmisen ikää. Kuten kyselystä totesimme, jopa vanhemmat ihmiset ostavat nykyään rahoituksella autoja ja se on luonnollinen tapa auto ottaa omiin nimiin.

Rahoitusta tapahtuu nykyään todella paljon, eikä se oikein ole enää mielestäni kytkeyty niinkään isoihin investointeihin, vaan nykyään rahoitusta käytetään jo kännykän ostosta alkaen. Kaikkialla kun kävelee, näkee mainoksia edullisesta kuukausirahoituksesta, jopa lääkärikäynnit olisivat mahdollista ottaa kuukausimaksuun.

Vaikka kyselyssä monikaan ei ollut ottanut autoa kotiin toimituksella, kuuluu se nykyään syksystä 2016 lähtien virallisesti yhdeksi kilpailukeinoksi Rinta-Joupilla. Monikaan pienempi liike ei kykene autoa toimittamaan kotiin, vaan se pitää liikkeestä itse hakea, koska henkilökunta on rajallinen.

Itse olen pistänyt merkille autokaupassa myös sen, että prosentuaalisesti vähemmän tapahtuu kilpailuttamista ja tinkaamista itse autokaupassa, mikäli asiakas auton rahoituksella ottaa. Asiaan voi liittyä se, että ihmiset eivät kehtaa tingata enää niin paljoa, koska ajattelevat, että saavat edes auton niin se riittää.

Rahoitusta tarvitsisi tarjota vielä hieman lisää, vaikka 80 % koki saaneensa tarjouksen rahoitukseen. Autokaupan kannalta on kannattavaa saada autoja myytyä rahoituksella.

Kamux julkaisi juuri uutisen, missä kerrottiin, että huipputulokset ei oikeasti tule autojen vaihdosta, vaan nimenomaan rahoituksesta ja se onkin nykypäivänä autokauppojen ruoka.

9 YHTEENVETO

Kyselyn perusteella selvisi, että suurin osa autokaupan asiakkaista on edelleen miehiä ja yli 50-vuotiaita. Auto vaihdetaan parin vuoden välein ja autorahoitusta käyttää noin 40 % asiakkaista. Kyselyyn vastasi 50 ihmistä ja kysely lähti yhteensä 160 henkilölle sähköpostitse. Noin 30 % vastausprosentti tekee kyselystä luotettavan eli validiteetin.

Tulokseen on luottaminen, koska käymme viikoittain myyjien kesken läpi rahoituksen perustan. Rahoitusta painotetaan monissa eri koulutuspäivissä sekä joka viikko pidettävissä palavereissa. Rahoituskorot Rinta-Jouppilla vaihtelevat 0 prosentista 5,99 prosenttiin. Joissain tapauksissa, jos on erittäin edullinen auto, voidaan myös hakea joustoluottoa eli kaskovapaata rahoitusta, jossa korkoprosentti itsessään kohoaa huomasti. 25 % tuntuu hieman pieneltä osuudelta, joka tehdään etänä, parhaimpina kuukausina prosentti voi lähennellä jopa 40 %. Kyselyssä oli yli 50 % yli 50 vuotiaita, joten se saattaa pienentää hieman etäkauppojen prosenttiosuutta. Yleensä nuoremmat ihmiset uskaltavat helpommin tilata auton toiseen liikkeeseemme tai jopa kotiovelle.

Työssä käsiteltiin rahoitusta melko laajasti ja työssä olikin paljon reaaliaikaista tietoa pankkien sivuilta. Työstä suuri osa koostui juuri kyselystä ja sen tekemiseen käytettiin paljon aikaa. Tulokset ovat mielestämme hyvät ja olemme niihin tyytyväisiä.

Toimeksiantajan kommentit:

Rinta-Joupin Autoliike Oy näkee toimeksiantajana tämän Akseli Kangasniemen tekemän opinnäytetyön sisältämän kvantitatiivisen tutkimuksen tiedot hyödyllisiksi kehittäessään toimintansa palveluprosesseja tarjoamiensa rahoitusvaihtoehtojen osalta.

LÄHTEET

Autio A. 2017. Autojen ostojen rahoittaminen monipuolistumassa. Keskisuomalainen 6.4.2017. Viitattu 30.4.2017. <http://www.ksml.fi>

Autoalan tiedotuskeskuksen www-sivut. Viitattu 15.4.2017. <http://www.autoalantiedotuskeskus.fi>

Autolaina. Taloussanomat 25.4.2015. Viitattu 13.3.2017. <http://www.iltasanomat.fi/taloussanomat.fi>

Gurumarkkinointi www-sivut. Viitattu 12.5.2017. <http://gurumarkkinointi.fi/markkinoinnin-mallit-4-vai-7pta/>

Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Kilpailu- ja Kuluttajaviraston www-sivut. Viitattu 12.2.2017. <http://ww.kkv.fi>

Rinta-Joupin www-sivut. Viitattu 6.2.2017. <https://www.rinta-jouppi.com>

Santanderin www-sivut 2017. Viitattu 18.4.2017. <https://www.allinone.fi>

Taloustaito 4.5.2015. Viitattu 18.4.2017. <https://www.taloustaito.fi/>

Tepora, J. 2013. Rahoitusmuodot ja vakuudet. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.

Tilastokeskuksen www-sivut. Viitattu 15.3.2017. <https://www.stat.fi>

Uitto, T. 2003. Osamaksukauppa käytännössä. Helsinki: WSOY Lakitieto

Hei,

Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa liiketalouden tradenomiksi. Toivon, että sinulla on mahdollisuus käyttää muutama minuutti kyselyyn vastaamiseen. Teen opinnäytetyötä autokaupan tarjoamista rahoituksista.

Kyselylomake:

Taustatiedot

Sukupuoli

1. Mies 2. Nainen

Ikä

1. 18-25 2. 26-35 3. 36-50 4. Yli 50

Kuinka usein vaihdat autoa?

1. Useammin kuin kerran vuodessa
2. Kerran vuodessa
3. 2-3 vuoden välein
4. Yli 3 vuoden välein

Mitä seuraavista vaihtoehtoista käytät autoa ostaessasi?

1. Autokaupan tarjoama rahoitus
2. Rahoitus pankista tai tuttavilta
3. Omalla rahalla

Tarjottiinko sinulle kauppojen yhteydessä sujuvasti rahoitusta?

1. huonosti 2.
2.

Kerrottiinko sinulle rahoituksesta tarvittavat taustatiedot?

1. Kyllä
2. Ei

Kilpailutitko eri kanavien rahoitusvaihtoehdot?

1. Kyllä
2. Ei
3. En käyttänyt rahoitusta

Oliko rahoituksen hakeminen vaivatonta?

1. Kyllä
2. Ei
3. En käyttänyt rahoitusta

Miten ostit edellisen autosi?

1. Suoraan liikkeessä
2. Auto kuljetettiin toiseen Rinta-Joupin liikkeeseen
3. Auto tuotiin kotiin

Tarjottiinko sinulle FinnTakuuta?

1. Kyllä
2. Ei

Oma vapaa sana rahoituksen/ prosessin kehittämiseen.