



Onhan siinä Avainlippu-kampanja

Taustamateriaali: Vastuullisuus ohjaa kuluttamista entistä voimakkaammin

Suomalaisen Työn Liiton tutkimus Nuoret, työ ja kuluttaminen 2019

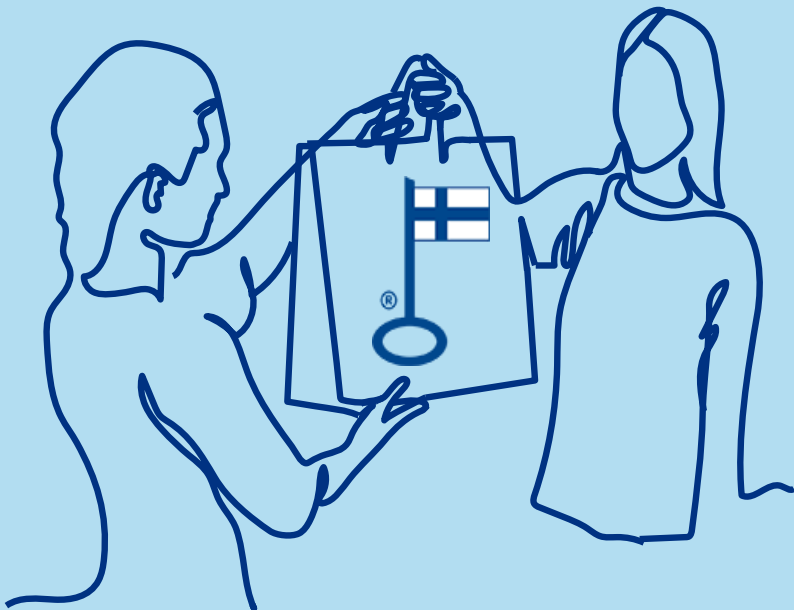
Suomalaisen Työn Liiton kyselytutkimus, lokakuu 2018



Tutkimusten toteutus

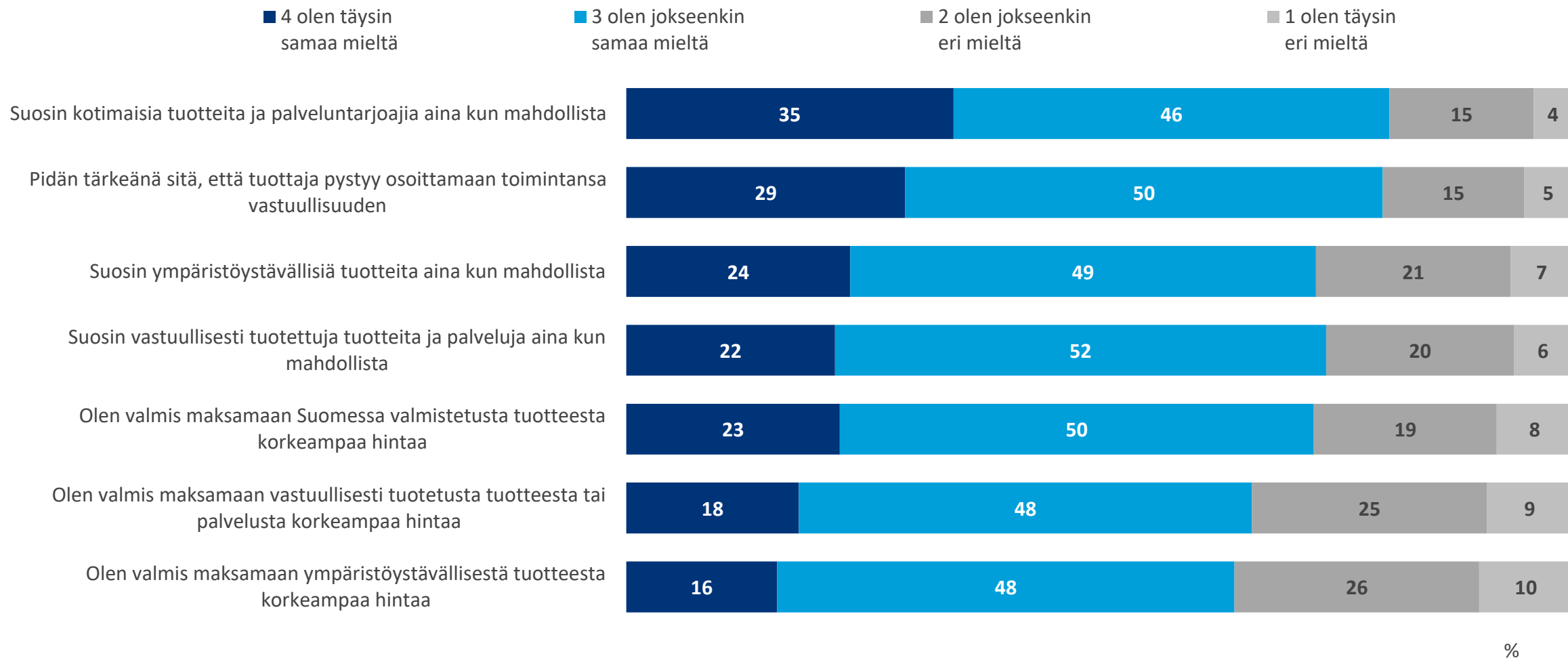
- Osana ”*Onhan siinä Avainlippu-kampanjaa*” Nuoret, työ ja kuluttaminen tutkimuksen on toteuttanut Taloustutkimus Oy Suomalaisen Työn Liiton toimeksiannosta.
- Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmä oli Internet-paneeli ja tiedonkeruu toteutettiin 7.3.–22.3.2019.
- Tutkimuksen kokonaisvastaajamäärä on 2149 15-79-vuotiasta. Alle 25-vuotiaiden osuus vastaajista on 925 kpl.
- Tutkimuksen virhemarginaali koko otoksesta on suurimmillaan n. 2,2 % suuntaansa.
- Suomalaisen Työn Liiton kyselytutkimus 2018 on toteuttanut Taloustutkimus Oy Suomalaisen Työn Liiton toimeksiannosta.
- Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmä oli Internet-paneeli ja tiedonkeruu toteutettiin 23.–26.10.2018.
- Tutkimuksen kohderyhmänä olivat 18-79-vuotiaat suomalaiset.
- Tutkimukseen vastasi 1187 henkilöä.
- Tutkimuksen virhemarginaali koko otoksesta on suurimmillaan noin 3 prosenttiyksikköä suuntaansa.

Tiivistelmä tuloksista



- **Nuorista (15-24-vuotiaista) Kolme neljästä kertoo suosivansa vastuullisesti tuotettuja tuotteita ja palveluita aina kun mahdollista.**
- Nuorille ja erityisesti 15–17-vuotiaille **ympäristöön liittyvät tekijät tulevat kasvamaan ostopäätöksiin tulevaisuudessa.** Nuoret naiset uskovat ympäristöystävällisten tuotantotekijöiden kasvattavan vaikutustaan ostopäätöksiin huomattavasti useammin kuin nuoret miehet.
- **Neljä viidestä suosii kotimaisia tuotteita ja palveluntarjoajia ostopäätöksissään aina kuin mahdollista**
- **82% suomalaisista on sitä mieltä, että yritysten tulisi hankkia tuotteet ja palvelut pääasiassa Suomesta.**

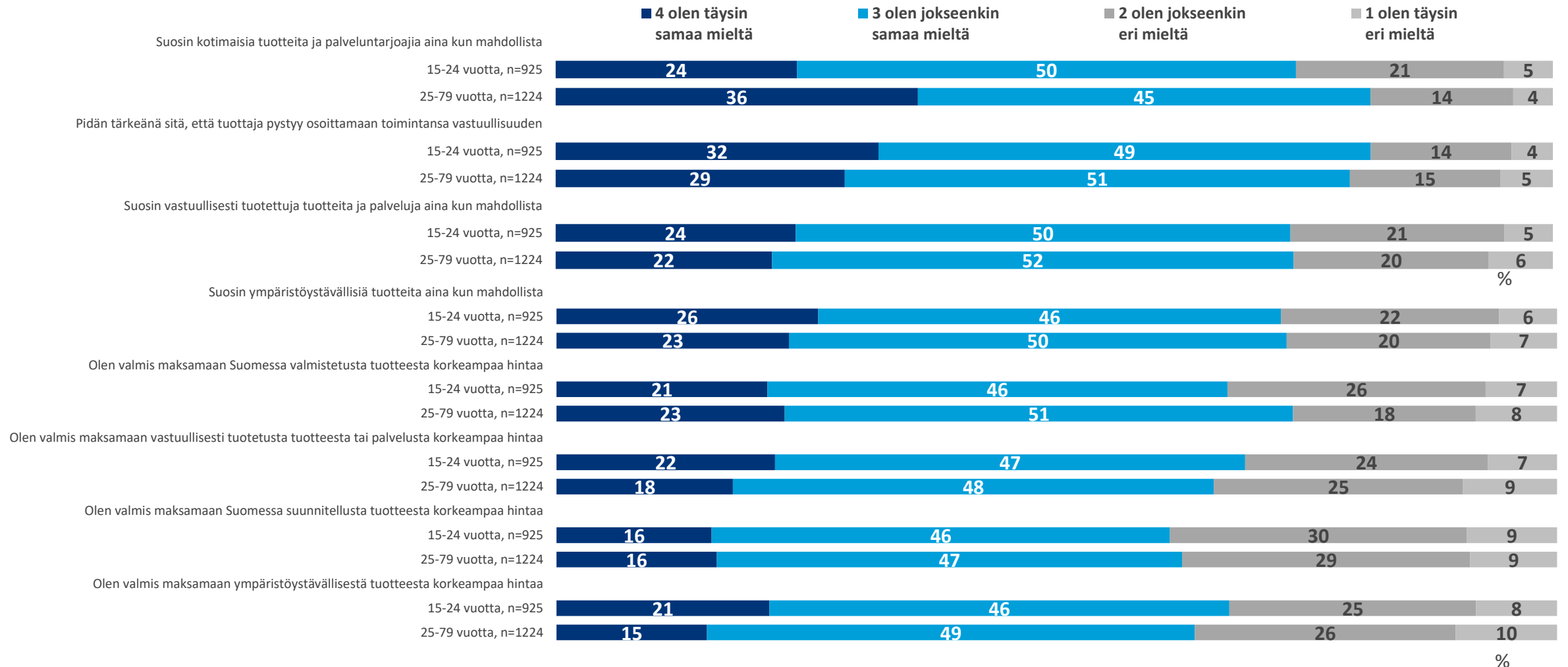
Neljä viidestä suomalaisesta suosii kotimaisia tuotteita ja palveluntarjoajia aina kun mahdollista.



Kysymys: *Miten suhtaudut seuraaviin tuotteiden ja palveluiden ostamista koskeviin väittämiin?*

Lähde: Nuoret, työ ja kuluttaminen, kokonaisvastaajamäärä 2149. Alle 25-vuotiaiden osuus vastaajista on 925 kpl, 2019 Taloustutkimus

Kolme neljästä nuoresta ja aikuisesta kertoo suosivansa vastuullisesti tuotettuja tuotteita ja palveluita aina kun mahdollista.



Kysymys: *Kun ajattelet viime aikoina tekemiäsi ostoksia, niin miten paljon seuraavat asiat ovat vaikuttaneet ostopäätöksiisi?*

Lähde: Nuoret, työ ja kuluttaminen, kokonaisvastaajamäärä 2149. Alle 25-vuotiaiden osuus vastaajista on 925 kpl, 2019 Taloustutkimus

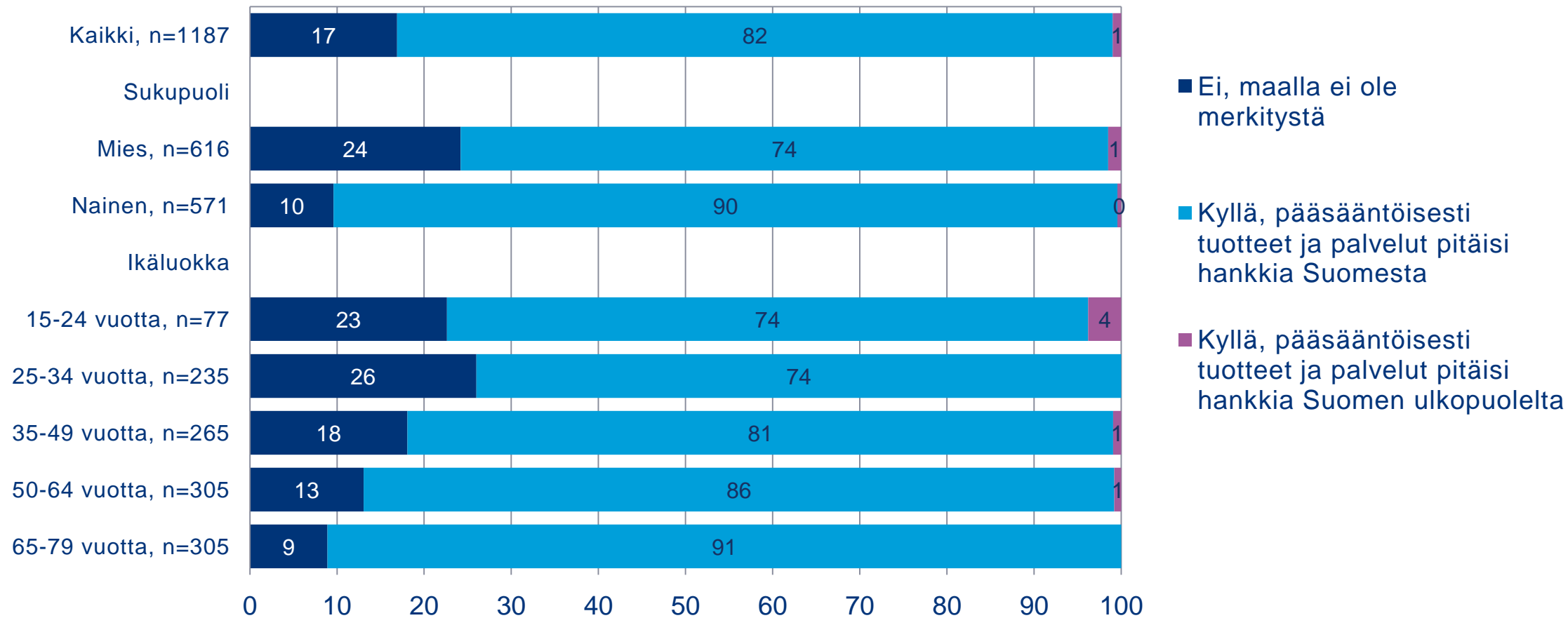
Erityisesti 15–17-vuotiaat uskovat ympäristöasioiden vaikutuksen kasvavan ostopäätöksissä.

	Kaikki, n=2149	IKÄRYHMÄ				NUORET			SUKUPUOLI JA IKÄRYHMÄ			
		15-24 vuotta, n=925	25-39 vuotta, n=378	40-59 vuotta, n=461	60-79 vuotta, n=385	15-17 vuotta, n=142	18-20 vuotta, n=314	21-24 vuotta, n=469	Mies		Nainen	
		15-24 vuotta, n=385	25-79 vuotta, n=662	15-24 vuotta, n=540	25-79 vuotta, n=562							
Yritys maksaa verot Suomeen	53	43	48	54	63	48	43	40	41	55	44	55
Työllisyyden tukeminen Suomessa	53	49	49	52	58	55	45	47	44	51	53	55
Ympäristöystävälliset tuotantotavat	49	56	51	47	45	65	53	53	44	38	70	56
Tuote / palvelu on valmistettu Suomessa	47	47	47	45	49	49	46	46	41	45	53	49
Kuljetuksen ympäristövaikutukset	42	54	43	39	38	65	53	47	46	32	63	48
Yritys kohtelee työntekijöitä hyvin	42	47	40	39	44	59	41	42	40	39	54	43
Tuotemerkki/ brändi on vastuullinen	41	50	46	38	35	56	54	43	39	33	62	46
Yritys tuottaa yhteiskunnallista hyvää	39	45	38	35	40	51	45	41	41	36	49	39
Yrityksen toiminnan läpinäkyvyys	37	35	44	32	39	37	31	37	32	37	39	39
Yrityksellä on hyvä työnantajamaie	36	35	36	33	39	41	32	32	33	35	36	37
Tuotemerkki / brändi on suomalainen	34	39	37	32	33	47	35	37	32	31	46	37
Tuote / palvelu on suunniteltu Suomessa	33	37	31	29	37	39	37	36	35	30	39	35

Kysymys: Miten uskot näiden asioiden vaikutuksen ostopäätöksiisi muuttuvan tulevaisuudessa? (vaikutus kasvaa)

Lähde: Nuoret, työ ja kuluttaminen, kokonaisvastaajamäärä 2149. Alle 25-vuotiaiden osuus vastaajista on 925 kpl, 2019 Taloustutkimus

Jopa 82 prosenttia suomalaisista on sitä mieltä, että yritysten tulisi hankkia tuotteet ja palvelut pääsääntöisesti Suomesta



Kysymys: Pitäisikö yritysten huomioida ostettavan tuotteen alkuperämaa

Lähde: Suomalaisen Työn Liiton kyselytutkimus 2018, vastaajia 1187, Taloustutkimus



Lisätietoja

Jokke Eljala, tutkimuspäällikkö

Suomalaisen Työn Liitto

jokke.eljala@suomalaintyoy.fi

+358 50 374 7410