

Sinivalkoinen jalanjälki

Kampanjatutkimus

Tutkimuksen käytännön toteuttaja:
Taloustutkimus Oy
Marko Perälähti ja Markus Mervola



Tutkimuksen tavoitteet

- Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää minkälaisia suomalaiset suhtautuvat rautakaupan tuotteiden alkuperään ja missä tuotteissa suomalaisuus on tärkeää.

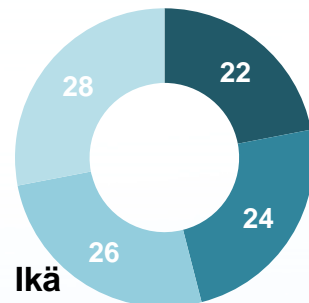


Tutkimuksen toteutus

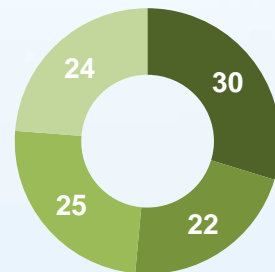
- Tutkimuksen kohderyhmänä olivat 16-75-vuotiaat suomalaiset.
- Tutkimus on toteutettu Taloustutkimuksen internetpaneelissa ajalla 19. – 24.2.2014.
- Taloustutkimuksen Internet-paneelissa n. 40.000 15-79-vuotiasta suomalaista, joista muodostettiin riittävän kokoinen ja valtakunnallisesti edustava lähtöotos tätä tutkimusta varten. Taloustutkimus on rekrytoinut panelistit valtakunnallisten kuluttajatutkimusten yhteydessä. Paneelin ei voi ilmoittautua omatoimisesti.
- Tutkimukseen vastasi 1017 henkilöä
- Tämän tutkimuksen on toteuttanut Suomalaisen Työn Liiton toimeksiannosta Taloustutkimus Oy



Vastaajarakenne



- 16-29 vuotta
- 30-44 vuotta
- 45-59 vuotta
- 60-79 vuotta



Alue

- Helsinki-Uusimaa
- Etelä-Suomi
- Länsi-Suomi
- Itä- ja Pohjois-Suomi



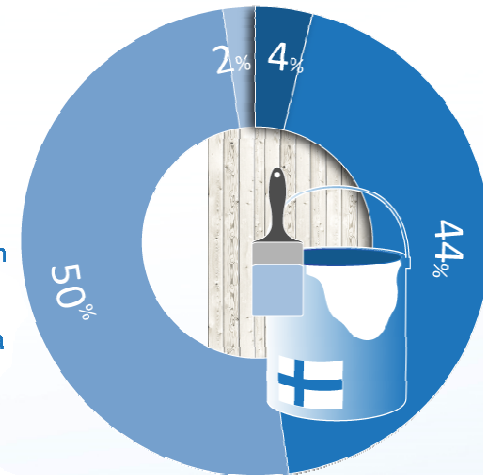
Suomalaiset rautakaupan asiakkaina

Tapa ostaa suomalaisia ja ulkomaisia tuotteita

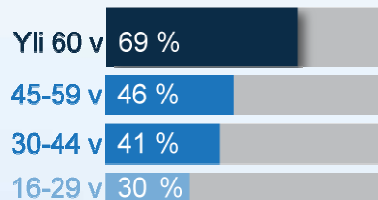
48 %

valitsee aina tai useimmiten suomalaisen rautakaupan tuotteen

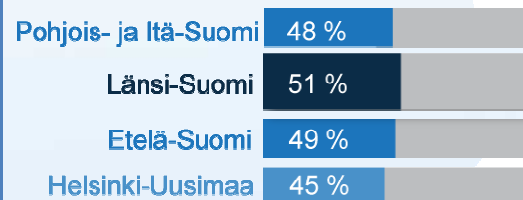
- Ostan aina kotimaisen tuotteen
- Ostan useimmiten kotimaisen tuotteen
- Ostan kotimaisia ja ulkomaisia tuotteita jokseenkin yhtä usein
- Ostan useimmiten ulkomaisia tuotteita



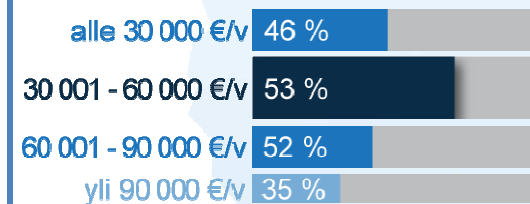
Ikä korreloi vahvasti suomalaisten tuotteiden ostamisessa.



Länsi-Suomessa suomalaisten tuotteiden suosiminen yleisintä toisin kuin elintarvikkeissa ja käyttötavaroissa.

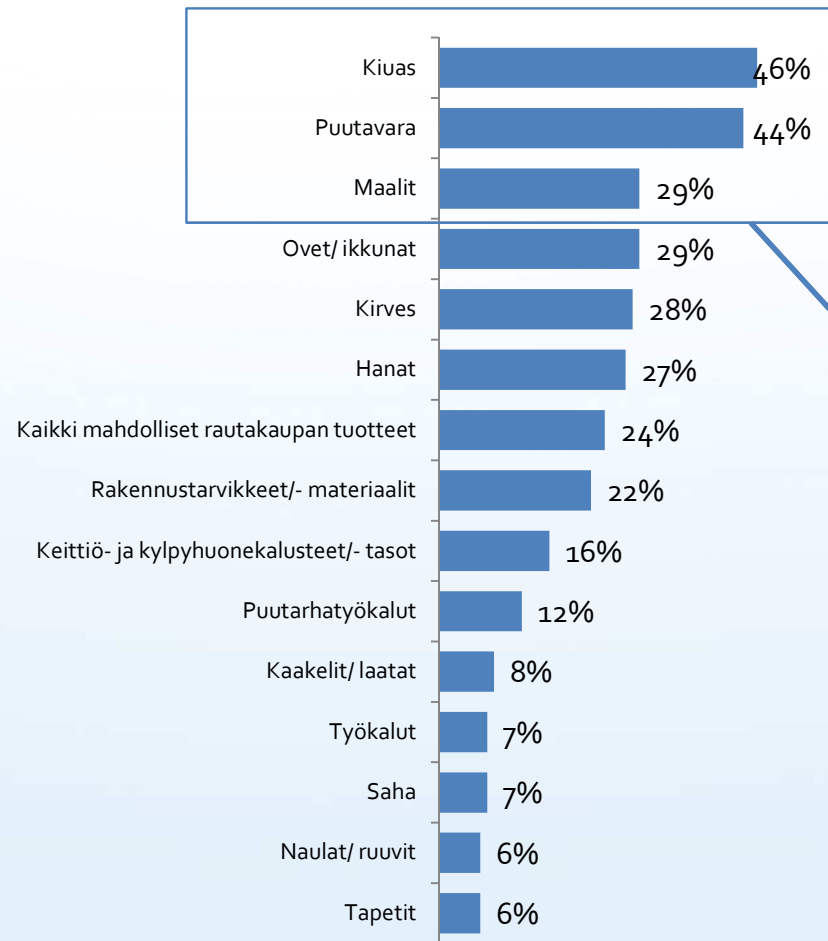


Suurituloisimmat suosivat keskimääräistä harvemmin suomalaisia tuotteita toisin kuin elintarvikkeissa ja käyttötavaroissa.



Kun ostat rautakaupasta tuotteita, joista on saatavilla sekä kotimaisia että ulkomaisia tuotteita, niin mikä seuraavista kuvaa parhaiten tapaasi ostaa?

Mitkä rautakaupan tuotteet tulee olla suomalaisia?



Miehet 50 %
60-79-vuotiaat 49 %
Omakotitalon asukkaat 50 %



Miehet 44 %
60-79-vuotiaat 49 %
Omakotitalon asukkaat 48 %

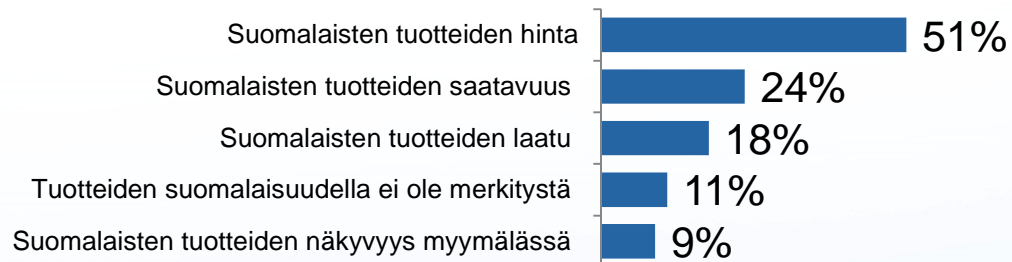


Miehet 33 %
60-79-vuotiaat 36 %
Omakotitalon asukkaat 34 %

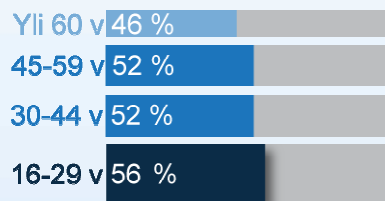
Vaihtoehdot valittu esitutkimuksen perusteella. Esitutkimuksessa käytettiin samoja kysymyksiä ilman vastausvaihtoehtoja (n = 300)



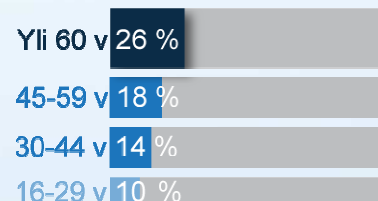
Suomalaisten tuotteiden ostamisen esteet



HINTA
Hinnan merkitys oston esteenä korreloi merkittävästi iän kanssa: Nuorimmille hinta on useimmin este kuin vanhemmille



LAATU
Suomalaisten tuotteiden laatu on muita selvästi useammin este yli 60-vuotiaille.



Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät syyt siihen, että et useammin osta kotimaisia rautakaupan tuotteita? SAI VALITA USEITA VAIHTOEHTOJA.

