

SUOMALAISEN TYÖN LIITTO



Suomalainen joulu 2012

1.11.2012 | Taloustutkimus Oy

JOHDANTO

- Tämä tutkimuksen on toteuttanut Taloustutkimus Oy Suomalaisen Työn Liiton toimeksiannosta. Tutkimuksen tarkoitus on selvittää suomalaisten joulun ja joulun viettoon liittyviä asioita. Selvitettäviä asioita olivat:
 - Miten suomalaiset suhtautuvat jouluun?
 - Miten suomalaiset viettävät joulua?
 - Mitä suomalaiset antavat ja haluavat saada joululahjoiksi?
 - Mitkä asiat vaikuttavat ostopäätöksiin joululahjahankinnoissa?
 - Mistä haetaan tietoa joululahjaostoksia varten?
 - Minkä verran suomalaiset käyttävät rahaa jouluun?
 - Miten kotimaisuus näkyy suomalaisten kulutuskäyttäytymisestä?
 - Miten suomalaiset ymmärtävät vastuullisen kuluttamisen?
 - Miten vastuullinen kuluttaminen näkyy suomalaisten kulutuskäyttäytymisessä jouluna?
- Tutkimusraportin on laatinut markkinatutkija Markus Mervola

JOHDANTO

Tutkimuksen kohderyhmä

- Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat 15-79-vuotiaat suomalaiset ahvenanmaalaisia lukuun ottamatta.
- Tutkimuksen näyte muodostettiin valtakunnallisesti edustavaksi iän, sukupuolen ja asuinläänin mukaan.
- Myös lopullinen vastaajajoukko on painotettu väestöä edustavaksi, iän, sukupuolen ja asuinläänin mukaan.

Tutkimuksen toteutus

- Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin Taloustutkimuksen Internet-paneelissa. Taloustutkimuksen Internet-paneelissa on tällä hetkellä noin 38 000 yli 14-vuotiasta internetiä käyttävää panelistia. Internet-paneelin jäsenten rekrytointi tapahtuu Taloustutkimuksen valtakunnallisesti edustavien tutkimusten yhteydessä tai perustuu muihin satunnaisotoksiin väestöstä, mikä takaa tutkimusten edustavuuden, luotettavuuden ja korkean vastausprosentin.
- Tutkimuksen kenttäaika oli 19.10.-24.10.2012.
- Aineiston keräämisestä, tallennuksesta, atk-käsittelystä ja raportoinnista vastasi Taloustutkimus Oy.

YHTEENVETO

- Jouluku on suomalaisille tärkeä juhla. Jouluku rauhoitutaan ja ollaan yhdessä läheisten kanssa. Jouluku kristillinen sanoma ei kuitenkaan ole kovin tärkeä suurimmalla osalla suomalaisista. Suomalainen jouluku on selvästi suurimman osan mielestä liian kulutuskeskeinen.
- Jouluku vietetään pääosin kotona, käydään saunomassa, lähetetään joulukortteja ja tehdään itse jouluruokaa.
- Mieluiten suomalaiset antavat lahjaksi kirjoja ja lehtiä. Näitä myös halutaan mieluiten saada lahjaksi. Lahjakortit ovat myös suosittuja lahjoja.
- Tärkein kriteeri joululahjahankinnoissa on sopivuus lahjan saajalle. Sen jälkeen tulevat laatu ja hinta sekä lahjan pitkäikäisyys. Lahjan kotimainen alkuperä on viidenneksi tärkein kriteeri. Verrattuna viime vuoteen kotimainen alkuperä mainitaan nyt selvästi useammin.
- Puolet suomalaisista on sitä mieltä, että joululahjan suomalainen alkuperä on vähintään melko tärkeää.
- Lehdet ja mainokset sekä Internet ovat tärkeimpiä tietolähteitä pohdittaessa joululahjaostoksia.
- Suomalaiset käyttävät rahaa joulukuun keskimäärin lähes 400 euroa, tästä summasta 70 % menee lahjoihin. Tavaroihin joululahjarahoista arvioidaan menevän 68 %. Suomalaiset arvioivat, että keskimäärin 57 % joulukuun liittyvistä hankinnoista (pl. elintarvikkeet) on kotimaisia. Suomalaiset arvioivat käyttävänsä tänä vuonna vähemmän rahaa joulukuun kuin viime vuonna. Tämä käy ilmi, kun tuloksia verrataan viime vuoden vastaavanlaiseen tutkimukseen.

YHTEENVETO

- Suomalaisista 7 % on vierailut suomalaisenjoulu.fi -verkkosivuilla. Sieltä haetaan erityisesti lahjavinkkejä ja reseptejä. Kolme neljästä on löytänyt sivuilta hakemansa tiedon.
- Vastaaajia pyydettiin spontaanisti kertomaan, mitä on vastuullinen kuluttaminen. Useimmin annettu vastaus on se, että hankintaan asioita vain tarpeen mukaan. Joka neljäs vastaaja mainitsee, että ekologisten seikkojen huomioiminen ostoksissa on vastuullista kuluttamista. Hieman useampi kuin joka kymmenes mainitsee ostettavien asioiden suomalaisen alkuperän olevan vastuullista kuluttamista.
- Suomalaiset ovat tiedostavia ihmisiä siinä mielessä, että selvästi suurin osa kokee ympäristökysymykset ja tuotantoon liittyvät eettiset kysymykset merkittäviksi globaaleiksi ongelmiksi.
- Huomattavaa on se, että kotimaisten elintarvikkeiden suosiminen nähdään laajalti vastuullisena kuluttamisena.
- Suomessa tuotettujen palvelujen ja tavaroiden suosimista pidetään lähes yhtä vastuullisena kuin ekologisesti tuotettujen tavaroiden ja palvelujen suosimista. Joulun kulutuskäyttäytymisessä kotimaisuus on tärkeä asia suurimmalle osalle suomalaisista.
- Tutkimuksen perusteella noin puolet suomalaisista pyrkii kuluttamaan jouluna vastuullisesti, mikäli vastuullisuus ymmärretään ekologisesti ja eettisesti tuotettujen asioiden ostamisena.

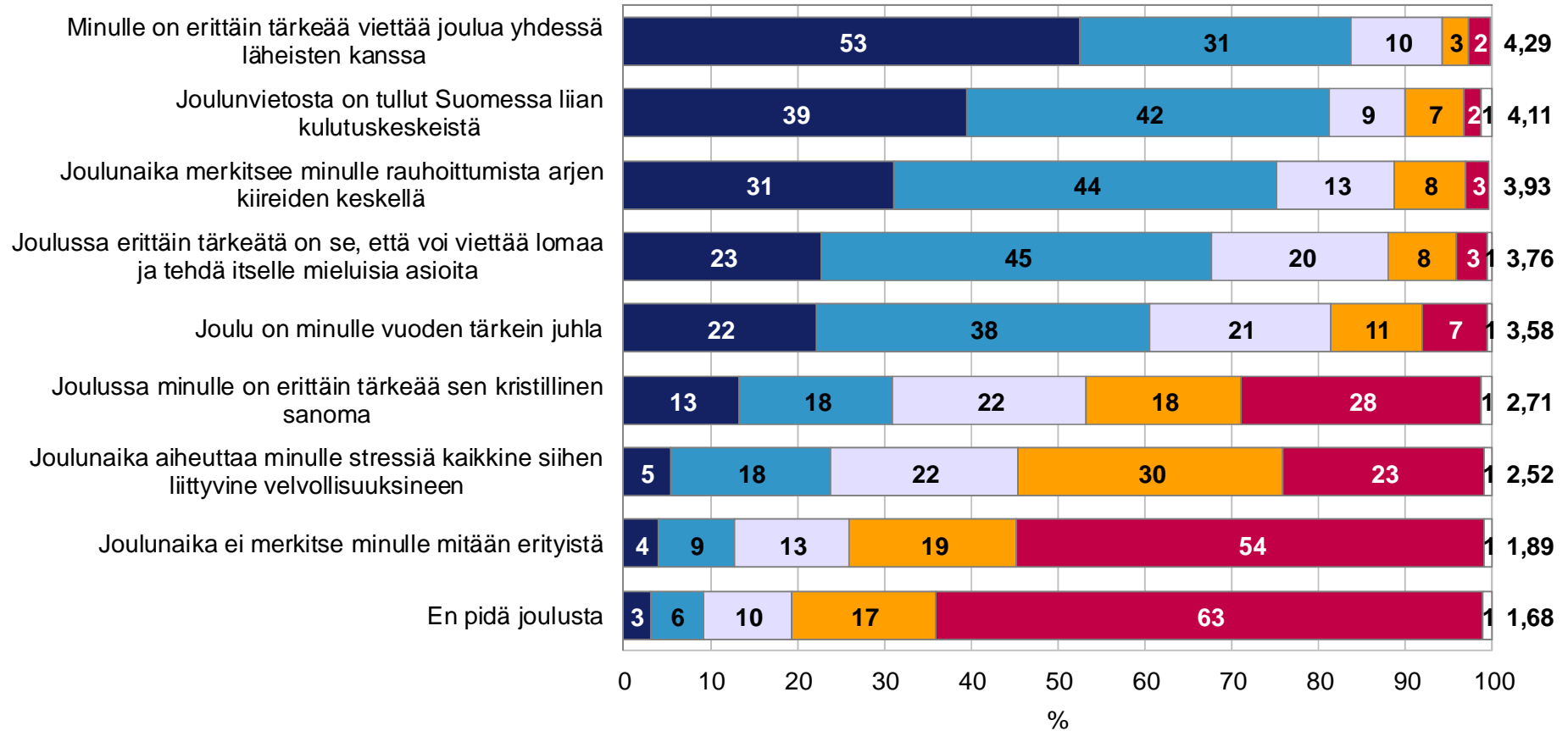
SUOMALAISTEN JOULU

- Ylivoimaisesti suurimmalla osalle suomalaisista joulu on mieluinen ja merkityksellinen juhla.
 - Vain joka kymmenes on sitä mieltä, ettei pidä joulusta tai että se ei merkitse mitään erityistä.
 - Selvästi yli puolelle joulu näyttää olevan vuoden tärkein juhla.
- Neljä viidestä on kuitenkin vähintään jokseenkin samaa mieltä siitä, että joulunvietto on Suomessa liian kulutuskeskeistä. Joka neljännelle se myös aiheuttaa ainakin jonkin verran stressiä kaikkine siihen liittyvine velvollisuuksineen.
- Suurempi osa suomalaisista on sitä mieltä, että joulussa erittäin tärkeitä ei ole sen kristillinen sanoma kuin että se on erittäin tärkeitä.
- Selvästi suurimmalle osalle suomalaisista joulussa tärkeitä on rauhoittuminen, loman vietto ja erityisesti yhdessäolo läheisten kanssa.

Suhtautuminen jouluun ja joulunaikaan

n=1144

- 5 Täysin samaa mieltä
- 4 Jokseenkin samaa mieltä
- 3 En samaa enkä eri mieltä
- 2 Jokseenkin eri mieltä
- 1 Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa



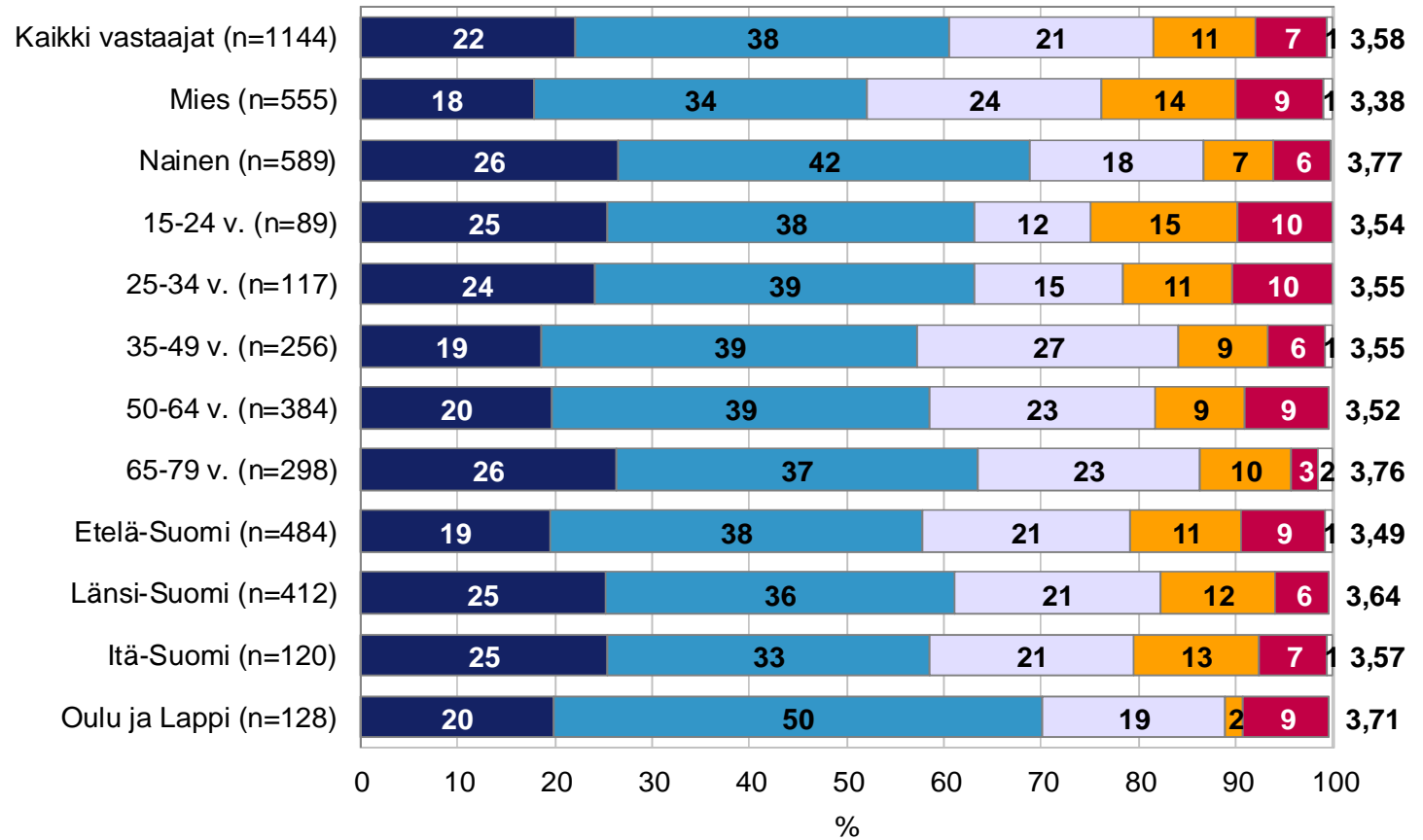
SUOMALAISTEN JOULU

- Nuorille (15-24v) joulussa erittäin tärkeää on se, että voi pitää lomaa ja tehdä itselle mieluisia asioita. Nuoret kokevat myös keskimääräistä harvemmin, että joulusta on tullut liian kulutuskeskeistä. Tosin yli puolet heistä on myös vähintään jokseenkin samaa mieltä tästä väittämästä.
- Stressiä joulu aiheuttaa keskimääräistä enemmän niille, joilla on kotona asuvia lapsia.
- Naiset ovat miehiä selvästi useammin sitä mieltä, että joulu on vuoden tärkein juhla. Miehiä useammin he myös kokevat, että joulu merkitsee rauhoittumista arjen kiireiden keskellä. Myös joulun kristillinen sanoma on naisille tärkeämpää kuin miehille.

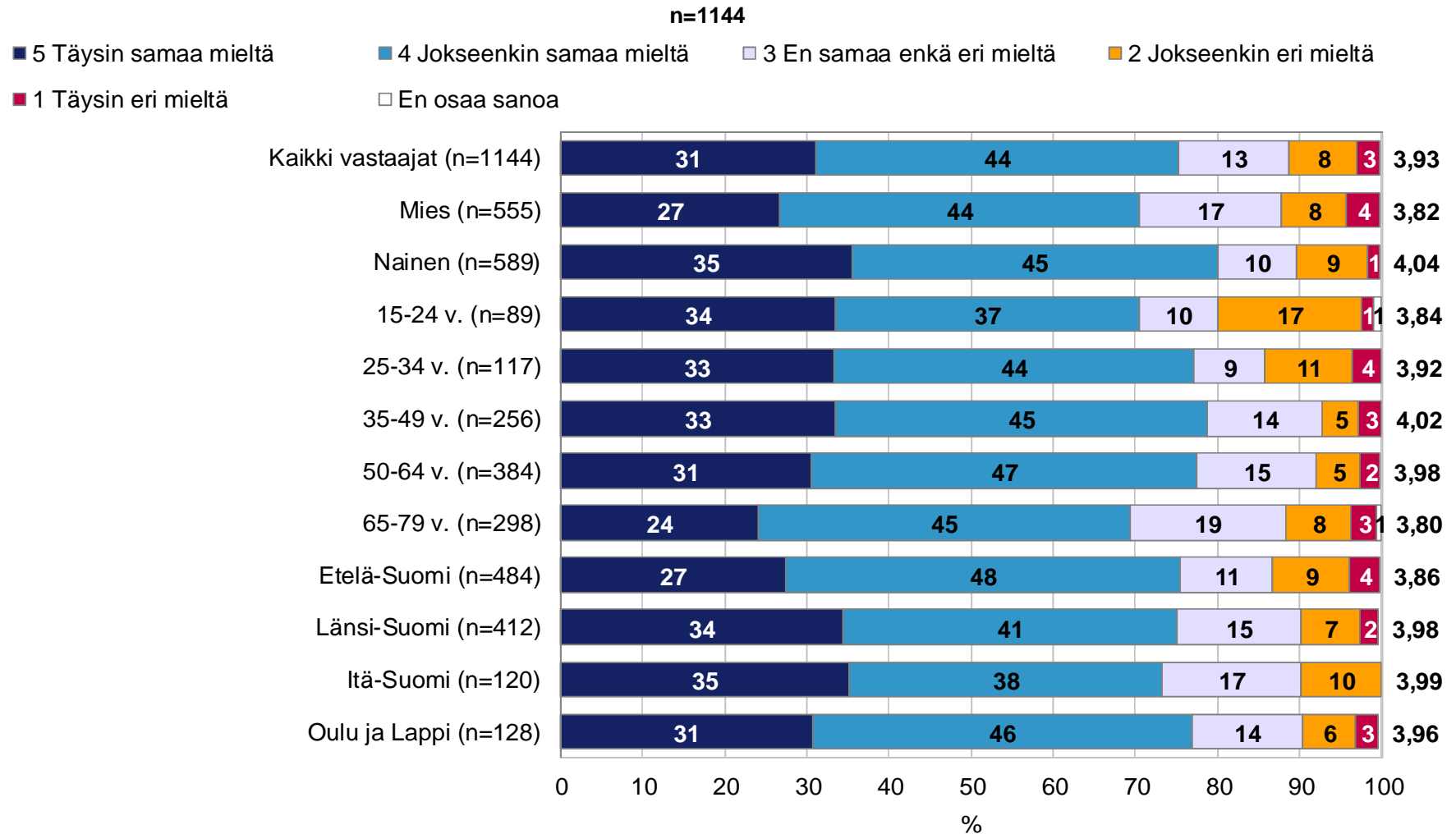
Joulu on minulle vuoden tärkein juhla

n=1144

- 5 Täysin samaa mieltä
- 4 Jokseenkin samaa mieltä
- 3 En samaa enkä eri mieltä
- 2 Jokseenkin eri mieltä
- 1 Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa



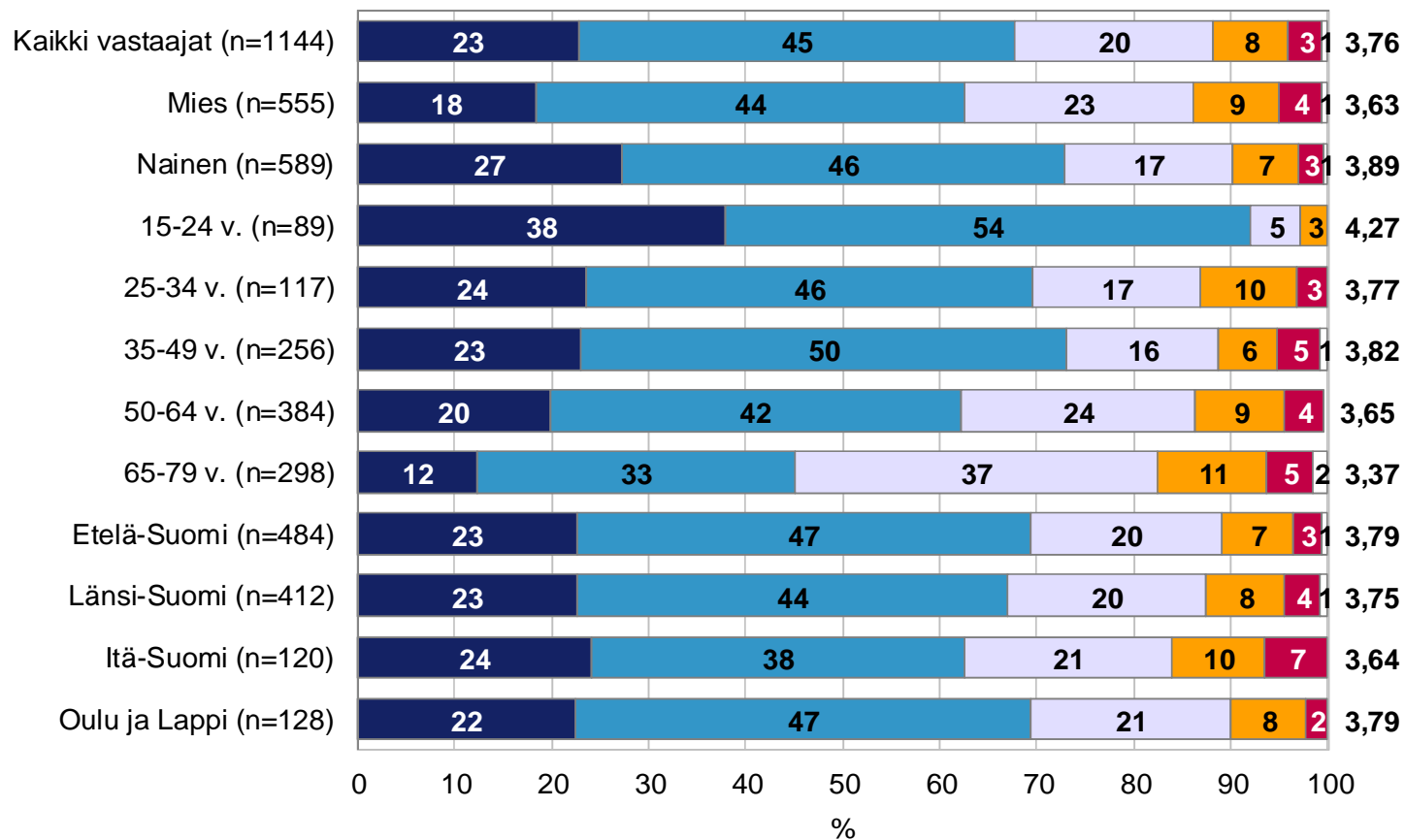
Joulunaika merkitsee minulle rauhoittumista arjen kiireiden keskellä



Joulussa erittäin tärkeätä on se, että voi viettää lomaa ja tehdä itselle mieluisia asioita

n=1144

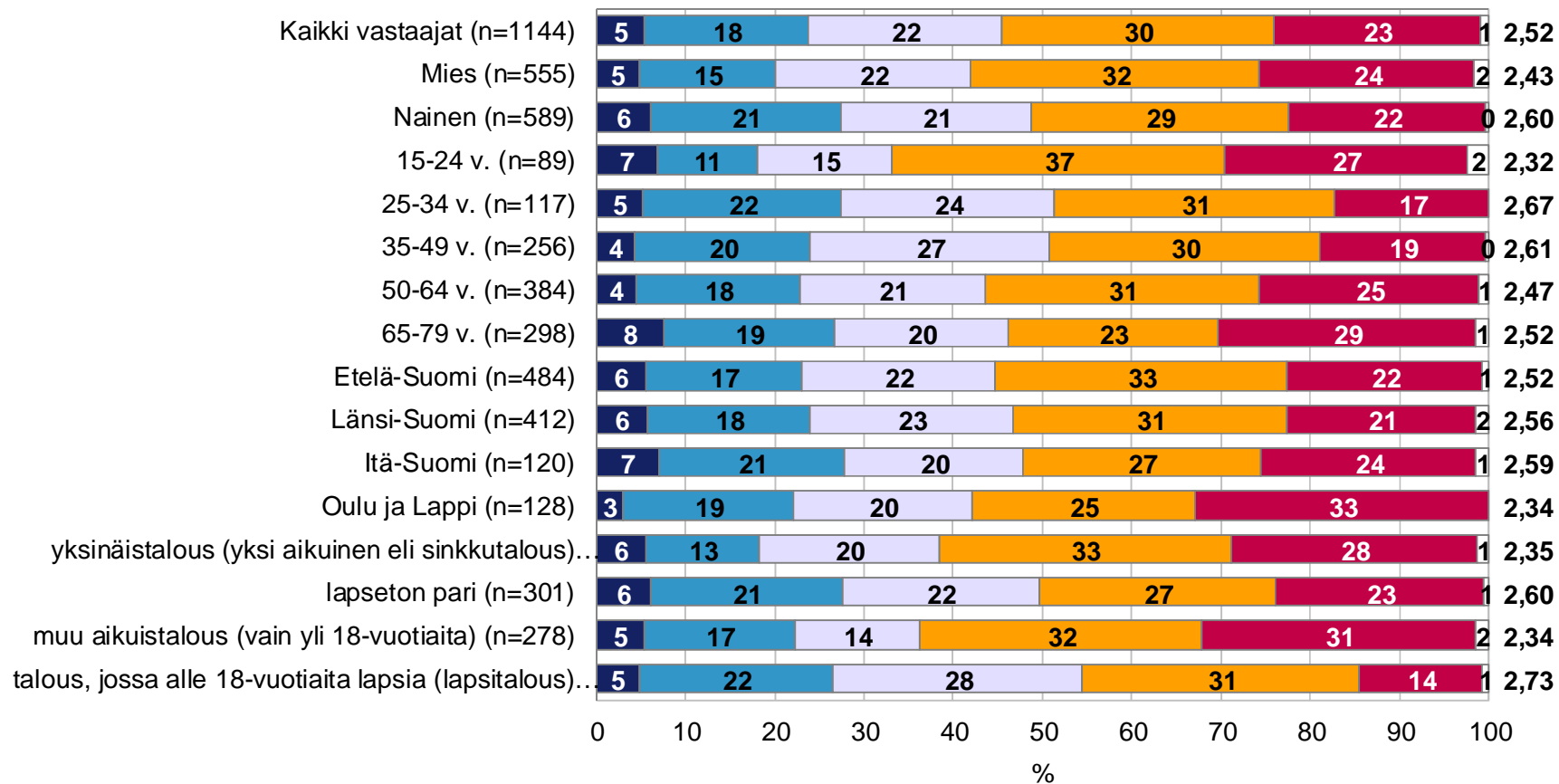
- 5 Täysin samaa mieltä
- 4 Jokseenkin samaa mieltä
- 3 En samaa enkä eri mieltä
- 2 Jokseenkin eri mieltä
- 1 Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa



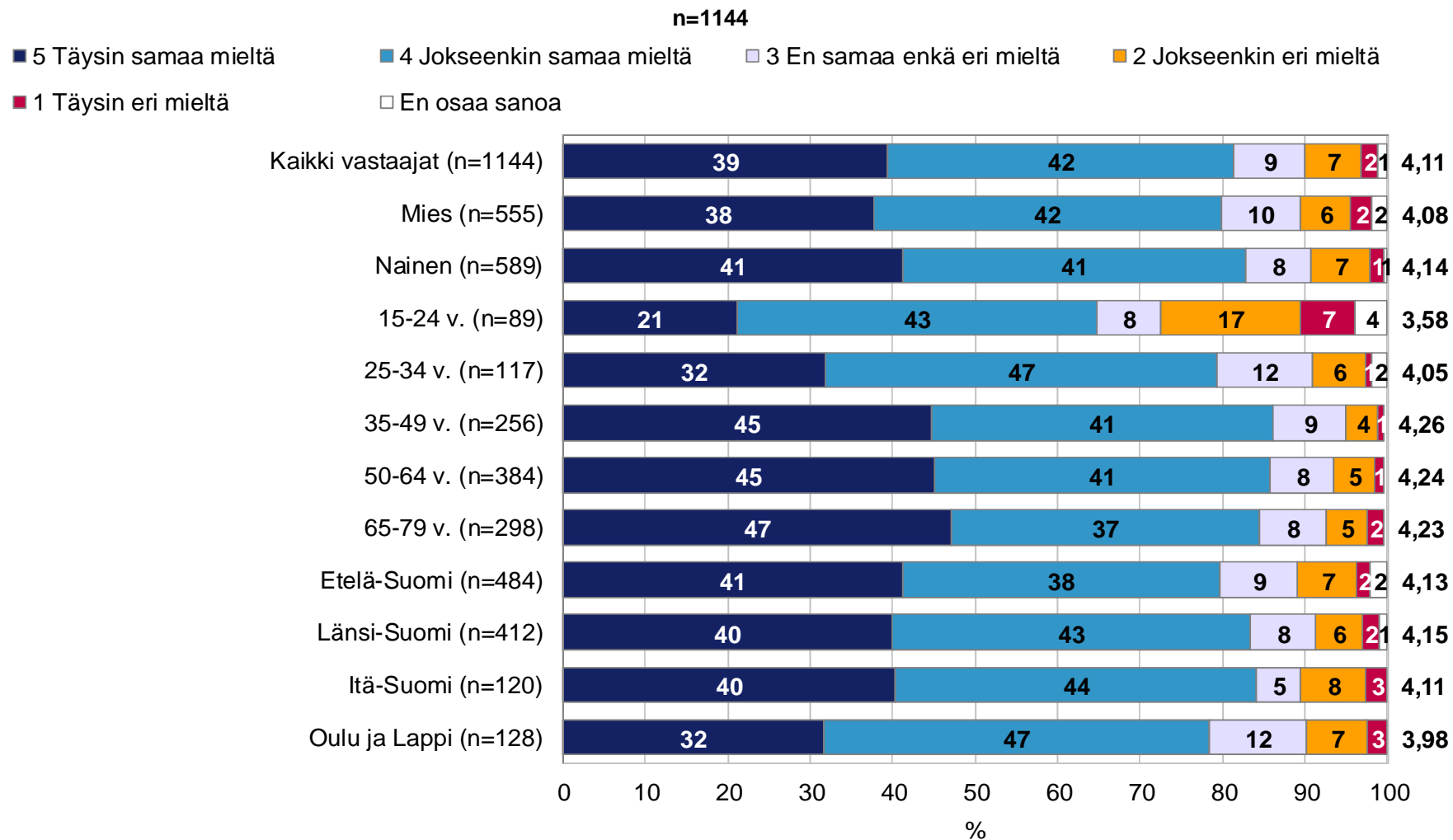
Joulunaika aiheuttaa minulle stressiä kaikkine siihen liittyvine velvollisuuksineen

n=1144

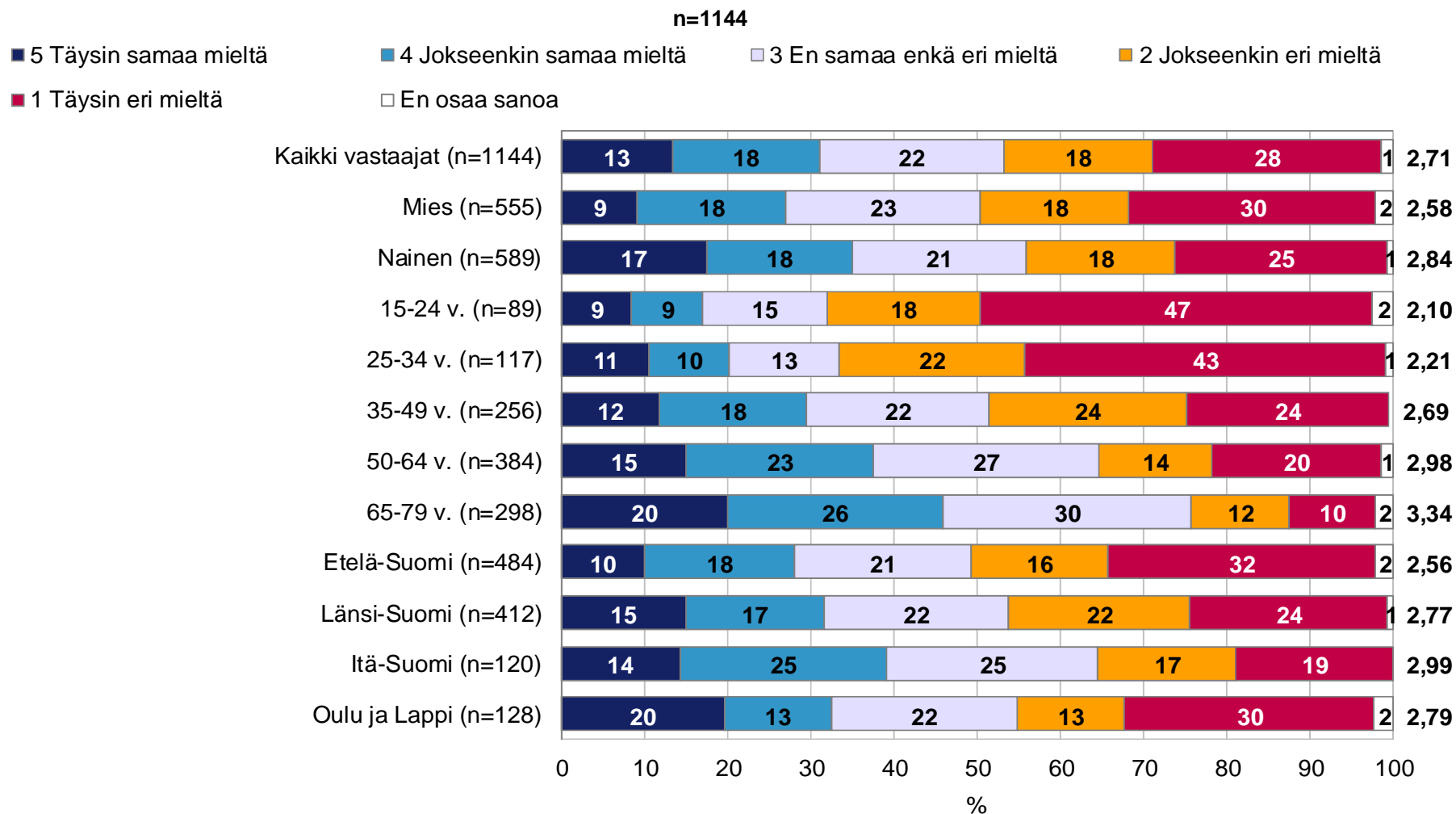
- 5 Täysin samaa mieltä
 ■ 4 Jokseenkin samaa mieltä
 ■ 3 En samaa enkä eri mieltä
 ■ 2 Jokseenkin eri mieltä
■ 1 Täysin eri mieltä
 □ En osaa sanoa



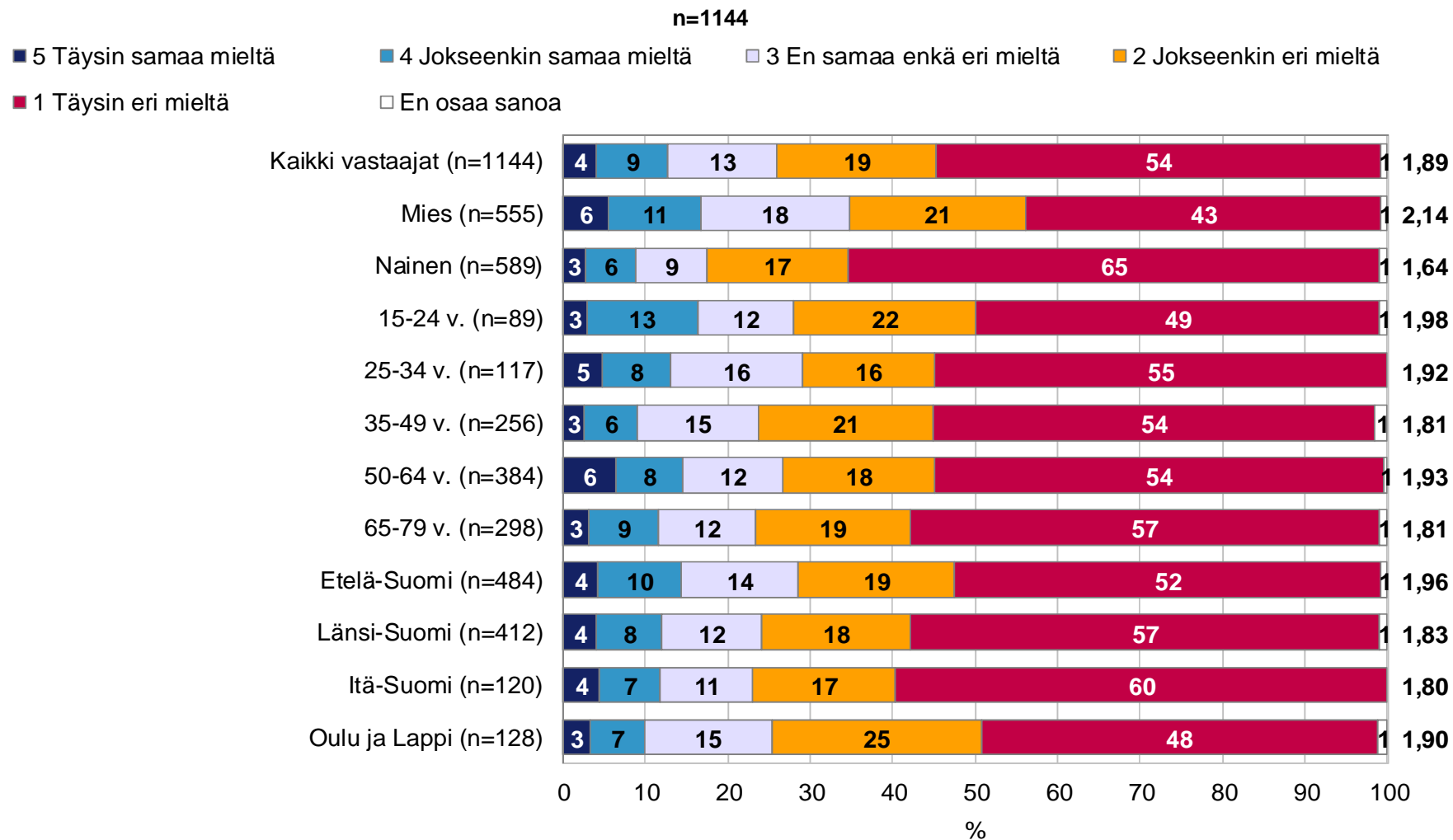
Joulunvietosta on tullut Suomessa liian kulutuskeskeistä



Joulussa minulle on erittäin tärkeää sen kristillinen sanoma



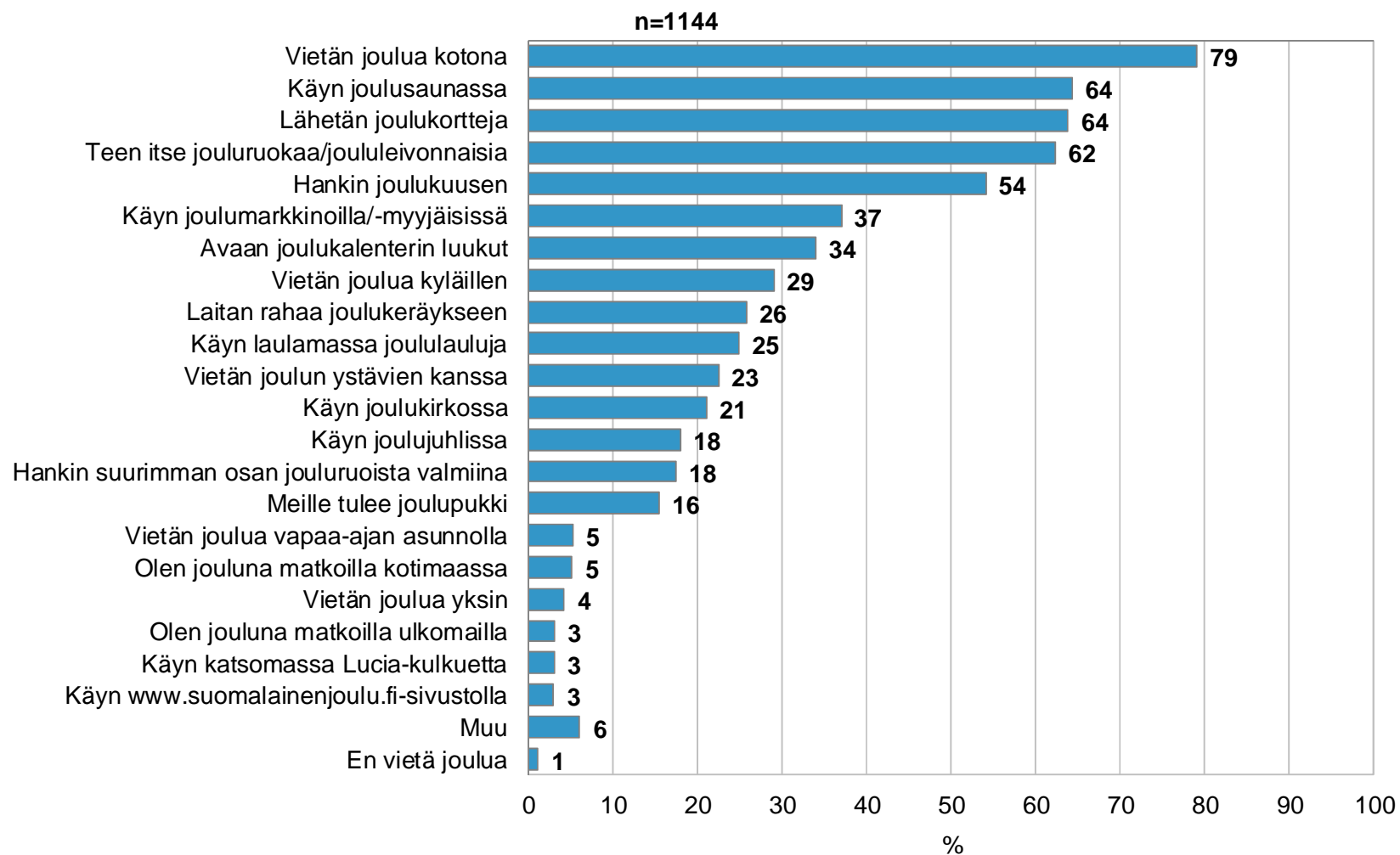
Joulunaika ei merkitse minulle mitään erityistä



SUOMALAISTEN JOULU

- Vastaajia pyydettiin merkitsemään annetusta listasta, mitkä asiat heihin pätee jouluna.
 - Useimmin valittu asia (80 %) oli joulun viettäminen kotona.
 - Kaksi kolmesta käy joulusaunassa, lähettää joulukortteja ja tekee itse jouluruokaa tai -leivonnaisia.
 - Harva matkustaa jouluna tai viettää joulua yksin.
 - Kolme prosenttia suomalaisista käy Internetin www.suomalainenjoulu.fi -sivustolla.

Suomalaisten jouluperinteet



SUOMALAISTEN JOULULAHJAT

- Vastaajia pyydettiin merkitsemään annetusta listasta enintään viisi sellaista asiaa*, joita haluaa antaa lahjaksi tänä jouluna.
 - Suomalaiset antavat lahjaksi mieluiten kirjoja tai lehtiä (44 %)
 - Lähes yhtä suosittua on antaa lahjaksi herkkuja tai ruokaan liittyviä lahjoja (41 %).
 - Suomalaiset antavat mielellään myös itse tehtyjä tuotteita tai palveluita sekä lahjakortteja hemmotteluun tai terveyteen liittyen (37 %).
 - Vähiten suosittuja lahjoja ovat matkalahjakortit (8 %) tai liikuntaan ja urheiluun liittyvät lahjakortit (9 %).
 - 7 % suomalaisista ei anna joululahjoja lainkaan.

* Vastaajia pyydettiin miettimään lahjansaajana aikuista ihmistä. Sen tähden listalta jätettiin pois lelut, jotka toki ovat hyvin yleinen joululahja.

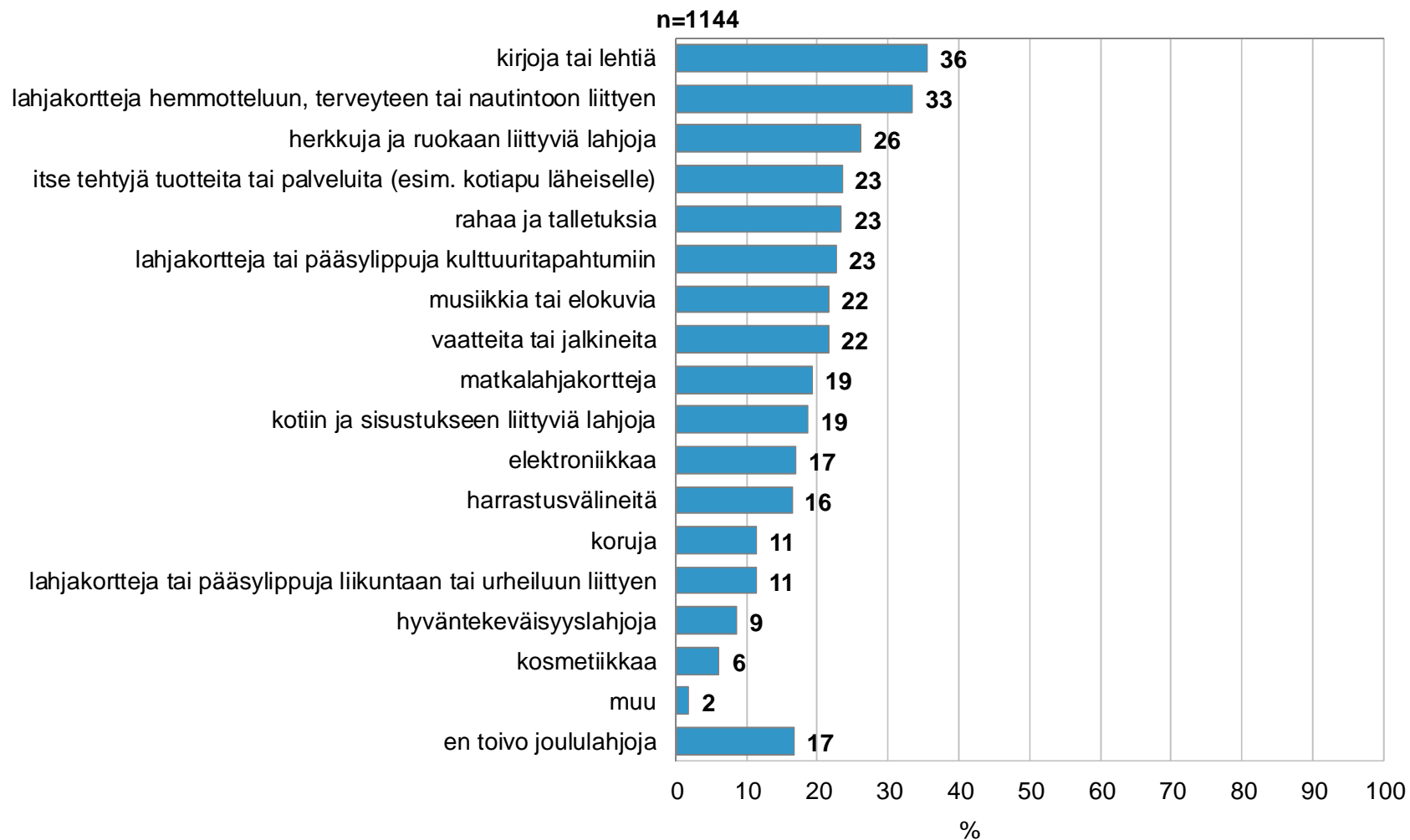
Mitä seuraavista asioista haluaisit antaa joululahjaksi tänä vuonna? Valitse enintään viisi tärkeintä



SUOMALAISTEN JOULULAHJAT

- Vastaajia pyydettiin merkitsemään annetusta listasta enintään viisi sellaista asiaa, joita haluaa saada lahjaksi tänä jouluna.
 - Suomalaiset myös haluavat saada lahjaksi mieluiten kirjoja tai lehtiä (36 %).
 - Mieluisia lahjoja ovat myös lahjakortit hemmotteluun ja terveyteen liittyen (33 %).
 - Jopa 17 % suomalaisista ei toivo joululahjoja lainkaan.
 - Vähiten mieluisia lahjoja ovat kosmetiikkaa (6 %) ja hyväntekeväisyyslahjat (9 %).

Mitä seuraavista asioista haluaisit saada joululahjaksi tänä vuonna? Valitse enintään viisi tärkeintä



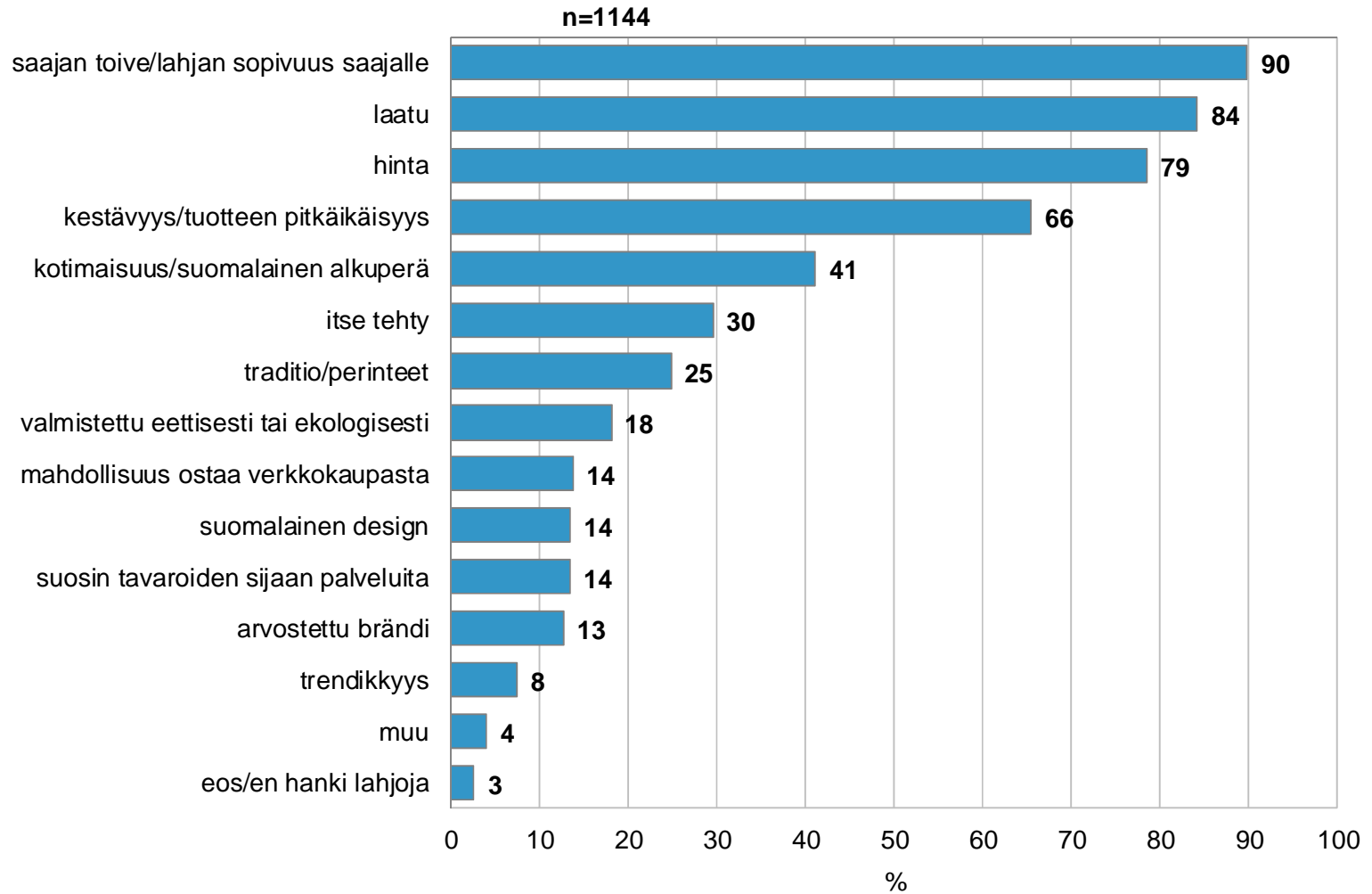
JOULULAHJOJEN OSTOON VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

- Vastaajia pyydettiin merkitsemään annetusta listasta enintään viisi tärkeintä asiaa, jotka vaikuttavat joululahjojen ostopäätökseen.
 - Selvästi tärkeimmät tekijät ovat saajan toive/sopivuus lahjan saajalle (90 %), laatu (84 %) ja hinta (79 %).
 - Suomalaiset pitävät tärkeänä myös lahjojen kestävyyttä/pitkäikäisyyttä (66 %).
 - Kotimaisuus on myös verrattain tärkeä ostokriteeri (41 %)
 - Lahjan tuotantoon liittyvä ekologisuus tai eettisyys ei ole kovin tärkeä asia suomalaisten mielestä (18 %).
 - Trendikkyys on listalla alimmaisena (8 %).
- Verrattuna viime vuoden tutkimustuloksiin lahjan suomalainen alkuperä mainitaan nyt useammin ostokriteerinä.

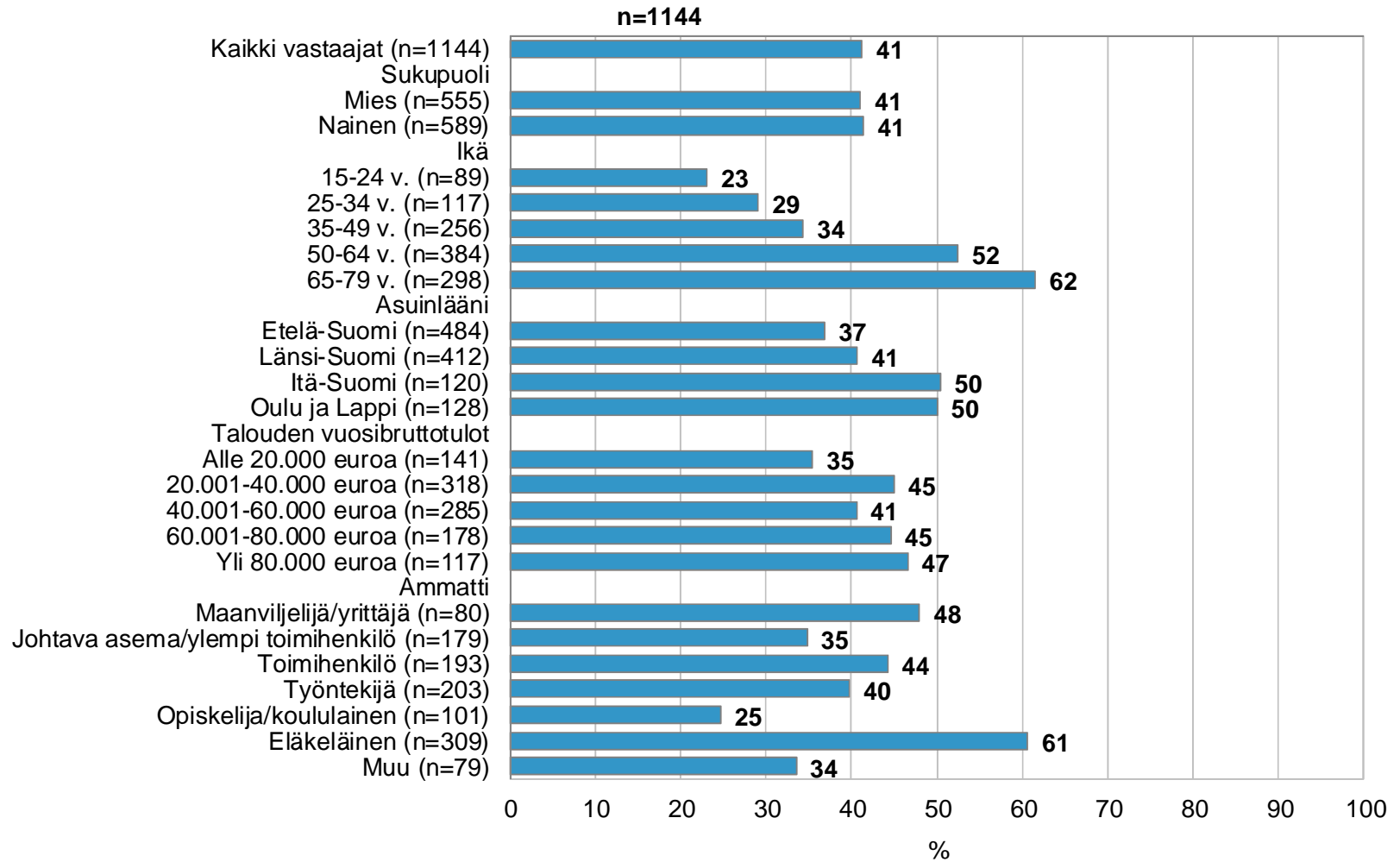
JOULULAHJOJEN OSTOON VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

- Kotimaisuus/suomalainen alkuperä on keskimääräistä selvästi merkittävämpi tekijä ostopäätöksissä:
 - Yli 50-vuotiaille ja erityisesti yli 65-vuotialle
 - Itä-Suomessa ja Oulun/Lapin läänissä asuville
 - Yli 60-000EUR talouksissa asuville
- Suomalainen design on keskimääräistä selvästi merkittävämpi tekijä ostopäätöksissä:
 - Yli 50-vuotiaille
 - Yrittäjille
- Tuotteen ekologisuus ja eettisyys on selvästi keskimääräistä merkittävämpi tekijä ostopäätöksissä:
 - 15-24-vuotiaille
- Palveluita tavaroiden sijaan suosii keskimääräistä useimmin:
 - Naiset
 - 25-34-vuotiaat
 - Varakkain osa väestöstä (siksi myös ylemmät toimihenkilöt ja johtavassa asemassa olevat)

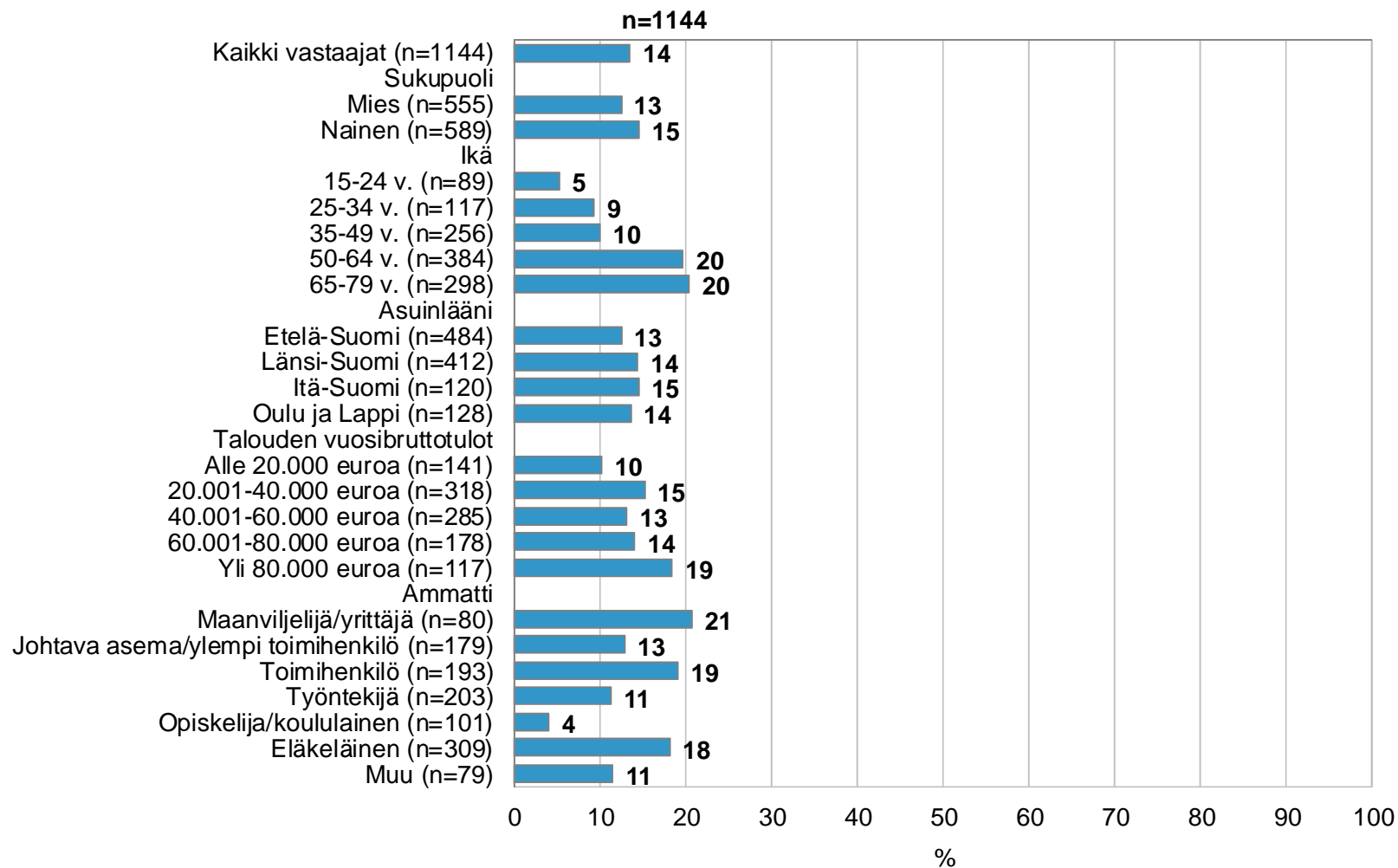
Mitkä asiat vaikuttavat ostopäätökseen joululahjahankintoja tehdessäsi?



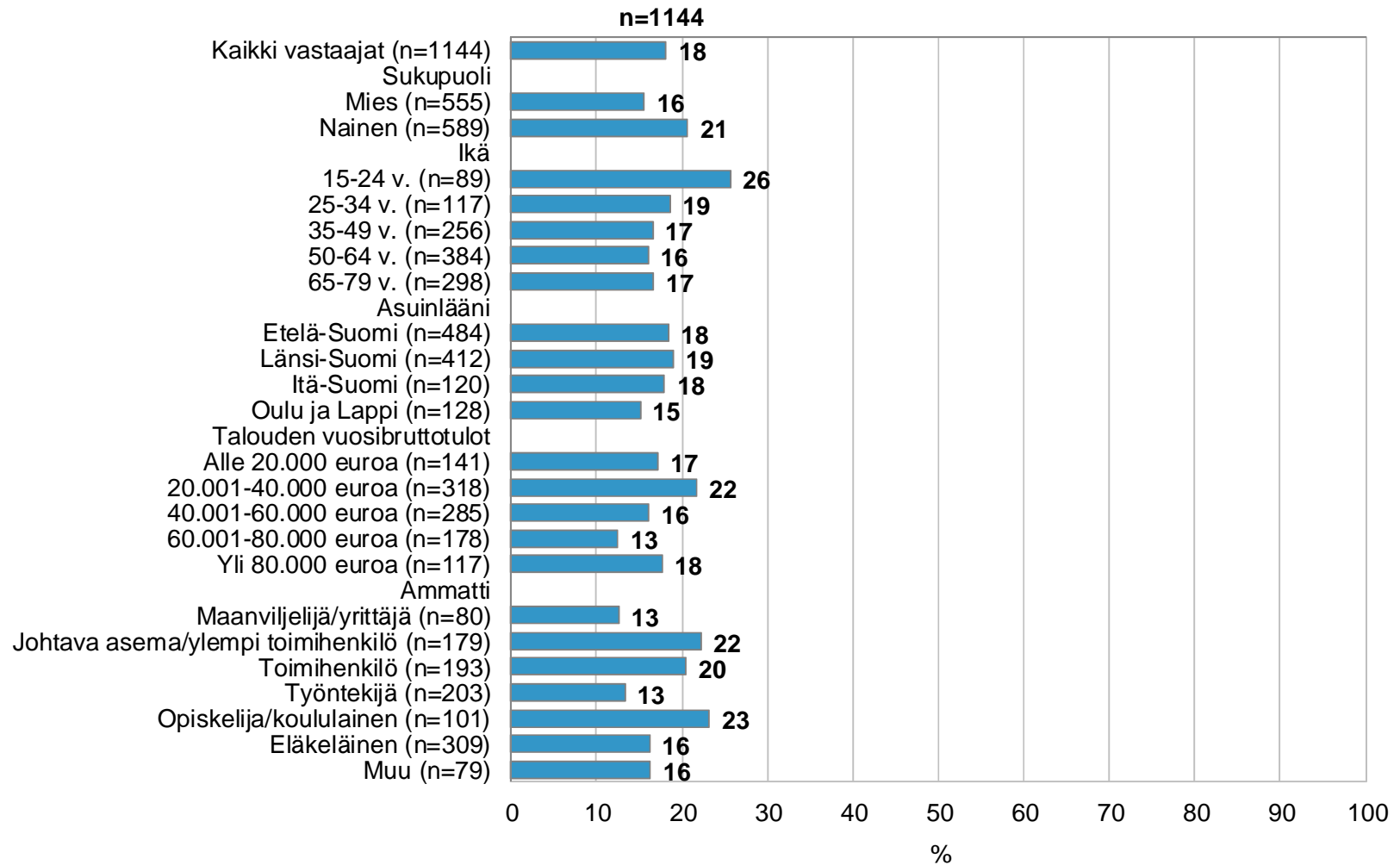
Kotimaisuus/suomalainen alkuperä vaikuttaa joululahjahankinnassa



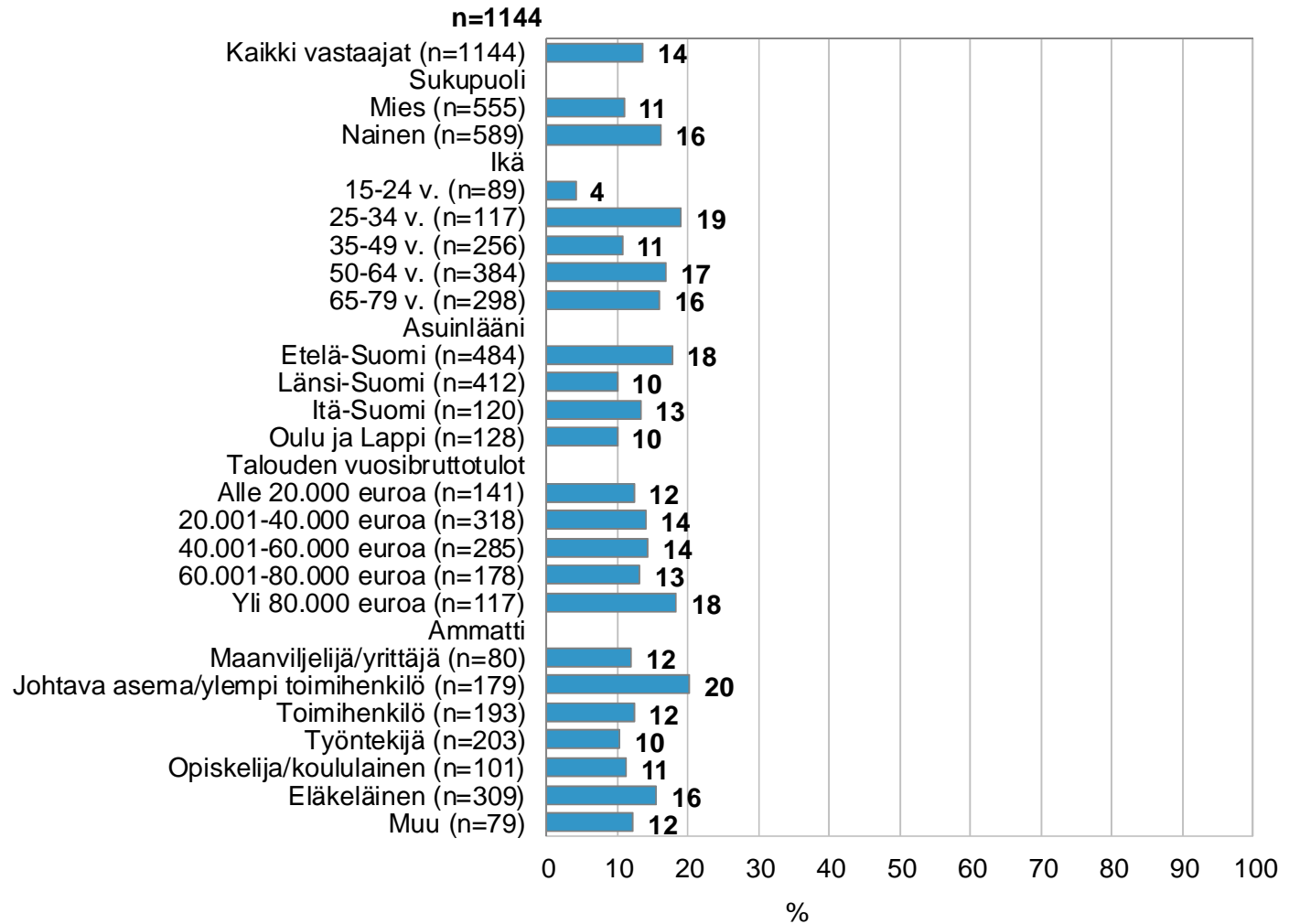
Suomalainen design vaikuttaa joululahjahankinnassa



Eettisyys ja ekologisuus vaikuttaa joululahjankinnassa



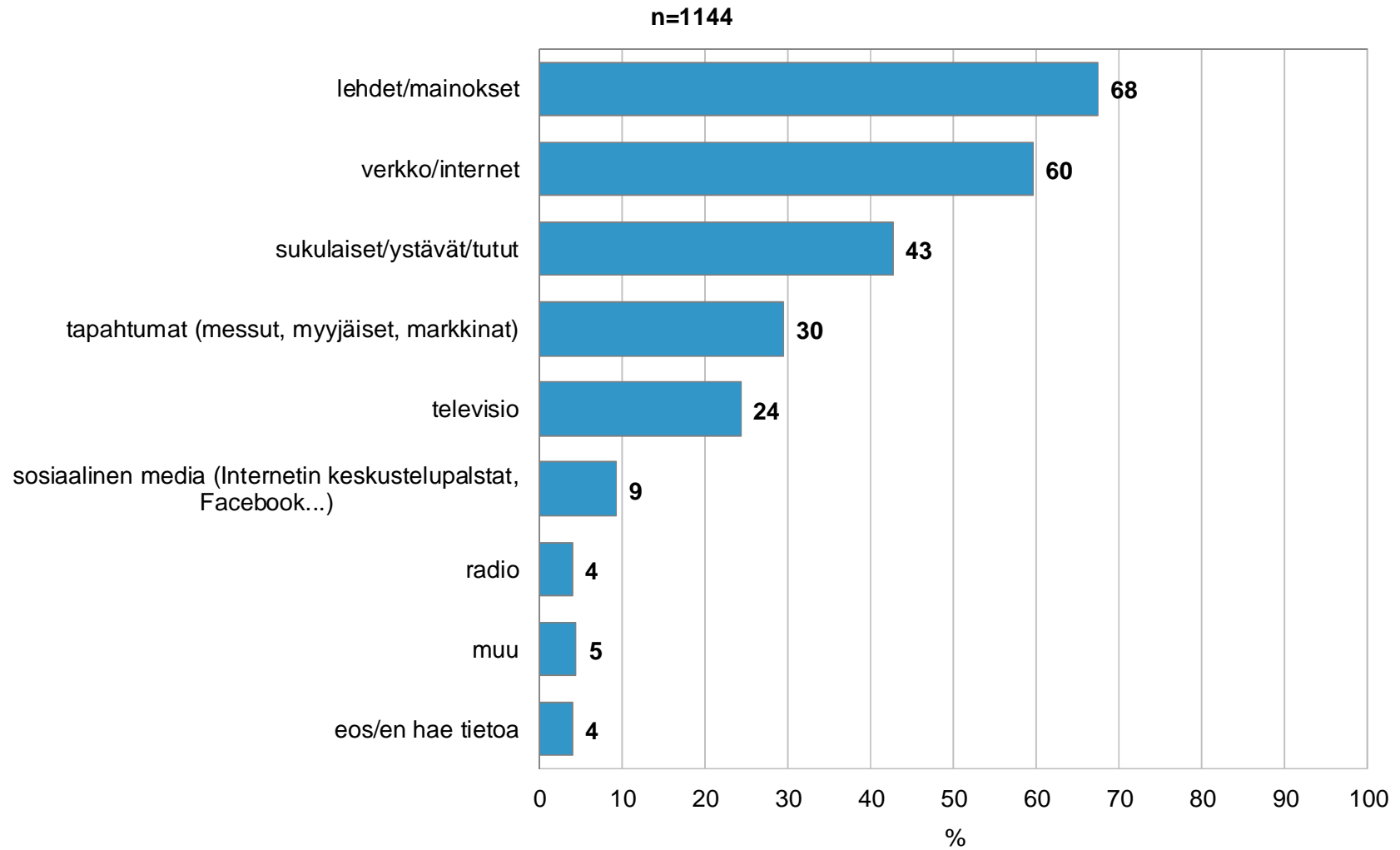
Suosii tavaroiden sijaan palveluita joululahjahankinnassa



JOULULAHJAOSTOSTEN TIETOLÄHTEET

- Vastaajille näytettiin listaa eri tietolähteistä ja pyydettiin merkitsemään ne vaihtoehdot, joista hakevat tietoa joululahjaostoksia varten.
- Lehdet ja mainokset on tärkein suomalaisten tietolähde.
 - Lehdet ja mainokset ovat keskimääräistä tärkeämpiä yli 65-vuotiaille,
- Internet on tietolähteenä selvä kakkonen.
 - 80 % 15-24-vuotiasta ja 75 % 25-34-vuotiasta pitää Internetiä tietolähteenään.
 - Vain 31 % 65-79-vuotiaista pitää nettiä joululahjaostosten tietolähteenä.
- Jo selvästi harvemmin tietoa haetaan ystävien/sukulaisten/tuttujen kautta.
- Lähes joka kolmannelle myös tapahtumat (messut, markkinat, myyjäiset) ovat tärkeitä ideoiden lähteitä.
- Sosiaalinen media on tärkeä vain joka kymmenennelle.
 - 15-24-vuotiasta 25 % pitää sosiaalista mediaa joululahjaostosten tietolähteenä.

Mistä haet tietoa eri joululahjavaihtoehdoista?



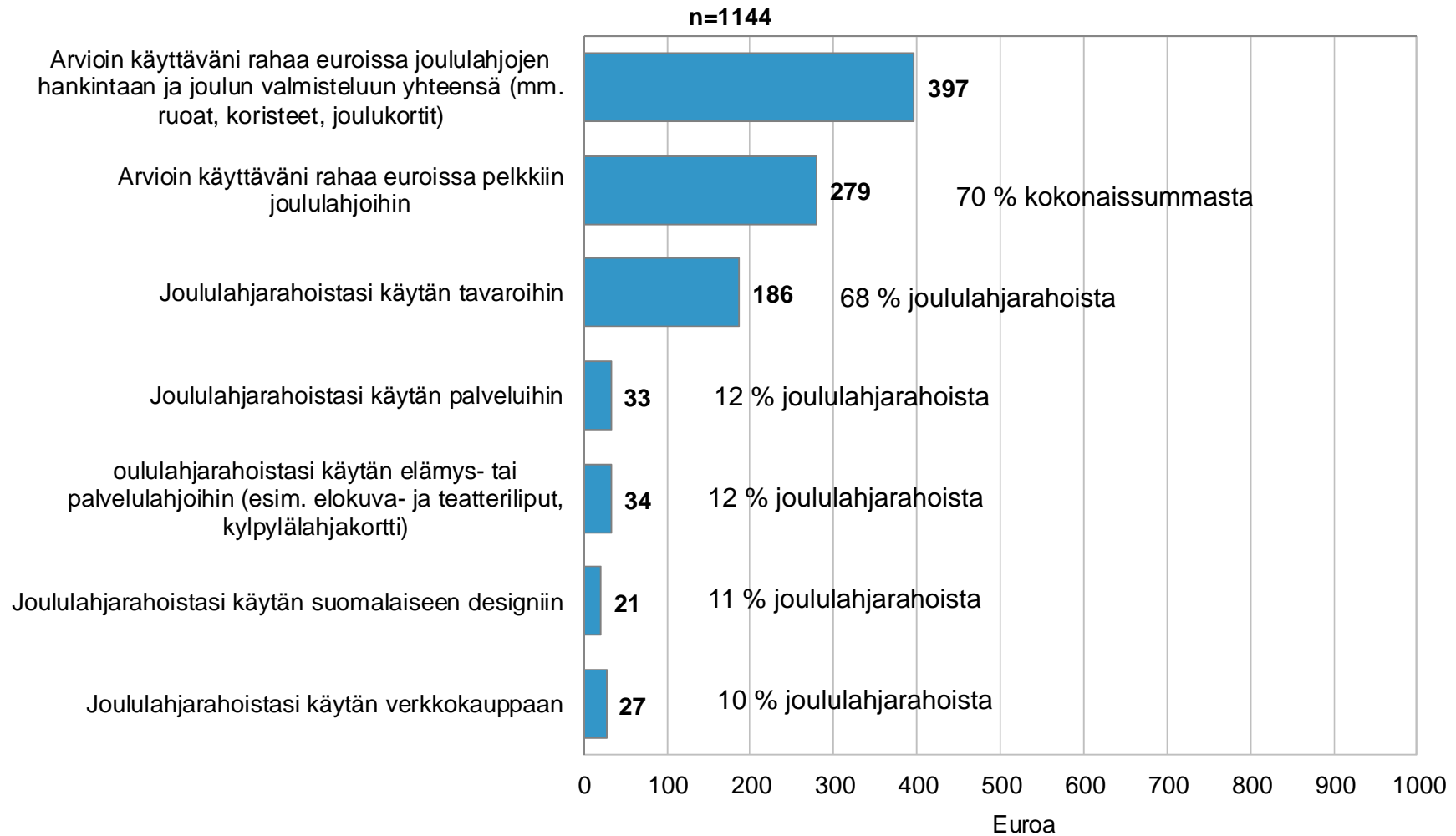
RAHANKÄYTTÖ JOULUNA

- Vastaajilta tiedusteltiin rahankäyttöä jouluna. Heitä pyydettiin arvioimaan, kuinka paljon euroja he käyttävät seuraaviin asioihin:
 - joululahjojen hankintaan ja joulun valmisteluun yhteensä (mm. ruoat, koristeet, joulukortit)
 - pelkkiin joululahjoihin
 - tavarajoululahjoihin
 - palvelujoululahjoihin
 - elämys- tai palvelulahjoihin (esim. elokuva- ja teatteriliput, kylpylälahjakortti)
 - suomalaiseen designiin
 - verkkokauppaan

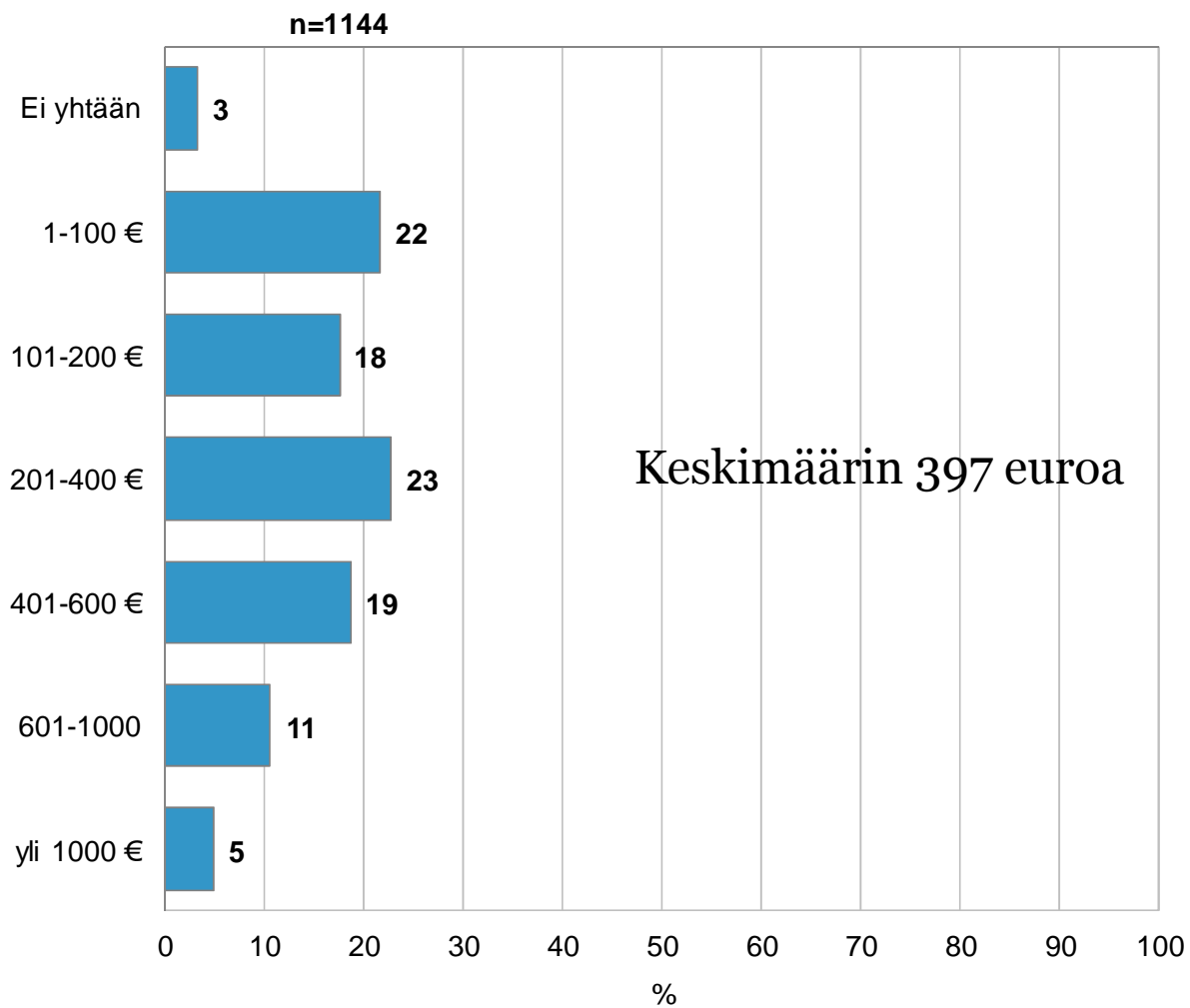
RAHANKÄYTTÖ JOULUNA

- Suomalaiset arvioivat käyttävänsä tänä vuonna rahaa jouluun liittyen keskimäärin 397 euroa.
- Pelkkiin joululahjoihin käytetään 279 euroa, joista pelkkien tavaroiden osuus on 186 euroa.
- Palveluihin käytetään ja 33 euroa ja elämyslahjoihin käytetään 34 euroa.
- Suomalaiseen designiin arvioidaan käytettävän 21 euroa.
- Verkkokauppaan käytetään 27 euroa.

Arvioin käyttäväni rahaa euroissa joululahjojen hankintaan ja joulun valmisteluun yhteensä (mm. ruoat, koristeet, joulukortit)



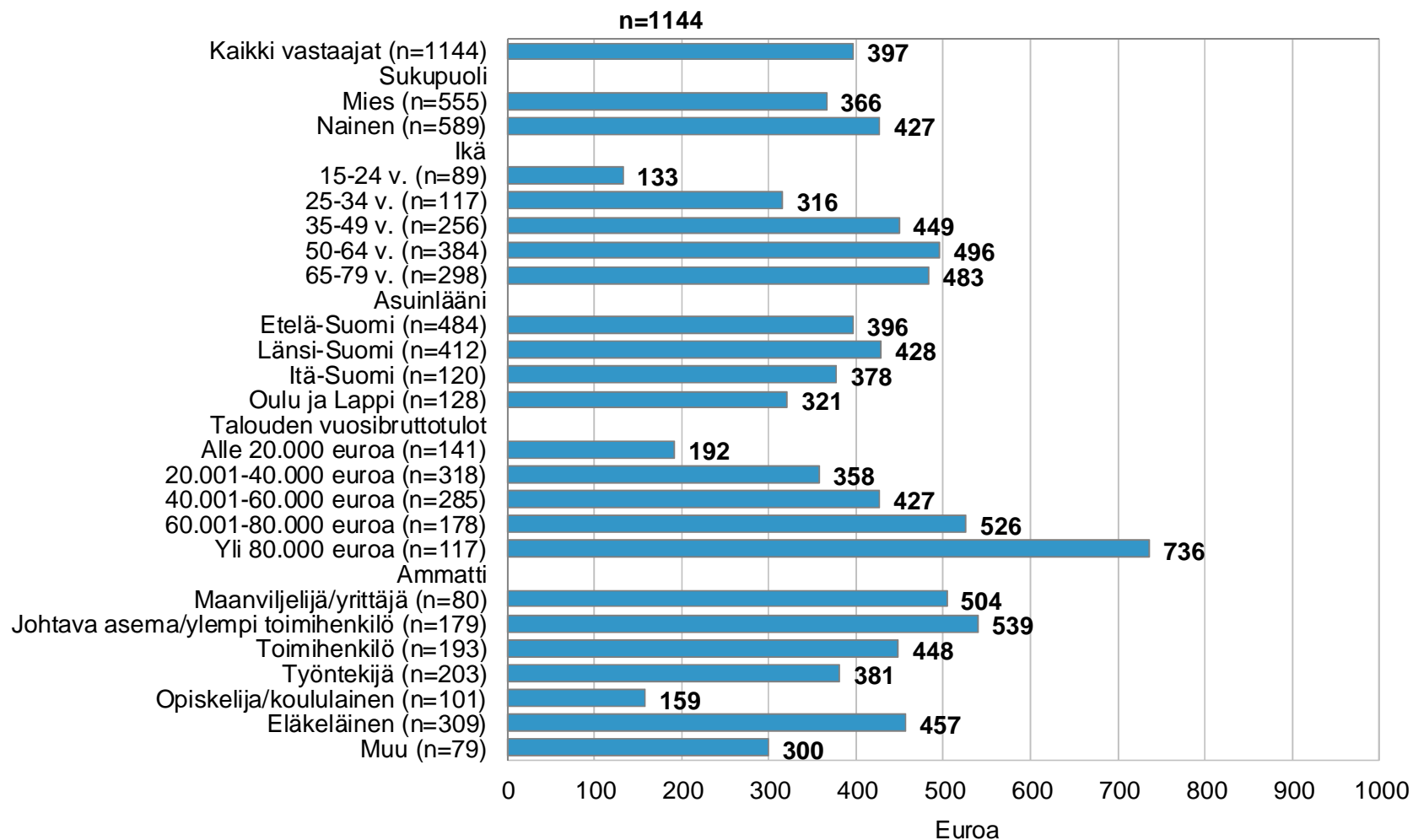
Paljonko käyttää rahaa joululahjoihin ja jouluun



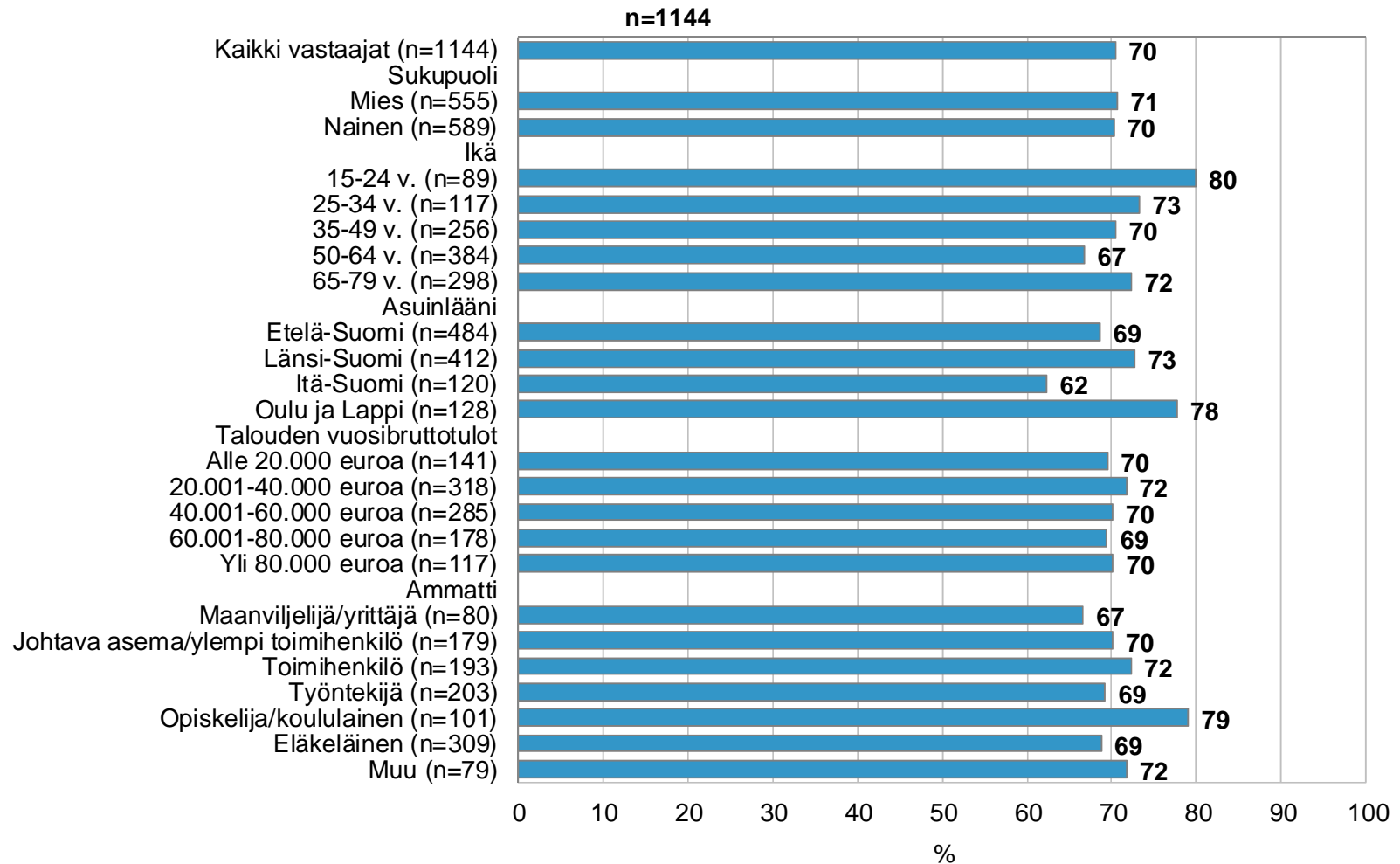
RAHANKÄYTTÖ JOULUNA

- Rahankäyttö korreloi voimakkaasti talouden tulojen kanssa: mitä suuremmat tulot, sitä enemmän jouluna käytetään rahaa.
- Eniten rahaa käytetään ikäluokassa 50-64-vuotiaat ja Länsi-Suomessa.
- 70 % joulun rahoista kuluu joululahjoihin
 - 15-24-vuotiailla joulun rahoista lahjoihin menee 80 %
- 67 % joululahjarahoista käytetään tavaroihin
 - Keskimääräistä suuremman osuuden tavaroihin käyttävät miehet ja pohjoissuomalaiset
- 18 % joululahjarahoista menee palveluihin ja 18 % elämispalveluihin
 - Elämispalveluihin keskimääräistä suuremman osuuden käyttävät naiset ja 25-34-vuotiaat
- 11 % joululahjarahoista käytetään suomalaiseen designiin
 - Keskimääräistä suuremman osuuden käyttävät naiset ja 50-64-vuotiaat
- 15 % joululahjarahoista käytetään verkkokauppaan
 - Keskimääräistä suuremman osuuden käyttävät 25-49-vuotiaat, alle 20.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat sekä yrittäjät

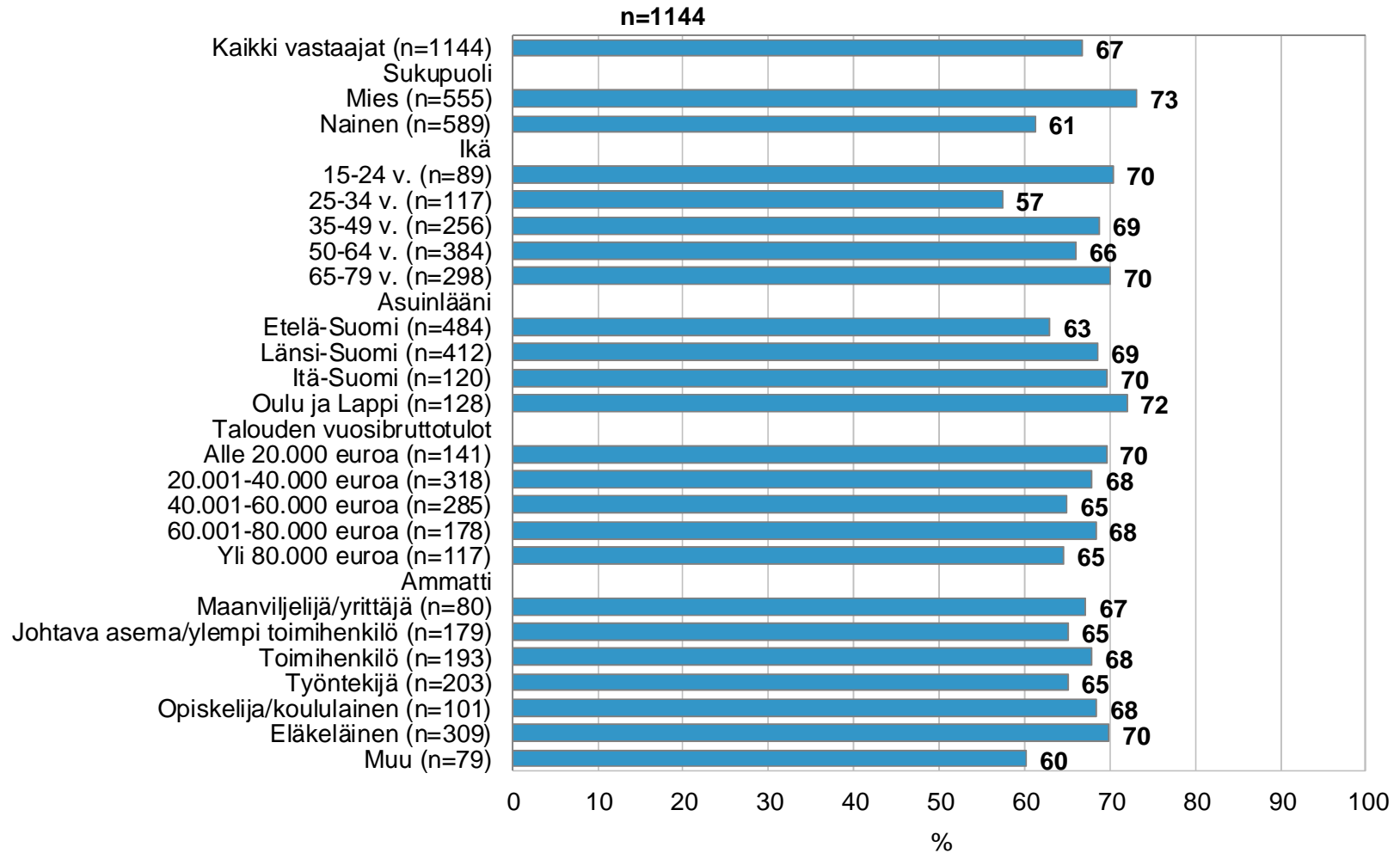
Arvioin käyttäväni rahaa euroissa joululahjojen hankintaan ja joulun valmisteluun yhteensä (mm. ruoat, koristeet, joulukortit)



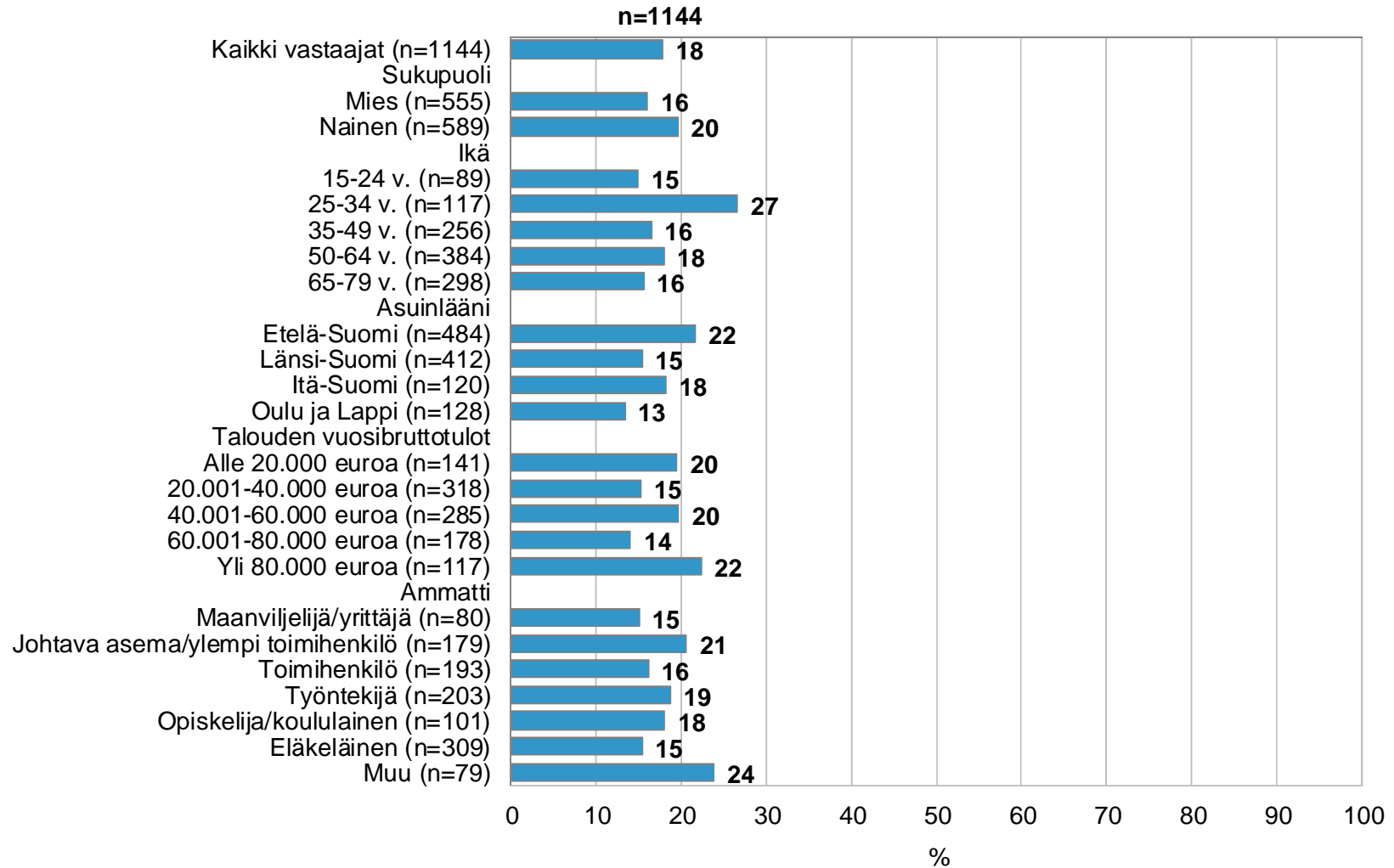
Kuinka suuri osuus joulun rahoista kuluu joululahjoihin



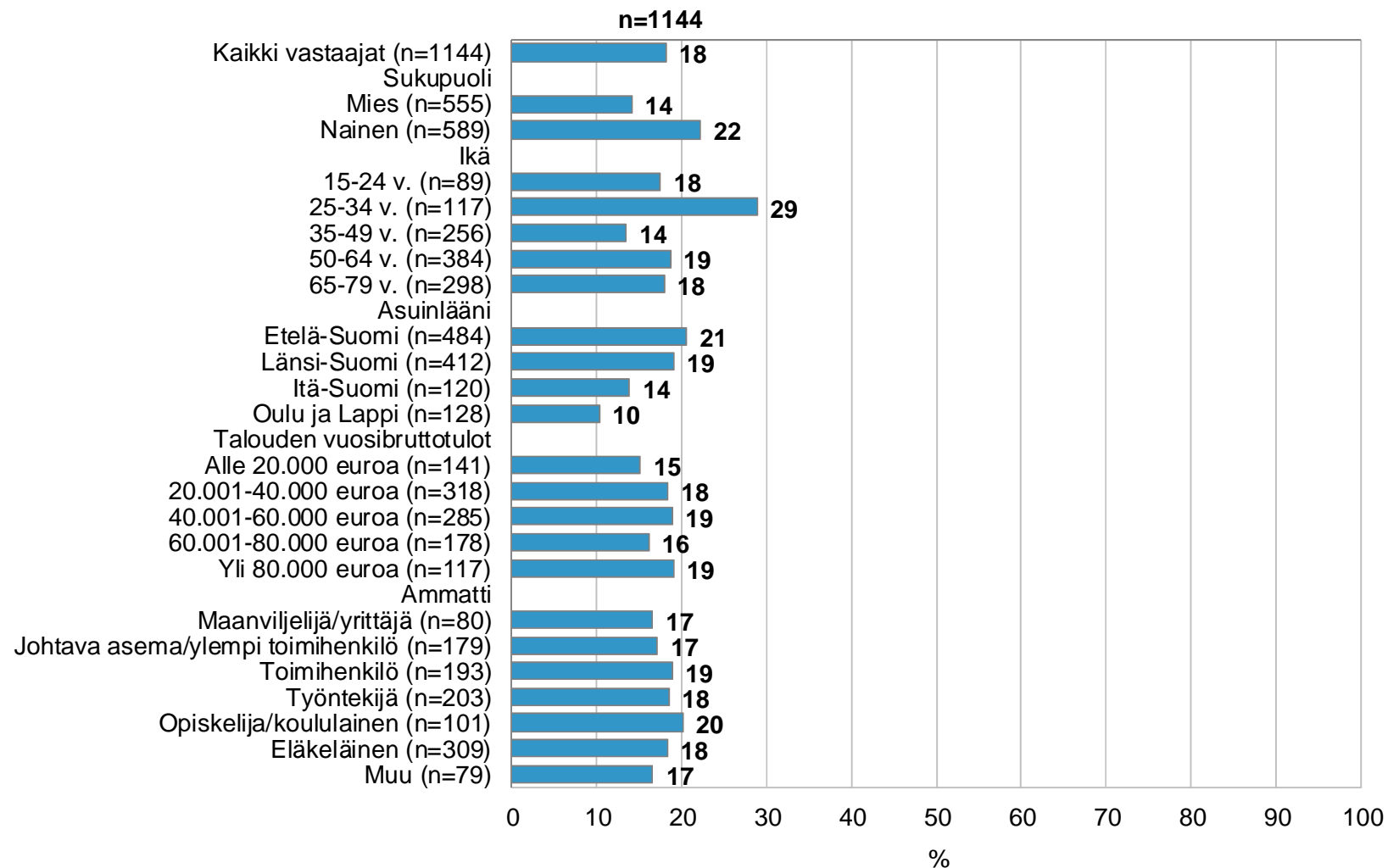
Kuinka suuri osuus joululahjaroista kuluu tavaroihin



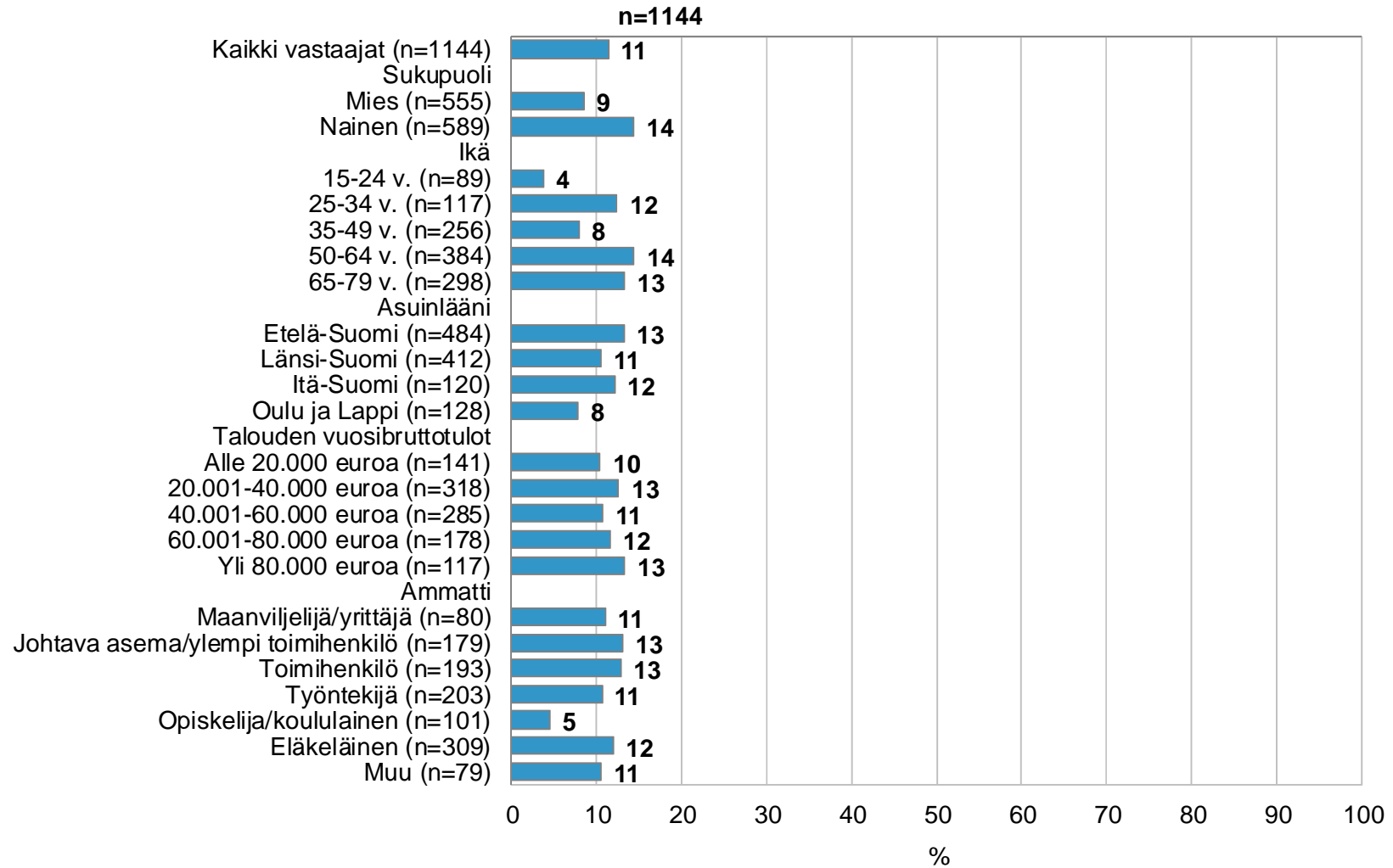
Kuinka suuri osuus joululahjaroista kuluu palveluihin



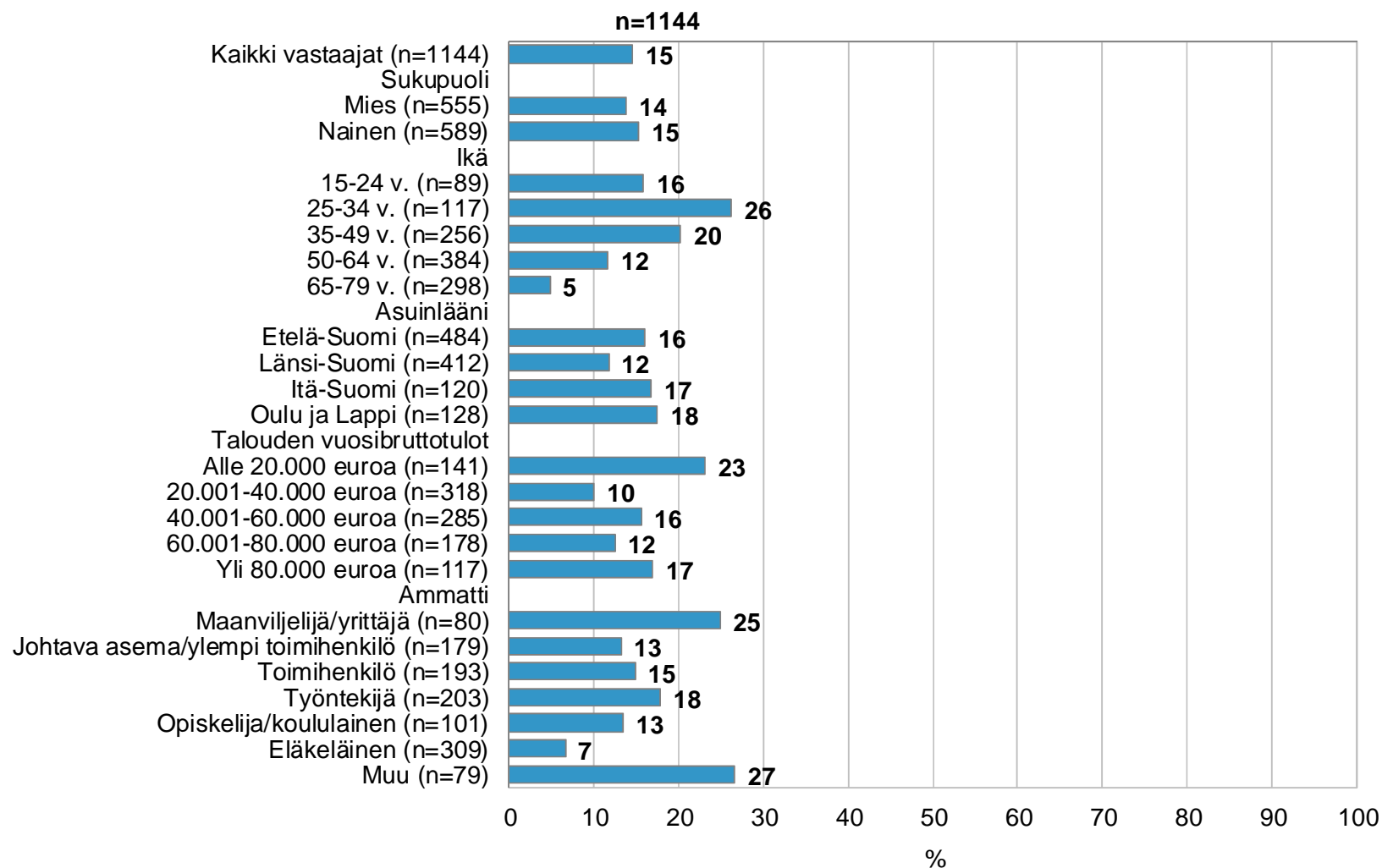
Kuinka suuri osuus joululahjaroista kuluu elämispalveluihin



Kuinka suuri osuus joululahjaroista kuluu suomalaiseen designiin



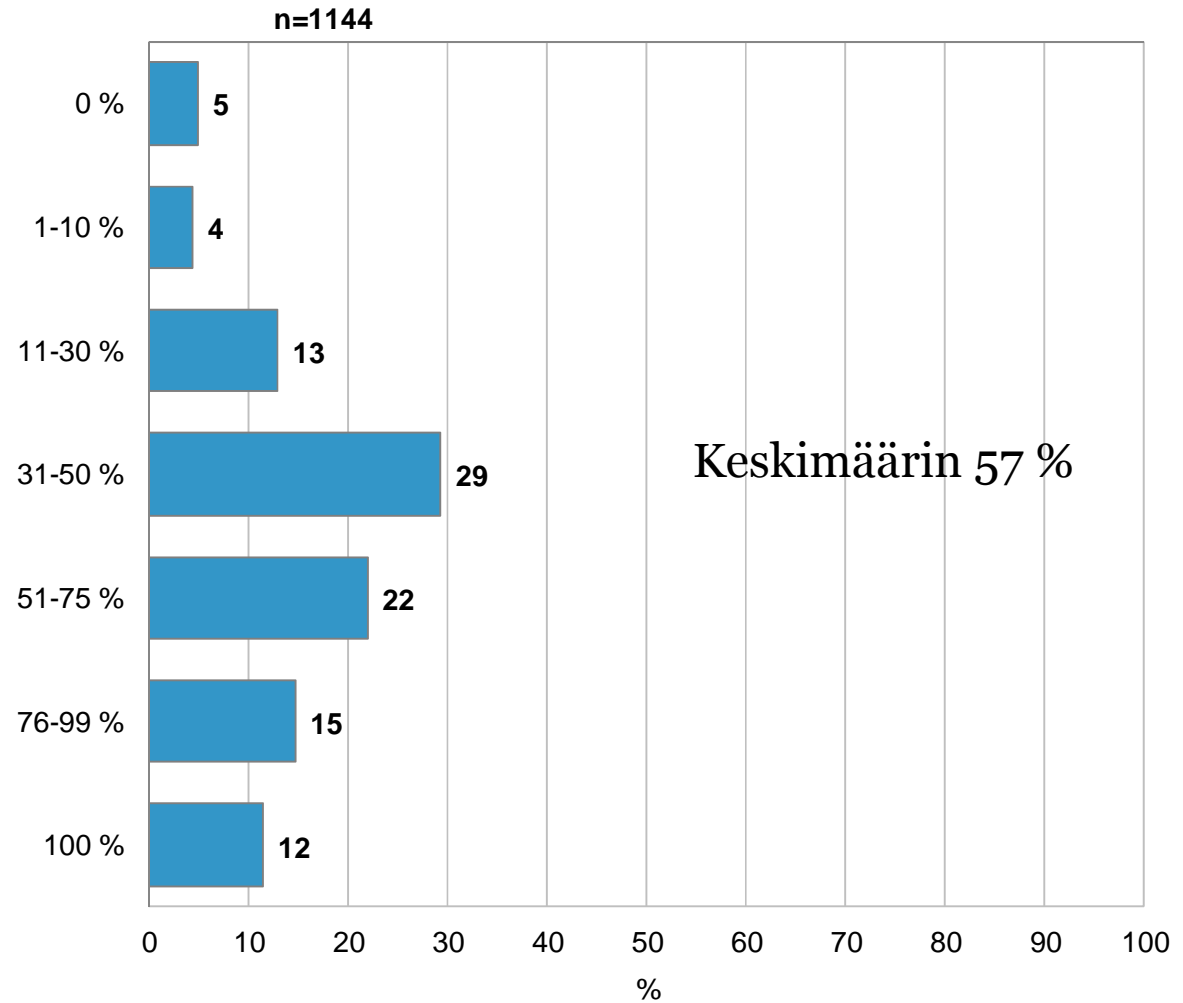
Kuinka suuri osuus joululahjaroista kuluu verkkokauppaan



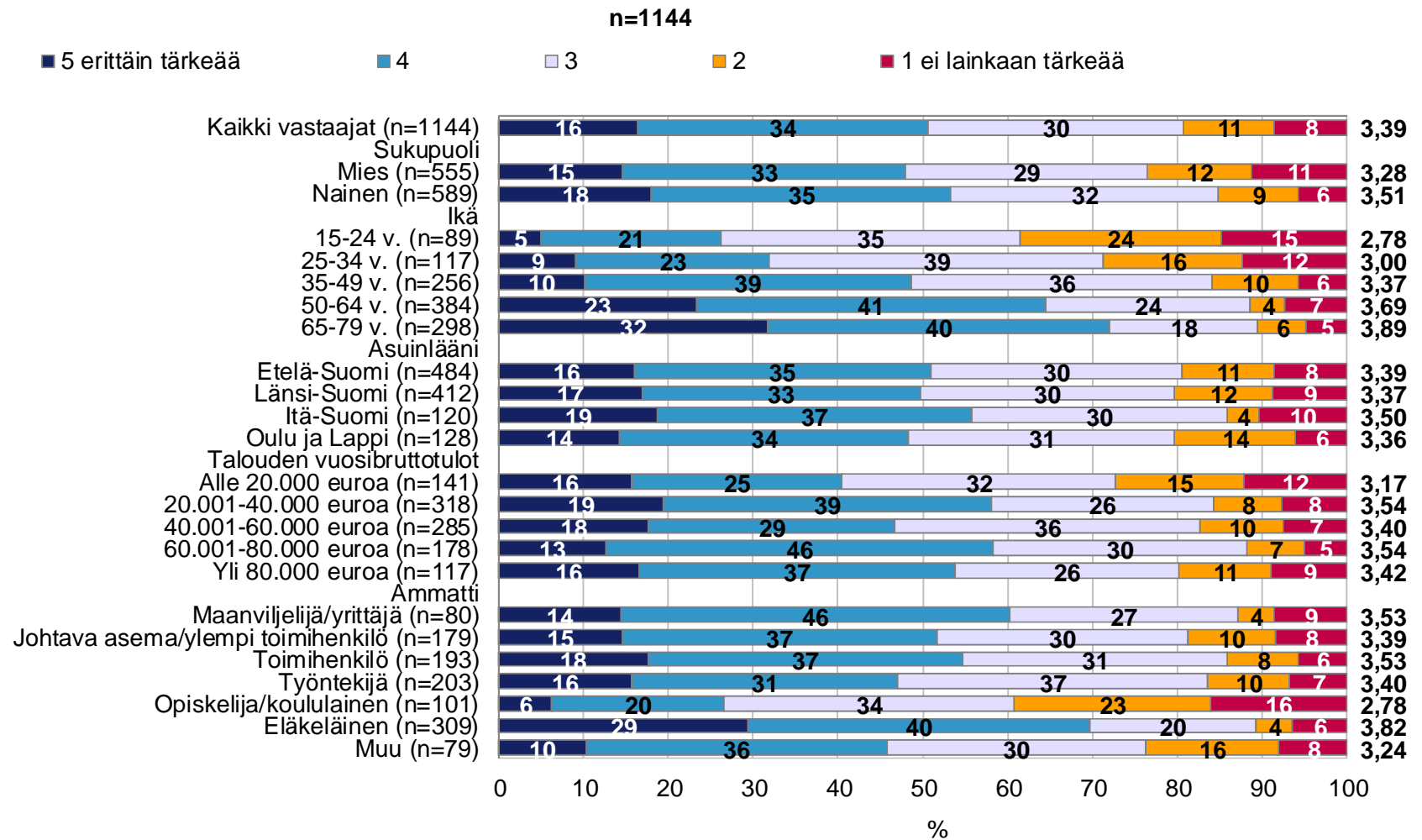
SUOMALAISTEN TUOTTEIDEN JA PALVELUIDEN OSUUS

- Vastaajia pyydettiin arvioimaan kuinka suuri osuus jouluun liittyvistä hankinnoista on kotimaisia.
- Keskimäärin 57 % hankinnoista arvioidaan olevan kotimaisia.
 - Mitä vanhempi vastaaja, sitä suurempi osuus hankinnoista on kotimaisia.
 - Muita mainittavia taustaryhmäkohtaisia eroja ei ole.
- Vastaajilta tiedusteltiin lisäksi 5-portaisella asteikolla, kuinka tärkeää on se, että ostettu joululahja on kotimainen.
- Puolet vastaajista on sitä mieltä, että lahjan kotimaisuus on vähintään jokseenkin tärkeää. Viidennekselle vastaajista se ei vaikuta olevan tärkeää. Kolmannes vastaajista antaa neutraalin arvion.
 - Kotimaisuus on keskimääräistä tärkeämpää naisille ja vanhemmalle väestölle.

Kuinka suuri osuus jouluun liittyvistä hankinnoistasi on kotimaisia (pois lukien ruokahankinnat)



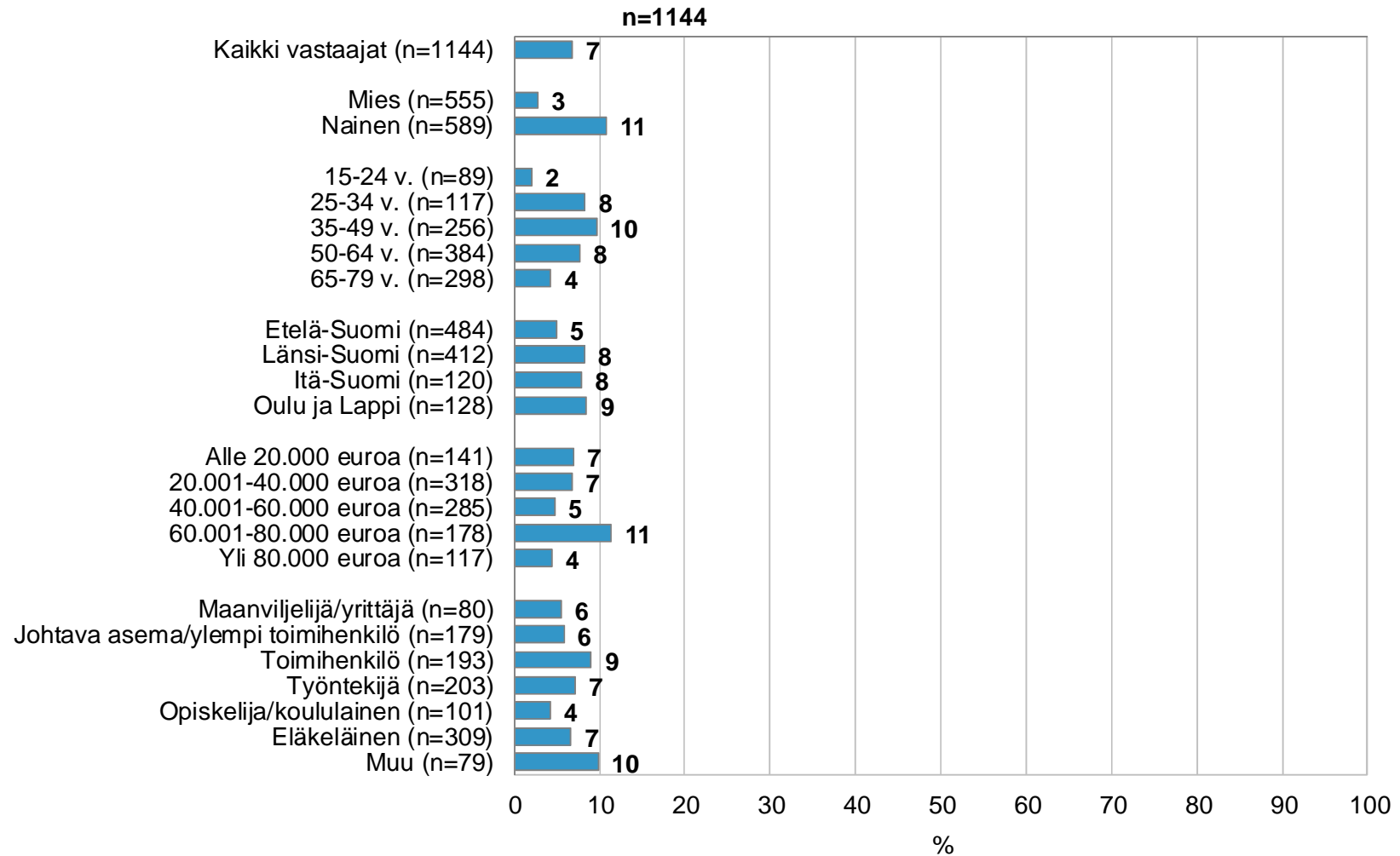
Kuinka tärkeää on se, että joululahjaksi ostettu tuote tai palvelu on kotimainen?



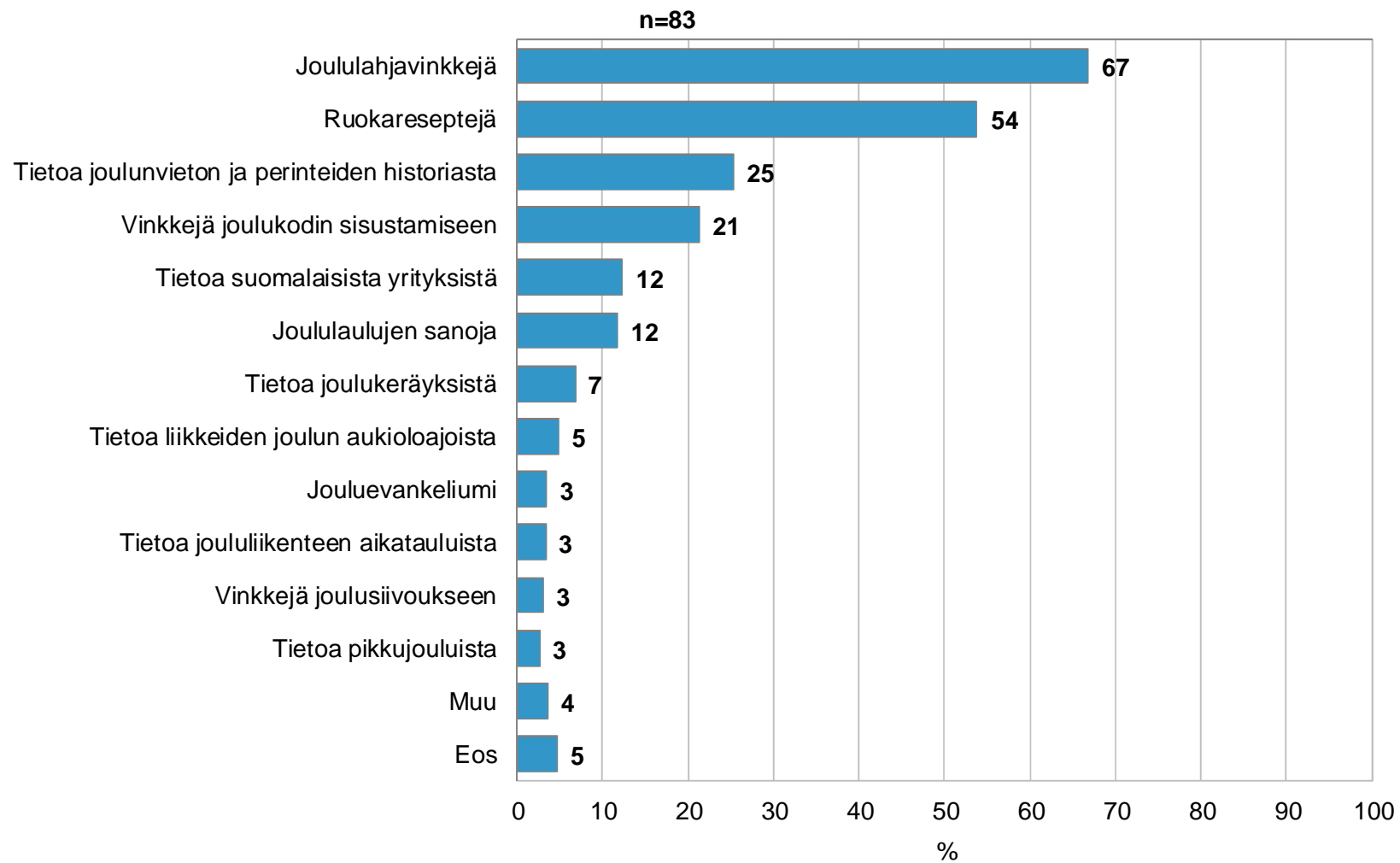
SUOMALAINENJOULU.FI-VERKKOSIVU

- Suomalaisista 7 % on vierailut suomalaisenjoulu.fi -verkkosivuilla.
 - Naisista sivuilla on vierailut 11 %
 - Ikäryhmittäin tarkasteltuna keskimääräistä useimmin sivuilla ovat käyneet 35-49-vuotiaat.
- Sivuille vierailleista (n=83) selvästi useimmin haettu tieto on joululahjavinkit. Ruokareseptit ovat myös verrattain usein haettu tieto.
- 75 % löysi sivuilta hakemansa tiedon.
- Kukaan vastaajista ei ilmoittanut, mitä tietoa olisi jäänyt kaipaamaan.

Käynyt suomalainenjoulu.fi -verkkosivuilla



Mitä tietoa hait sivustolta?



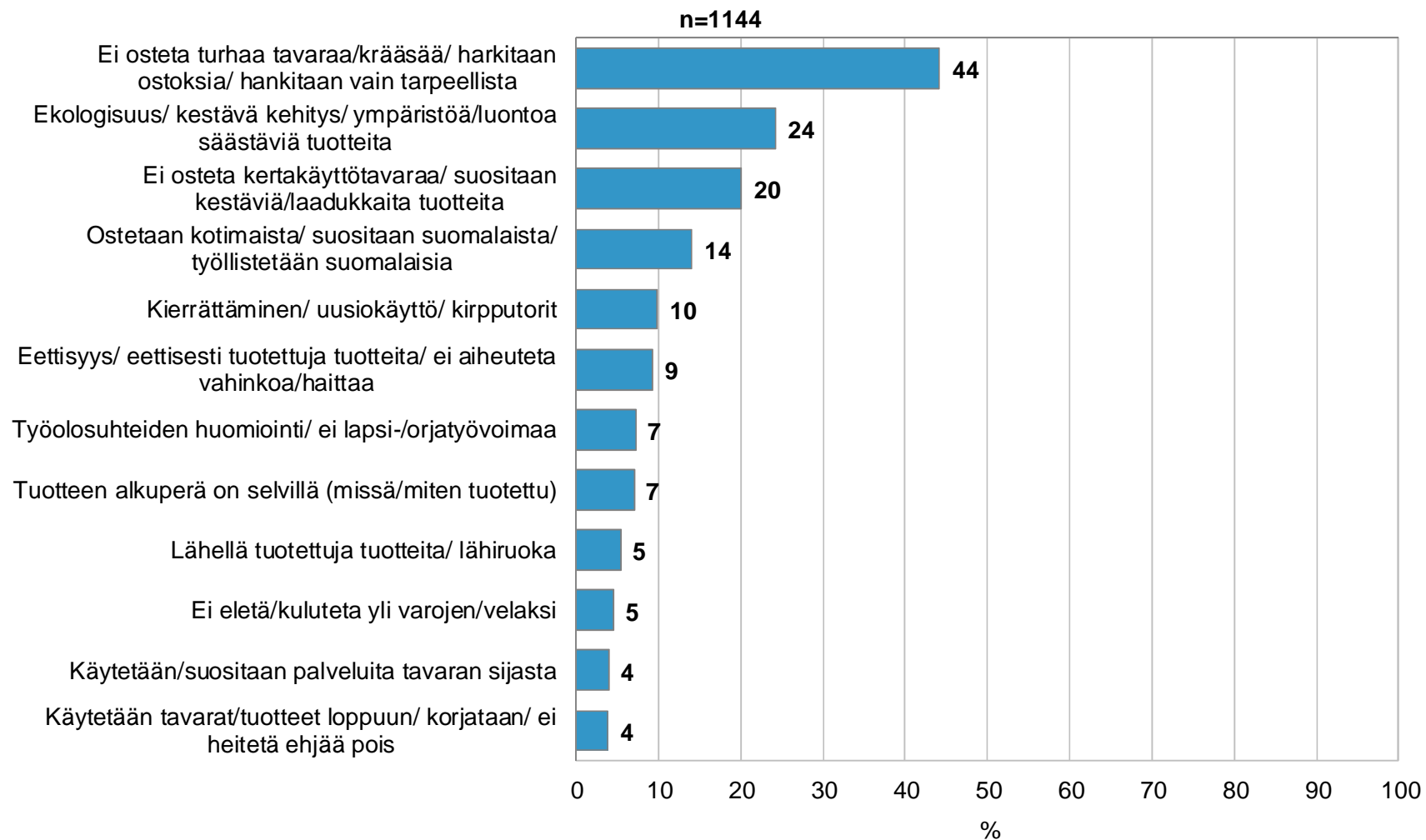
VASTUULLINEN KULUTTAMINEN

- Tämän Joulututkimuksen yhtenä fokuksena on vastuullinen kuluttaminen. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mitä vastuullinen kuluttaminen suomalaisten mielestä on ja miten vastuullinen kuluttaminen näkyy ihmisten arkisessa toiminnassa ja erityisesti jouluun liittyvissä kulutusvalinnoissa.
- Vastuullinen kuluttaminen -osion aluksi vastaajia pyydettiin omin sanoin kertomaan, mitä vastuullinen kuluttaminen heidän mielestään tarkoittaa.

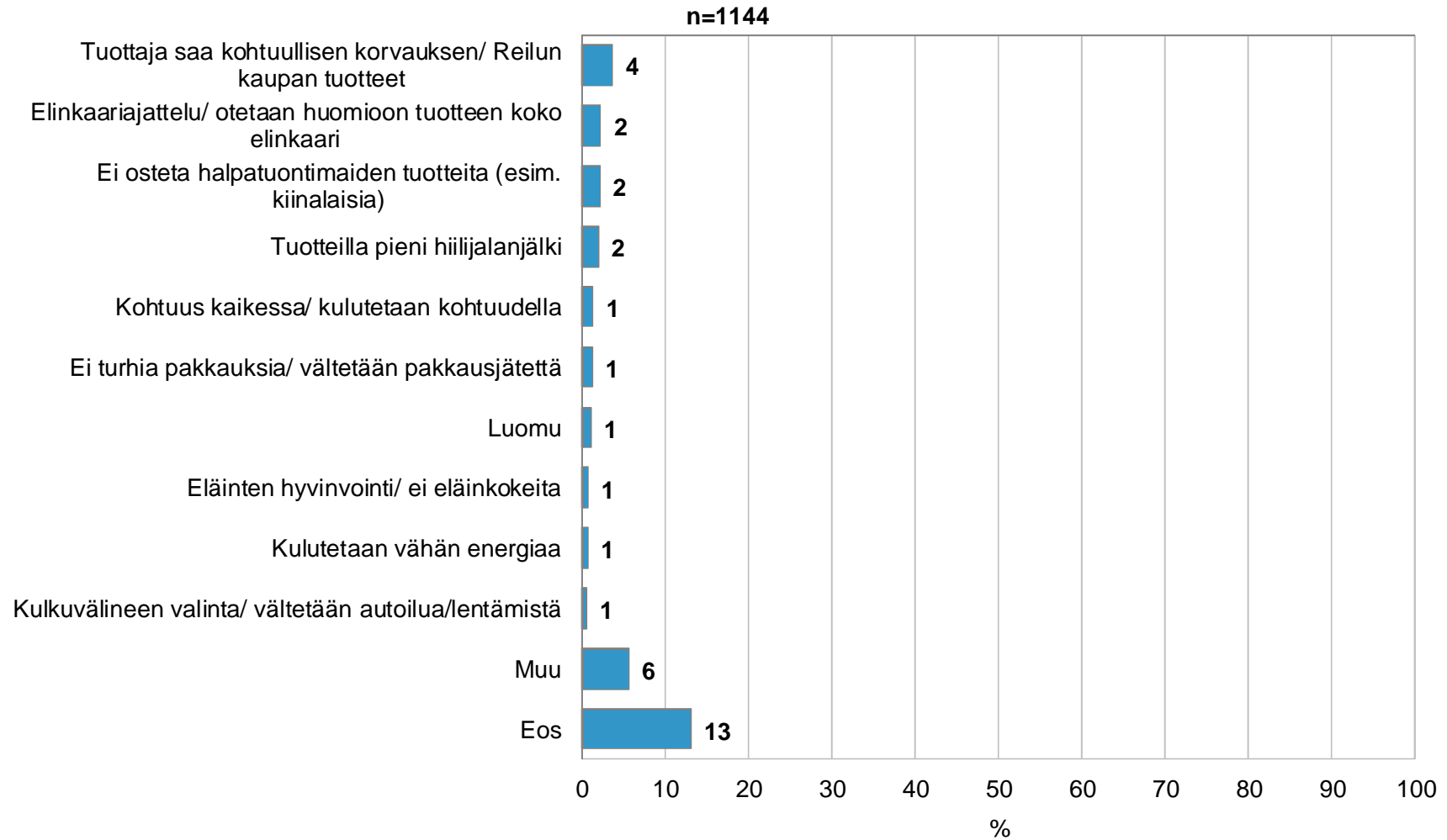
VASTUULLINEN KULUTTAMINEN

- Useimmin toistuva teema vastauksissa on se, että ei osteta turhaa tavaraa/hankitaan vain tarpeellista. Tämä teema nousi esiin 44 % vastauksissa.
- Joka neljäs (24 %) vastaaja mainitsi ekologisen/luontoa säästävän kulutuskäyttäytymisen.
- Viidenneksen mielestä vastuullinen kuluttaminen tarkoittaa kertakäyttöisten asioiden välttämistä tai kestävien tuotteiden hankkimista.
- 14 % vastauksissa mainittiin kotimaisuuden suosiminen.
 - Kotimaisuusteema korostuu erityisesti vanhemman väestön keskuudessa
- Eettisesti tuotettujen tuotteiden suosimisen mainitsi joka kymmenes (9 %).

Mitä vastuullinen kuluttaminen mielestäsi tarrkoittaa



Mitä vastuullinen kuluttaminen mielestäsi tarkoittaa



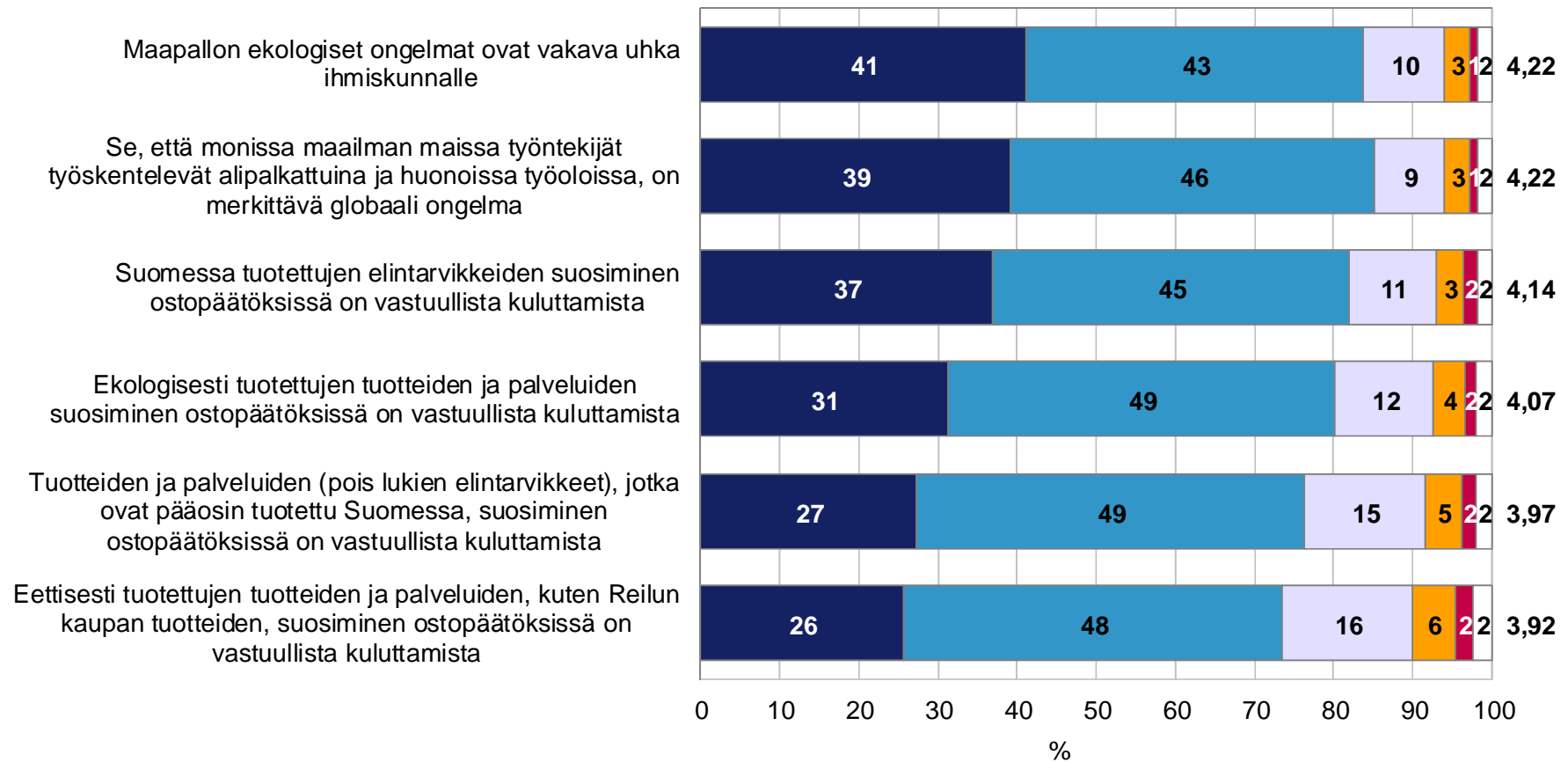
VASTUULLINEN KULUTTAMINEN - GLOBAALIT ONGELMAT

- Vastaajille esitettiin kuusi väittämää, jotka koskivat suhtautumista globaaleihin ekologisiin ja eettisiin ongelmiin sekä vastuulliseen kuluttamiseen.
- Neljä viidestä suomalaisesta pitää ekologisia ongelmia vähintään jokseenkin vakavana uhkana. 41 % pitää niitä vakavina
- Tuotannon eettisiä ongelmia, kuten alipalkkausta ja huonoja työoloja, pitää vähintään jokseenkin merkittävänä globaalina ongelmana niin ikään neljä viidestä suomalaisesta. 39 % pitää niitä merkittävänä.
- Neljä viidestä on vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä, että Suomessa tuotettujen elintarvikkeiden suosiminen on vastuullista kuluttamista.
- Kolme neljästä on vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä, että Suomessa tuotettujen tuotteiden (pl. Elintarvikkeet) ja palveluiden suosiminen on vastuullista kuluttamista.
- Neljä viidestä on vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä, että ekologisesti tuotettujen tuotteiden ja palveluiden suosiminen on vastuullista kuluttamista.
- Kolme neljästä on vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä, että eettisten tuotteiden ja palveluiden (esim. Reilu kauppa) suosiminen on vastuullista kuluttamista.
- Näin ollen suomalaisia voi pitää ekologisten ja eettisten asioiden näkökulmasta verrattain tietoisina kuluttajina. Tämä ei tietenkään tarkoita, että eettisyys ja ekologisuus näkyisi yhtä laajassa mittakaavassa päivittäisessä kuluttamisessa. Tutkimuksen seuraavassa osiossa pyrittiin luotaamaan sitä, missä määrin nk. vastuullinen kuluttaminen näkyy ihmisten kulutuskäyttäytymisessä jouluna.

Suhtautuminen ekologisiin ja eettisiin ongelmiin sekä vastuulliseen kuluttamiseen

n=1144

- 5 Täysin samaa mieltä
- 4 Jokseenkin samaa mieltä
- 3 En samaa enkä eri mieltä
- 2 Jokseenkin eri mieltä
- 1 Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa



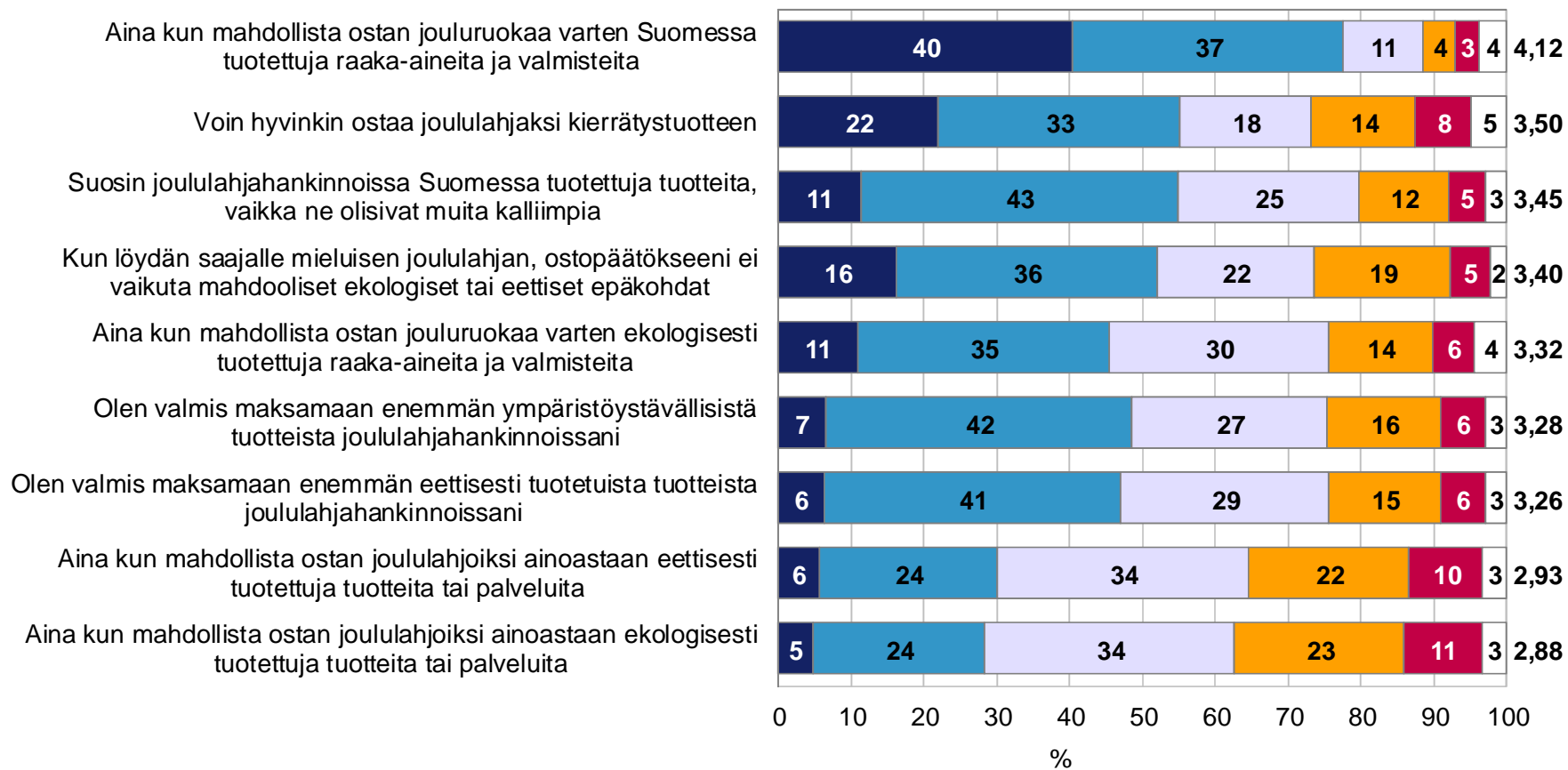
VASTUULLINEN KULUTTAMINEN JOULUNA

- Seuraavaksi vastaajille esitettiin yhdeksän väittämää, joilla selvitettiin kulutuskäyttäytymistä jouluna. Väittämien tarkoitus oli kartoittaa sitä, miten vastuullisuus mahdollisesti näkyy suomalaisten joulussa.
- Kuten alla olevasta graafista näkyy, suomalaisuuden suosiminen joulun kulutuksessa on yleisempää kuin pelkkä ekologinen ja eettinen kulutus.
- On syytä myös huomata, että ostopäätöksessä lahjan sopivuus saajalle on suurimmalle osalle tärkeämpää kuin tuotteen/palvelun ekologinen ja eettinen tuotantotapa.

Vastuullinen kuluttaminen jouluna

n=1144

■ 5 Täysin samaa mieltä
 ■ 4 Jokseenkin samaa mieltä
 ■ 3 En samaa enkä eri mieltä
 ■ 2 Jokseenkin eri mieltä
■ 1 Täysin eri mieltä
 □ En osaa sanoa



SUOMALAISTEN SEGMENTOINTI VASTUULLISEN KULUTTAMISEN NÄKÖKULMASTA

- Tutkimuksessa oli käytössä väittämiä, jotka mittaavat 1) suhtautumista globaaleihin ekologiaan ja eettisiin ongelmiin, 2) mittaavat suomalaisten käsityksiä vastuullisesta kuluttamisesta ja 3) suomalaisten kulutuskäyttäytymistä jouluna vastuullisen kuluttamisen näkökulmasta.
- Näiden väittämien analysoinnissa käytettiin faktori-klusterianalyysin yhdistelmää, jonka avulla suomalaiset segmentointiin neljään eri ryhmään. Ryhmien kuvaukset ja jakaumat on esitetty alla olevassa diassa.

SUOMALAISTEN SEGMENTOINTI VASTUULLISEN KULUTTAMISEN NÄKÖKULMASTA

Ekologiset ja eettiset asiat vaikuttavat kuluttamisessa, kotimaisen suosimista pidetään vastuullisena	Tiedostavat ekologiset ja eettiset ongelmat, ei näy kuluttamisessa, kotimaisen suosiminen ei kovin oleellista	Ekologiset ja eettiset asiat vaikuttavat kuluttamisessa, kotimaisen suosiminen ei kovin oleellista	Ekologisuus, eettisyys tai kotimaisuus eivät ole merkittäviä asioita
~48 %	~25 %	~21 %	-6 %
Tiedostavat globaalit ekologiset ja eettiset ongelmat, näkyy myös kulutuskäyttäytymisessä jouluna, myös kotimaisuuden suosiminen näkyy vahvasti joulun kulutuskäyttäytymisessä	Pitävät ekologisia ongelmia uhkana, tiedostavat tuotannon eettiset ongelmat, ekologisuus, eettisyys, kotimaisen suosiminen eivät kuitenkaan ilmene kulutuskäyttäytymisessä jouluna	Tiedostavat globaalit ekologiset ja eettiset ongelmat, näkyy myös kulutuskäyttäytymisessä jouluna, kotimaisuuden suosiminen ei kuitenkaan niin oleellista	Eivät pidä ekologisia ongelmia uhkana eikä eettisiä kysymyksiä ongelmina, ekologisuus, eettisyys, kotimaisen suosiminen eivät ilmene kulutuskäyttäytymisessä jouluna
Erityisesti yli 50-vuotiaat, muuten tasaisesti kaikkia ryhmiä	Erityisesti 15-24-vuotiaat, Oulun/Lapin läänissä asuvat, opiskelijat/koululaiset, alle 20.000EUR talouksissa asuvat	Erityisesti 25-34-vuotiaat, eteläsuomalaiset, yliopisto/AMK -koulutus.	Erityisesti 15-24-vuotiaat, miehet, eteläsuomalaiset, koulutustaso ammattikoulu/opisto, opiskelijat/koululaiset, 40-60.000EUR talouksissa asuvat

SUOMALAISTEN SEGMENTOINTI VASTUULLISEN KULUTTAMISEN NÄKÖKULMASTA

- Segmentti: Ekologiset ja eettiset asiat vaikuttavat kuluttamisessa, kotimaisen suosimista pidetään vastuullisena
- Globaalit (tuotannon) eettiset ja ekologiset ongelmat tiedostetaan vahvasti.
- Kotimaisten tuotteiden, palvelujen ja elintarvikkeiden suosimista pidetään vastuullisena.
- Joulun ostoksissa ollaan valmiita maksamaan enemmän ekologisesti ja eettisesti tuotetuista tuotteista.
- Suomalaisten tuotteiden, palvelujen ja elintarvikkeiden suosiminen joulun hankinnoissa on yleisempää kuin ekologisten ja eettisten asioiden suosiminen.
- Joulun kristillinen sanoma on tässä joukossa keskimääräistä selvästi tärkeämpää.
- Joululahjahankinnoissa kotimaisuus/suomalainen alkuperä on keskimääräistä selvästi tärkeämpi ostokriteeri. Suomalainen design on myös keskimääräistä tärkeämpi.
- Kun pyydetään kuvailemaan, mitä on vastuullinen kuluttaminen, kotimaisuuden suosiminen kulutuksessa mainitaan keskimääräistä selvästi useammin.
- Tässä ryhmässä käytetään keskimääräistä selvästi enemmän rahaa jouluun liittyen (452 euroa, kun keskiarvo on 397euroa).

SUOMALAISTEN SEGMENTOINTI VASTUULLISEN KULUTTAMISEN NÄKÖKULMASTA

- Segmentti: Tiedostavat ekologiset ja eettiset ongelmat, ei näy kuluttamisessa, kotimaisen suosiminen ei kovin oleellista
- Tiedostavat vahvasti ekologiset ja eettiset ongelmat. Joulun kuluttamisessa tämä tiedostaminen ei kuitenkaan näy. Syynä lienee keskimääräistä pienemmät tulot.
- Kotimaisuuden suosimista pidetään vastuullisena, mutta tämä ei kuitenkaan näy joulun kuluttamisessa.
- Joulun kristillinen sanoma keskimääräistä vähemmän tärkeämpää (tässä keskimääräistä enemmän nuoria vastaajia).
- Hinta on keskimääräistä selvästi tärkeämpi kriteeri joululahjaostoksissa.
- Tässä ryhmässä käytetään keskimääräistä vähemmän rahaa jouluun liittyen (334 euroa, kun keskiarvo on 397 euroa).

SUOMALAISTEN SEGMENTOINTI VASTUULLISEN KULUTTAMISEN NÄKÖKULMASTA

- Segmentti: Ekologiset ja eettiset asiat vaikuttavat kuluttamisessa, kotimaisen suosiminen ei kovin oleellista
- Tiedostavat vahvasti ekologiset ja eettiset ongelmat.
- Vastuullista kuluttamista on erityisten ekologisten ja eettisten tuotteiden, palveluiden ja elintarvikkeiden suosiminen. Kotimaisuuden suosimista pidetään keskimääräistä selvästi harvemmin vastuullisena kuluttamisena. Tämä asia näkyy myös joulun kuluttamisessa.
- Kun pyydetään kuvailemaan mitä on vastuullinen kuluttaminen, ekologisuus/kestävä kehitys mainitaan keskimääräistä selvästi useammin. Myös tuotteen alkuperän selvittäminen mainitaan keskimääräistä useammin vastuullisena kuluttamisena.
- Joululahjojen ostopäätökseen vaikuttaa keskimääräistä selvästi useammin valmistustavan eettisyys ja ekologisuus. Kotimaisuus vaikuttaa keskimääräistä harvemmin.
- Tämän ryhmän rahankäyttö joulun liittyen on lähellä keskiarvoa (384 euroa, kun keskiarvo on 397 euroa)

SUOMALAISTEN SEGMENTOINTI VASTUULLISEN KULUTTAMISEN NÄKÖKULMASTA

- Segmentti: Ekologisuus, eettisyys tai kotimaisuus eivät ole merkittäviä asioita
- Ekologiset ja eettiset kysymykset koetaan keskimääräistä selvästi harvemmin vakavina ongelmina. Nämä asiat eivät siten ilmene myöskään joulun kulutuskäyttäytymisessä.
- Joulua pidetään keskimääräistä selvästi harvemmin tärkeänä juhlanä. Tässä ryhmässä on myös keskimääräistä enemmän niitä, jotka eivät pidä joulusta. Joulun kristillinen sanoma on keskimääräistä vähemmän tärkeää.
- Kun pyydetään kuvailemaan mitä on vastuullinen kuluttaminen, lähes kolmannes tästä joukosta jättää vastaamatta.
- Joululahjojen ostopäätökseen vaikuttaa keskimääräistä selvästi useammin arvostettu brändi ja trendikkyys.
- Tässä ryhmässä käytetään keskimääräistä selvästi vähemmän rahaa joulun liittyen (248 euroa, kun keskiarvo on 397 euroa).