



Suomalainen kuluttaja -webinaari 19.1.2024

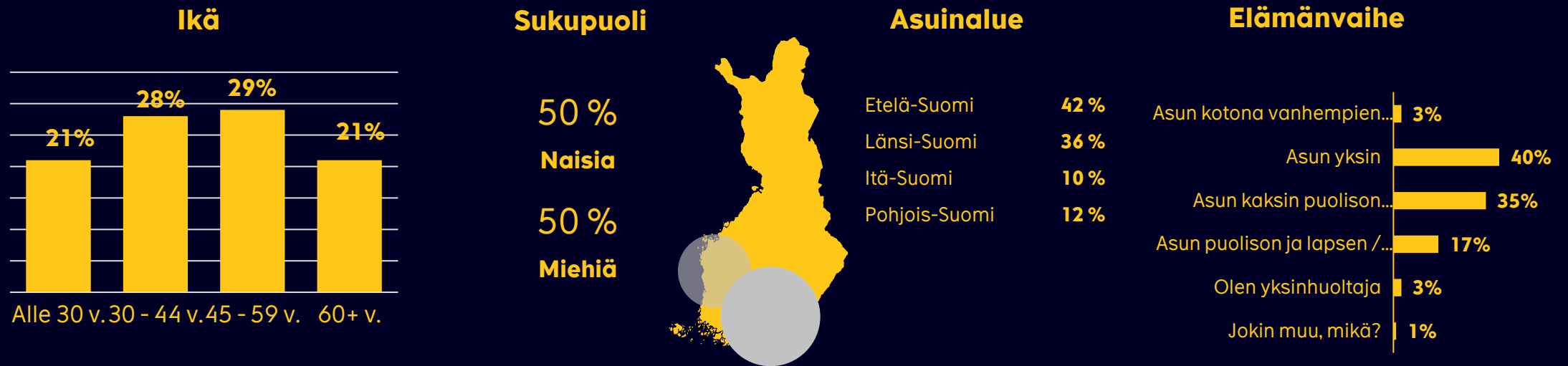
Lompakkojen sykemittari

Tutkittua tietoa suomalaisten ostokäyttäytymisen muutoksista sekä ostoaikasta toimialoittain.

Insight Strategist Jaana Jamalainen

Kulutuspulssitutkimuksen taustaa

Aineiston rakenne



Menetelmä

Online-kysely Sanoman
Suomitutka-paneelissa

Tiedonkeruu ja menetelmä

3.1.-8.1.2024

Sanoma Suomi-tutka-paneeli

Kohderyhmä

18-69-vuotiaat kuluttajat
väestöä edustavasti

Otos

N=541

A woman with dark hair tied back, wearing a white apron over a dark top, is leaning over a counter in what appears to be a kitchen or food preparation area. She is looking down at something on the counter. The background is slightly blurred, showing shelves with various items. The entire image has a blue color overlay. Overlaid on the left side of the image is large, bold, yellow text.

Mitkä asiat vaikuttavat ostamiseen?

Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät

Hinta on lähes kaikilla vaikuttavin tekijä ostopäätöksissä

%

98

Hinta



%

86

Varastosaatavuus



%

84

Helppo ostoprosessi
kivijalassa



A woman with long dark hair is seen in profile, looking at clothes hanging on a rack in a clothing store. The image has a blue tint. Overlaid on the image is large yellow text.

**Millaisiksi ostajiksi
me koemme
itsemme?**

Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät

Harkitsevaisuus ja varovaisuus kulutuspäätöksissä ovat laskussa.

%

69

Harkitsen nykyisiä
ostotottumuksiani



%

63

Olen tällä
hetkellä aiempaa
varovaisempi kulutus-
päätöksissäni



%

61

Pihistän joissain
hankinnoissani, jotta
minulla on mahdollisuus
panostaa jossain toisissa

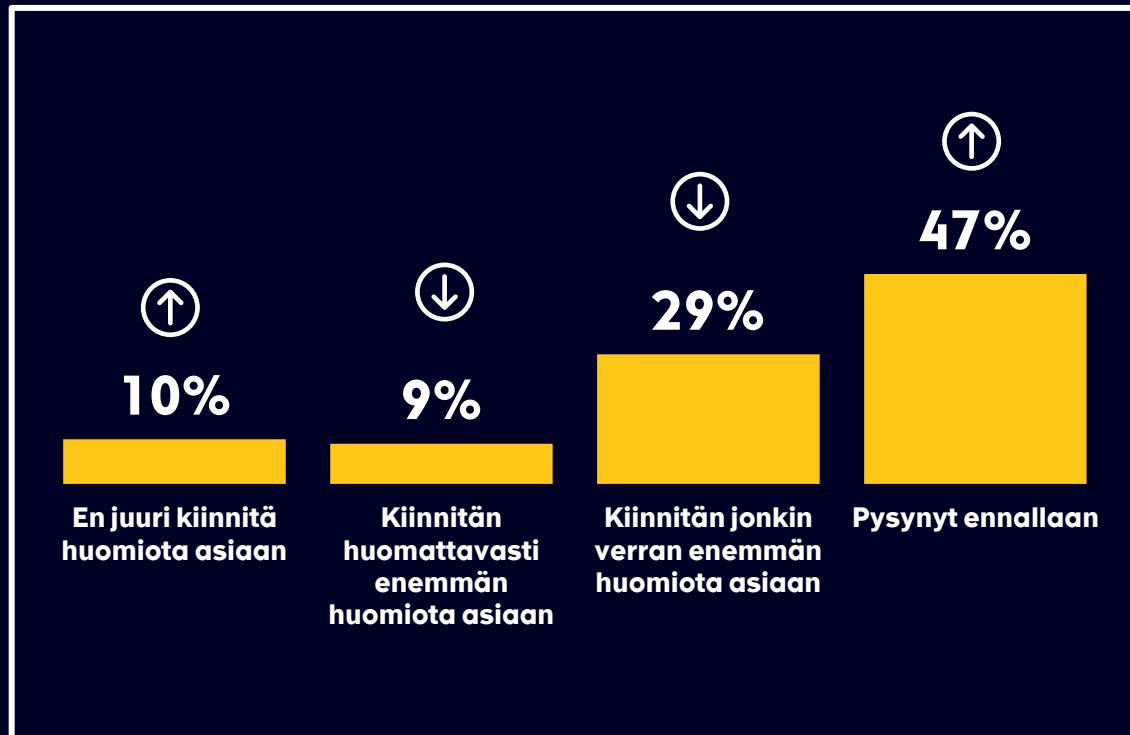




Miten vastuullisuus näkyy osto- päätöksissä?

Väittämät merkityksen muutoksesta ostopäätöksessä

Lähes puolella oma suhde vastuullisuuteen on pysynyt ennallaan ostopäätösten osalta – siihen erityisesti huomion kiinnittäminen laskenut



vastuullisuuden näkyminen ostopäätöksissä Top 5



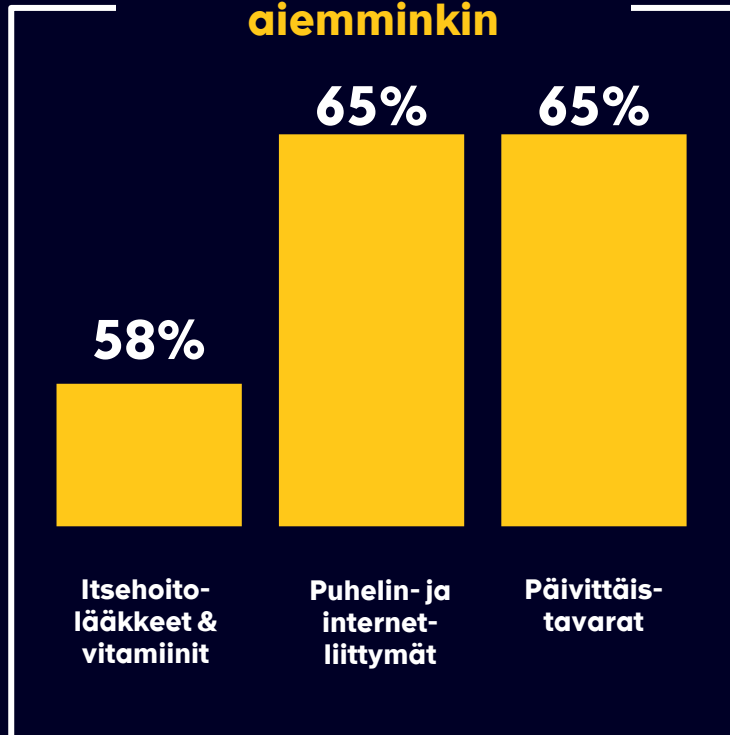
Miten ostaminen eri toimialoilla tulee muuttumaan?

Kulutuspulssi

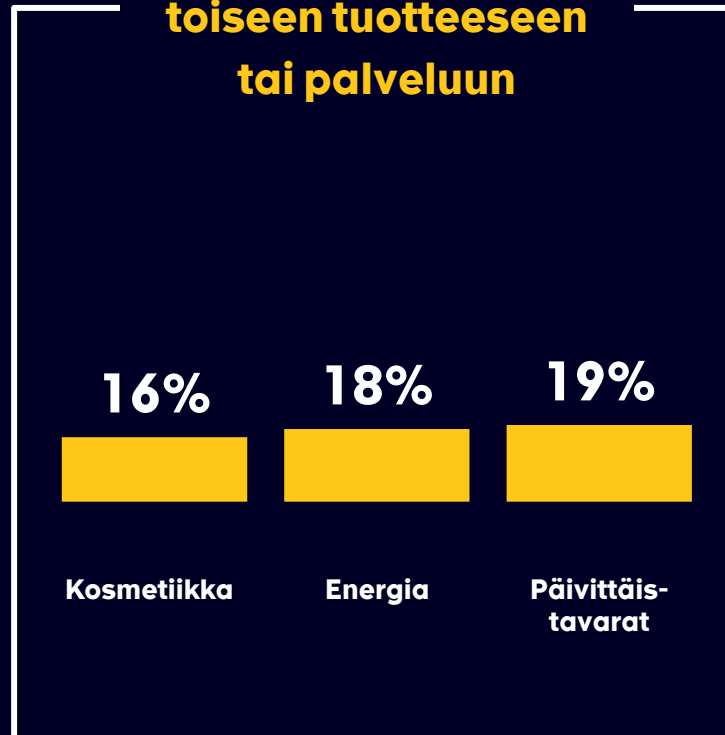
Arvio omasta ostokäyttäytymisestä seuraavan puolen vuoden aikana

Top 3 toimialaa

Ostan kuten aiemminkin



Harkitsen vaihtamista toiseen tuotteeseen tai palveluun



Vähennän ostamista



Palvelut

Yleisesti palveluiden kilpailuttaminen on laskenut

%

27

Sähköyhtiö



%

24

Puhelinliittymät



%

19

Vakuutukset



Isommat hankinnat

Isompien hankintojen lykkääminen epävarman taloustilanteen takia on tasaisesti laskenut huhtikuun mittauksen jälkeen

%

29

Kyllä, olen lykännyt isompia hankintoja epävarman taloustilanteen takia



%

16

Kyllä, olen lykännyt isompia hankintoja jostain muusta syystä



%

47

En ole lykännyt isompia hankintoja/teen ostopäätöksiä samalla tavalla kuin aiemminkin



Sanoma Insight

Mihin suuntaan ollaan menossa ostokäyttäytymisen ja vastuullisuuden osalta 2024?

Ostokäyttäytyminen toimialoittain



Tuttujen tuotteiden/palveluiden ostaminen on vahvistunut entisestään kaikilla toimialoilla.

Harkinta tuotteiden/palveluiden vaihtamisista toisiin on samalla laskenut.

Ostokäyttäytyminen yleisesti



Suurin osa suomalaisista on yhä harkitsevia ja varovaisia kulutuspäätöksissä.

Trendinä harkinta ja varovaisuus on kuitenkin laskenut viime vuoden lokakuusta. Samoin myös uusien brändien/tuotteiden kokeilu säästämielessä.

Tuotteen hinta on edelleen lähes kaikilla vaikuttavin tekijä ostopäätöksessä

Vastuullisuus



Suomalaisten suhde vastuullisuuteen ostopäätösten osalta on lähes puolella pysynyt ennallaan.

Huomion kiinnittäminen vastuullisiin ostopäätöksiin on hieman vähentynyt.

Palveluiden kilpailuttaminen/ Isoimmat hankinnat



Yleisesti palveluiden kilpailuttaminen on laskenut

Reilu kolmannes ei aio kilpailuttaa mitään palveluita alkuvuodesta.

Isompien hankintojen lykkääminen epävarman taloustilanteen takia on tasaisesti vähentynyt viime keväästä.

s a n o m a

Aina tulee sanomista.

KIITOS!

jaana.jamalainen@sanoma.com