

KULUTTAJIEN ASENNEMUUTOS 2022

Dagmar Drive

Tutkimusraportti 09/2022

Markkinointitoimisto Dagmarin tekemän
kuluttajien asennemuutos 2022 -

TUTKIMUKSEN MUKAAN SUOMALAISET OVAT NYT TODELLA HUOLISSAAN, MIKÄ HEIJASTUU SUORAAN KULUTUSTOTTUMUKSIIN.

Suomalaisista 37 prosenttia on vähentänyt kulutustaan selvästi viimeisen puolen vuoden aikana. Lähes kaksi miljoonaa suomalaista kertoo käyttävänsä enemmän aikaa ja vaivaa hintojen vertailuun ennen ostoa, ja lisäksi 1,2 miljoonaa ihmistä on alkanut harkita tavaroiden ostamista käytettynä uusien sijaan.

Kulutuksen väheneminen ja oman talouden tarkkaileminen pohjautuu huoleen: vastaajia pyydettiin ajattelemaan aikaa ennen koronapandemiaa, Ukrainan sotaa ja inflaatiota, ja vertaamaan sitä käytökseensä nykyään. Vastaajista kolme neljäsosaa (74 %) on huolissaan Suomen talouden tilanteesta, kaksi kolmasosaa (66 %) on ahdistunut maailman poliittisesta tilanteesta ja kolme viidestä (58 %) mietityttää oma talous. – Ihmisten huoli aiheuttaa epävarmuutta, suunnitelmallisuutta ja varovaisuutta. Viimeisen puolen vuoden aikana muutos kuluttajien käyttäytymisessä on ollut nopeampaa kuin koskaan 2000-luvulla, Dagmarin tutkimusjohtaja **Kirsi Laakso** kertoo.

HYVINVOINTI NOUSSUT KESKIÖÖN.

Vaikka suomalaisten syksyä varjostavatkin nyt lähes yksinomaan huolet, paljastui tutkimuksessa jotain hyvääkin. Reilu kolmannes (37 %) suomalaisista kiinnittää tällä hetkellä huomiota omaan hyvinvointiinsa enemmän kuin ennen. Kolmannes (31 %) on myös lisännyt kotimaisten tuotteiden ostamista viimeisen puolen vuoden aikana.

– Kontrolli luo ihmiselle turvaa. Kun epävarmuus lisääntyy ja maailmassa tapahtuu asioita, joihin ei voi vaikuttaa, ihminen kääntyy sisäänpäin ja miettii, mihin hän pystyy vaikuttamaan. Hyvinvointi on yksi niistä. Toki jo pandemia käänsi katseet omaan terveyteen, Laakso sanoo.

– Suomalaisten tuotteiden ostamisella ihmiset voivat tukea Suomen taloutta ja tehdä jotakin sen eteen, että työpaikat pysyisivät kotimaassa. Suomalaisten tuotteiden ostaminen on myös ekologinen valinta.

PERUSTIEDOT TUTKIMUKSESTA

Perustiedot tutkimuksesta

Tutkimuksen kohderyhmä:	16-79-vuotiaat suomalaiset, valtakunnallisesti edustava otos
Otoskoko:	1056 vastaajaa
Kenttätyön ajoitus:	10.- 12.8.2022
Tiedonkeruu:	Internet-haastattelut, Dagmar Drive
Vastaajanäyte:	Bilendi Oy
Analysointi ja raportointi:	Dagmar Drive

HUOLI KORONAAN SAIRASTUMISESTA HÄLVENNYT, TILALLA HUOLI TULEVAISUUDESTA

990 000

23%

Koronaan sairastuminen
huolettaa
(44% 05/20)

2,8 milj.

66%

Maailman poliittinen
tilanne ahdistaa

3,2 milj.

74%

Suomen taloudellinen
tilanne huolettaa

2,5 milj.

57%

Oman talouden
tilanne huolettaa

DAGMAR

HUOLENAIHEET JA MUUTOKSET

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä

Olen huolissani siitä, mitä Suomen taloudelle tapahtuu lähitulevaisuudessa



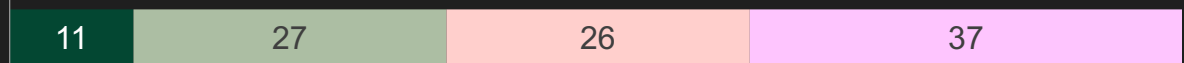
Olen ahdistunut maailman poliittisesta tilanteesta



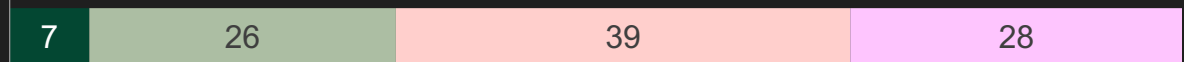
Olen huolissani siitä, mitä omalle taloudelle tapahtuu lähitulevaisuudessa



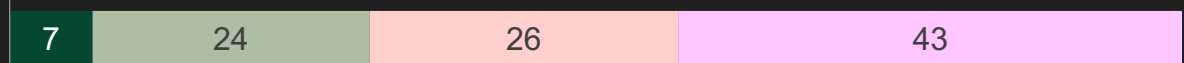
Olen huolissani asuntolainojen korkojen noususta



Olen ahdistunut koronaviruksen aiheuttamasta tilanteesta kokonaisuutena



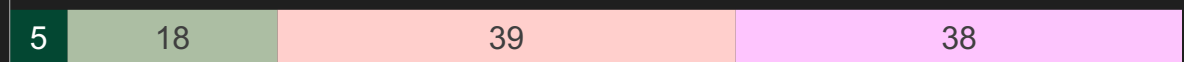
Olen huolissani omien sijoituksieni tilanteesta



Olen muuttanut tai alkanut suunnitella muuttoa edullisempaan asuntoon



Olen huolestunut siitä, että sairastun itse koronavirukseen



Pelkään, että jään työttömäksi



Pelkään, että joudun lomautetuksi



%

Kaikki vastaajat n=1056

Kuinka hyvin seuraavat väittämät sopivat kuvaamaan ajatteluasi?

DAGMAR

Copyright © Dagmar Drive

TILISALDO TARKASSA SYYNISSÄ



1,6 milj.

37%

Vähentänyt kuluttamista
selvästi viime aikoina

1,2 milj.

27%

Alkanut entistä useammin harkita
tavaroiden ostamista käytettynä

1,5 milj.

34%

Kiinnittää aiempaa enemmän
huomiota mainonnassa hintoihin



HINTOJEN NOUSULLA MONINAISET SEURAUKSET

”

Huolestuttaa, että mitä syö tulevaisuudessa, kun kaikki rahat menisi asumiskustannuksiin, jos riittäisi niihinkään. Reissuja, hauskoja iltoja tai muuta itsensä hemmottelua, josta tulee hyvä olo, on turha edes miettiä. Väkisinkin mielenterveys alkaa heiketä..”

”

Matkat ja ostelut jää vähemmälle. Elämästä alkaa tulla selviytymistä hauskanpidon sijaan.”

SUHTAUTUMINEN KULUTTAMISEEN



Kaikki vastaajat n=1056

Mitkä seuraavista väittämistä sopivat sinuun? Valitse kaikki sopivat.

DAGMAR

Copyright © Dagmar Drive

OMAN HYVINVOINNIN MERKITYS RAKETTIMAISESSA NOUSUSSA

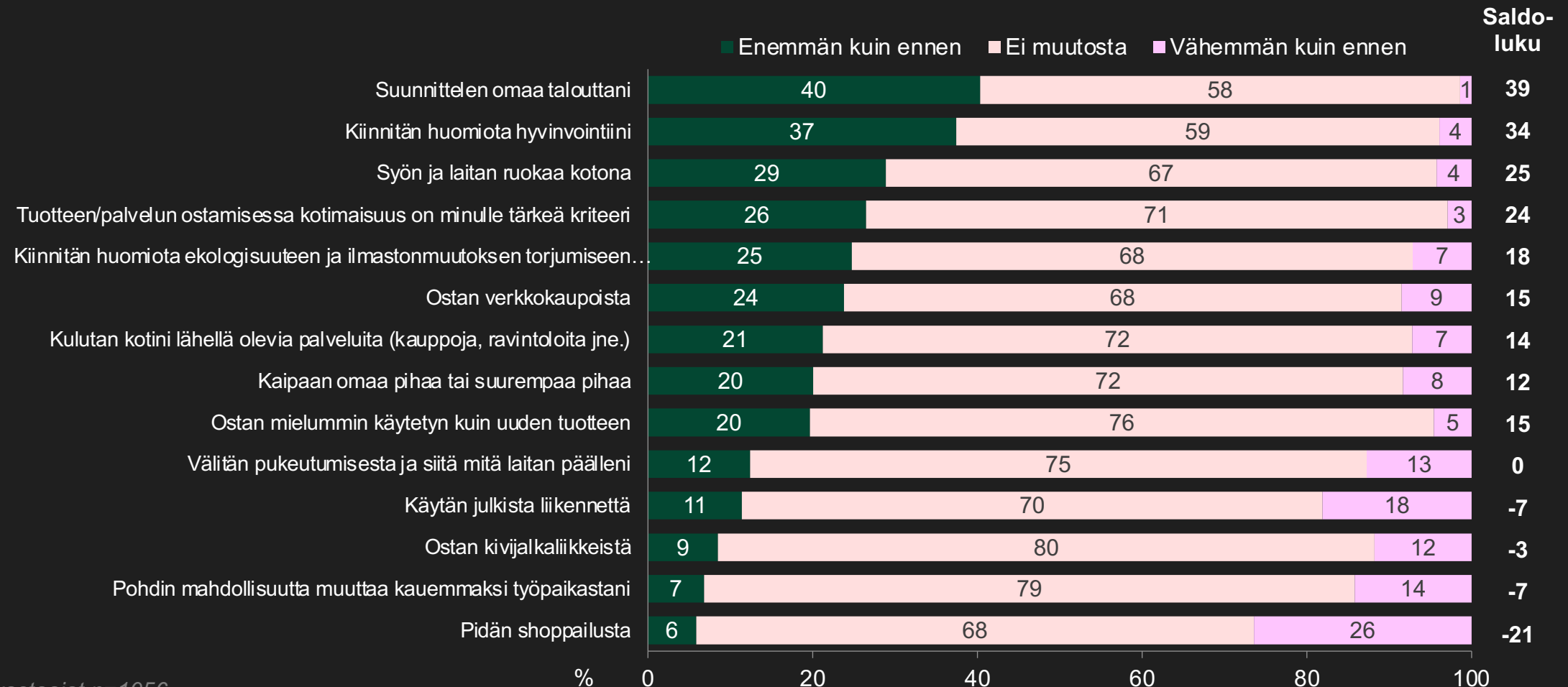
1,6 milj.

37%

Kiinnittää huomiota omaan
hyvinvointiin enemmän
kuin ennen pandemiaa



KÄYTTÄYTYMISEN JA KULUTUSTOTTUMUSTEN MUUTOS



Kaikki vastaajat n=1056

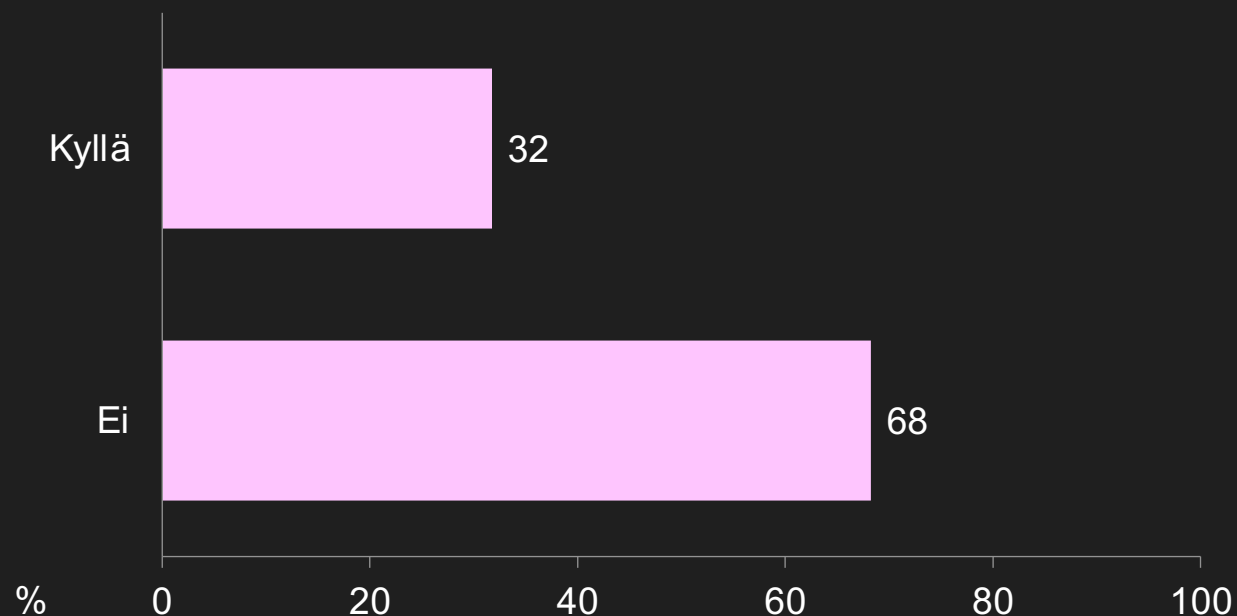
Maailma on muuttunut viimeisen reilun kahden vuoden aikana todella paljon. Ajattele aikaa ennen Covid19-pandemiaa, Ukrainan sotaa ja inflaatiota ja vertaa sitä käytökseesi nykyään. Mitkä seuraavista asioista ovat lisääntyneet ja mitkä vähentyneet? Valitse kaikki sopivat.

DAGMAR

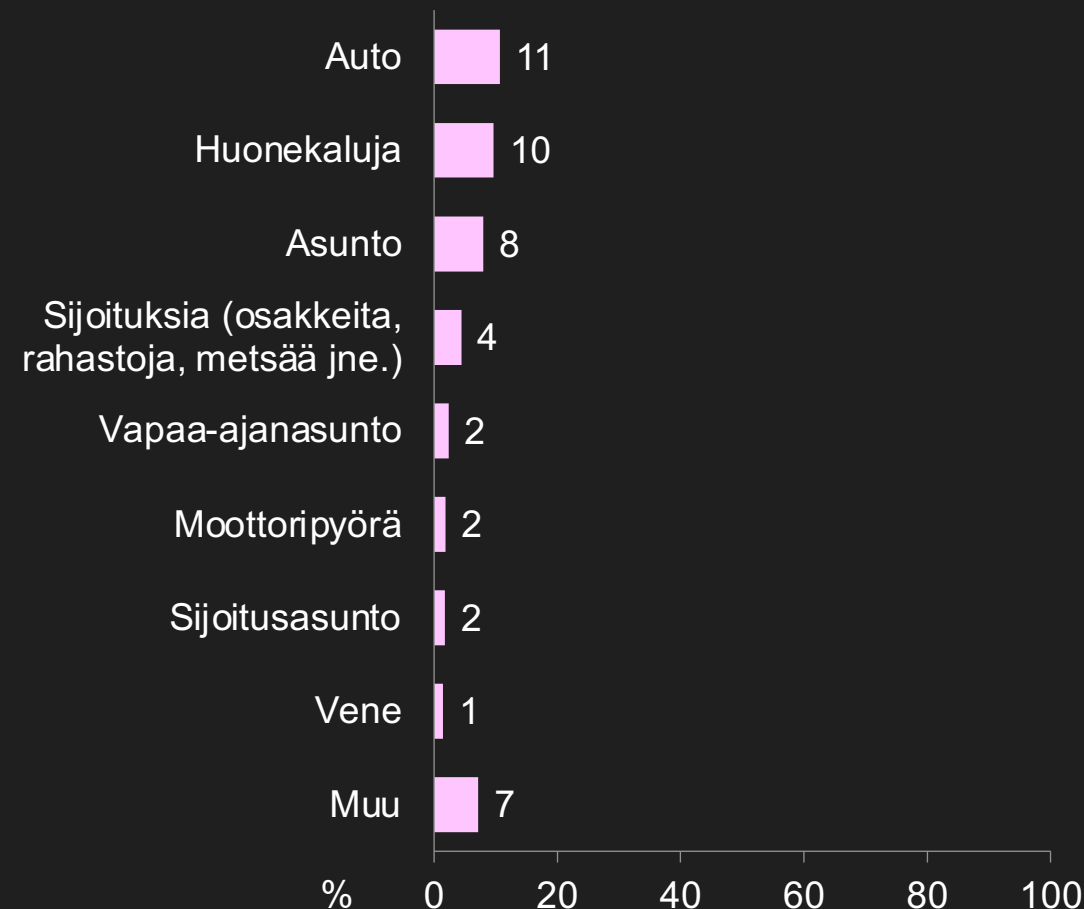
Copyright © Dagmar Drive

SUUREMPIEN HANKINTOJEN SUUNNITELMAT

Onko sinulla ollut aikaisemmin suunnitelmia suurempiin hankintoihin, joita et kuitenkaan ole nyt uudessa tilanteessa tehnyt?



Mitä sinulla oli suunnitelmissa hankkia? % kaikista vastaajista



KOTIMAISUUS ON ARVOVALINTA

”MINÄ”

”MUUT”

1,3 milj.

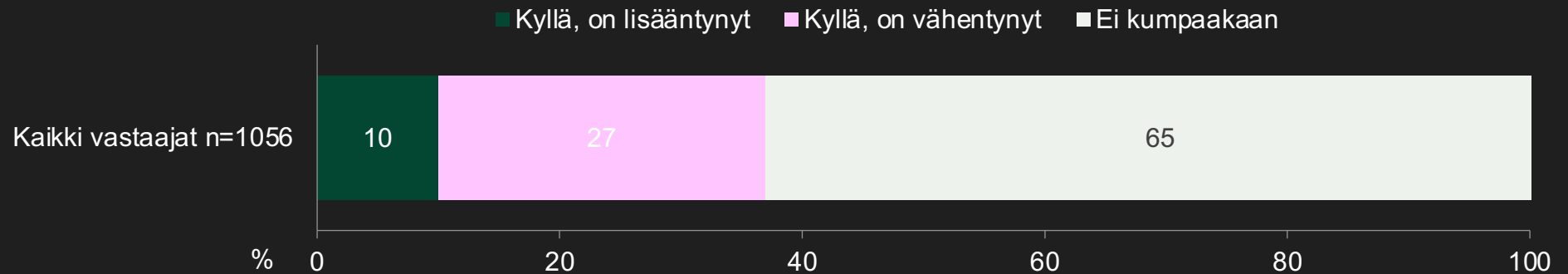
31%

Lisännyt kotimaisten
tuotteiden ostamista viimeisen
puolen vuoden aikana.

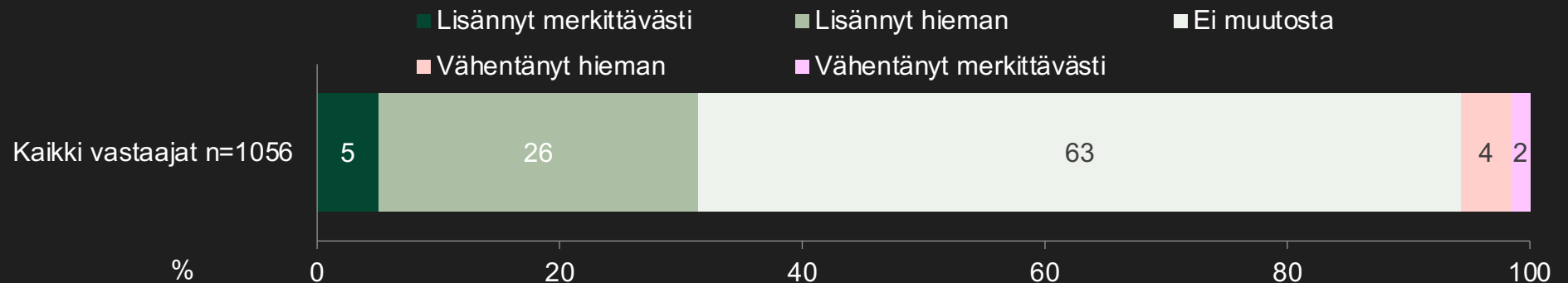
DAGMAR

KULUTTAMISEN MUUTOS JA KOTIMAISTEN TUOTTEIDEN OSUUDEN MUUTOS

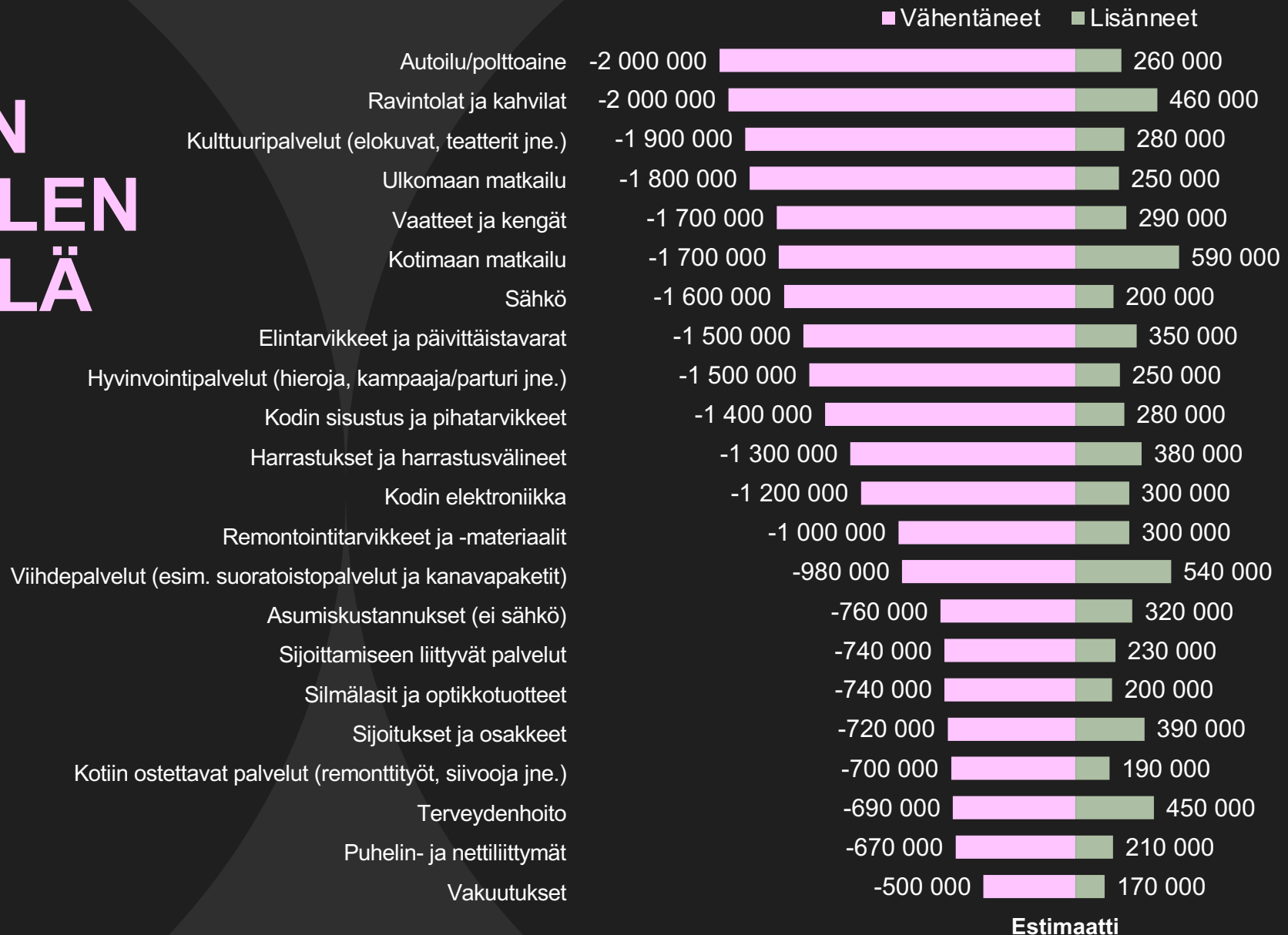
Onko joidenkin yksittäisten tuotteiden tai tuoteryhmien kuluttaminen lisääntynyt tai vähentynyt puolen vuoden aikana?



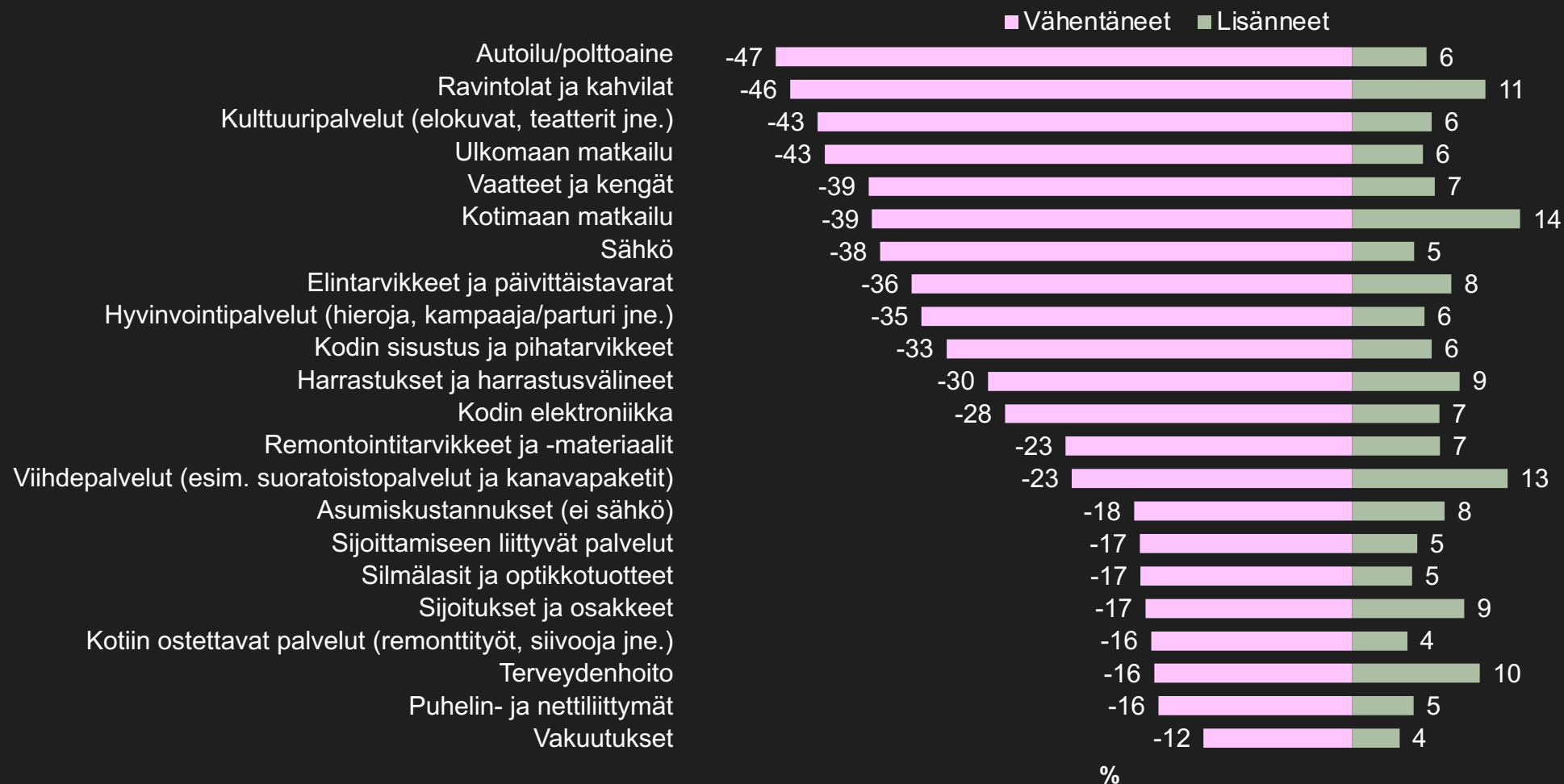
Jos ajattelet viimeistä puolta vuotta, oletko lisännyt tai vähentänyt kotimaisten tuotteiden osuutta kulutuksessasi?



KULUTUKSEN VÄHENTYMINEN VIIMEISEN PUOLEN VUODEN SISÄLLÄ



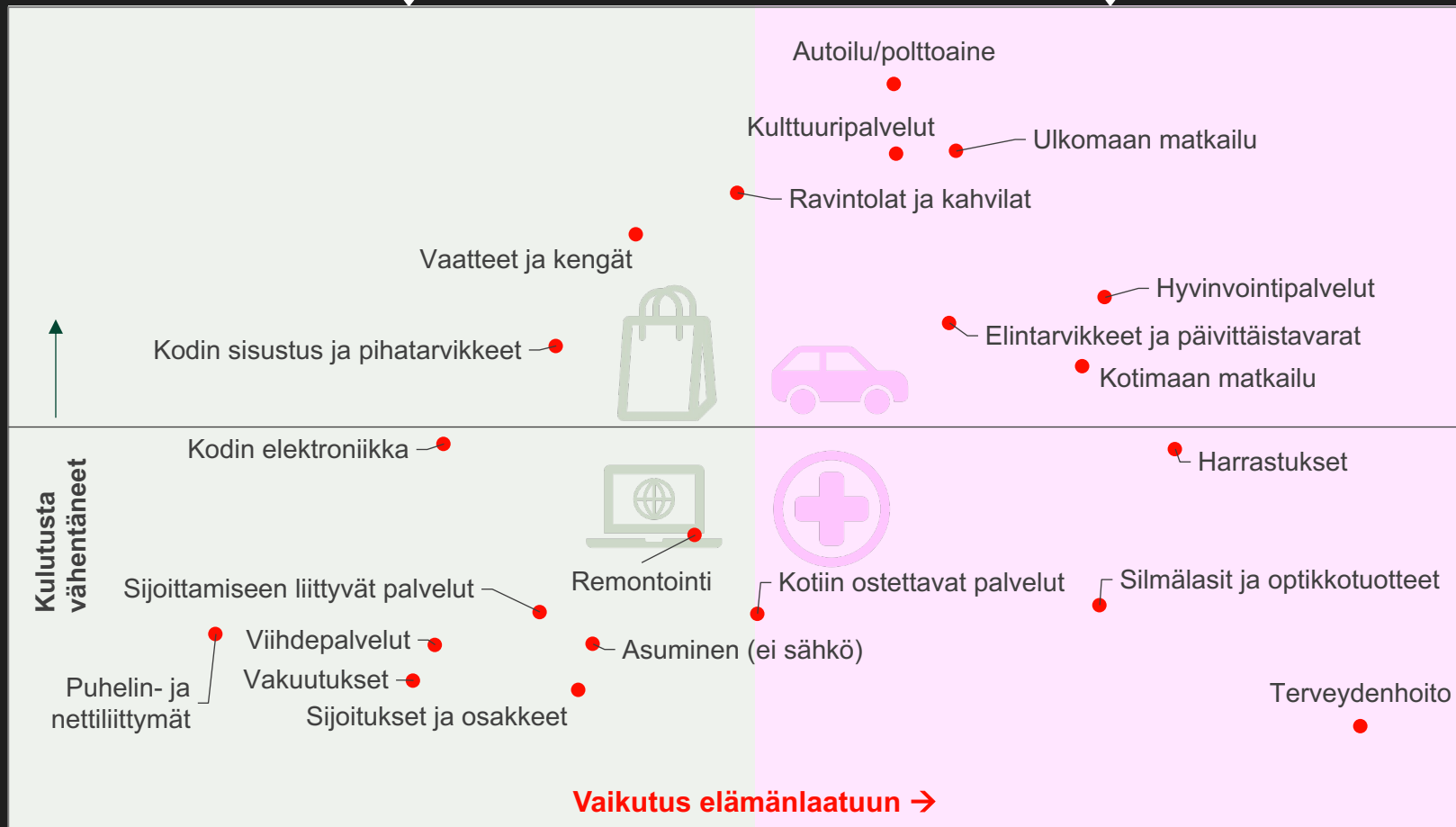
KULUTUKSEN VÄHENTYMINEN VIIMEISEN PUOLEN VUODEN SISÄLLÄ



TILANNE VAIHTELEE TOIMIALOITTAIN

LUO TARPEITA

LUO UUSI PALVELUN JA
HINNOITTELUN STRATEGIA



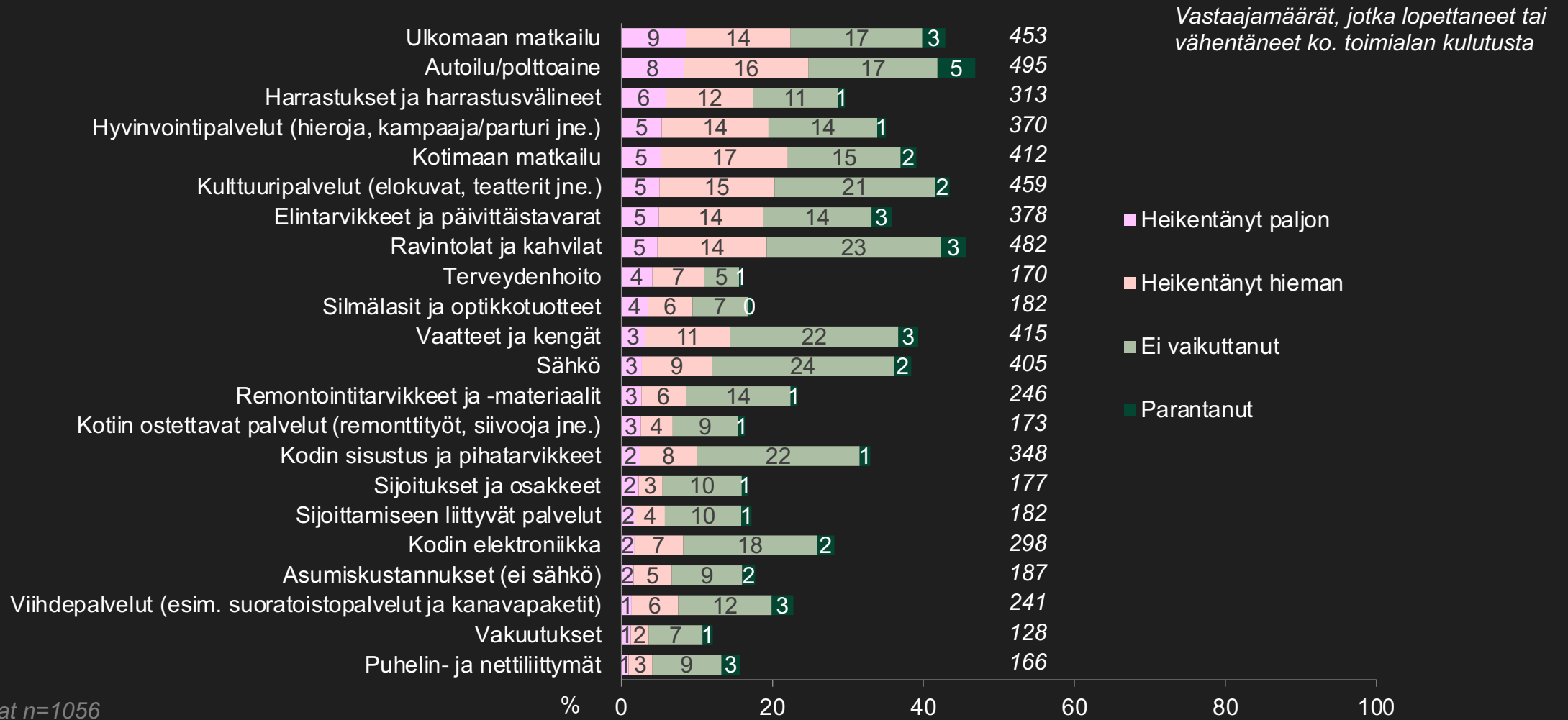
Vähentäminen helppoa,
koska vaikutus
elämänlaatuun
pienehkö

Suuri vaikutus
suomalaisten
elämänlaatuun

Ns.
Peruspalveluita,
joiden vähentäminen
vaikeampaa, vaatii
kuluttajalta
aktiivisuutta

Vielä pidetään
kiinni, koska
vaikutus
elämänlaatuun
suuri

KULUTUKSEN VÄHENTYMISEN VAIKUTUS ELÄMÄNLAATUUN



Alla on lueteltu ne toimialat, joista kerroit vähentäneesi tai lopettaneesi kulutuksen kokonaan. Miten tekemäsi muutokset kulutuksessa ovat vaikuttaneet elämänlaatuusi?

KULUTTAJA KÄYTTÄÄ SITÄ DATAA MITÄ SINÄ TARJOILET

Tarve kontrolloida kulutusta johtanut
valtaviin muutokseen viimeaikoina:

1,9

miljoonaa

Enemmän aikaa ja vaivaa
hintojen vertailuun
ennen ostoa

1,5

miljoonaa

Enemmän mainonnassa
huomiota hintoihin

1,3

miljoonaa

Enemmän aikaa
ostoksien suunnitteluun

700 000

Enemmän huomiota
vastuullisuuteen



MAHDOLLISUUS!

KOTIMAISUUS

HYVINVOINTI

KULUTTAJAN
HAASTEISIIN
VASTAAMINEN

TIETO JA DATA!

NÄYTTEEN RAKENNE

