



KAUPAN LIITTO

Vähittäiskaupan Tutkimussäätiön 2018 keräämän kuluttajakyselyaineiston esittely

Aineiston keruu 2018

- Vähittäiskaupan tutkimussäätiön tehtävänä on edistää ja tukea vähittäiskauppaan liittyvää tutkimusta Suomessa.
- VKTS:n hallitus on päättänyt rahoittaa vuosittain tai joka toinen vuosi kerättävää kuluttaja-aineistoa, joka luovutetaan korkeakouluille opinnäytetöitä, tutkimusta ja opetusta varten.
 - Opinnäytetöiden tekijät, opettajat ja tutkijat tarvitsevat korkealaatuista kuluttajadataa kaupalle olennaisista aiheista, jotta tutkijoiden ja kaupan tulevien työntekijöiden ymmärrys alasta ja sen kehityksestä olisi mahdollisimman moderni.
 - Kuluttajadatan kerääminen kuitenkin maksaa eikä yksittäisillä opinnäytetöiden tekijöillä, tutkijoilla, opettajilla ja professoreilla ole sellaiseen rahoitusta.
- Ensimmäisen, joulukuussa 2018 toteutetun kuluttajatutkimusaineiston keräämistä rahoittivat:
 - Vähittäiskaupan Tutkimussäätiö, 13 000 euroa
 - Vähittäiskaupan Ammattikasvatussäätiö, 5000 euroa
 - Suomen Yrittäjien Kehityssäätiö SYKE, 2000 euroa.

Aineistoa käyttävät tutkijat, opettajat ja opinnäytetöiden tekijät, korkeakoulut sekä Vähittäiskaupan Tutkimussäätiön hallitus kiittävät lämpimästi rahoittajia, joiden ansiosta ainutlaatuinen aineisto Z-sukupolvesta pystyttiin keräämään!

Vähittäiskaupan
Tutkimussäätiö



Nykyajan nuoret

– Arvot, asenteet, käyttäytyminen

Kyselytutkimuksen aineiston esittely

Heikki Karjaluoto

Markkinoinnin professori

Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

heikki.karjaluoto@jyu.fi

Kyselytutkimus

- Vähittäiskaupan tutkimussäätiön keräämä kyselytutkimusaineisto, joka on korkeakoulujen käytettävissä
- Aineisto kerätty 4.12-12.12.2018 välisenä aikana (Taloustutkimus verkkopaneeli) suomalaisilta kuluttajilta (N=2084)
- 88 eri kysymystä
- Asetelma
 - Vastaaajat arvioivat **ostokokemustaan** (EI ruokaostokset) jossakin kaupassa, jossa asioineet viime aikoina. Asiointi voinut tapahtua joko osittain tai kokonaan verkkopalvelussa/verkkokaupassa tai myymälässä. Kysymyksiin vastattiin tämän ostokokemuksen perusteella. Lisäksi kysyttiin joukko tuki- ja taustakysymyksiä

Kyselylomakkeen rakenne (1/2)

Käytännönläheinen osio: teemat

Tiedon etsiminen
ostoprosesseissa

Verkko-ostaminen

Sosiaalisen median
vaikutus ostoprosessiin

Myymäläkokemus

Verkko-ostaminen vs.
myymälä

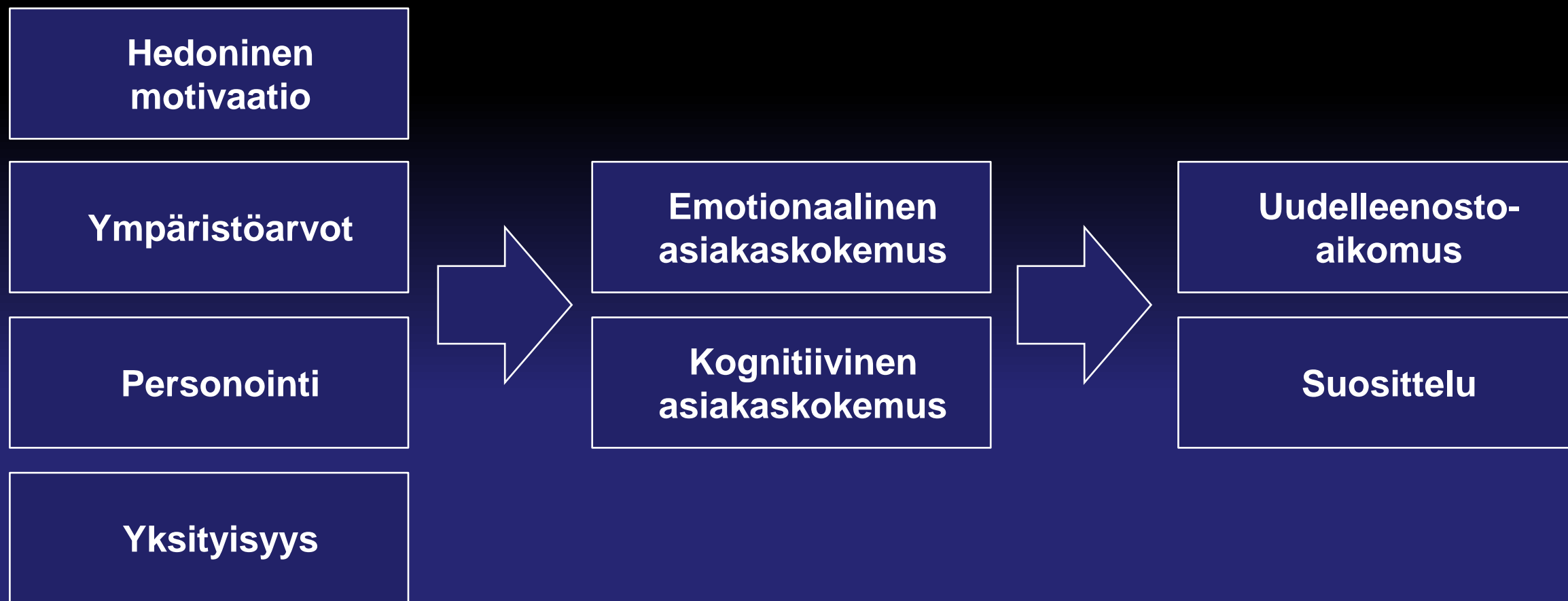
Suhde kuluttamiseen ja
ympäristöön

Kanta-asiakkuus

+taustakysymykset (sukupuoli, ikä, asuinpaikka, tulotaso, jne.)

Kyselylomakkeen rakenne (2/2)

Tieteellinen osio: tutkimusmalli





Tutkimusaineisto

Tutkimusaineisto (N=2084)

Sukupuoli

Nainen 56%
Mies 44%

Ikä (ka 20.3)

15-20 21%
21-25 19%
26-35 17%
36-45 16%
46-59 27%

Tulotaso/vuosi (keur)

Alle 10 10%
10-20 11%
20-30 9%
30-40 10%
40-50 10%
50-60 9%
60-70 8%
Yli 70 16%
Tyhjä 17%

Asema

Opiskelija 22%
Töissä (max 20h vk ja opiskelee) 7%
Kokoaikainen työ 48%
Työtön 9%
Eläkkeellä 9%
Muu 5%

Talouden koko

1 28%
2 33%
3-4 29%
5 tai enemmän 10%

Koko aineisto (N=2084)

Kunta (N, järjestyksessä, top13)

Helsinki	319
Tampere	137
Turku	126
Oulu	106
Espoo	93
Vantaa	85
Jyväskylä	78
Kuopio	62
Lahti	42
Joensuu	40
Lappeenranta	30
Seinäjoki	26
Vaasa	18

Suuralue (järjestyksessä)

Helsinki -Uusimaa	33%
Länsi-Suomi	24%
Pohjois- ja Itä-Suomi	22%
Etelä-Suomi	21%

Maakunta (top6)

Uusimaa	33%
Pirkanmaa	11%
Varsinais-Suomi	10%
Pohjois-Pohjanmaa	8%
Keski-Suomi	6%
Pohjois-Savo	5%

Nuoret (15-25v) (N=831)

Sukupuoli

Nainen 64%
Mies 36%

Ikä (ka 20.3)

15-16 9%
17-18 24%
19-20 20%
21-22 18%
23-24 27%
25 2%

Tulotaso/vuosi (keur)

Alle 10 20%
10-20 6%
20-30 8%
30-40 8%
40-50 7%
50-60 6%
60-70 5%
Yli 70 7%
Tyhjä 24%

Asema

Opiskelija 50%
Töissä (max 20h vk ja opiskelee) 14%
Kokoaikainen työ 16%
Työtön 10%
Muu 10%

Talouden koko

1 26%
2 27%
3-4 31%
5 tai enemmän 16%

Nuoret (15-25v) (N=831)

Kunta (N, järjestyksessä, top13)

Helsinki	123
Tampere	64
Turku	57
Oulu	46
Vantaa	37
Espoo	34
Jyväskylä	32
Kuopio	28
Lahti	15
Joensuu	15
Lappeenranta	11
Hämeenlinna	10
Vaasa	9

Suuralue (järjestyksessä)

Helsinki -Uusimaa	32%
Länsi-Suomi	25%
Pohjois- ja Itä-Suomi	23%
Etelä-Suomi	20%

Maakunta (top6)

Uusimaa	33%
Pirkanmaa	12%
Varsinais-Suomi	11%
Pohjois-Pohjanmaa	8%
Keski-Suomi	7%
Pohjois-Savo	6%

Mitä kauppaa ja tuotetta arvioit? (15-25v)

Kauppa (N, Järjestyksessä)

Zalando	69
Prisma	51
H&M	49
Verkkokauppa.com	42
Gigantti	32
Tokmanni	30
S-Market	23
Cdon.com	16
Lidl	16
Suomalainen kirjakauppa	12
Sokos	12
XXL	10
Stockmann	9
<i>Yhteensä n.250 eri mainintaa</i>	

Tuote

Vaatteet, kengät

Tietokonetarvikkeet, kodinelektroniikka

Älypuhelin tai tarvike

Urheilutekstiilit ja -välineet

Yhteensä n.540 eri mainintaa

Ostokanava (sulkeissa FIN 26-59v)

Verkkokauppa	42%	(39%)
Myymälä	55%	(57%)
En ostanut	4%	(4%)

Tiedon etsiminen tuotteesta (sulkeissa 26-59v)

Ennen ostoa	47%	(51%)
Oston aikana	32%	(26%)
Oston jälkeen	5%	(4%)
En lainkaan	34%	(34%)

Vähittäiskaupan
Tutkimussäätiö



Aineistoa koskevat tiedustelut:

Heikki Karjaluoto

Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

heikki.karjaluoto@jyu.fi