

Ylemmät toimihenkilöt ovat pysyneet luottavaisina omaan talouteensa

Ylempien toimihenkilöiden usko oman taloutensa kestävyYTEEN on pysynyt suhteellisen horjumattomana meneillään olevasta taloustilanteesta huolimatta. Samoin luottamus omaan kulutusmahdollisuuksiin on vahvaa. Suuri osa ylemmistä toimihenkilöistä ei ole muuttanut kulutustapojaan millään tavalla talouden laskusuhdanteessa. Samalla kuitenkin yleinen tarkkaavaisuus talousasioissa on lisääntynyt, ja omaa rahankäyttöä seurataan aiempaa tarkemmin.

Ylemmät toimihenkilöt uskovat selviytyvänsä taantumasta keskimääräistä kuluttajaa paremmin. Lisäksi jopa lähes puolet ylemmistä toimihenkilöistä arvioi maaliskuussa, että oma taloudellinen tilanne voi parantua laskevien korkojen, kevenvän verotuksen tai laskevien polttoainekustannusten kautta.

Ostovoimaa on, mutta hankintoja punnitaan aiempaa tarkemmin

Ylempien toimihenkilöiden kulutusikäytyminen keskeisissä rahankäyttökohteissa on muuttunut melko vähän talouden taantumana aikana. Esimerkiksi vaate- tai kenkäostoksilla panostetaan edelleen laadukkaisiin vaihtoehtoihin. Samoin vain marginaalinen ryhmä käyttää aiempaa vähemmän rahaa esimerkiksi ruokaostoksiin. Säästäminen sekä mielenkiintoisten sijoitusmahdollisuuksien etsiminen on lisääntynyt jonkin verran nykyisessä taloustilanteessa.

Yleisen tarkkaavaisuuden lisääntymisen ohella yleisimpiä reagointitapoja taloustilanteeseen ovat mm. kodin suurimpien hankintojen lykkääminen ja lomamatkojen harkitseminen aiempaa tarkemmin. Kuitenkin näissäkin tapauksissa yli neljä viidestä ylemmästä toimihenkilöstä ei ole muuttanut kulutusikäytymistään laskusuhdanteeseen aikana. Mm. koti- ja ulkomaanmatkoja aiotaan seuraavan 12 kuukauden aikana tehdä entiseen tahtiin, mutta tämä tapahtuu hieman aiempaa epäspontaanimmmin. Eräs esimerkki ostovoiman aiempaa harkitummasta kohdentamisesta on myös, että kotitalousvähennysmahdollisuus on huomattavasti lisännyt kiinnostusta käyttää kotimaisia palveluita (remontointi, kodinhoito jne.).

Lomamatkalta haetaan yhteisiä kokemuksia ja rentoutumista

Valtaosa ylemmistä toimihenkilöistä aikoo matkustaa kotimaassa tai ulkomaille seuraavan vuoden aikana. Yleisimmän suunnitelmassa ovat kaupunkien kulttuurikokemuksia tarjoavat kohteet tai erilaiset perhelomakohteet koti- tai ulkomaille. Myös aktiivilomat, kuten urheilumahdollisuuksia tarjoavat kohteet, ovat monien suunnitelmissa. Lomamatkojen tärkeitä valintakriteereitä ovat mm. kohteen turvallisuus, majoituksen tasokkuus, mahdollisuus rentoutumiseen ja lepäämiseen. Usein matkakohteeksi halutaan maa, jossa ei olla aiemmin käyty.

Pukeutumisessaan suomalainen päättävä panostaa käytännöllisyyteen ja laatuun

Pukeutumisessaan suomalainen päättävä ei suosi pintamuotia, vaan panostaa käytännöllisiin ja laadukkaisiin vaatteisiin ja asusteisiin. Naispäättäjien suosikkimerkkien kärjessä ovat Ril's, Luhta ja Marimekko. Miespäättäjien preferoiduin vaatemerkki on Turo Tailor.

Päättävä arvostaa viihtyisää kotia, laadukkaita astioita ja sisustustekstiilejä

Lähes kaikki päättäjät pitävät viihtyisää kotia tärkeimpinä asioina elämässään. Päättävä arvostaa myös laadukkaita astioita ja keittiövälineitä, huonekalujen hankinnassa huomio kiinnittyy enemmän laatuun kuin hintaan. Kasvit ja puutarhan päättäjät kokevat myös tärkeiksi elementeiksi asuinympäristössään.

Huonekalumerkeistä päättäjien harkintalistan kärkipäässä ovat Bohnäs, Artek ja Unikulma. Astiasto-, lasisto- ja keittiövälineryhmässä suosituimmat merkit ovat Arabia, Fiskars, Hackman ja Iittala.

Tulokset perustuvat TNS PäättäväAtlas Päättävä kuluttajana 2009 -tutkimukseen, jossa haastateltiin maaliskuun 2009 aikana 756 yksityisen tai julkisen sektorin ylempää toimihenkilöä liittyen heidän omaan kulutustottumuksiinsa.

Lisätietoa: TNS Gallup Oy

Sinikka Laine, tutkimusjohtaja, p. 09-6135 0603; Ilkka Manner, markkinatutkija, p. 09-6135 0400;
Virpi Öström, tutkimusyksikön johtaja, p. 09-6135 0547
e-mail: etunimi.sukunimi@tns-global.com

TNS Gallup Oy

TNS Gallup Oy on täyden palvelun tutkimusyritys, jonka strategiset lähtökohdat ovat tutkimusosaaminen, asiakkaiden toimialasektoreiden tuntemus ja testatut, kansainväliset tutkimusratkaisut. TNS Gallup on osa kansainvälistä TNS-konsernia, joka on maailman suurin kyselytutkimuksiin perustuvan markkinainformaation tuottaja, suurin Euroopassa sekä Pohjoismaissa. TNS:llä on toimintaa yli 110 maassa ja yli 14 000 työntekijää. Suomessa henkilöstön lukumäärä on n. 170.