

Tuhat Suomalaista
Mainonnan neuvottelukunta
Joulukuu 2016

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

SFS ISO20252 Sertifioitu



Tutkimuksen toteutus

- IRO Research Oy:n Tuhat suomalaista –tutkimuksen tiedonkeruu tehtiin internetissä IROResearch Oy:n valtakunnalliseen kuluttajapaneeliin.
- Tutkimuksen otos painotettiin iän, sukupuolen, asuinpaikkakunnan tyyppin sekä maakunnan mukaan vastaamaan suomalaista väestöä valtakunnallisesti.
- Tutkimushaastatteluja tehtiin yhteensä 1000.
- Tutkimuksen tiedonkeruu-aika oli 28.11. - 8.12.2016.

Tutkimusaineisto validoidaan henkilön ja annettujen vastausten suhteen. Validointi tapahtuu vertaamalla paneelihallintajärjestelmän ja vastausten taustatietoja keskenään, analysoimalla annettuja vastauksia, lomakkeen täyttöastetta sekä erinäisin loogisuustarkistuksin.

Aineiston rakenne - Demografiset taustat

	Kaikki
	N=1000
	%
Sukupuoli	
Nainen	51
Mies	49
Ikä	
18-24 vuotta	11
25-34 vuotta	16
35-44 vuotta	15
45-54 vuotta	17
55-64 vuotta	17
65+ vuotta	25
Koulutus	
Peruskoulu	6
Kansakoulu	2
Keskikoulu	3
Ammattikoulu	20
Opisto	10
Ylioppilas / lukio	19
Ammattikorkeakoulu (alemman korkea-asteen koulutus)	20
Yliopisto / korkeakoulu (ylemmän korkea-asteen koulutus tai tutkija-asteen koulutus)	21
Muu	1

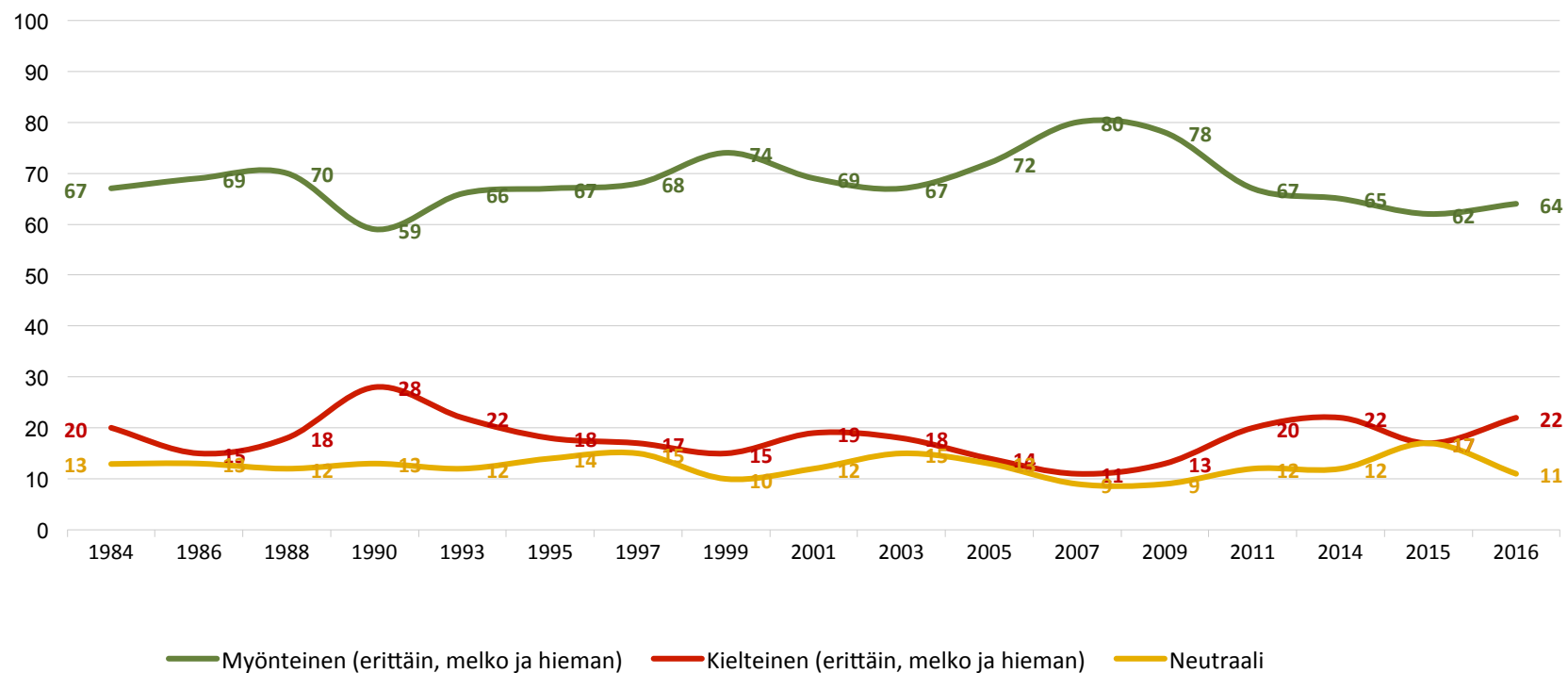
	Kaikki
	N=1000
	%
Ammattiryhmä	
Työväestö	20
Alempi toimihenkilö	10
Ylempi toimihenkilö	11
Johtavassa asemassa oleva	2
Yksityisyrittäjä	6
Maanviljelijä	1
Opiskelija / koululainen	8
Eläkeläinen	31
Kotiäiti/-isä	2
Työtön	8
Asuinpaikkakunta	
Helsinki	11
Espoo, Vantaa, Kauniainen	9
Tampere	4
Turku	3
Muu yli 50.000 as. kaupunki	24
Alle 50.000 as. kaupunki	27
Maalaiskunta	22

	Kaikki
	N=1000
	%
Talouden bruttovuositulot	
Alle 10.000 €	8
10.001 - 20.000 €	7
20.001 - 30.000 €	12
30.001 - 40.000 €	12
40.001 - 50.000 €	9
50.001 - 60.000 €	9
60.001 - 70.000 €	7
70.001 - 80.000 €	7
80.001 - 100.000 €	6
100.001 € tai enemmän	6
Ei halua sanoa	17

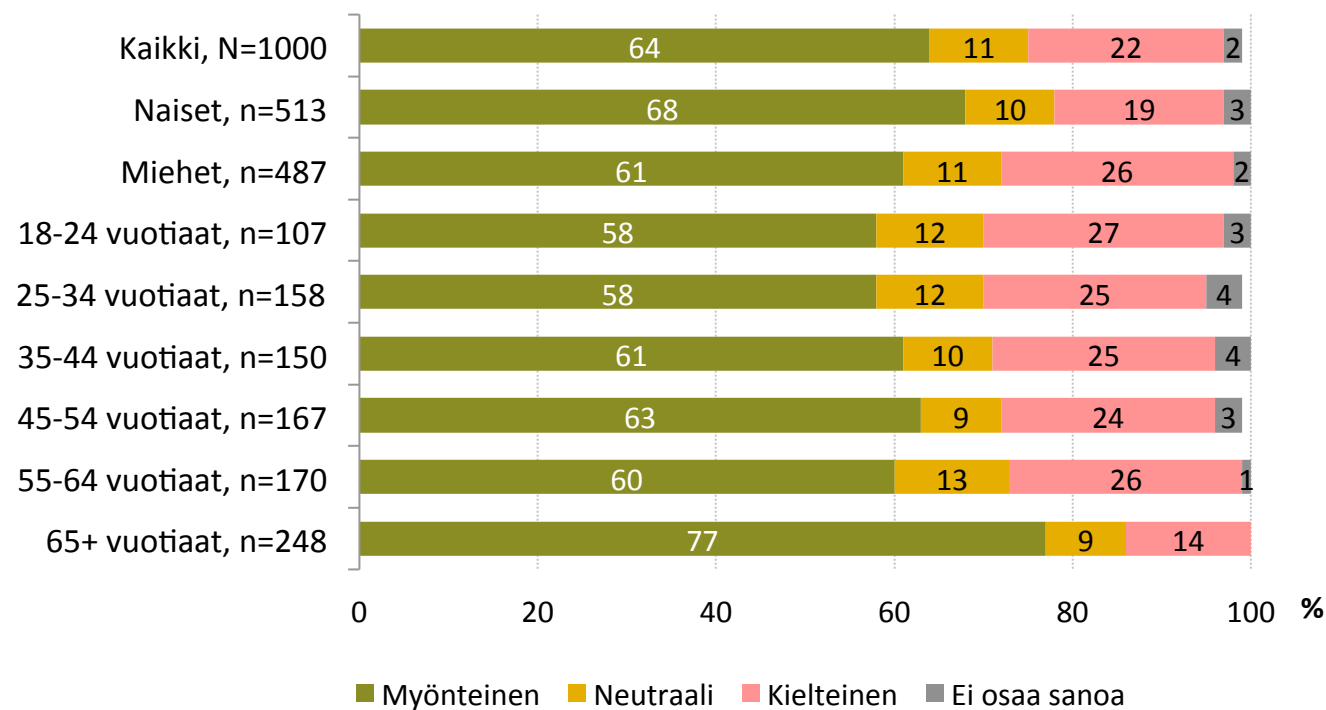
Jos ajattelet mainontaa yleensä, niin pidätkö sitä myönteisenä vai kielteisenä asiana?

	1984	1986	1988	1990	1993	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2014	2015	2016
Pitää mainontaa...																	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Erittäin myönteisenä asiana	9	9	9	9	10	9	9	9	8	9	9	15	5	4	4	8	6
Melko myönteisenä asiana	36	38	39	31	30	36	37	43	35	35	41	44	38	33	31	29	35
Hieman myönteisenä asiana	22	22	22	19	26	22	22	22	25	23	23	20	34	31	30	25	23
Yhdentekevänä asiana	13	13	12	13	12	14	15	10	12	15	13	9	9	12	12	17	11
Hieman kielteisenä asiana	11	8	10	14	13	10	9	9	12	9	7	6	7	11	10	8	7
Melko kielteisenä asiana	6	5	6	10	6	5	4	5	5	6	5	3	4	6	9	6	10
Erittäin kielteisenä asiana	3	2	2	4	3	3	4	2	2	3	2	2	1	3	3	3	5
Myönteinen	67	69	70	59	66	67	68	74	69	67	72	80	78	67	65	62	64
Kielteinen	20	15	18	28	22	18	17	15	19	18	14	11	13	20	22	17	22

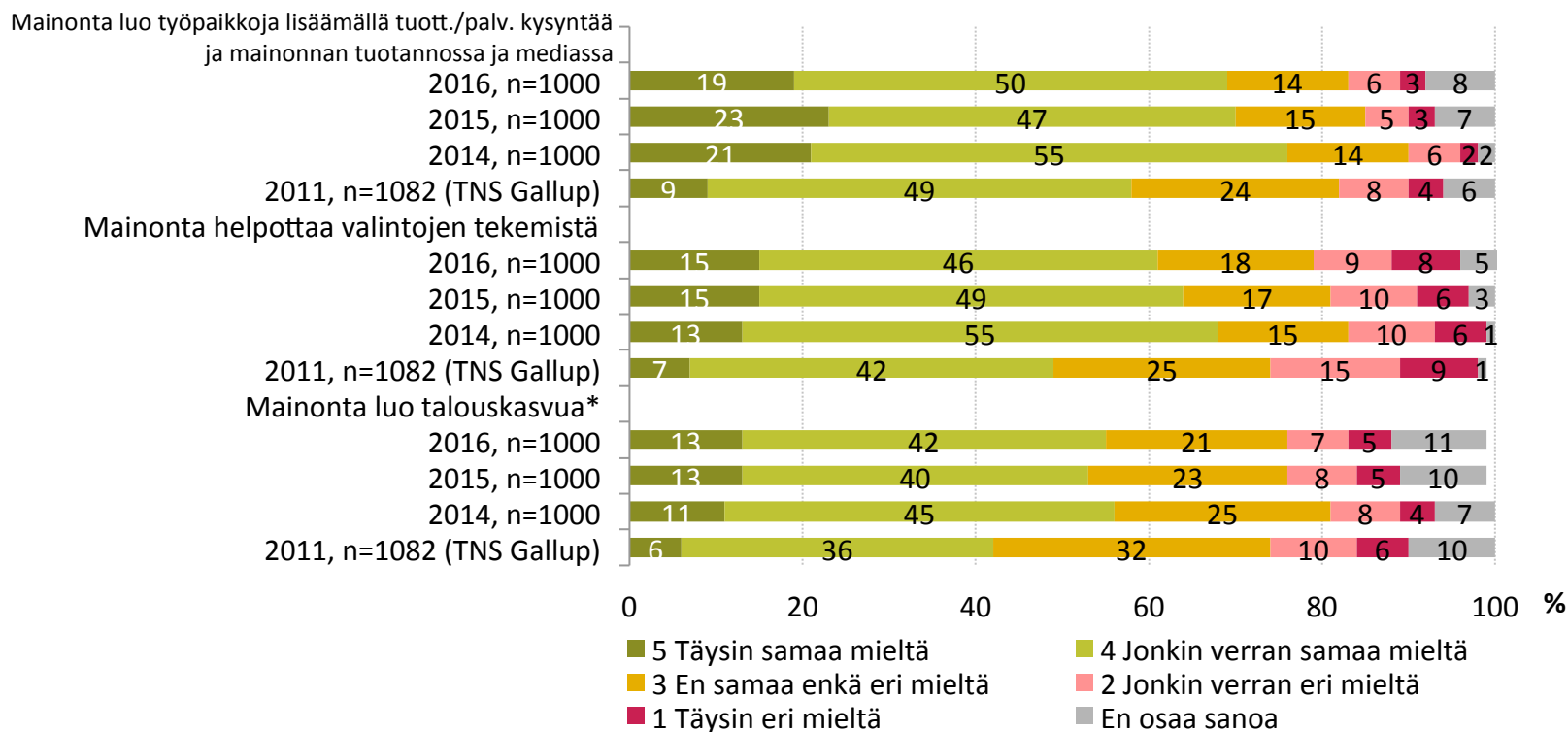
Jos ajattelet mainontaa yleensä, niin pidätkö sitä myönteisenä vai kielteisenä asiana?



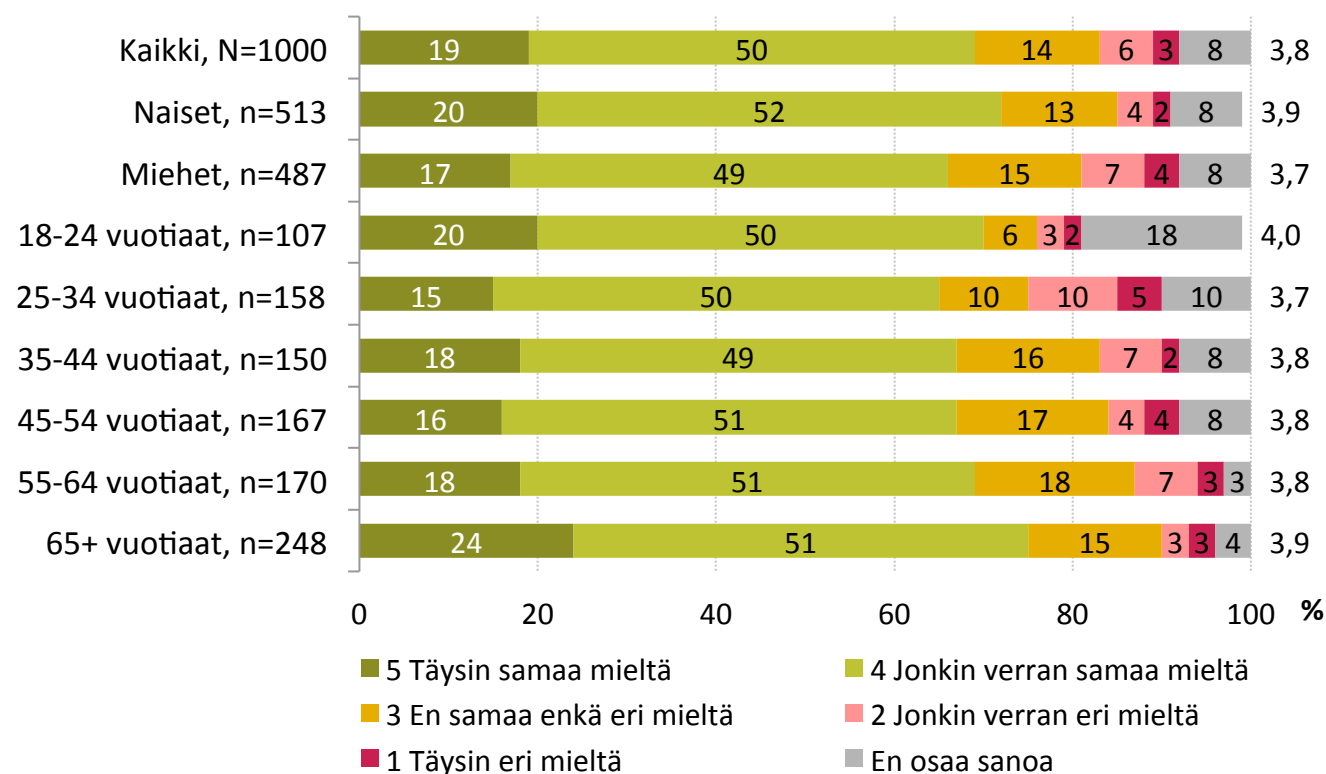
Jos ajattelet mainontaa yleensä, niin pidätkö sitä myönteisenä vai kielteisenä asiana?



Mainonnan merkitys itselle ja yhteiskunnalle

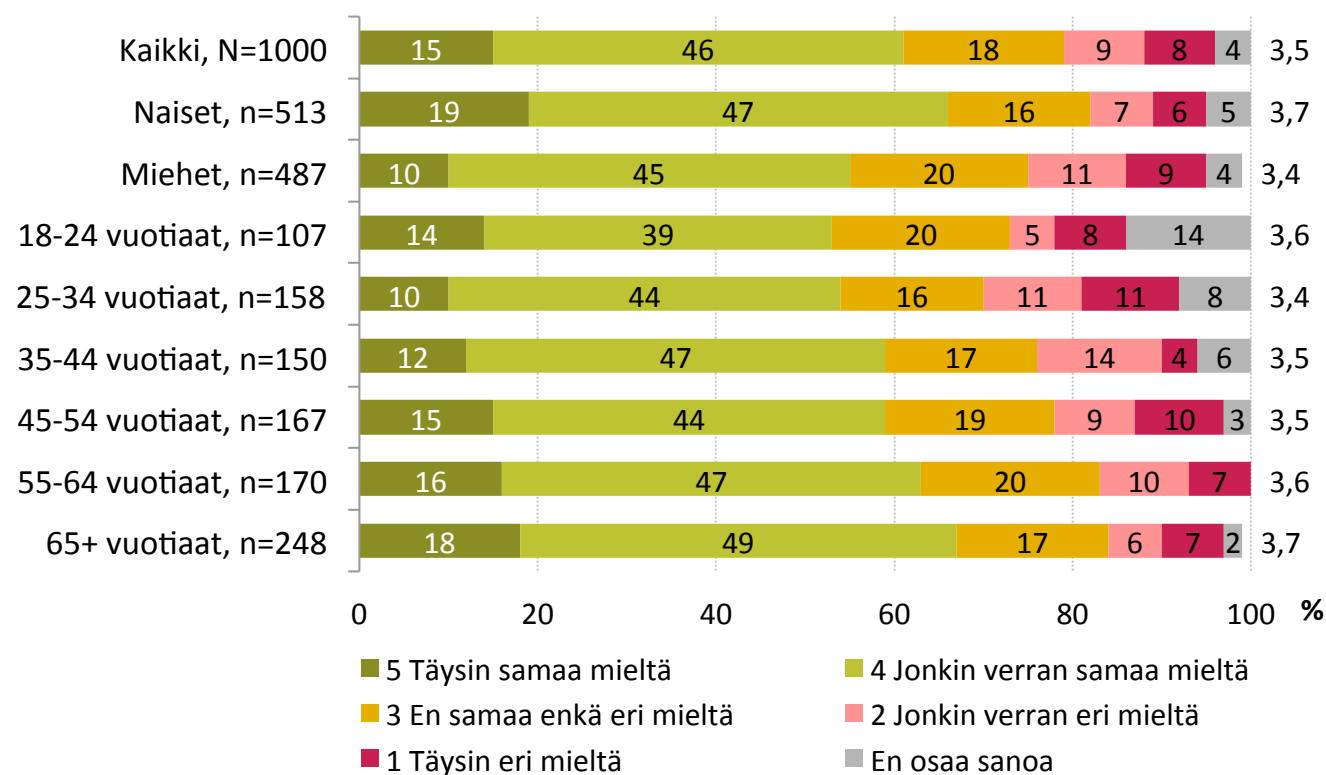


Mainonta luo työpaikkoja sekä lisäämällä tuotteiden ja palvelujen kysyntää että mainonnan tuotannossa ja mediassa



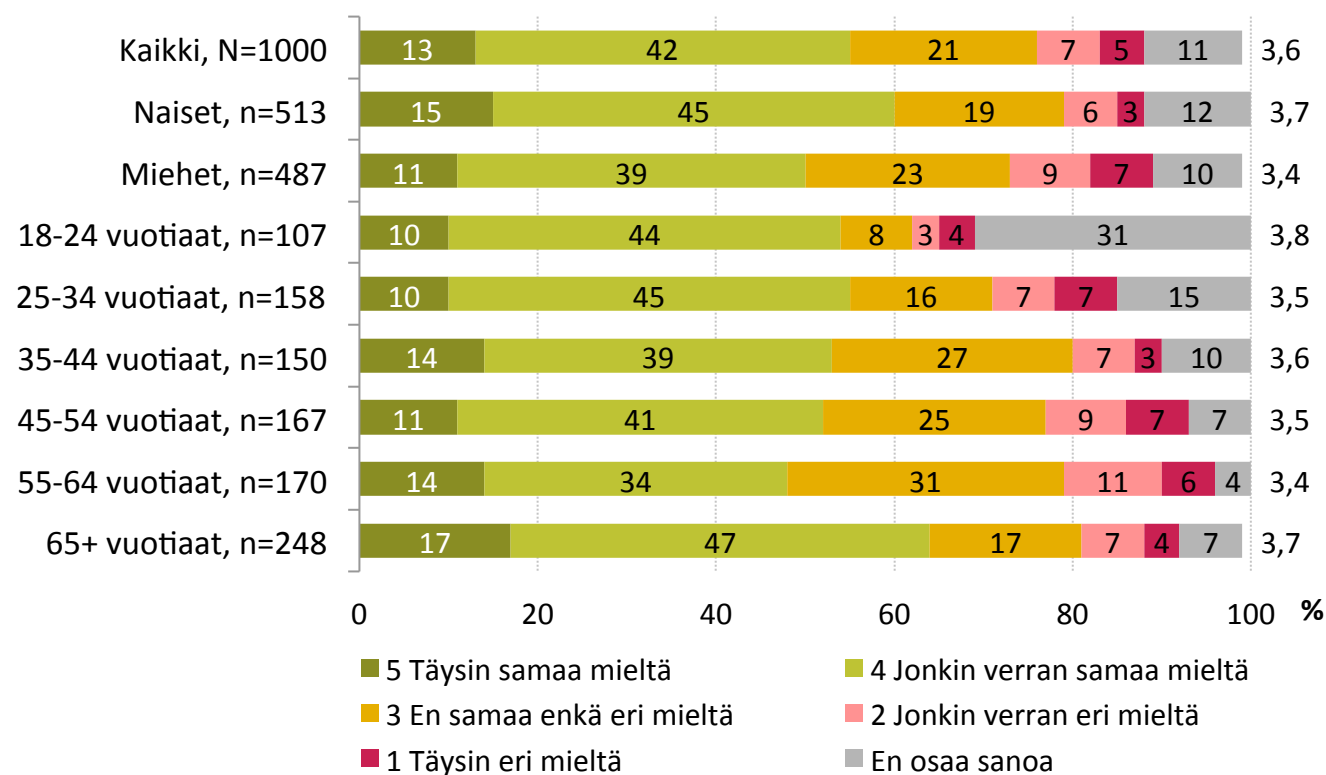
MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Mainonta helpottaa valintojen tekemistä



MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Mainonta luo talouskasvua



MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Mainonnan merkitys itselle ja yhteiskunnalle

	SUKUPUOLI			IKÄ					
	Kaikki N=1000	Naiset n=513	Miehet n=487	18-24 vuotiaat n=107	25-34 vuotiaat n=158	35-44 vuotiaat n=150	45-54 vuotiaat n=167	55-64 vuotiaat n=170	65+ vuotiaat n=248
Täysin+jokseenkin samaa mieltä	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Mainonta luo työpaikkoja sekä lisäämällä tuotteiden ja palvelujen kysyntää että mainonnan tuotannossa ja mediassa	69	73	66	71	65	67	68	69	75
Mainonta helpottaa valintojen tekemistä	60	65	55	53	54	59	59	63	68
Mainonta luo talouskasvua	55	60	50	53	55	53	52	48	65



= Tilastollisesti merkitsevästi korkeampi
= Tilastollisesti merkitsevästi matalampi

TAULUKOT

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Taulukot



- Taulukoissa on väritetty **sinisellä** ne rivit, jotka kertovat vastaajien lukumäärän.
- Kun jokin prosenttiluku on taulukossa kirkkaan vihreällä tai pinkillä alustalla, tarkoittaa se sitä, että kyseinen tulos eroaa merkitsevästi vastaavasta kokonaistuloksesta 99 %:n luottamustasolla, eli se voisi olla sattumasta johtuva vain yhdessä tapauksessa sadasta. Vihreällä merkityt eroavat merkitsevästi ylöspäin ja pinkillä merkityt alaspäin.
- Kun luku on taulukossa vaalealla vihreällä tai pinkillä alustalla, on ero merkitsevä 95 %:n tasolla.