

# YRITTÄJYYSIILMAPUNTARI YRITTÄJÄN PÄIVÄ -SÄÄTIÖ

30.8.2013

Markus Mervola  
Marko Mäkinen

Tutkimusraportti

taloustutkimus oy

*HYVÄ TIETÄÄ.*

## SISÄLLYSLUETTELO

### JOHDANTO

- Tutkimuksen kohderyhmä
- Tutkimuksen toteutus

### YHTEENVETO

### TULOKSET

- Yrittäjyyden houkuttelevuus
- Palkkatyö vai sosiaaliturva?
- Onko suunnitellut yrityksen perustamista
- Onko Suomessa hyvä yrittää?
- Onko Suomessa hyvä tehdä työtä?
- Yrittäjyyteen houkuttavat seikat
- Yrittäjyyttä vastaan puhuvat seikat
- Suomalainen yrittäjyys
- Mielenpitoet yritysideoista

### VASTAAJARAKENNE

### TULOSTEN JULKISTAMINEN

51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittajista

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

21%

utistoimittajista  
käyttää  
sosiaalista  
mediaa tiedon-  
ankinnassa.

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

38%

suomalaisista  
katsoo  
netti työtä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan tä-  
ärkeimpänä omina-  
suuutena.

06%

otitalouksista  
staa  
käännöllisesti  
omupossua.

## JOHDANTO

01%

otitalouksista  
kokee valmisruo-  
vastaavan maun  
kotiruokaa.

12%

otitalouksista  
käytä lainkaan  
omutuotteita.

04%

yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia  
kahviautomaatin

14%

uomalaisista  
kokee  
äköisverkko-  
htia.

75%

naisista uskoo  
ryppyvoiteiden  
tehoon.

ananaksia.

28%

12%

kotitalouksista

61%

täysi-ikäisistä  
on nähnyt  
lottomainontaa  
viimeisen 6 kk

29%

kotitalouksista  
on ostanut  
reilun kaupan

## Johdanto

### TUTKIMUKSEN TAVOITE

Tämän tutkimuksen avulla on pyritty selvittämään, mitä mieltä suomalaiset ovat yrittäjyydestä.

Tutkimuksen keskeisimpinä tavoitteina oli selvittää:

- Kuinka houkuttelevana suomalaiset pitävät yrittäjyyttä
- Kuinka moni aikeissa alkaa yrittäjäksi
- Mitä mieltä suomalaiset ovat suomalaisesta yrittäjyydestä

Taloustutkimus Oy on toteuttanut vastaavanlaiset tutkimukset vuosina 2000-2003, 2005, 2006, 2009, 2010 ja 2011.

Tämän tutkimusraportin ovat laatineet markkinatutkija **Markus Mervola** ja tutkimusassistentti **Marko Mäkinen**.

21%

utistoimittajista

07%  
naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

01%  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

38%

suomalaisista  
katsoo

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Johdanto

### TUTKIMUKSEN KOHDERYHMÄ

Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat 15-79 suomalaiset ahvenanmaalaisia lukuun ottamatta.

Tutkimuksen näyte muodostettiin valtakunnallisesti edustavaksi iän, sukupuolen ja asuinläänin mukaan.

Tutkimuksen lopullinen otos oli 1085 vastaajaa.

Lopullinen vastaaja-aineisto painotettiin väestöä edustavaksi iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan.

### TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin Taloustutkimuksen Internet-paneelissa. Taloustutkimuksen Internet-paneelissamme on tällä hetkellä noin 38 000 yli 14-vuotiasta internetiä käyttävää panelistia. Internet-paneelin jäsenten rekrytointi tapahtuu Taloustutkimuksen valtakunnallisesti edustavien tutkimusten yhteydessä tai perustuu muihin satunnaisotoksiin väestöstä, mikä takaa tutkimusten edustavuuden, luotettavuuden ja korkean vastausprosentin

Tutkimuksen kenttäaika oli 14-19.8.2013

Aineiston keräämisestä, tallennuksesta, atk-käsittelystä ja raportoinnista vastasi Taloustutkimus Oy.

21%

utistoimittajista

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten

ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

38%

suomalaisista

katsoo

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

21%

utistoimittajista  
käyttää  
sosiaalista  
mediaa tiedon-  
ankinnassa.

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

19%

38%

suomalaisista  
katsoo  
petti työtä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan ta-  
ärkeimpänä omina-  
sautena.

06%

otitalouksista  
staa  
käännöllisesti  
omupossua.

## YHTEENVETO

01%

otitalouksista  
kokee valmisruo-  
vastaavan maun  
kotiruokaa.

12%

otitalouksista  
käytä lainkaan  
omutuotteita.

04%

yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia  
kahviautomaatin

14%

uomalaisista  
kee  
äköisverkkö-  
htiä.

75%

naisista uskoo  
ryppyvoiteiden  
tehoon.

ananaksia.

28%

12%

kotitalouksista

01%

täysi-ikäisistä  
on nähnyt  
lottomainontaa  
viimeisen 6 kk

29%

kotitalouksista  
on ostanut  
reilun kaupan

## Yhteenveto

- Samoin kuin edellisinä tutkimuskertoina (2010 ja 2011) suurinta osaa suomalaisista yrittäjyys ei näytä juuri houkuttelevan, sillä kaksi kolmasosa suomalaisista ei pidä yrittäjänä toimimista houkuttelevana. Suurin syy tähän on palkkatyön mieltäminen kiehtovammaksi vaihtoehdoksi. Sitä vastoin 17 % niistä jotka pitävät yrittäjyyttä houkuttelevana ovat suunnitelleet yrityksen perustamista lähiaikoina.
- Kaksi viidestä suomalaisesta on sitä mieltä että Suomessa on hyvä toimia yrittäjänä ja kolme neljästä on sitä mieltä että Suomessa on hyvä tehdä työtä.
- Yrittäjyyteen eniten suomalaisia houkuttelee *vapaus tehdä niin kuin itse haluaa, itsenäisyys ja hyvät ansaintamahdollisuudet*. 16 %:n mielestä mikään ei houkuttele yrittäjyyteen.
- Yrittäjyyttä vastaan puhuvina seikkoina mainittiin *taloudellinen riski, aikapula/jaksaminen ja vastuu*.
- Mielikuvilla arvioiden suomalainen yrittäjyys miellettiin eniten *asiaksi jota Suomessa tulisi edistää ja riskien täyttämäksi*.
- Yritysideapankin perustaminen saa vahvan kannatuksen suomalaisilta. Kaksi kolmasosaa on sitä mieltä että yrittäjäksi ryhtymisen kynnyks alenisi, mikäli ideapankki lanseerattaisiin.

21%

utistoimittajista

07%  
naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

01%  
Yritysideapankin  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

38%

suomalaisista  
katsoo  
etti...

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

21%

utistoimittajista  
käyttää  
sosiaalista  
mediaa tiedon-  
ankinnassa.

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

38%

suomalaisista  
katsoo  
petti työtä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan tä-  
ärkeimpänä omina-  
suuutena.

06%

otitalouksista  
staa  
käännöllisesti  
omupossua.

## TULOKSET

01%

otitalouksista  
kokee valmisruo-  
vastaavan maun  
kotiruokaa.

12%

otitalouksista  
käytää lainkaan  
omutuotteita.

04%

yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia  
kahviautomaatin

14%

uomalaisista  
kee  
äköisverkkö-  
htiä.

75%

naisista uskoo  
ryppyvoiteiden  
tehoon.

ananaksia.

28%

12%

kotitalouksista

01%

täysi-ikäisistä  
on nähnyt  
lottomainontaa  
viimeisen 6 kk

29%

kotitalouksista  
on ostanut  
reilun kaupan



## Yrittäjyyden houkuttelevuus

- Kolmannes suomalaisista pitää itsenäisenä yrittäjänä toimimista vähintään melko houkuttelevana. Kuusi prosenttia pitää yrittäjyyttä erittäin houkuttelevana.
- Tuloksissa ei ole merkittävää muutosta verrattuna kahteen edelliseen tutkimuskertaan (2010 ja 2011). Tätä ennen tutkimus on tehty eri menetelmällä kuin nyt: 2009 se tehtiin henkilökohtaisina käyntihaastatteluina ja vuosina 2000-2006 puhelinhaastatteluina. Siten tuloksia ei voi täysin luotettavasti vertailla näihin aiempiin vuosiin.
- Suurinta osaa suomalaisista ei yrittäjyys näytä juurikaan houkuttelevan, sillä kahden kolmasosan mielestä yrittäjyys ei ole kovin tai ei lainkaan houkuttelevaa.

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Miehet, nuoret (15-24-vuotiaat) ja yli 80.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat pitävät yrittäjyyttä muita useammin houkuttelevana. Talouden tulot eivät tutkimuksen mukaan muuten näytä selittävän sitä, miten houkuttelevana yrittäjyyttä pitää.
- Kriittisimmin yrittäjyyteen suhtautuvat ikäluokittain tarkasteltuna 50-64-vuotiaat ja toimiaseman mukaan tarkasteltuna alemmat toimihenkilöt ja työväestö.
- Yrittäjät luonnollisesti pitävät yrittäjänä toimimista houkuttelevana. Mutta heistäkin viidennes ei pidä yrittäjyyttä houkuttelevana.

21%  
utistoimittajista

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

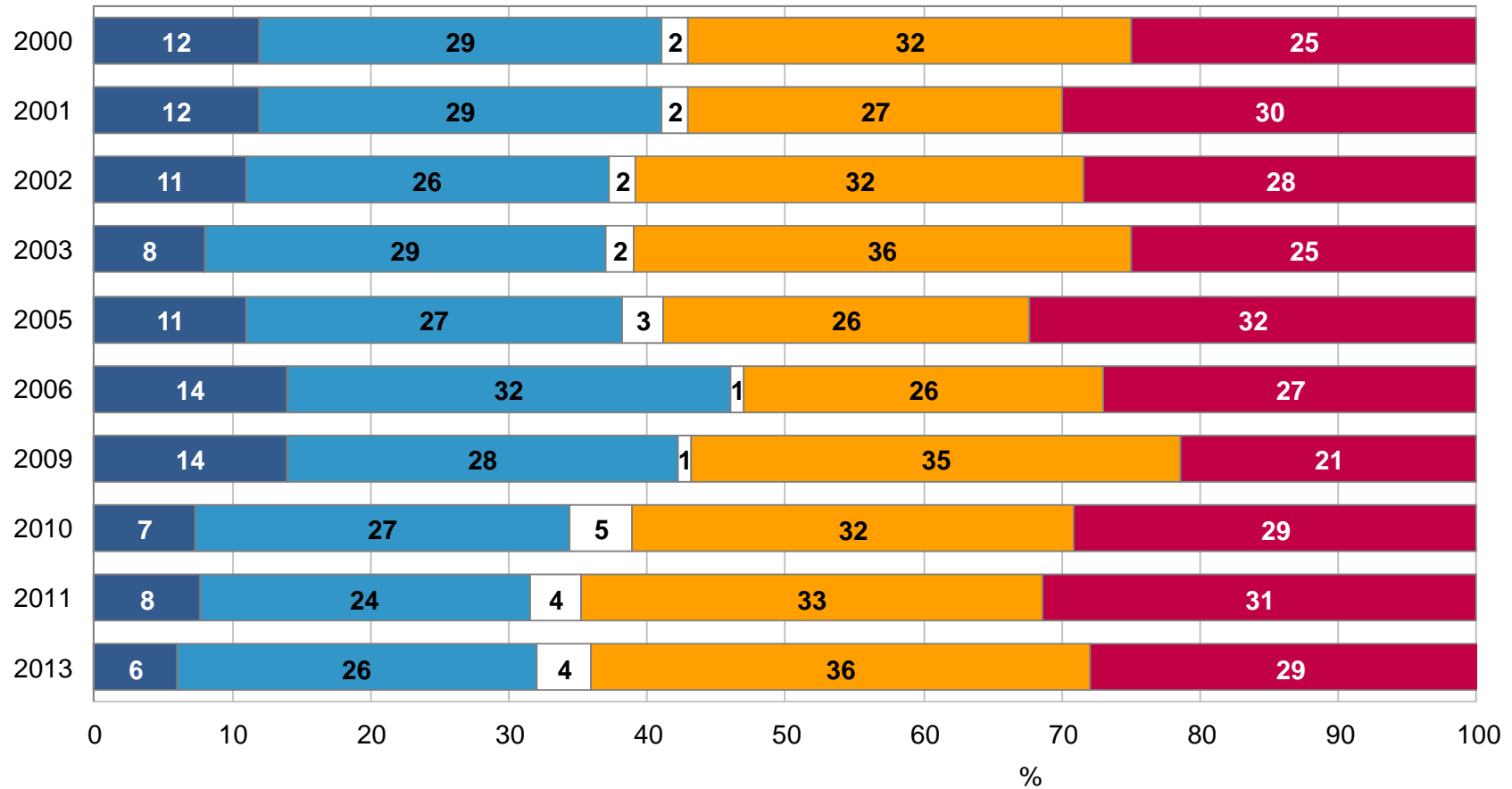
38%  
suomalaisista  
katsoo

33%  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Kuinka houkuttelevana pidät itsenäisenä yrittäjänä toimimista?

2013 n=1085

■ Erittäin houkuttelevana ■ melko houkuttelevana □ en osaa sanoa ■ ei kovin houkuttelevana ■ ei lainkaan houkuttelevana



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

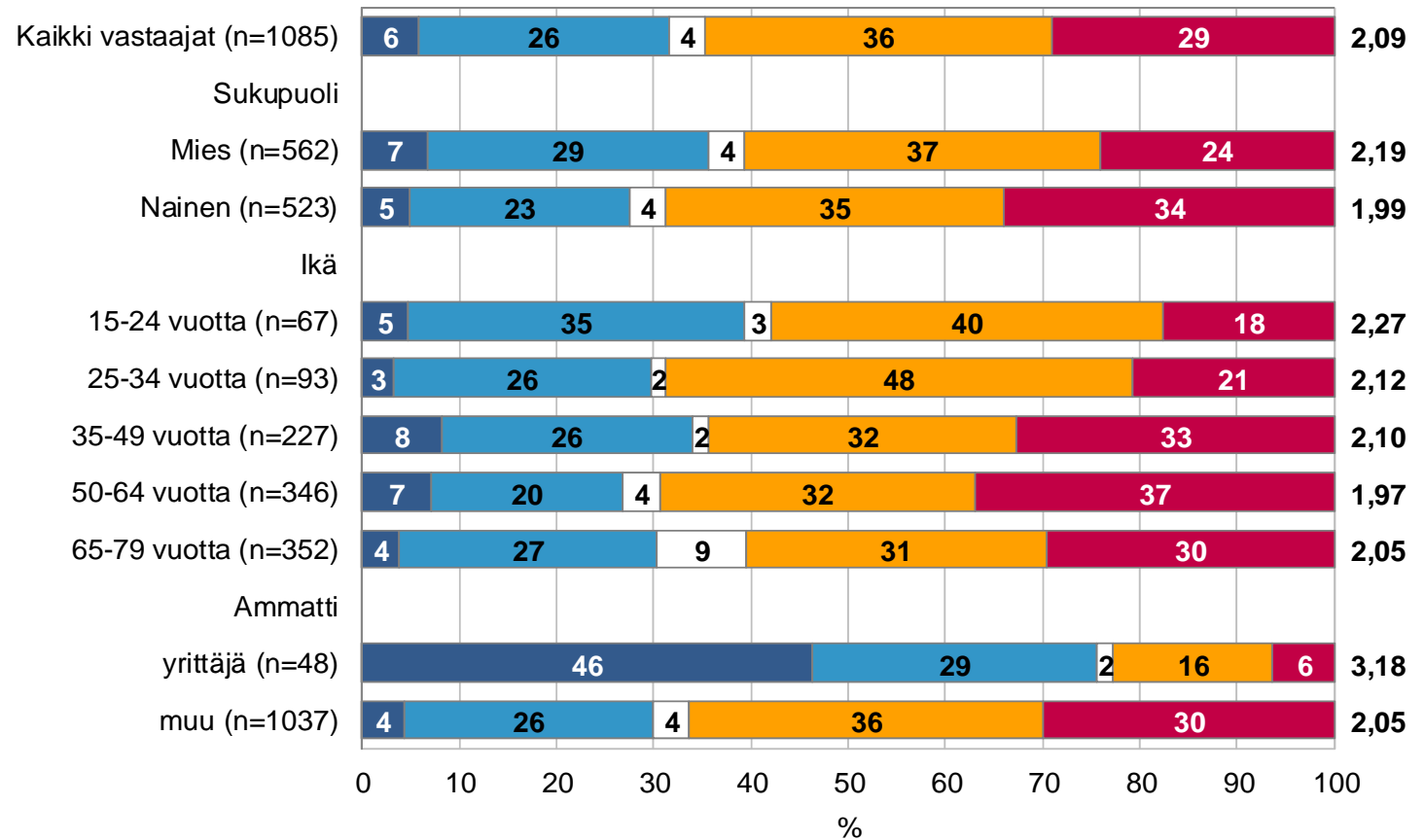
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Kuinka houkuttelevana pidät itsenäisenä yrittäjänä toimimista?

Kaikki vastaajat

■ Erittäin houkuttelevana ■ melko houkuttelevana □ en osaa sanoa ■ ei kovin houkuttelevana ■ ei lainkaan houkuttelevana KA



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

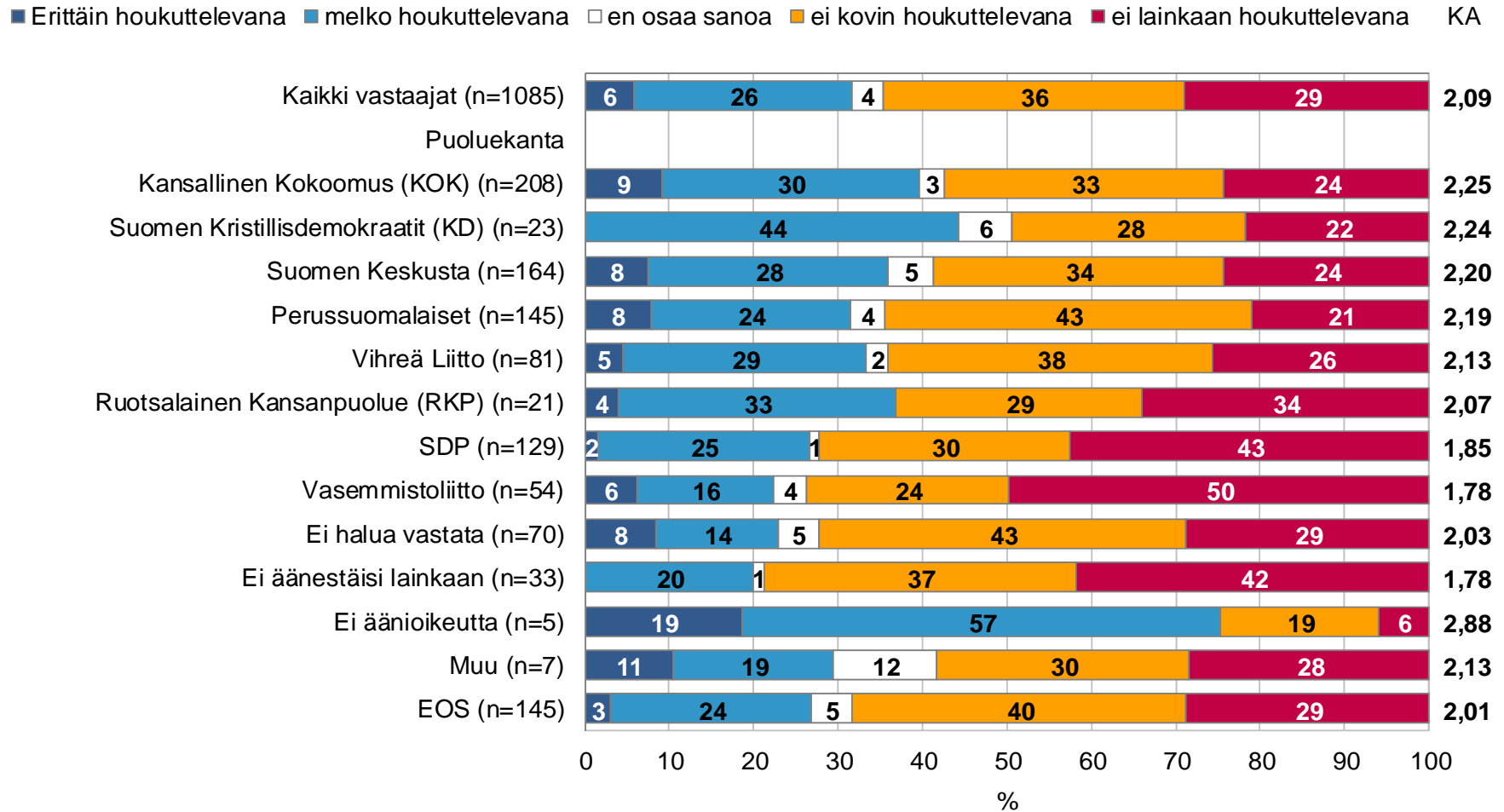
21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Kuinka houkuttelevana pidät itsenäisenä yrittäjänä toimimista?

Kaikki vastaajat



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Yrittäjyys, palkkatyö vai sosiaaliturva

- Niitä vastaajia, jotka eivät pitäneet yrittäjyyttä houkuttelevana, pyydettiin valitsemaan kahdesta vaihtoehdosta itseään kuvaavampi (n=700). Vaihtoehdot olivat:
  - Palkkatyö on yrittäjyyttä houkuttelevampi vaihtoehto
  - Sosiaaliturvan varassa eläminen on yrittäjyyttä houkuttelevampi vaihtoehto
- Suomalaiset eivät ole innokkaita ryhtymään yrittäjiksi, mikäli palkkatyötä tai sosiaaliturvaa on tarjolla. Useampi kuin yhdeksän kymmenestä (94 %) pitää palkkatyötä yrittäjyyttä houkuttelevampana ja yksi prosentti sosiaaliturvaa yrittäjyyttä houkuttelevampana vaihtoehtona.

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Ylemmät toimihenkilöt, johtavassa asemassa olevat (pieni vastaajamäärä, n<30), työntekijät ja yli 80.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat pitivät palkkatyötä muita useammin houkuttelevampana kuin yrittäjyyttä.
- Nuoret (15-25-vuotiaat) ja miehet valitsivat keskimääräistä useammin, että sosiaaliturvan varassa eläminen on yrittäjyyttä tai palkkatyötä houkuttelevampaa.

21%  
tutustoimittajista

77%  
naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

Yrittäjyyden  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

19%

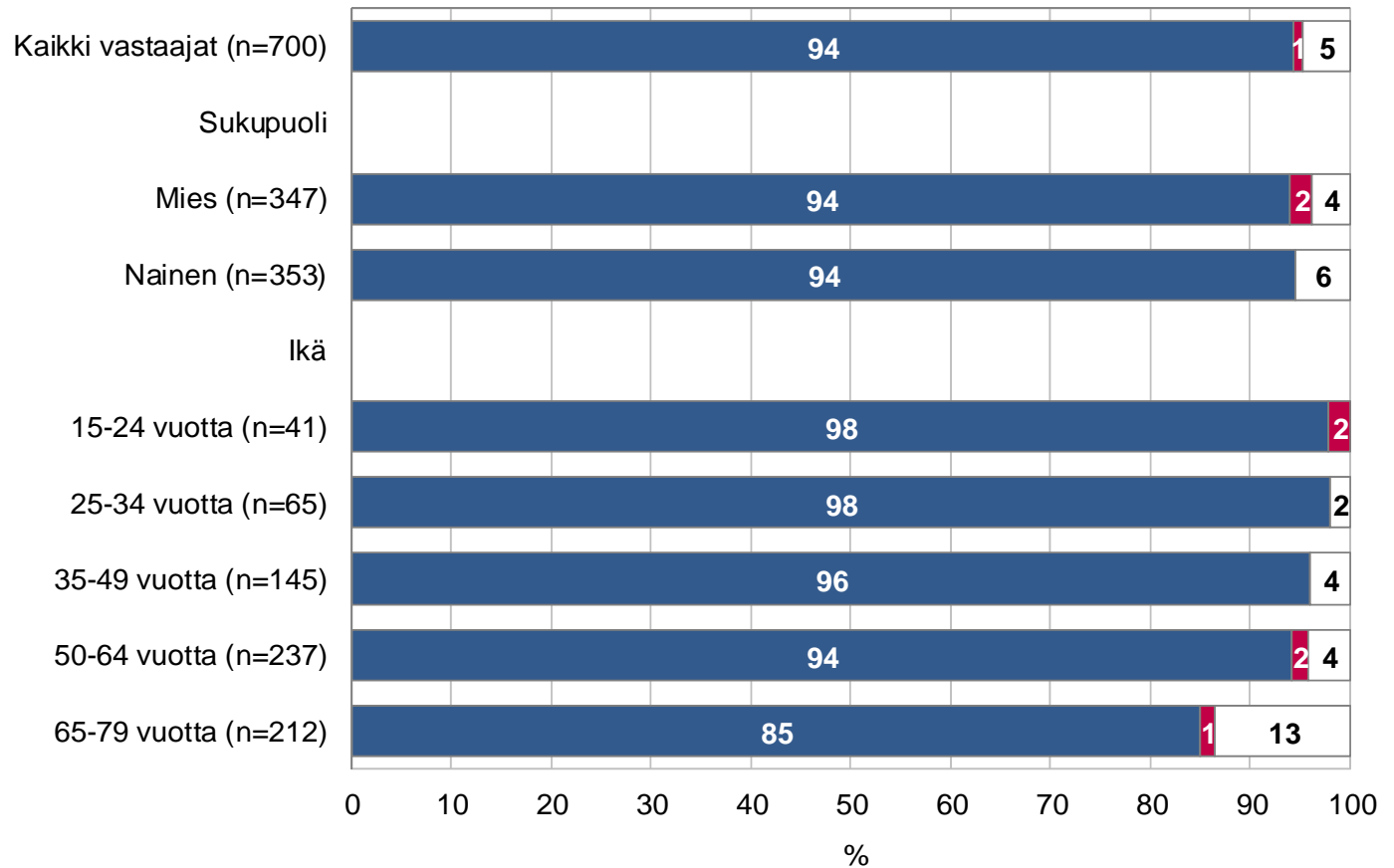
38%  
suomalaisista  
katsoo  
yrittäjyyttä

33%  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten sinua?

n=ei pidä yrittäjyyttä houkuttelevana

■ Palkkatyö on yrittäjyyttä houkuttelevampi vaihtoehto ■ Sosiaaliturvan varassa eläminen on yrittäjyyttä houkutteleva □ En osaa sanoa



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisru

## Onko suunnitellut yrityksen perustamista

- Niiltä, joiden mielestä yrittäjyys on vähintään melko houkuttelevaa, kysyttiin ovatko he harkinneet yrityksen perustamista lähiaikoina (n=332).
- Jopa 17 prosenttia tästä joukosta sanoi suunnittelevansa yrityksen perustamista lähiaikoina. Tulos on samankaltainen vuoden 2011 kanssa (2011: 16 %).

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Erityisesti 35-49-vuotiaat (heistä 30 %) suunnittelevat yrityksen perustamista lähiaikoina.
- Perussuomalaisen kannattajissa (heistä 38 %) on muita enemmän niitä, jotka suunnittelevat perustavansa yrityksen lähiaikoina.
- Myös johtavassa asemassa työskentelevät, ylemmät toimihenkilöt ja työttömät ovat muita useammin suunnitelleet yrityksen perustamisesta lähiaikoina.
- Yrittäminen sopii hieman paremmin lapsettomille pareille, sillä heistä 24 % on suunnitellut yrityksen perustamista lähiaikoina.
- Sitä vastoin eläkeläisistä, toimihenkilöistä, muista aikuistalouksista ja niistä joiden vuositulot ovat alle 20.000EUR keskimääräistä harvempi on suunnitelleet yrityksen perustamista.

21%  
utistoimittajista

27%  
naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

25-vuotiaita.  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

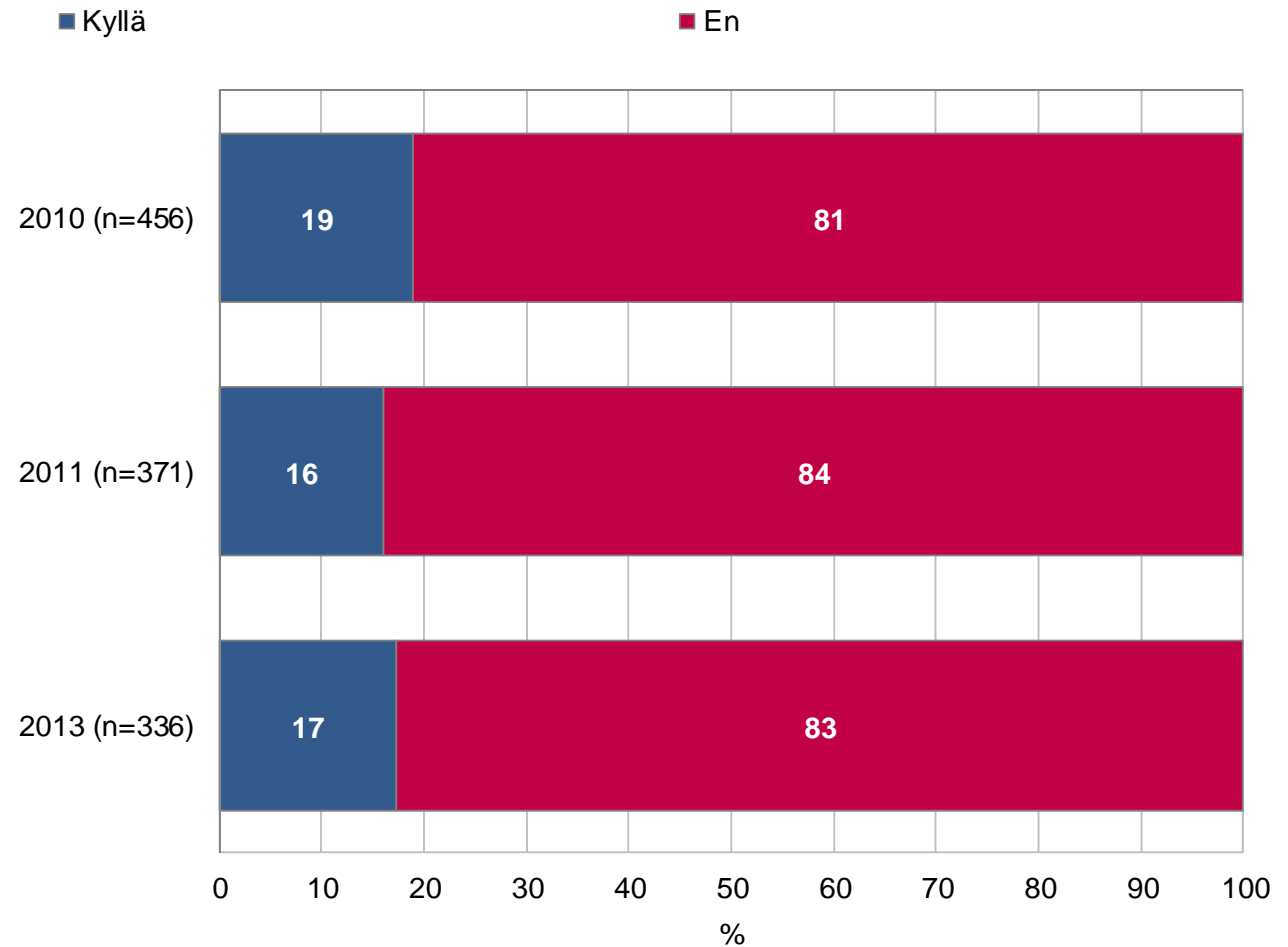
19%

38%  
suomalaisista  
katsoo

33%  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Oletko suunnittelemassa yrityksen perustamista lähiaikoina?

n=pitää yrittäjänä toimimista vähintään melko huokuttelevana



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

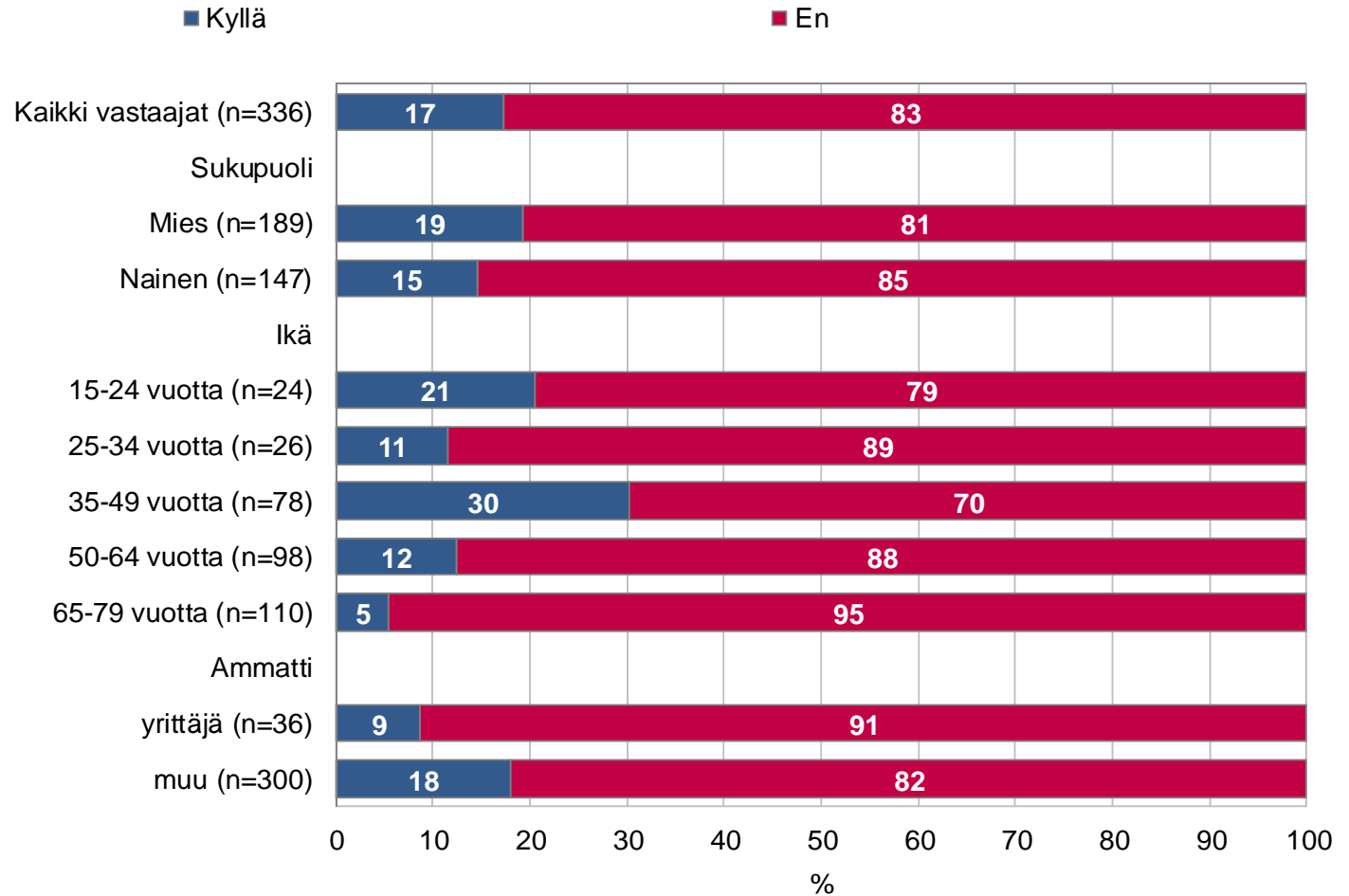
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-



## Oletko suunnittelemassa yrityksen perustamista lähiaikoina?

n=pitää yrittäjänä toimimista vähintään melko huokuttelevana



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

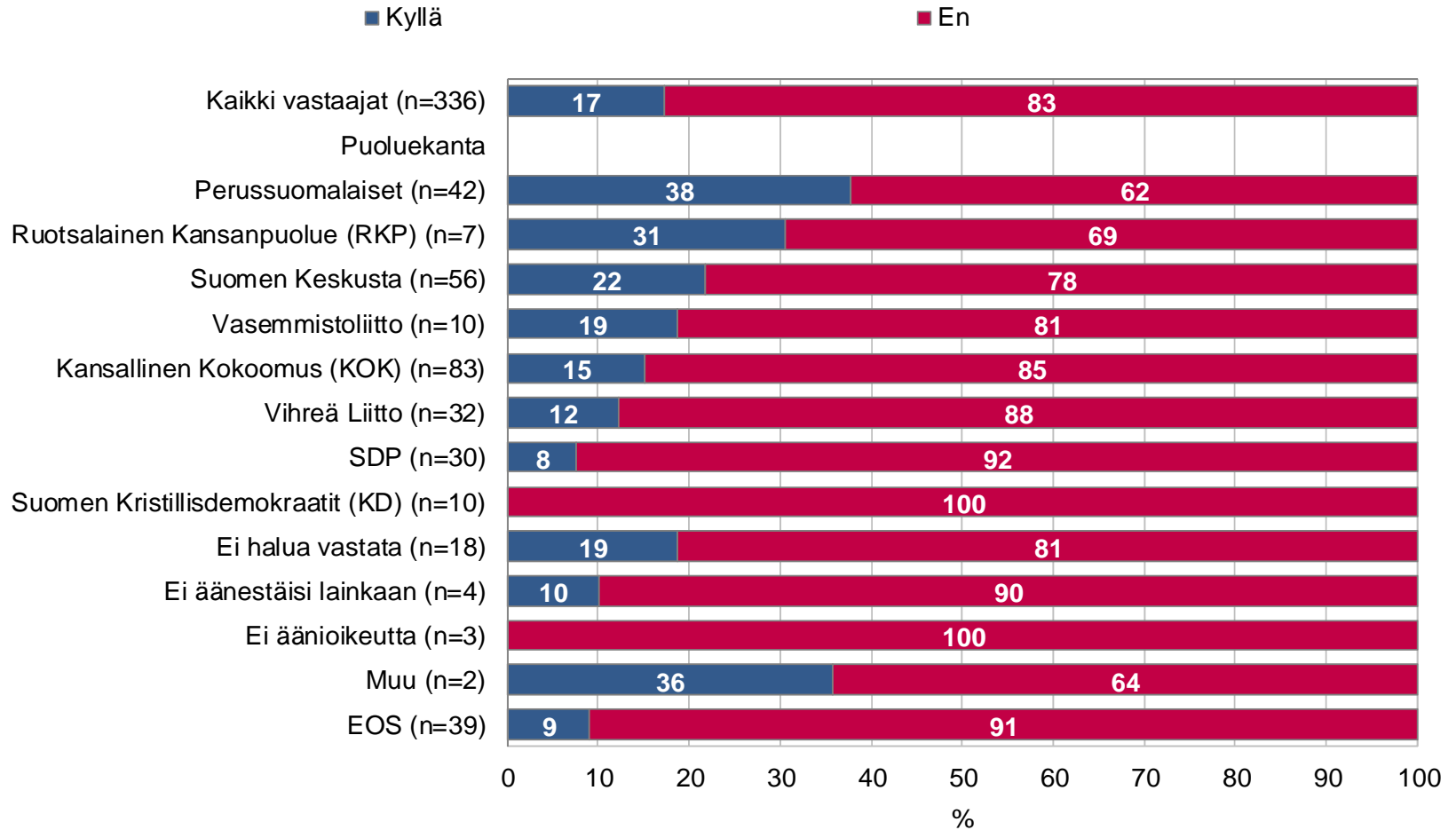
**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Oletko suunnittelemassa yrityksen perustamista lähiaikoina?

n=pitää yrittäjänä toimimista vähintään melko huokuttelevana



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Onko Suomessa hyvä yrittää?

- Tutkimuksessa selvitettiin, mitä mieltä suomalaiset ovat väittämästä "Suomessa on hyvä yrittää".
- Kaksi viidestä vastaajasta on vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä. Joka kolmannen kanta asiaan on neutraali, kun lähes neljännes vastaajista on väittämästä vähintään jokseenkin eri mieltä ja neljä prosenttia täysin eri mieltä.
- Verrattuna edellisvuosiin hieman pienempi osa vastaajista on sitä mieltä, että Suomessa on hyvä yrittää.

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Yrittäjät, 15-24-vuotiaat, 65-79-vuotiaat sekä opiskelijat ovat muita useammin samaa mieltä väittämän "Suomessa on hyvä yrittää" kanssa.
- Myös ne, jotka äänestäsivät eduskuntavaaleissa SDP:tä, Kokoomusta tai Kristillisdemokraatteja ovat muita useammin samaa mieltä väittämän "Suomessa on hyvä yrittää" kanssa. On kuitenkin huomattava, että Kristillisdemokraatteja äänestäviä on tutkimuksessa vähän (n<30), ja tulokset ovat siten suuntaa antavia
- Muita kriittisempiä yritystoiminnan olosuhteisiin Suomessa ovat 35-49-vuotiaat ja työväestöön kuuluvat ja ne, jotka äänestäsivät eduskuntavaaleissa Vasemmistoliittoa tai Perussuomalaisia.
- Sukupuolten välillä eroa ei ole käytännössä ollenkaan

21%  
yrittäjätoimittajista

27%  
naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

25-vuotiaat  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

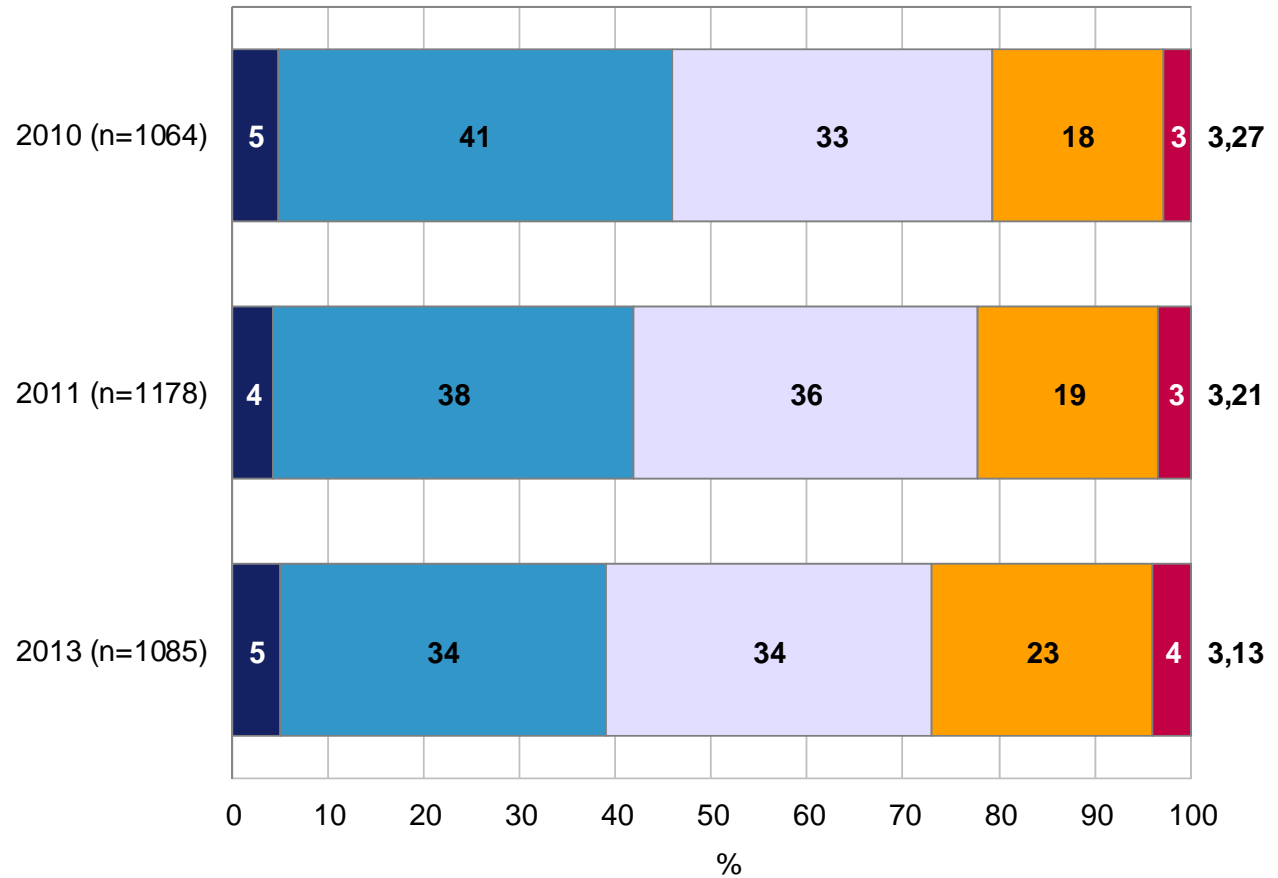
19%

38%  
suomalaisista  
katsoo  
yrittäjyyttä

33%  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Suomessa on hyvä yrittää 1/4

- 5 = Täysin samaa mieltä
  - 4 = Jokseenkin samaa mieltä
  - 3 = En samaa/en eri mieltä
  - 2 = Jokseenkin eri mieltä
  - 1 = Täysin eri mieltä
- Keskiarvo



**51%** täysi-ikäisistä on nähnyt suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen ei käytä lainkaan luomutuotteita.

**75%** naisista uskoo suomalaisista vastustaa ydinvoiman käytön

**40%** yrityksistä aikoo vuosittain uutistoimittaja

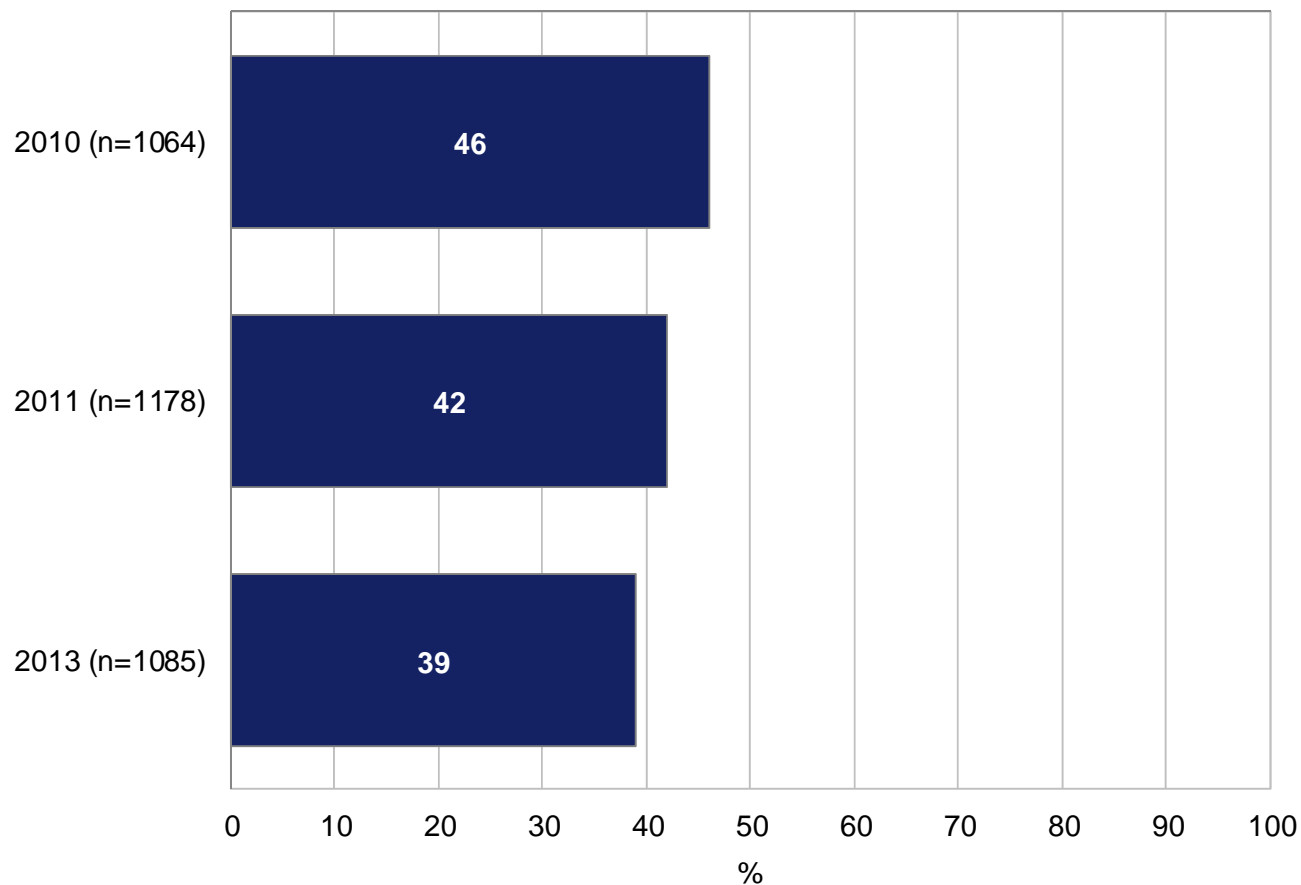
**04%** kokee, ettei yritysten ympäristöasioista viestiminen ole kotitalouksista kokee valmistu

**21%**

**01%**

## Suomessa on hyvä yrittää

■ Jokseenkin/täysin samaa mieltä



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

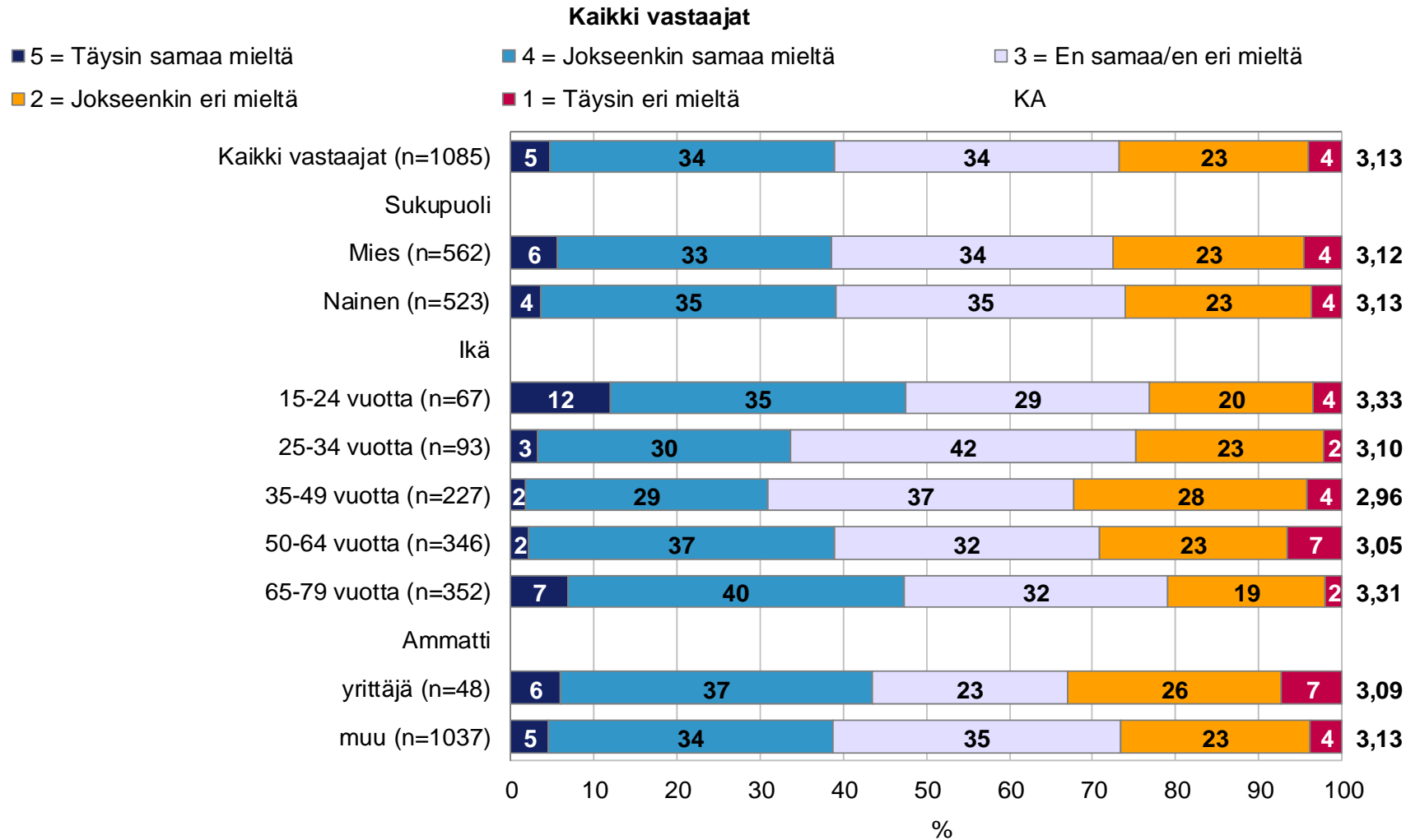
**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittajaista

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmistuksen

## Suomessa on hyvä yrittää



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

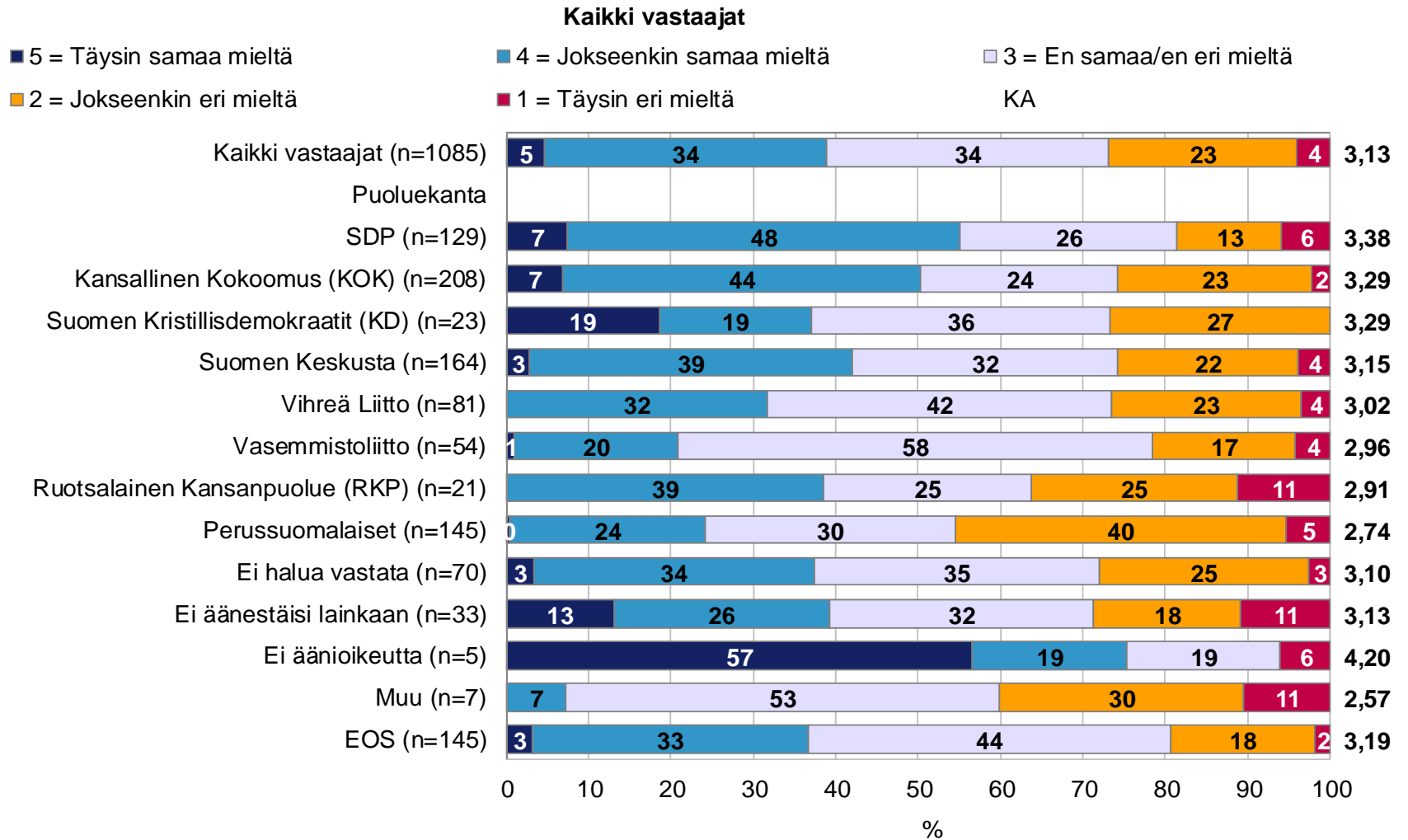
04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Suomessa on hyvä yrittää



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

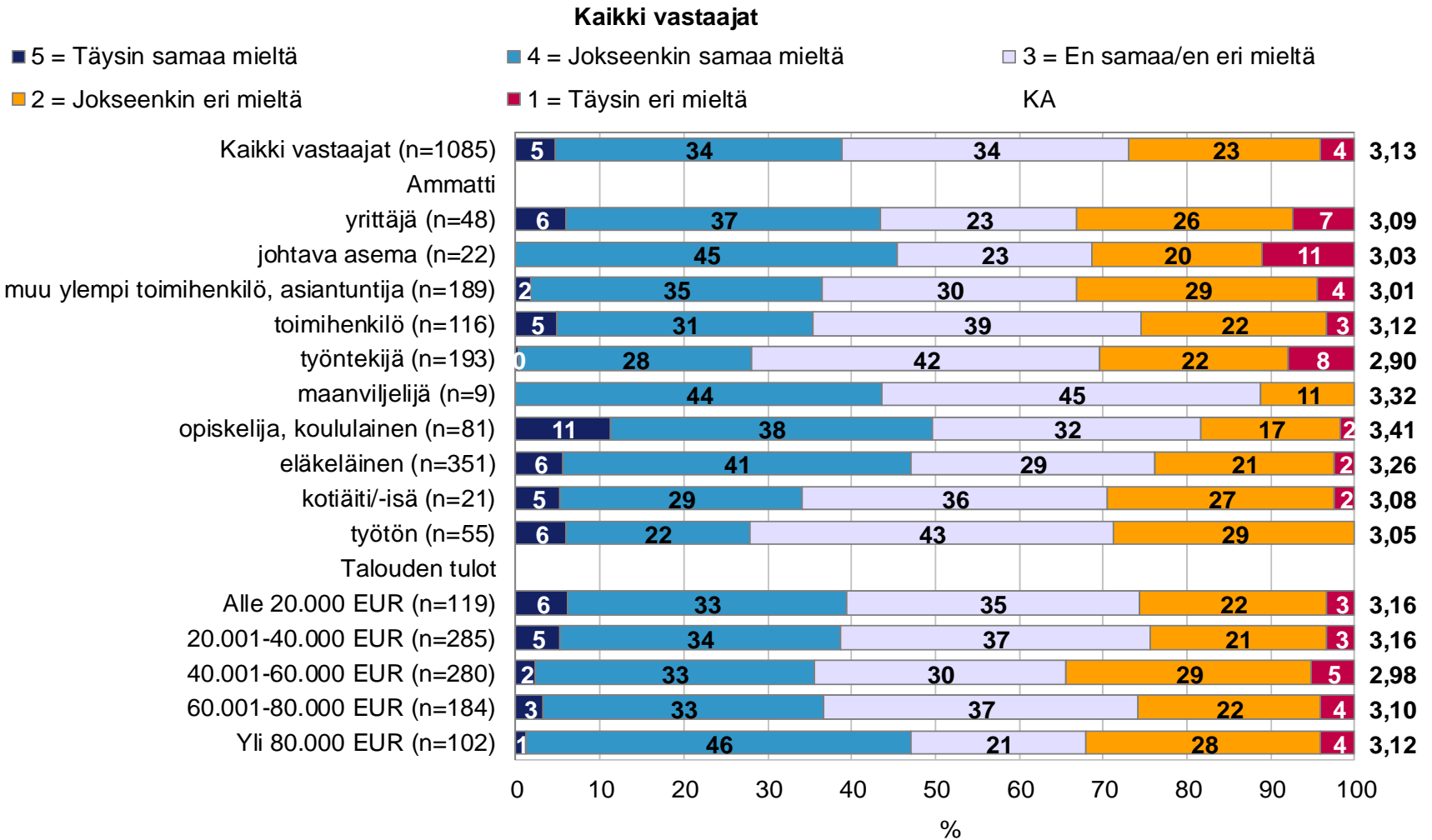
04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Suomessa on hyvä yrittää



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-



## Onko Suomessa hyvä tehdä työtä?

- Tutkimuksessa selvitettiin, mitä mieltä suomalaiset ovat väittämästä "Suomessa on hyvä tehdä työtä".
- Kolme neljästä vastaajasta on väittämästä vähintään jokseenkin samaa mieltä. Joka kymmenennen kanta väittämään on neutraali ja niin ikään joka kymmenes on väittämästä eri mieltä.
- On siten huomattavaa, että selvästi suurempi osa suomalaisista on sitä mieltä, että Suomessa on hyvä tehdä työtä, kuin että Suomessa on hyvä yrittää.

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- 65-79-vuotiaat, johtavassa asemassa työskentelevät, 60.000-80.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat, ja ne, jotka äänestävät eduskuntavaalissa Kokoomusta, Kristillisdemokraatteja tai SDP:tä ovat muita useammin sitä mieltä, että Suomessa on hyvä tehdä työtä.
- Keskimääräistä kriittisempiä väittämän suhteen ovat 35-49-vuotiaat, yrittäjät, työttömät, koti-isät/-äidit ja ne, jotka äänestävät vaaleissa Perussuomalaisia.

21%

utistoimittajista

07%

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

01%

Yrittäjien  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

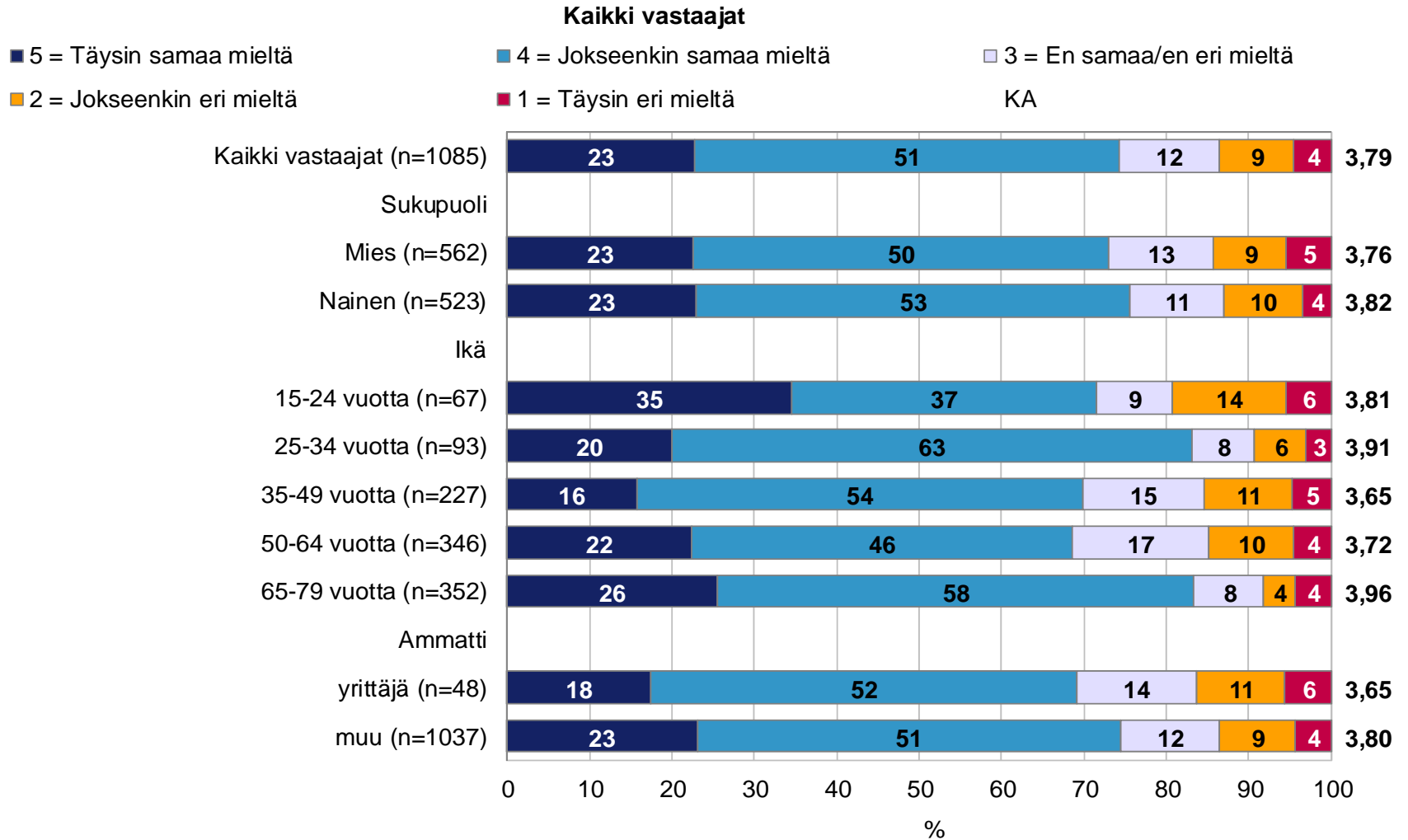
38%

suomalaisista  
katsoo  
etti tuoti

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Suomessa on hyvä tehdä työtä



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**40%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

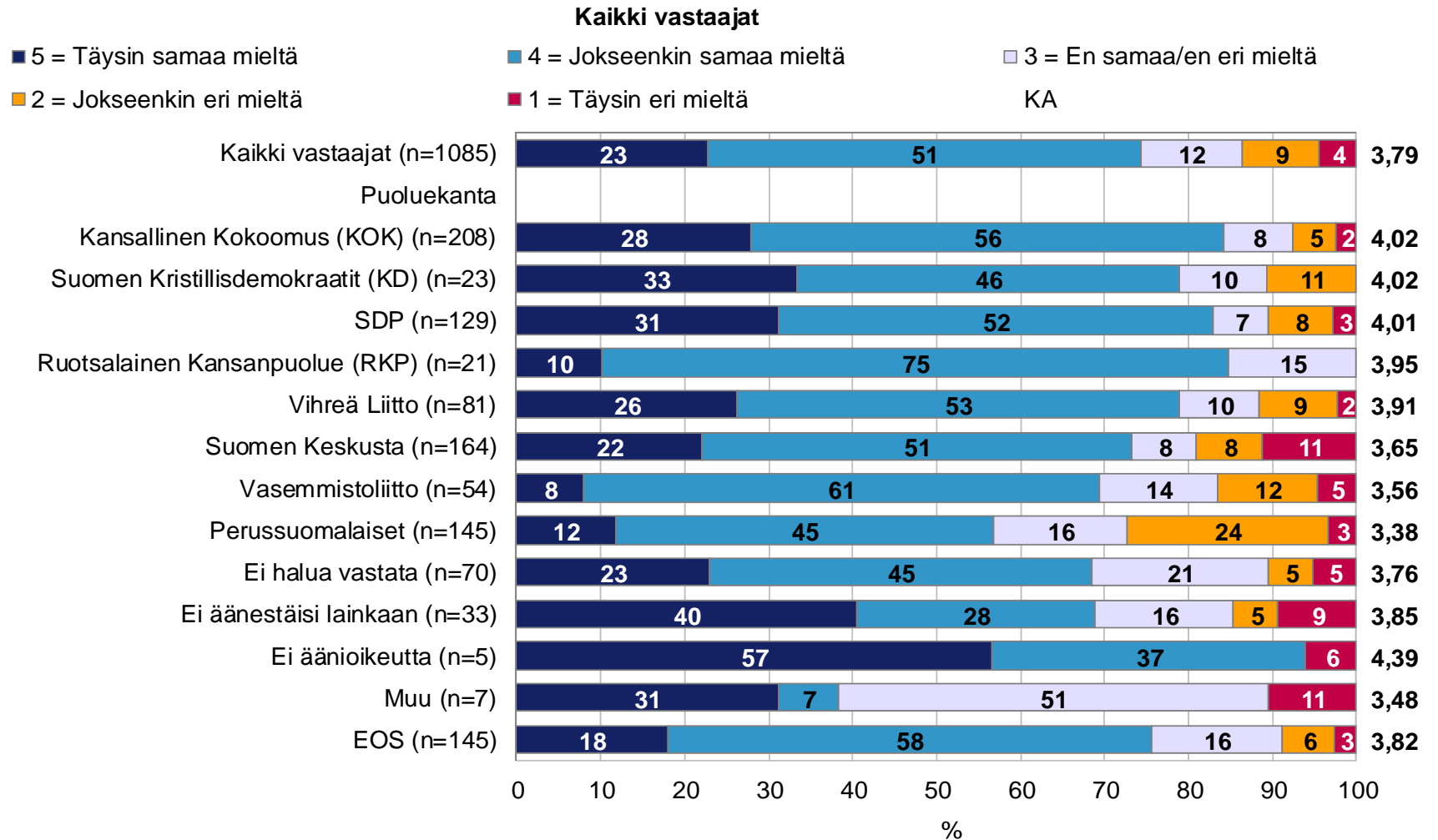
**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Suomessa on hyvä tehdä työtä



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**40%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

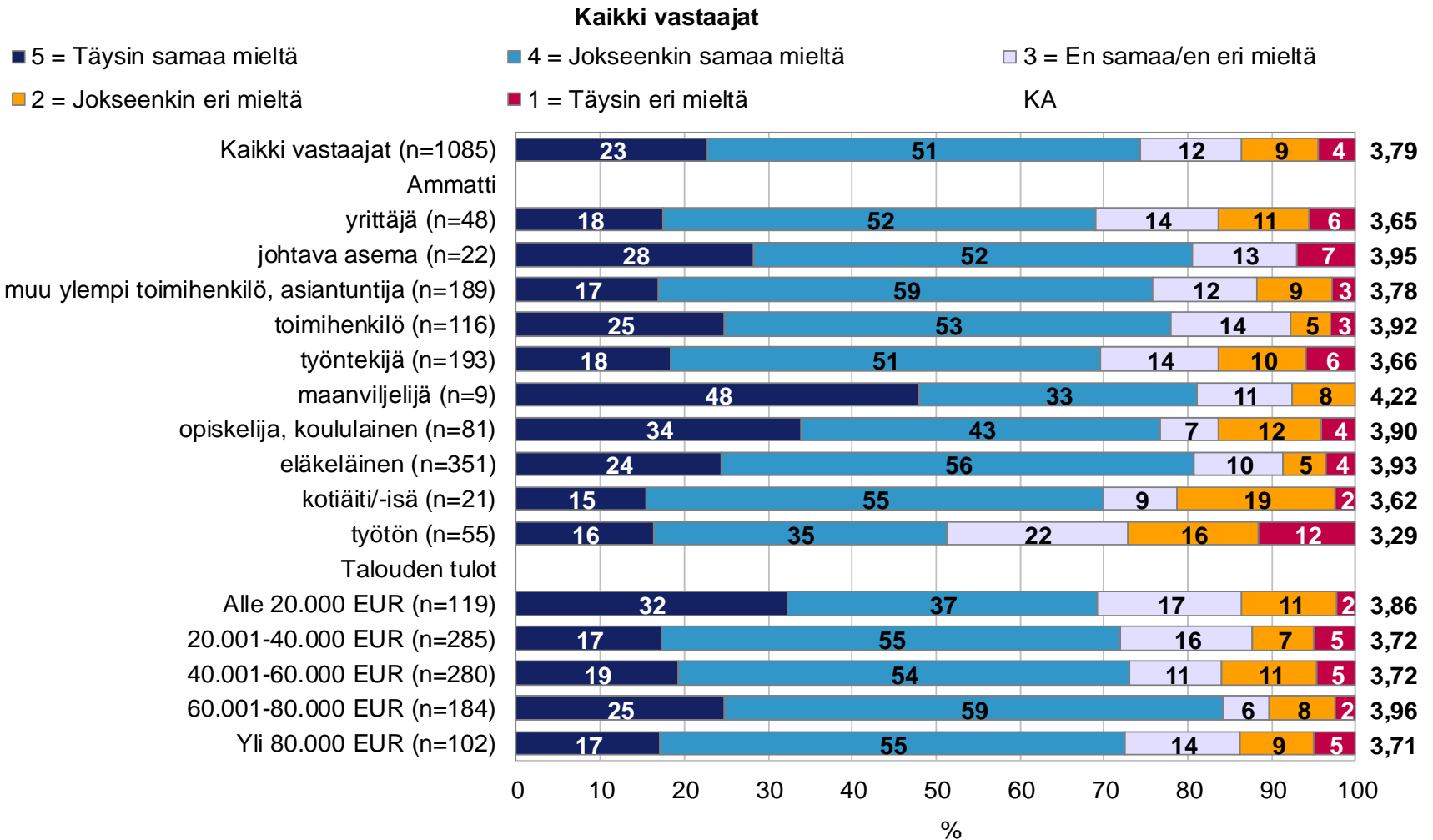
**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Suomessa on hyvä tehdä työtä



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**40%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Yrittäjyyteen houkuttavat seikat

- Tutkimuksessa selvitettiin avoimella kysymyksellä, mitkä seikat houkuttavat yrittäjyyteen.
- Toisin kuin vuonna 2011 useimmin mainittu syy yrittäjäksi ryhtymiseen on vapaus tehdä niin kuin itse haluaa. Seuraavaksi useimmin mainitaan itsenäisyys ja hyvät ansaintamahdollisuudet. Vuonna 2011 järjestys kahden useimmiten mainitun kesken oli päinvastainen.
- 16 % vastaajista on sitä mieltä, että mikään ei houkuttele yrittäjäksi ryhtymiseen. Näiden osuus vastaajista on kuitenkin pienentynyt selkeästi edellisvuosista (25 % vuonna 2010).

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Yrittäjät, johtavassa asemassa olevat, 15-24-vuotiaat ja työttömät mainitsevat muita useammin vapauden.
- Naiset, 35-49-vuotiaat, yrittäjät, ylemmät toimihenkilöt, ja 60.000-80.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat mainitsevat muita useammin itsenäisyyden.
- Miehet mainitsevat selkeästi naisia useammin hyvät ansaintamahdollisuudet.
- 25-37-vuotiaat mainitsevat muita selvästi useammin oman päätösvallan.

21%  
utistoimittajista

07%  
naispäättäjäistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

01%  
virkkokaupan  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

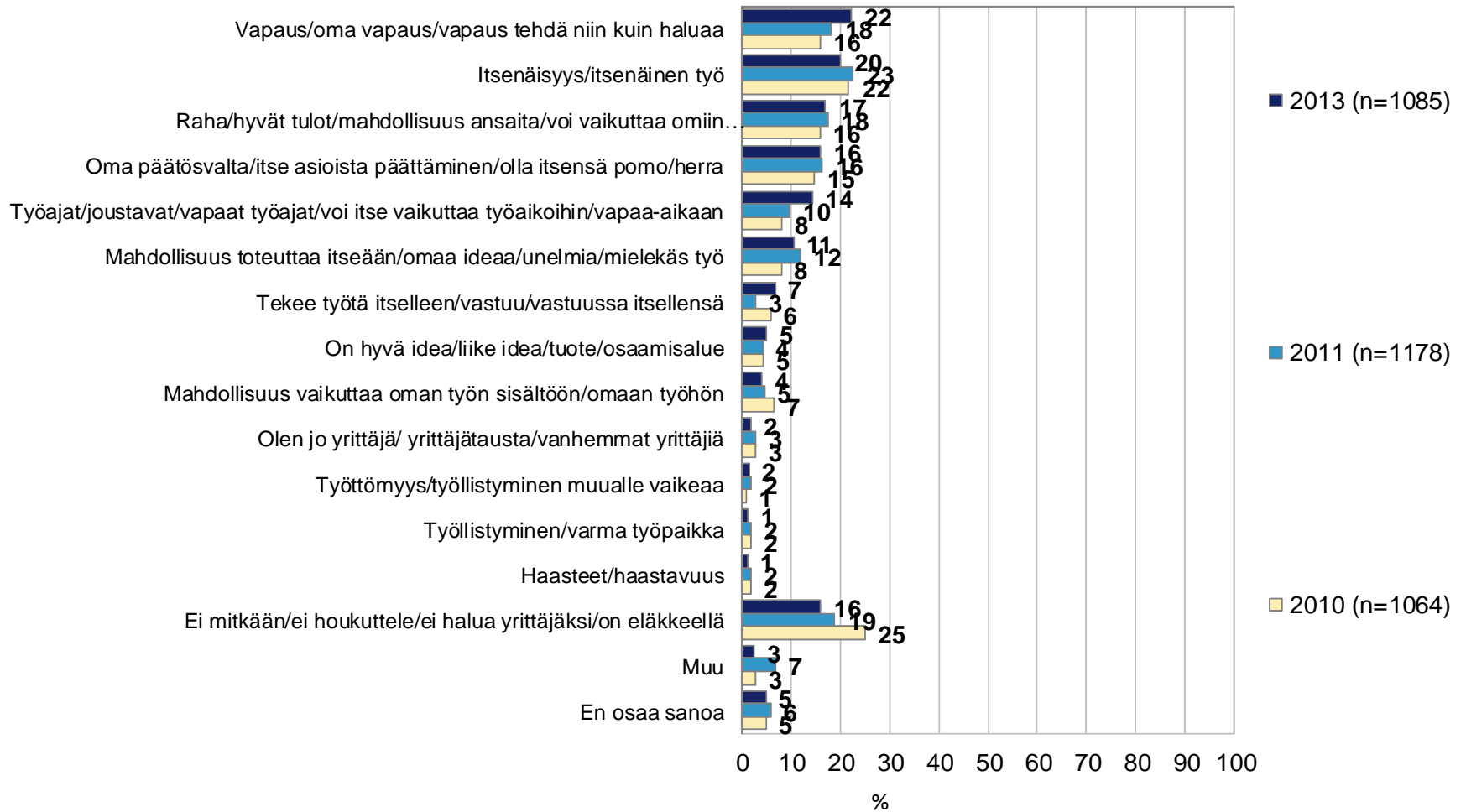
10%

38%  
suomalaisista  
katsoo  
tuttu

33%  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Mitkä seikat houkuttavat yrittäjäksi ryhtymiseen?

Kaikki vastaajat



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Yrittäjyyttä vastaan puhuvat seikat

- Tutkimuksessa selvitettiin avoimella kysymyksellä, mitkä seikat puhuvat yrittäjyyttä vastaan.
- Useimmin mainittu syy on taloudellinen riski/velkaantuminen/epäonnistuminen (40 % vastaajista). Tämän mainitsee vuotta 2011 selvästi useampi. Tämä saattaa johtua siitä, että sekä konkurssien lukumäärä että konkurssiyritysten henkilökunnan määrä on kasvanut taantuman aikana.
- Neljännes vastaajista mainitsee jonkun seuraavista seikoista: aikapula/kiire/työssä 24/7/jaksaminen. Näitä asioita mainitsee vuotta 2011 hieman pienempi osuus vastaajista.
- Vuoteen 2011 verrattaessa selvästi useampi mainitsee jonkun seuraavista: vastuussa kaikesta/ yksin vastuussa/ toisen palveluksessa helpompaa (2013:18 % ja 2011: 11 %).

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- 25-34-vuotiaat, ylemmät toimihenkilöt, Pohjois- ja Itä-Suomen läänissä asuvat ja 60.000-80.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat mainitsevat muita useammin taloudellisen riskin.
- 15-34-vuotiaat, opiskelijat, työttömät, alle 20.000EUR vuositulojen talouksissa asuvat ja lapsitaloudet mainitsevat muita useammin aikapulan/jaksamisen.

21%

utistoimittajista

07%

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

01%

Yrittäjien  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

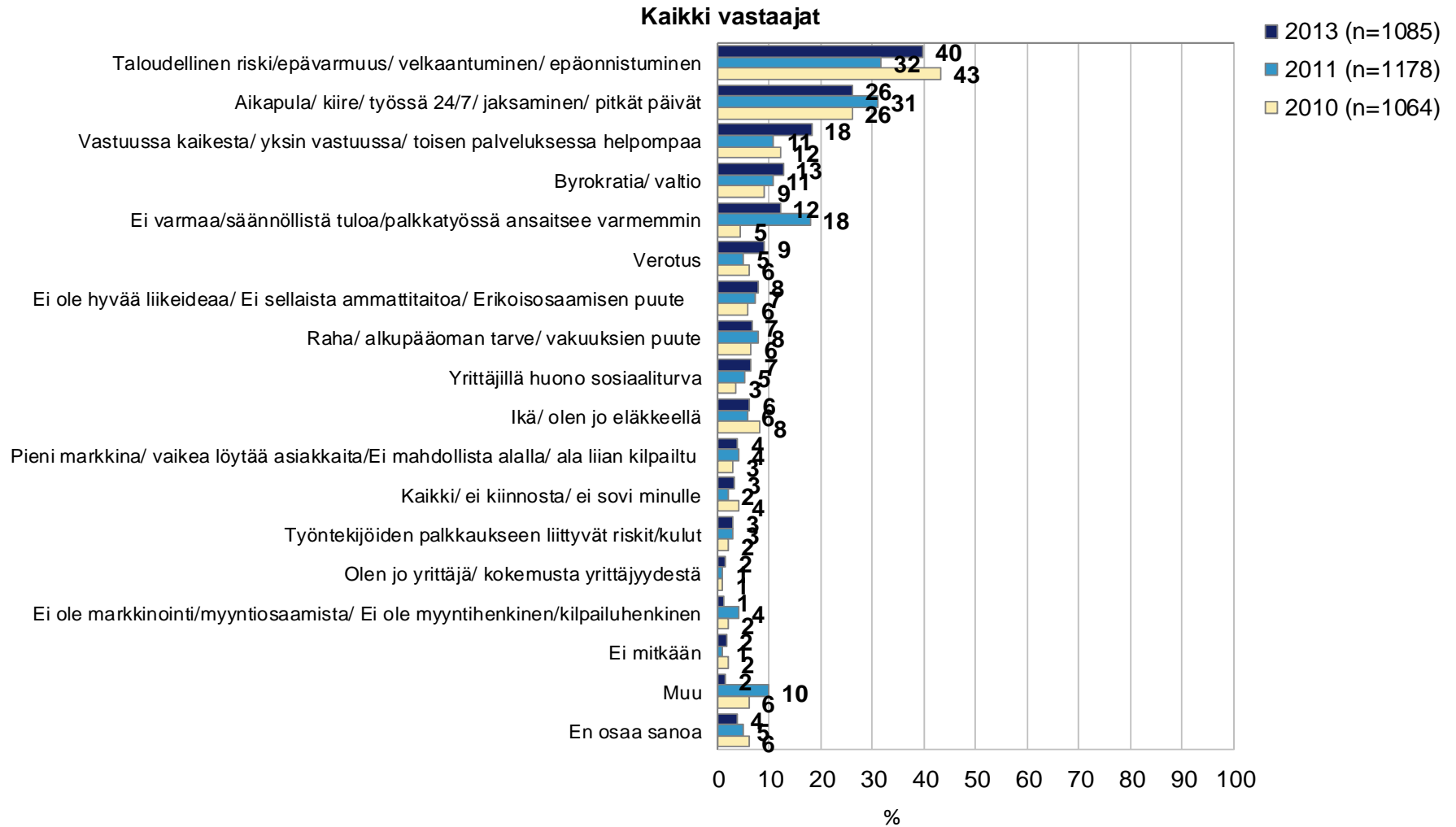
38%

suomalaisista  
katsoo  
välttämättä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Entä mitkä seikat puhuvat yrittäjäksi ryhtymistä vastaan?



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmistus-



## Suomalainen yrittäjyys

- Tutkimuksessa selvitettiin millaiseksi suomalaiset arvioivat suomalaisen yrittäjyyden eri mielikuvien perusteella.
- Annetuista vaihtoehdoista eniten samaa mieltä ollaan tekijästä "on asia, jota Suomessa tulisi edistää". Suomalaiset ovat näin ollen yrittäjämönteisiä, vaikka vain kolmannes pitää yrittäjyyttä itselleen houkuttelevana.
- Toiseksi eniten samaa mieltä ollaan tekijästä "on riskien täyttämää". Tulos tukee näkemystä siitä, että taantuma ja yritysten konkurssit ovat saaneet suomalaiset varovaisemmaksi yrittämistä kohtaan.

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Yrittäjät ovat kaikista tekijöistä muita useammin samaa mieltä lukuun ottamatta tekijöitä "on riskien täyttämää", "on omistajavetoista" ja "on asia, johon innostetaan jo koulussa".
- Yrittäjyyttä pitäisi edistää erityisesti 65-79-vuotiaiden, eläkeläisten ja yli 80.000EUR vuositulojen talouksissa asuvien mielestä.
- Opiskelijat pitävät eniten yrittäjyyttä riskien täyttämänä.
- Yli 35-vuotiailla on selkeästi vahvemmat näkemykset siitä että yrittäminen on sekä omistajavetoista että tärkeä osa suomalaista kulttuuria verrattuna alle 35-vuotiaisiin.
- Miehet mieltävät yrittäjyyden naisia useammin sekä rikastumisen lähteeksi että Suomen talouskasvun moottoriksi.

21%

utistoimittajista

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

38%

suomalaisista  
katsoo

33%

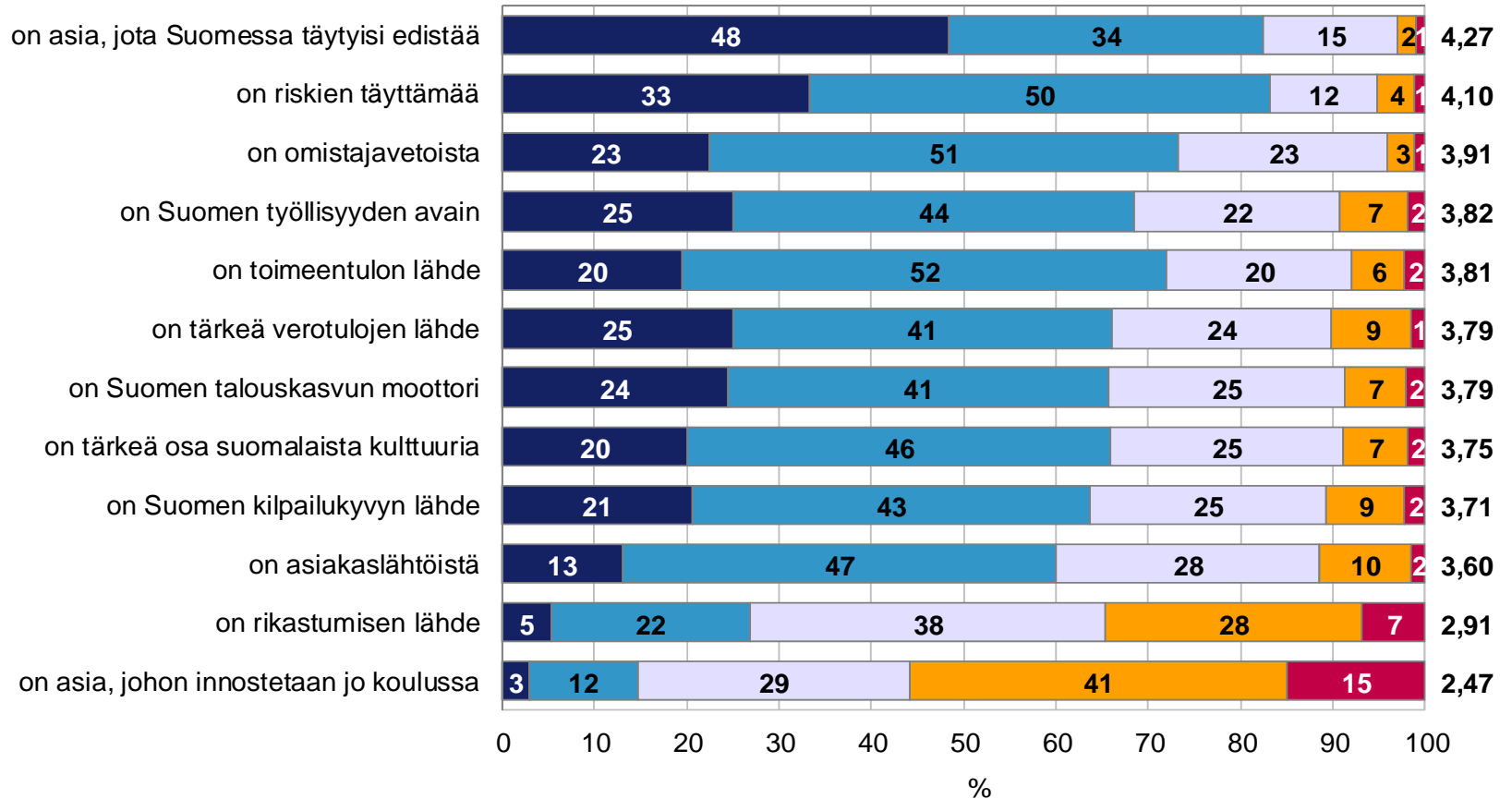
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

### Suomalainen yrittäjyys...

Kaikki vastaajat, n=1085

- 5 = Täysin samaa mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 3 = En samaa/en eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 1 = Täysin eri mieltä

KA

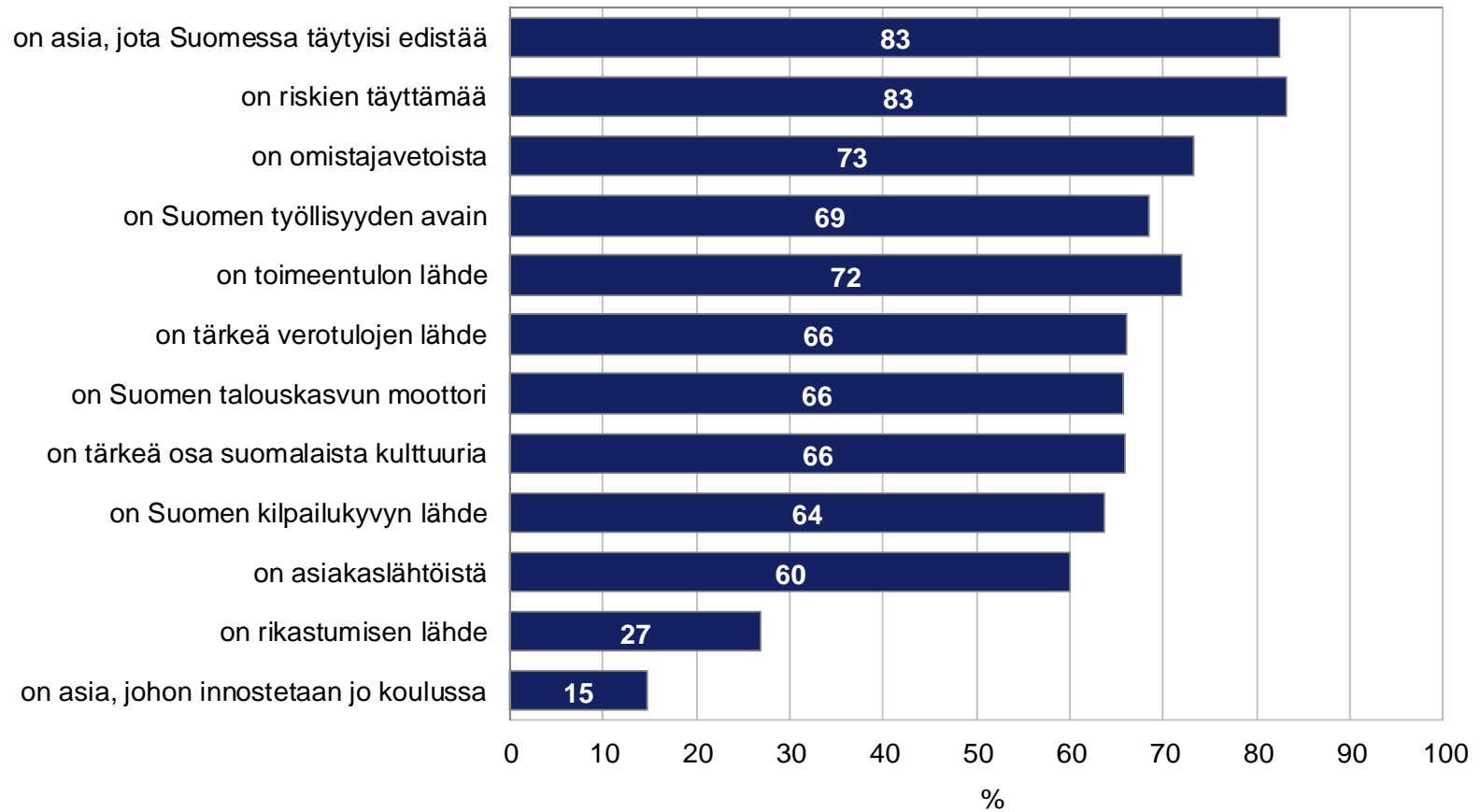


51% täysi-ikäisistä on nähnyt suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen ei käytä lainkaan luomutuotteita. 75% naisista uskoo suomalaisista vastustaa ydinvoiman käytön 04% yrityksistä aikoo vuosittain uutistoimittaja 21% kokee, ettei yritysten ympäristöasioista viestiminen ole kotitalouksista kokee valmistu

## Suomalainen yrittäjäys...

Kaikki vastaajat, n=1085

■ Jokseenkin/täysin samaa mieltä



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

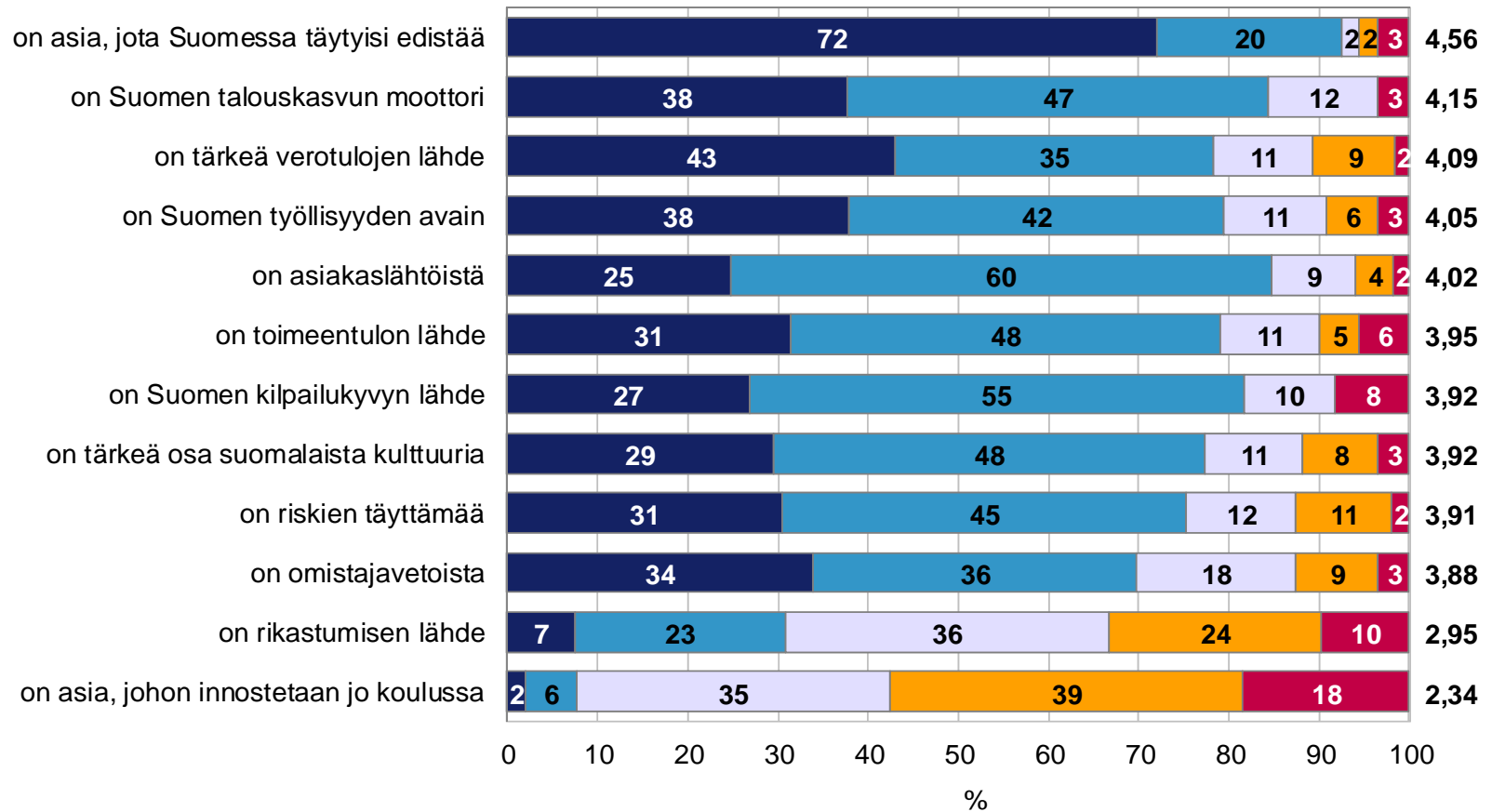
**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

### Suomalainen yrittäjyys...

yrittäjät, n=48

- 5 = Täysin samaa mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 3 = En samaa/en eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 1 = Täysin eri mieltä

KA

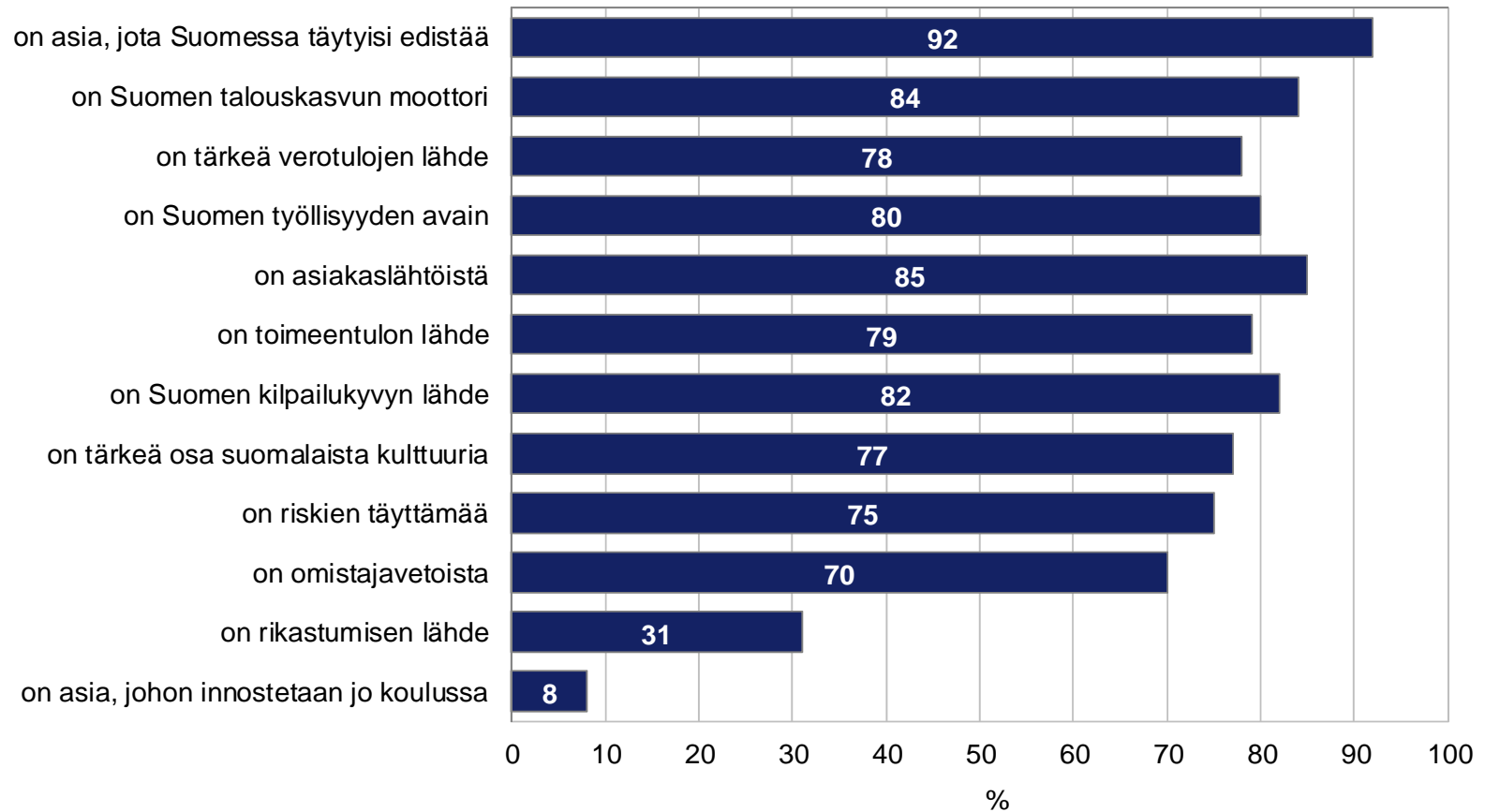


51% täysi-ikäisistä on nähnyt suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen ei käytä lainkaan luomutuotteita. 75% naisista uskoo suomalaisista vastustaa ydinvoiman käytön 04% yrityksistä aikoo vuosittain uutistoimittaja 21% kokee, ettei yritysten ympäristöasioista viestiminen ole kotitalouksista kokee valmisru...

## Suomalainen yrittäjäys...

yrittäjät, n=48

■ Jokseenkin/täysin samaa mieltä



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

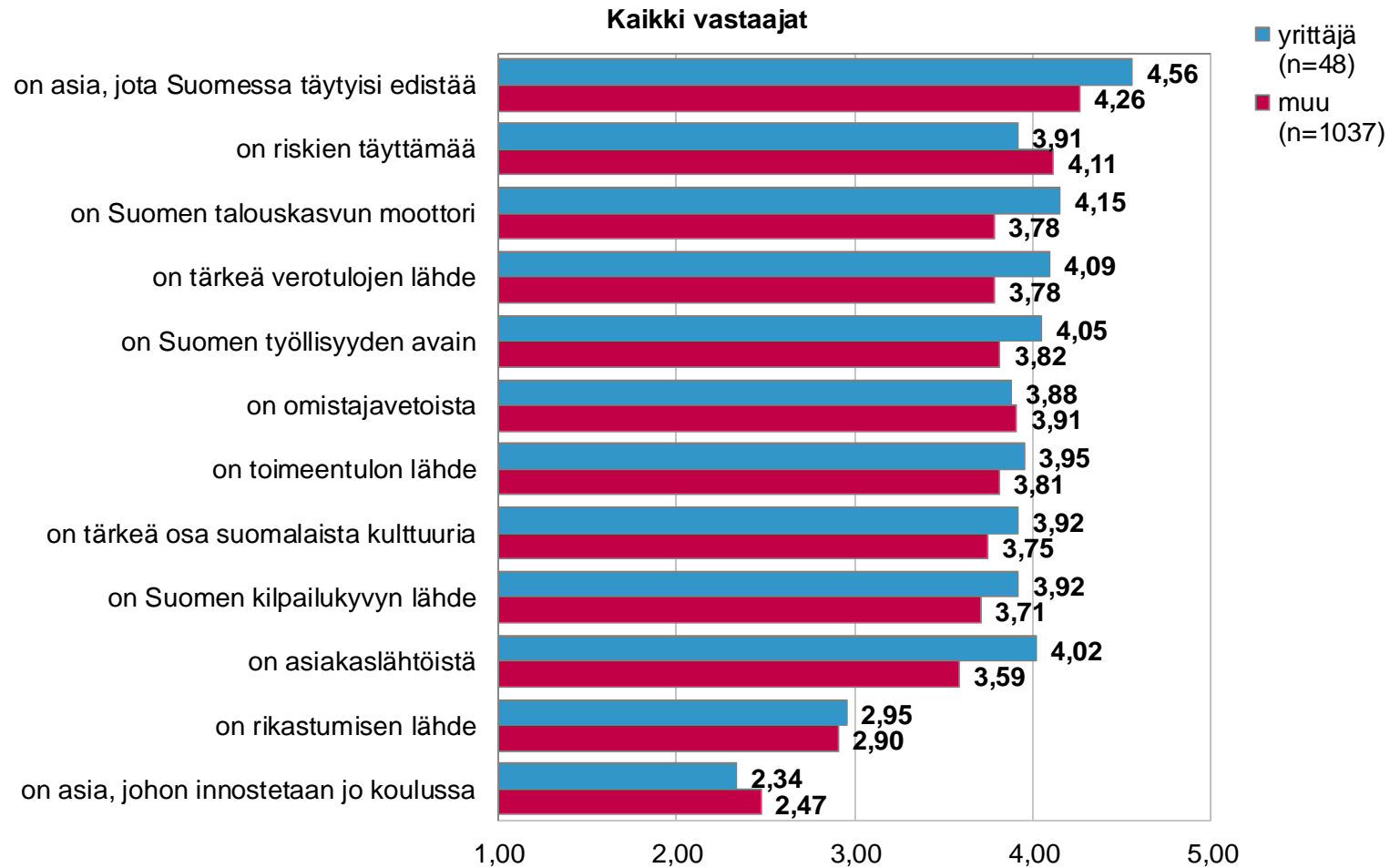
**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittajista

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmistuksen

## Suomalainen yrittäjyys...



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

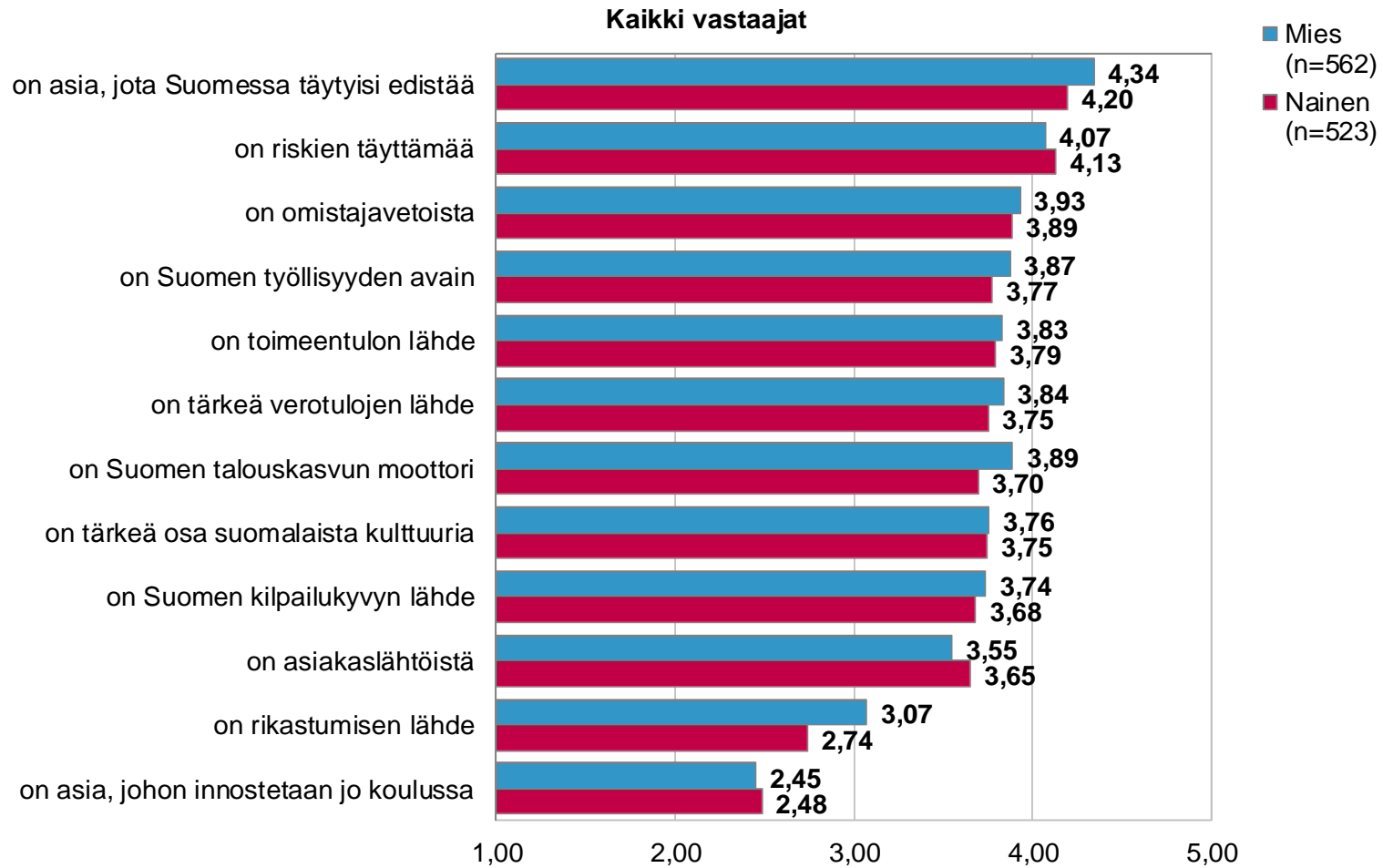
**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Suomalainen yrittäjyys...



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

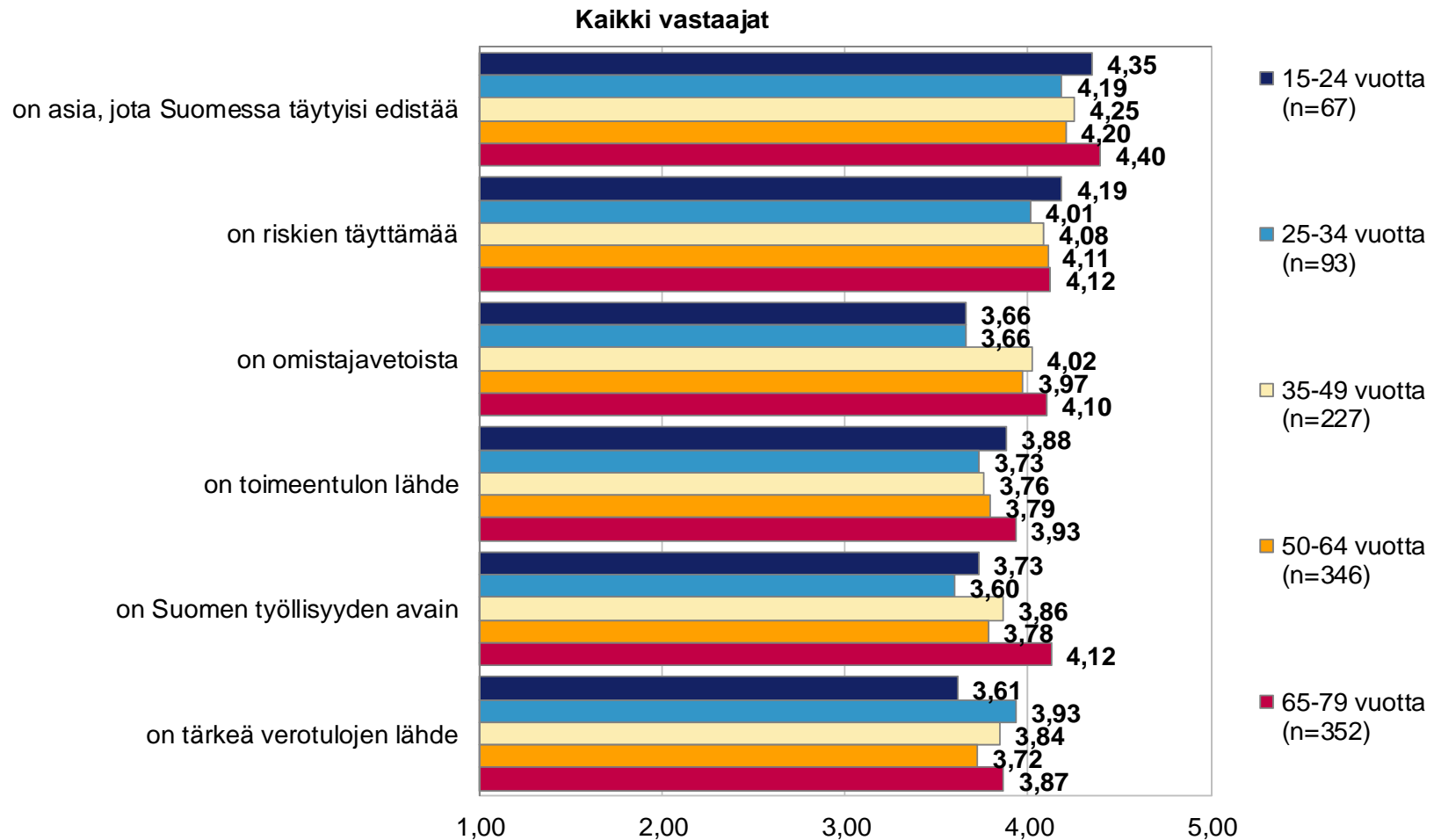
**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmistus-

### Suomalainen yrittäjäys...



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**40%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

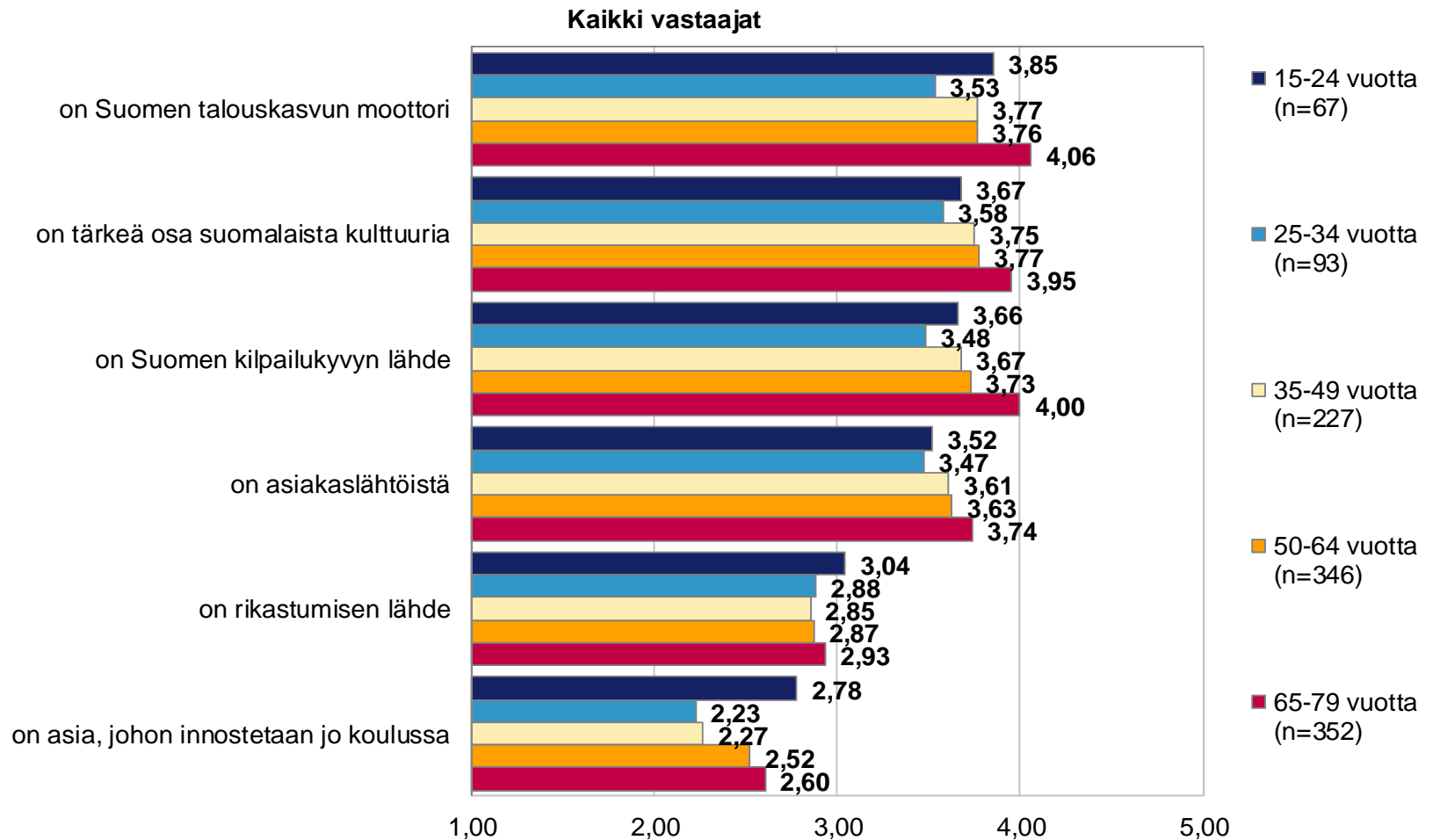
**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-



### Suomalainen yrittäjäys...



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**15%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmistuksen

## Mielipiteet yritysideapankista

- Vastaajilta tiedusteltiin, madaltaisiko heidän mielestään yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä ilmainen yritysideapankki, josta voisi saada liikeideoita uuden yritystoiminnan aloittamiseksi.
- Lähes kaksi kolmesta vastaajasta oli sitä mieltä, että yrittäjäksi ryhtymisen kynnys alenisi, mikäli tällainen ideapankki lanseerattaisiin.

### MERKITTÄVIMMÄT TAUSTARYHMÄKOHTAISET EROT

- Muita useammin tätä mieltä olivat 15-24-vuotiaat, 65-79-vuotiaat, Pohjois- ja Itä-Suomessa asuvat, opiskelijat, eläkeläiset ja ne, jotka äänestäsivät vaaleissa Keskustaa tai Kokoomusta.
- Muita epäilevämpiä asian suhteen olivat 35-49-vuotiaat, johtavassa asemassa työskentelevät, työntekijät, kotiäidit ja –isät sekä Ruotsalaista Kansanpuoluetta äänestävät. Tosin huomion arvoista on että Ruotsalaista Kansanpuoluetta äänestävien vastaajamäärä on pieni, joten tulos on lähinnä suuntaa antava (n<30).

21%

utistoimittajista

07%

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

01%

Yritysideapankin  
tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

38%

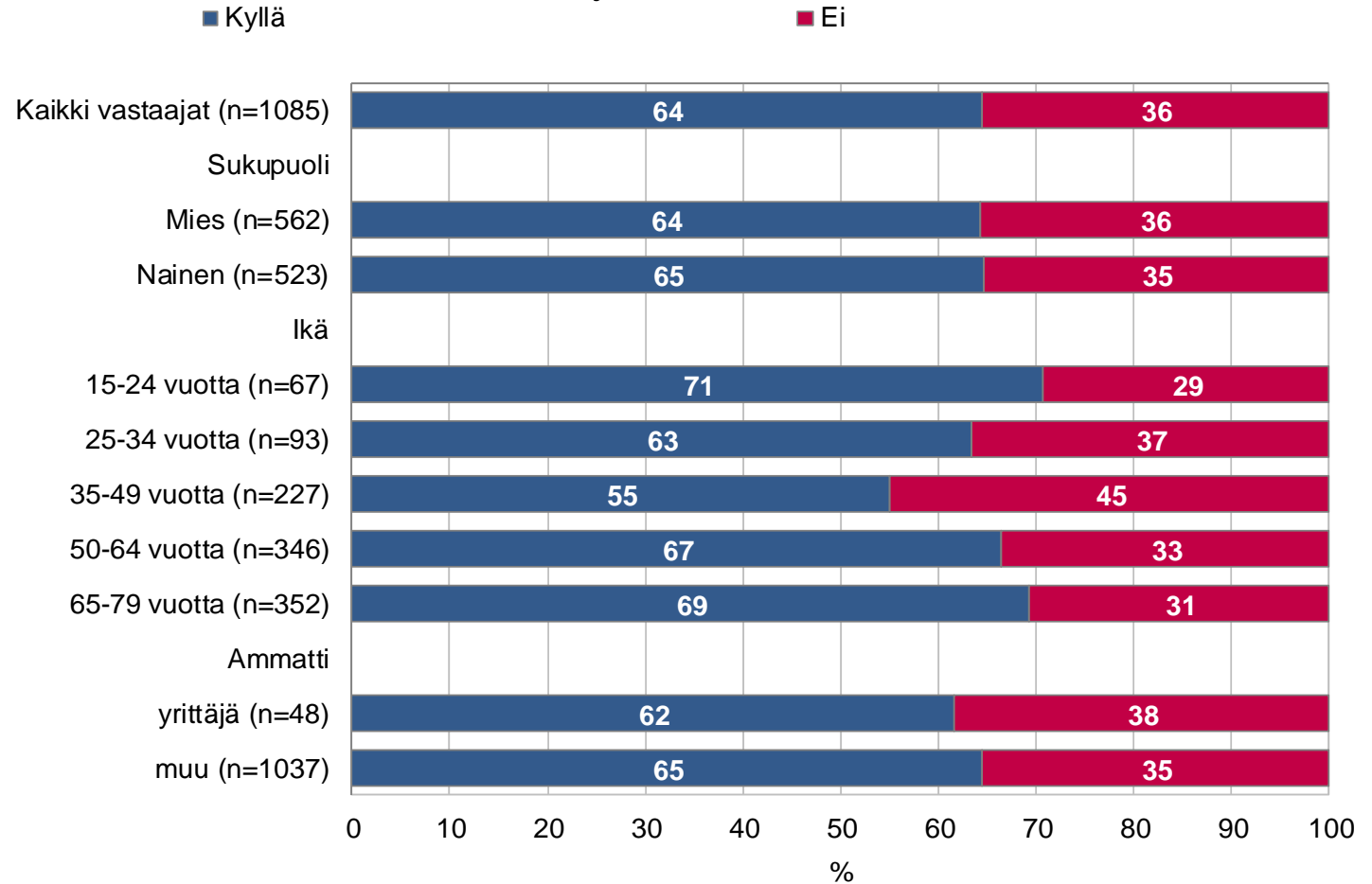
suomalaisista  
katsoo  
välttämättä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta

## Madaltaisiko mielestäsi yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä ilmainen yritysideo pankki, josta voisi saada liikeideoita uuden yritystoiminnan aloittamiseksi?

Kaikki vastaajat



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

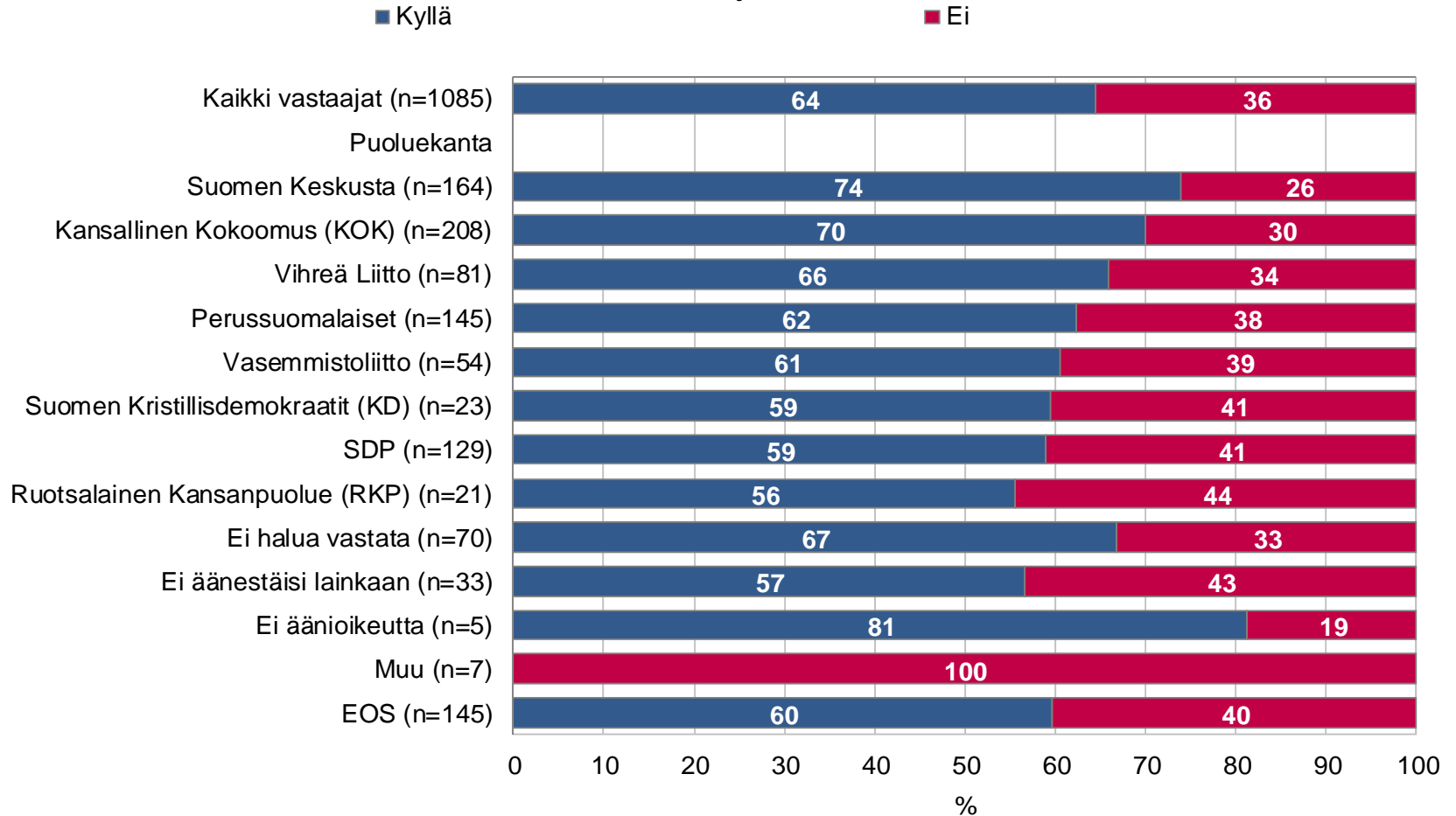
21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmisruo-

## Madaltaisiko mielestäsi yrittäjäksi ryhtymisen kynnystä ilmainen yritysideapankki, josta voisi saada liikeideoita uuden yritystoiminnan aloittamiseksi?

Kaikki vastaajat



51%  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

75%  
naisista uskoo

40%  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käytön

04%  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

21%  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

01%  
kotitalouksista  
kokee valmistuksen

21%

utistoimittajista  
käyttää  
sosiaalista  
mediaa tiedon-  
ankinnassa.

naispäättäjäistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

19%

38%

suomalaisista  
katsoo  
petti työtä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan tä-  
ärkeimpänä omina-  
suuutena.

06%

otitalouksista  
staa  
käännöllisesti  
omupossua.

01%

otitalouksista  
kokee valmisruo-  
vastaavan maun  
kotiruokaa.

## VASTAAJARAKENNE

12%

otitalouksista  
käytää lainkaan  
omutuotteita.

04%

yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia  
kahviautomaatin

14%

uomalaisista  
kee  
äköisverkkö-  
htiä.

75%

naisista uskoo  
ryppyvoiteiden  
tehoon.

ananaksia.

28%

12%

kotitalouksista

01%

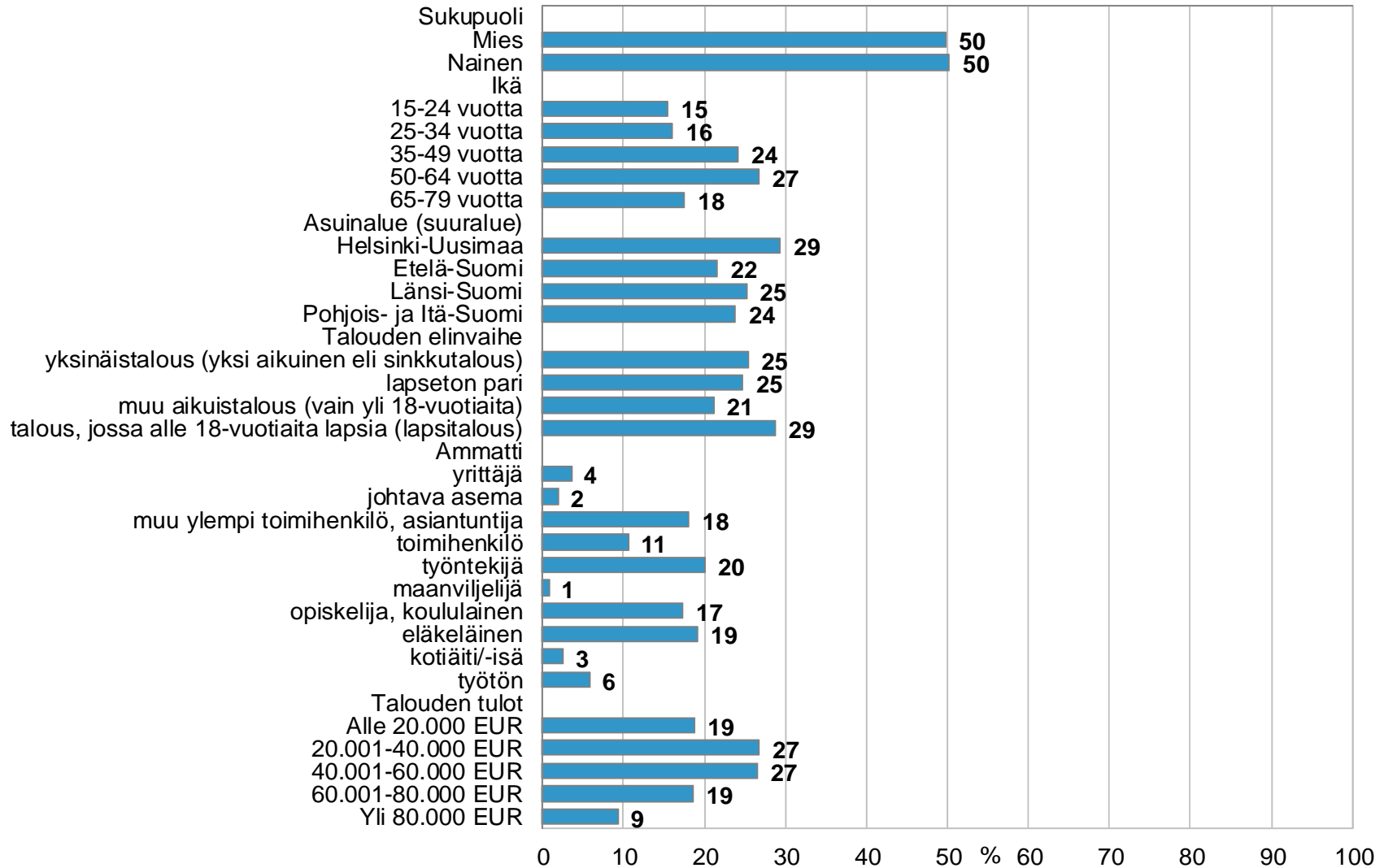
täysi-ikäisistä  
on nähnyt  
lottomainontaa  
viimeisen 6 kk

29%

kotitalouksista  
on ostanut  
reilun kaupan

### Vastaajarakenne

Kaikki vastaajat, n=1085



**51%**  
täysi-ikäisistä  
on nähnyt

suomalaisista  
on kokenut  
vuoden aikana  
matkapuhelimen

**41%**  
ei käytä lainkaan  
luomutuotteita.

**75%**  
naisista uskoo

**40%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-  
voiman käyttöä

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain

**21%**  
uutistoimittaja

kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista  
viestiminen ole  
välttämätöntä

**01%**  
kotitalouksista  
kokee valmistuksen

21%

utistoimittajista  
käyttää  
osiaalista  
mediaa tiedon-  
ankinnassa.

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

19%

38%

suomalaisista  
katsoo  
petti työtä

33%

pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan tä-  
ärkeimpänä omina-  
suuutena.

06%

otitalouksista  
staa  
käännöllisesti  
omupossua.

01%

otitalouksista  
kokee valmisruo-  
vastaavan maun  
kotiruokaa.

## TULOSTEN JULKISTAMINEN

12%

otitalouksista  
käytä lainkaan  
omutuotteita.

04%

yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia  
kahviautomaatin

14%

uomalaisista  
kee  
äköisverkkö-  
htiä.

75%

naisista uskoo  
ryppyvoiteiden  
tehoon.

ananaksia.

28%

12%

kotitalouksista

01%

täysi-ikäisistä  
on nähnyt  
lottomainontaa  
viimeisen 6 kk

29%

kotitalouksista  
on ostanut  
reilun kaupan

## Tutkimustulosten julkistaminen (ad hoc -tutkimukset)

Tilaajan toimeksiannosta toteutettujen tutkimusten (ad hoc -tutkimukset) tuloksia julkistettaessa on huomioitava seuraavat asiat:

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta. Vastuun tutkimustulosten julkaisemisen oikeellisuudesta ja asianmukaisuudesta kantaa yleensä tekijänoikeuden haltija.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Taloustutkimus Oy voi julkaista tutkimustulokset esimerkiksi alan konferensseissa, jos asiasta on sovittu tutkimusprojektin toimeksiantajan kanssa.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistava tiedote tms.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen sen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kysymyksiin.

21%  
tutustoimittajista

naispäättäjistä  
kokee, ettei  
yritysten  
ympäristöasioista

tärkeimpänä omi-  
naisuutena.

25-vuotiaita.

10%

38%  
suomalaisista  
katsoo

33%  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta



**Kiitos.**  
**Mitä haluaisitte tietää lisää?**