



KAUPAN LIITTO

# Älä tule paha maine...

## - Palvelualojen uusi maineindeksi

Jaana Kurjenoja

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

# Maineindeksin taustaa



# Mihin maineindeksiä tarvitaan?

- Elinvoimaisen palvelutalouden rakentuminen Suomeen on vaikeaa, jos palveluja ei arvosteta. Palvelualojen uusi maineindeksi auttaa indeksissä mukana olevia aloja näkemään itsensä kannalta olennaisia maineongelmia ja tekemään työtä niiden eteen.
- Maine voi perustua vanhaan tietoon tai piintyneisiin ennakkokäsityksiin ilman kunnollista tietoa. Mitä heikompiin perusteisiin alan maine nojaa, sitä helpommin yksittäiset uutiset, somekohut ja muut huhut voivat sen liata.
  - Alan hyvä maine voi auttaa yrityksiä kilpailussa osaavasta työvoimasta.
  - Hyvä maine voi auttaa myös alan edunvalvonnassa.
- Yrityksillä on keskeinen rooli paitsi oman maineensa myös koko alan maineen rakentamisessa. Koska alan maine voi auttaa tai heikentää yrityksen omaa mainetyötä, niiden on hyvä nähdä alan maineen vahvuuksia ja heikkouksia.
- Palvelualojen maineindeksiä tullaan kehittämään ja laajentamaan tulevaisuudessa, jotta tietämys palveluista kasvaisi ja palvelualojen arvostus nousisi.

# Miten maineindeksi on tehty?

- Maineindeksi on suunniteltu yhteistyössä Aalto-yliopiston professori (professor-of-practice) Lasse Mitrosen, Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenojan sekä Kaupan liiton eri asiantuntijoiden kanssa.
  - Maineindeksi on osa kaupan liiton ja Aalto-yliopiston prof. Lasse Mitrosen välistä yhteistyötä, jossa Mitronen osallistuu tutkimusasetelman ideointiin ja määrittelemiseen ja saa kerätyn aineiston käytettäväkseen tutkimus- ja opetustyöhön.
  - Vastaava yhteistyö Kaupan liitolla on jo Tampereen yliopiston Johtamiskorkeakoulun professori Hannu Saarijärven kanssa.
- Maineindeksissä tarkastellaan kuutta kuluttajapalveluja tarjoavaa toimialaa. Alat on valittu siten, että ne ovat suorassa asiakaskontaktissa kuluttajien kanssa, jolloin ne tunnetaan, ja kuluttajilla on niistä joku käsitys, mahdollisesti myös oma kokemus. Kullakin alalla toimii myös suuria yrityksiä, jolloin toimiala on helppo mieltää yritysten kautta.
  - Maineindeksin palvelualat ovat: yksityiset terveystalvelut, pankki- ja rahoitusala, vähittäiskauppa (ruoka-, tavaratalo- ja erikoiskauppa), ravintolat ja kahvilat, rautatieliikenne ja lentoliikenne.
- Vertailukohdiksi on valittu Suomen talouden perinteiset tukijalat, paperi- ja konepajateollisuus, sekä kuluttajarajapinnassa toimiva elintarviketeollisuus.
  - Myöskään paperi- ja konepajateollisuutta ei tarvitse erikseen selittää vastaajille: niistä on puhuttu talouden tukijalkoina vuosikymmenet, ja niitä on esitelty sellaisina mm. koulukirjoissa. Elintarviketeollisuus taas on hyvin lähellä kuluttajia, ja alalla toimii tunnettuja suomalaisia yrityksiä.

# Miten maineindeksi on tehty?

- Maineindeksi koostuu viidestä osa-alueesta ja 11 erilliskysymyksestä (kysymyslomake liitteenä):
  - Taloudellinen ja yhteiskunnallinen vastuu (verot, investoinnit ja työllisyys).
  - Ympäristövastuu (toiminta tällä hetkellä ja pyrkimykset parantaa ympäristövastuullisuutta).
  - Vastuu työnantajana (työntekijöiden tasa-arvoinen kohtelu ja johtamis- ja esimiestyö).
  - Asiakasvastuu (asiakaspalvelu ja toiminnan kehittämisen asiakaslähtöisyys).
  - Vastuu toiminnan kehittämisestä (uusien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen sekä uusien asiakasryhmien ja markkina-alueiden tavoittelemine).
- Kysymyksillä haettiin vastaajien näkemyksiä, kokemuksia ja käsityksiä kyseisistä asioista, ei heidän tietämystään niistä.
  - Vastauksissa arvioitiin kukin toimiala kysymyskohtaisesti yhdestä viiteen. 5 = erittäin hyvä – 1 = erittäin huono.
- Vertailun vuoksi kuluttajia pyydettiin arvioimaan myös oman toimintansa vastuullisuutta viidellä kysymyksellä (kysymyslomake liitteenä).

# Miten maineindeksi on tehty?

- Jokaisesta kysymyksestä tehtiin oma alaindeksinsä siten, että äärimmäisten vastausten (5 ja 1) prosenttiosuuksia painotettiin kertoimella yksi ja lievästi positiivisten ja negatiivisten (4 ja 2) vastausten prosenttiosuuksia kertoimella 0,5. Indeksien arvo on 100:n ja -100:n välillä.
- Samalla tavalla muodostettiin kuluttajien oma vastuullisen käyttäytymisen indeksi.
- Kantar TNS toteutti kuluttaja-aineiston keruun online-paneelissa.
  - Kysely kohdennettiin yhteensä 3000:lle 18-79-vuotiaalle suomalaiselle. Yhteensä 2000 kuluttajaa arvioi omaa käyttäytymistään ja kuuden palvelualan vastuullisuutta ja 1000 kuluttajaa arvioi kolmen teollisuusalan vastuullisuutta.
  - Kysely omasta ja palvelualojen vastuullisuudesta toteutettiin maaliskuussa 2017 ja teollisuusalojen kysely huhti-toukokuussa 2017.
- Vastuu indeksien laskemisesta sekä tulosten analysoinnista ja tulkinnasta on Kaupan liitolla.



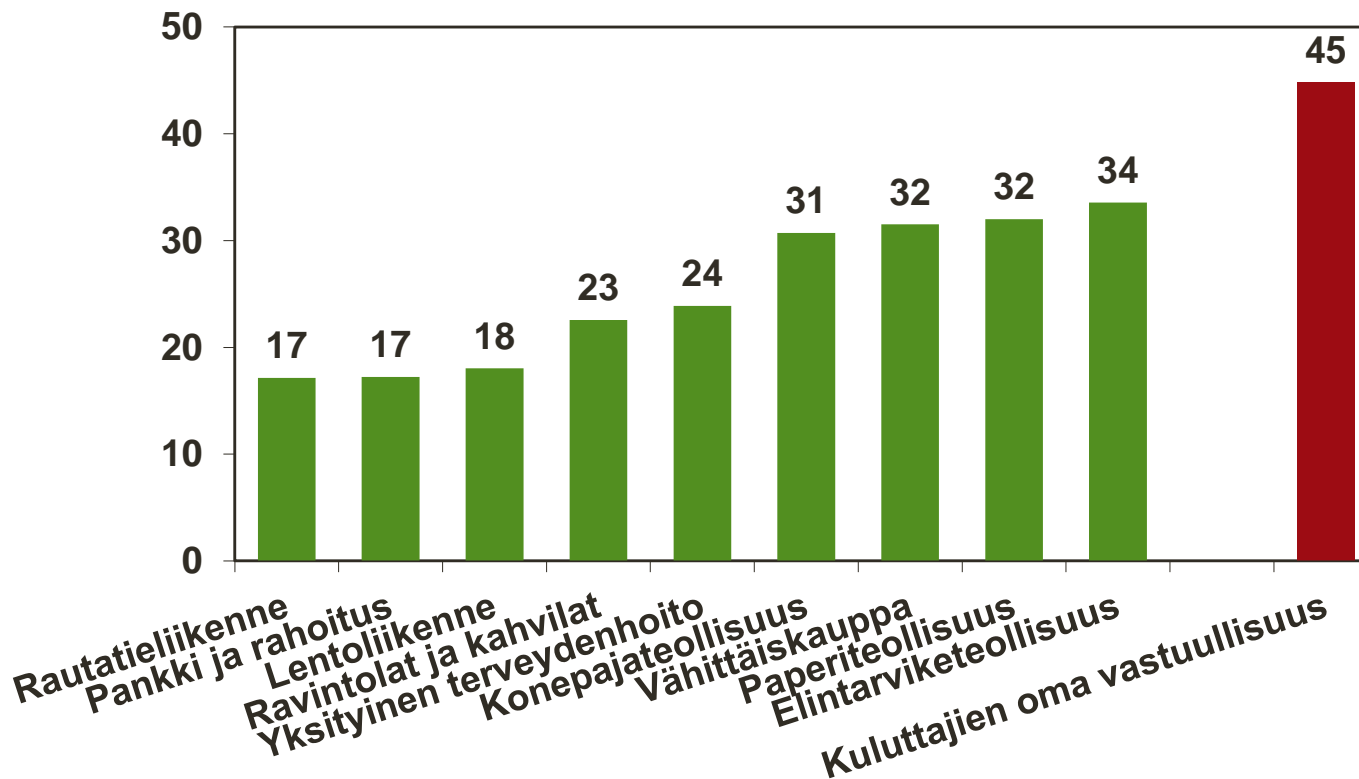
# Kuluttajien näkemys yrityssektorin eri toimialojen maineesta

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

# Kuluttajapalveluiden maine ei yllä teollisuuden tasolle – paitsi kaupan

Palvelualuejen maineindeksi, kaikki osa-alueet yhteensä  
11 erilliskysymyksen indekseistä laskettu keskiarvo



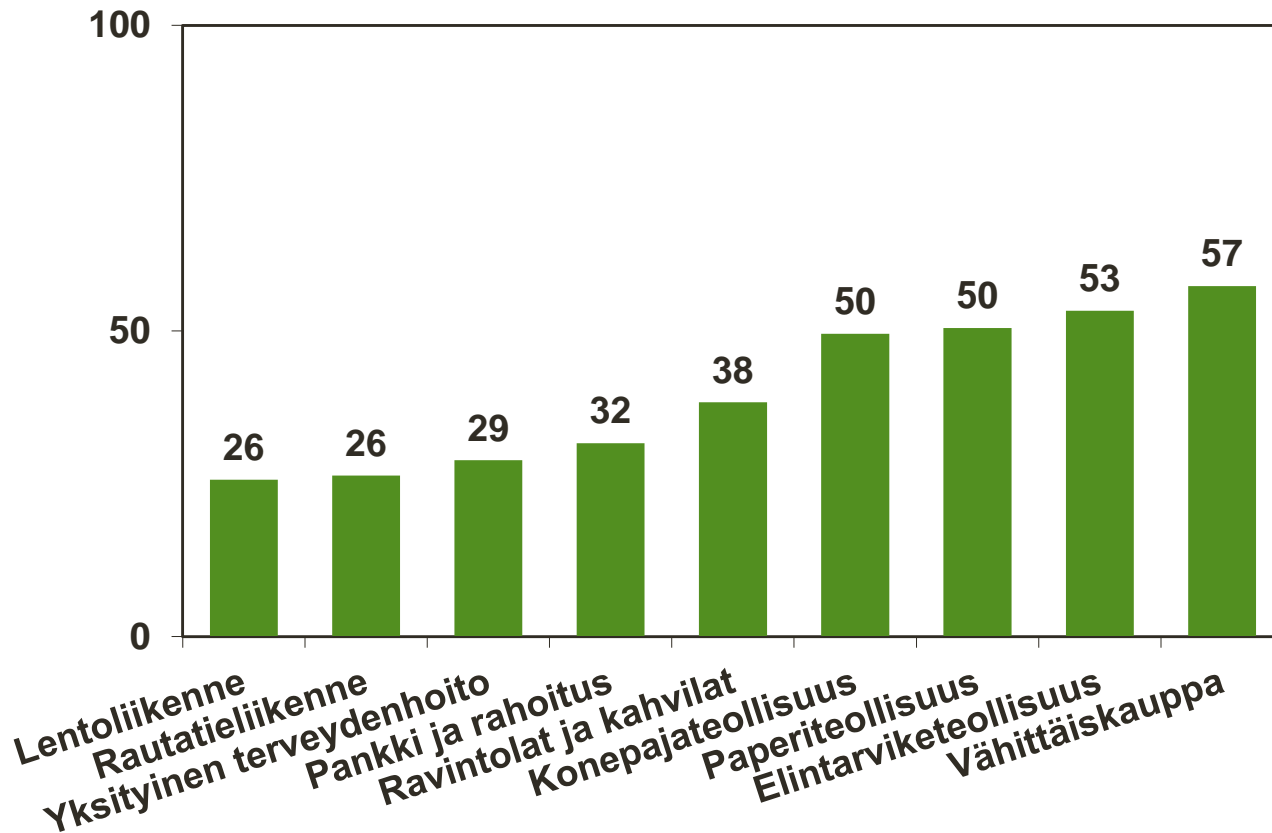
Pääkaupunkiseudulla arvostetaan raideliikennettä muuta maata enemmän, pankkeihin taas suhtaudutaan muita nihkeämmin.

Teollisuuden maine on parhaimmillaan suurten kaupunkien ulkopuolella.



# 1. Toimialojen yhteiskunnallinen ja taloudellinen maine

Kuinka merkittäviä toimialat ovat verojen maksajina, investoijina ja työllistäjinä?  
Indeksi

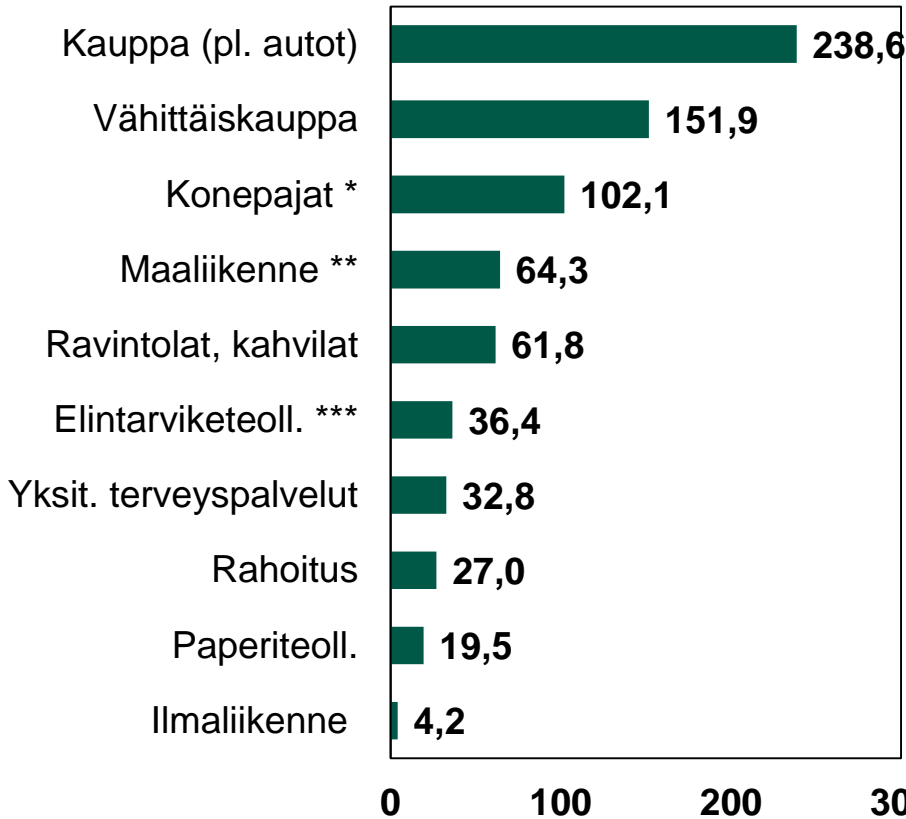


Paperiteollisuutta pidetään yleisimmin merkittävänä verojen maksajana ja investoijana, kauppaa ja muuta teollisuutta hyvinä kakkosina. Vähittäiskaupan maine työllistäjänä on ylivoimainen ja elintarviketeollisuuden kakkossija lähes yhtä selvä.

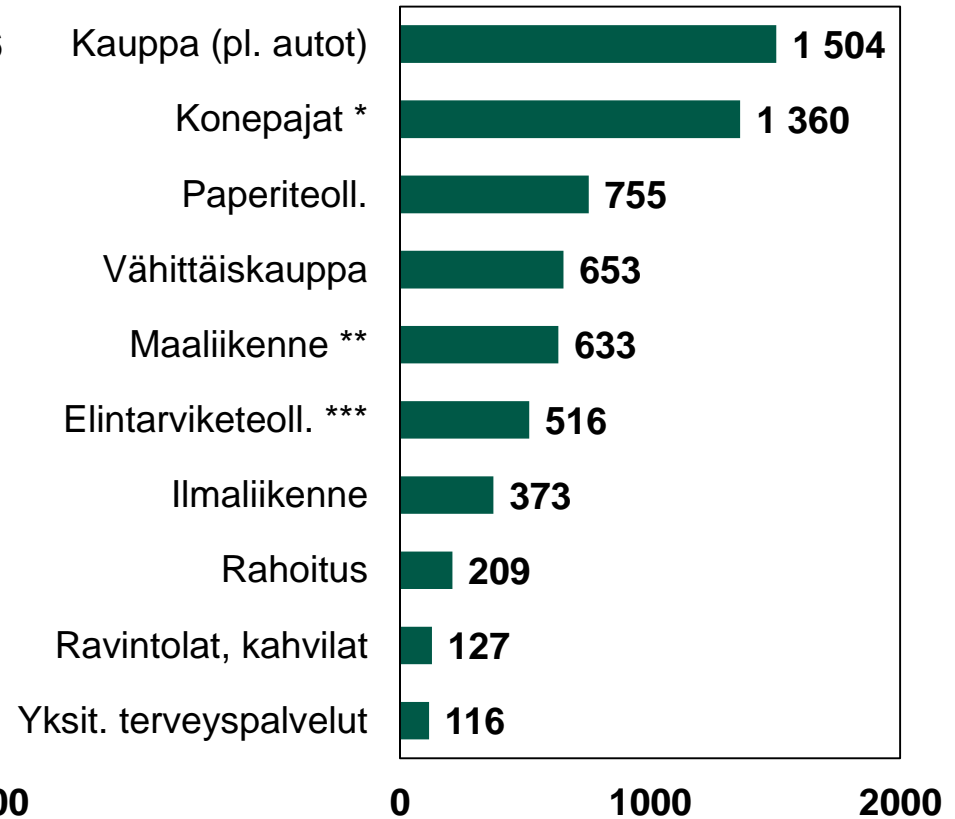
# ...Mutta mitä kertovat tilastot?

Toimialojen työllisyys ja investoinnit yrityssectorilla (S11 ja S12) 2016

## Työllisyys, 1000 henkeä



## Investoinnit, milj. euroa



Lähde: Kansantalouden tilinpito,  
Tilastokeskus.

5.9.2017

Jaana Kurjenoja

\* Sisältää toimialat 25, 28-30.

\*\* Sisältää kaiken maaliikenteen, ei pelkästään rautateitä.

\*\*\* Sisältää toimialat 10-12.

# ...Mutta mitä kertovat tilastot?

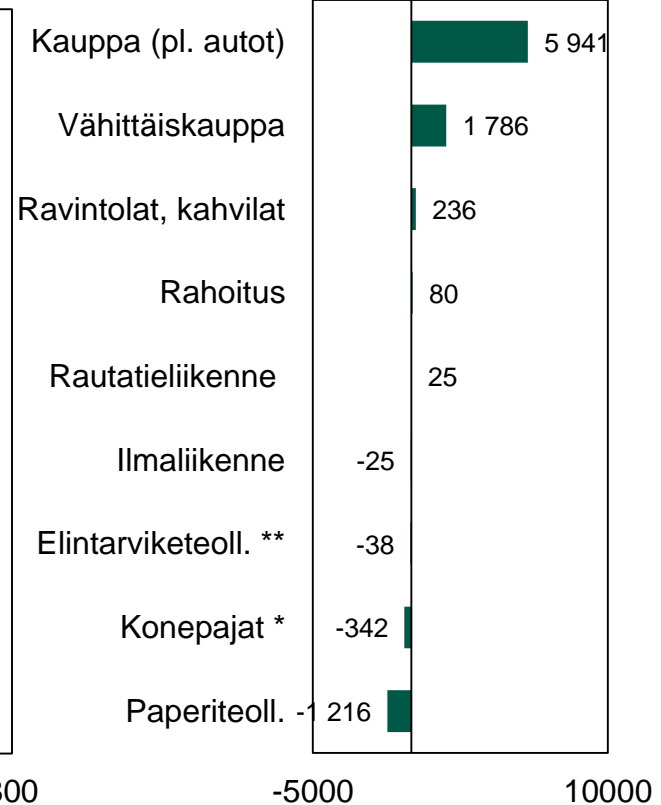
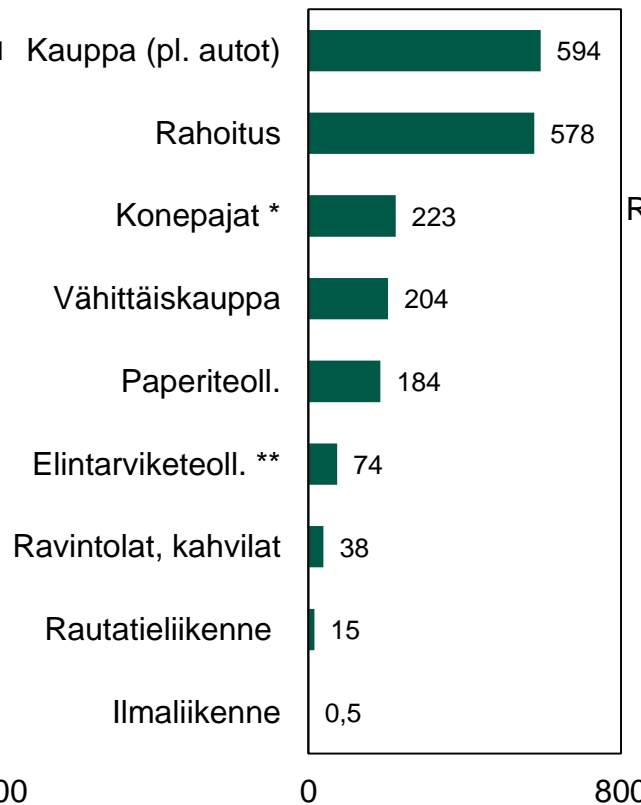
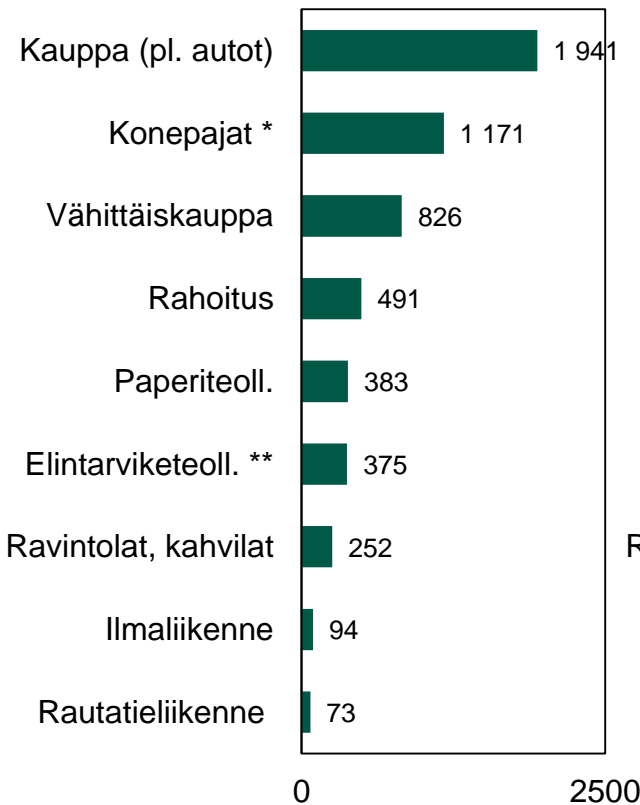
Toimialojen<sup>1</sup> tuottama verokertymä 2016

Kumulatiivinen nettokertymä, milj. euroa

Ansiotuloista tehdyt  
ennakonpidätykset ja  
työnantajan sava-maksut

Yhteisöverot

Arvonlisäverot



Lähde: Verohallinto.

<sup>1</sup> Toimialoissa ei ole mukana yksityistä terveydenhoitoa, koska Verohallinnon tilastoista ei pysty erottelamaan yrityssektoria ja julkista sektoria erikseen.

\* Sisältää toimialat 25, 28-30.

\*\* Sisältää toimialat 10-12.



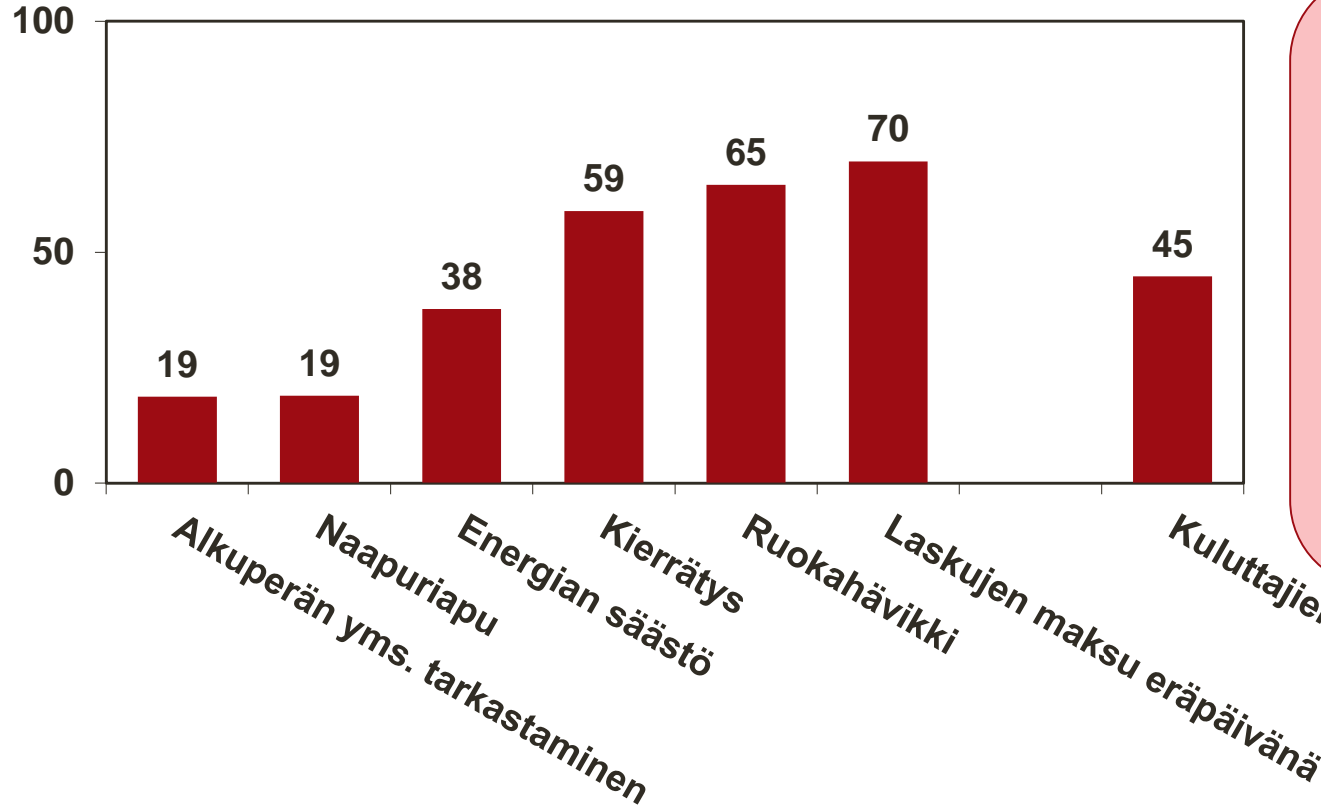
# Kuluttajien näkemys omasta vastuullisuudestaan

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

# Laskut maksetaan ajallaan – tuotteiden alkuperän tarkastaminen useimmiten jää

Kuluttajien näkemys omasta vastuullisuudestaan  
Kokonaisindeksi, viiden erilliskysymyksen indekseistä laskettu keskiarvo



Lähes kaikissa ikäryhmissä naiset kuvaavat toimintaansa selvästi vastuullisemmaksi kuin miehet – paria poikkeusta lukuun ottamatta. Vastuullinen käytös näyttää myös vahvistuvan iän myötä.



## Lisätietoja:

**Jaana Kurjenoja**

pääekonomisti

Kaupan liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

p. 040 820 5378

**Kauppa.fi**

**Kaupanvuosi.fi**

[twitter](#)



[YouTube](#)

