

# KULUTTAJA- KOMPASSI

HINTAOPAS • Q3 2025

**Mobiilimurros ja  
kesän kulutus**

**Miten koulujen  
puhelinkielto  
vaikuttaa  
kauppoihin?**



# Kuluttajien mielissä pyörivät nyt lomat ja puhelinkielto

Lomasesonki vaikuttaa lähes poikkeuksetta jokaiseen kaupan alalla toimivaan. Mikäli oma kohderyhmä on tiedossa, kesä voi tarjota monia mahdollisuuksia. Lomien lisäksi kesä tuo tänä vuonna myös aivan uudenlaisia muutoksia. Etenkin elokuussa alkavan peruskoulujen puhelinkielto vaikuttavat voivat ulottua kauas koulujen ulkopuolelle, jos se saa suomalaiset arvioimaan uudestaan lasten ja nuorten tarpeet erilaisille elektroniikkalaitteille.

Koulujen puhelinkielto sai alkunsa kasvavasta huolesta lapsia ja nuoria kohtaan, minkä lisäksi moni on alkanut jo miettimään laajemmin esimerkiksi sosiaalisen median todellisia hyötyjä ja haittoja. Mobiililaitteilla saattaakin pian olla edessään uusi murroskohta, kun vaihtoehdot älypuhelimille kasvattavat suosiotaan. Jokaisen elektroniikka-alalla toimivan kannattaa nyt seurata tilanteen kehitystä tarkasti.

Yleisellä tasolla kesä on perinteisesti ollut mahdollisuuksien aikaa etenkin omien alojensa haastajille. Esimerkiksi mainostilaa ja näkyvyyttä voi olla helpompi saada kuin yleensä. Kuluttajien uskomukset omasta ostovoimastaan ovat myös jatkaneet kipuamistaan ylöspäin, ja menojen karsimista on vähennetty.

Tutkimuksemme osoittaa, että kesälomien koittaessa lähes kolmasosa kuluttajista vähentää älylaitteiden käyttöä ja noin joka viides ostaa enemmän kivijalkakaupoista. Kesä onkin oivallista aikaa uuden ja tavallisesta poikkeavan kokeilemiselle, sillä muuten hyvin toimivat myyntikanavat eivät välttämättä sovi lomalaisten tarpeisiin.

Tässä Kuluttajakompassissa syvennymme puhelinkielto lisäksi siihen, ketkä kesällä kuluttavat ja miten. Tulokset saattavat yllättää.

Inspiroivia lukuhetkiä toivottaen,

**Liisa Matinvesi-Bassett**  
Maajohtaja, Hintaopas



Hintaoppaan  
ostovoimaindeksi

6,0

HEINÄ-SYYSKUU  
2025

Lue lisää  
sivulta 12.

“Koulujen puhelinkielto  
voi muuttaa arkea”

Lue erikoistutkija Ramin Izadin  
haastattelu sivulta 4.



“Elektroniikkamyynni  
vilkastumassa”

Lue Gigantin Toni Kiekkisen  
haastattelu sivulta 10.

## Sisältö

### PUHELINKULTTUURIN MUUTOS

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Puhelinkieltoa halutaan laajentaa                   | 3  |
| <b>Haastattelu:</b> Ramin Izadi, VATT               | 4  |
| Liikunnan väheneminen ja kiusaaminen huolestuttavat | 5  |
| <b>Haastattelu:</b> Jesse Kieksi, DNA               | 6  |
| Vaihtoehtoja ensipuhelimeksi                        | 7  |
| Yli puolet haluaisi somekiellon                     | 8  |
| Kolmasosa vähentää lomalla älylaitteiden käyttöä    | 9  |
| <b>Haastattelu:</b> Toni Kiekkinen, Gigantti        | 10 |

### KESÄN KULUTUS

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Ketkä kuluttavat kesällä?                                 | 11 |
| Suomalaisten arviot omasta ostovoimasta edelleen nousussa | 12 |
| Keski-ikäiset kuluttamassa eniten                         | 13 |
| Muoti ja sisustus kiinnostavat                            | 14 |
| Tietoa kuluttajatutkimuksesta                             | 15 |

Onko kouluissa 1.8.2025 voimaan astuva mobiililaitteiden käyttökielto oppitunneilla mielestäsi hyvä päätös?

|               |      |
|---------------|------|
| Kyllä         | 91 % |
| Ei            | 4 %  |
| En osaa sanoa | 5 %  |

Olisiko käyttökielto pitänyt mielestäsi ulottaa myös välitunneille?

|               |      |
|---------------|------|
| Kyllä         | 45 % |
| Ei            | 39 % |
| En osaa sanoa | 17 % |

Vastaajien mielestä oikea ikä lapsen tai nuoren ensimmäisen älypuhelimien hankkimiselle on 11 vuotta.

# Puhelinkieltoa halutaan laajentaa

Suomen peruskouluissa astuu 1.8.2025 voimaan oppitunneilla mobiililaitteiden käytön kieltävä laki.

Laki on saanut suomalaisten joukossa laajaa kannatusta: kuluttajatutkimuksemme mukaan jopa 91 prosenttia pitää lakimuutokseen johtanutta päätöstä hyvänä. Ikäryhmistä eniten muutosta kannattavat 45–54-vuotiaat, joista huimat 95 prosenttia on samaa mieltä päätöksen kanssa. Paikallisesti samaan lukuun yltävät Oulun ja Lapin läänit, jonka alueiden asukkaat kannattavat muutosta eniten. Perheellisillä luku on hieman yleistä keskiarvoa alempi (89 %), mutta siitä huolimatta hyvin korkea.

Moni on myös sitä mieltä, että käyttökielto jäi liian löyhäksi. Lähes puolet vastaajista (45 %) haluaisi puhelinkiellon koskevan suoraan myös välitunteja. Ajatus jakaa kuitenkin suomalaisia vielä vahvasti, sillä esimerkiksi nuorista (18–24-vuotiaat) vain 17 prosenttia kannattaa käyttökiellon laajentamista. Yli 65-vuotiailla vastaava luku taas on jo 62 prosenttia. Perheellisten vastaajien innostus jäi jälleen hieman yleisestä keskiarvosta (40 %).

Yhdestä asiasta suomalaiset vaikuttavat olevan samaa mieltä. Useimmat haluaisivat antaa lapsille älypuhelimet vasta huomattavasti ensimmäisen kouluvuoden jälkeen. Keskiarvo asettui 11 ikävuoteen eikä vastauksissa ollut ikäryhmien välillä tai paikallisesti merkittäviä eroja.

# Koulujen puhelinkielto voi muuttaa arkea

**Elokuussa voimaan astuva puhelinkielto kouluissa voi tuoda kaivattua selkeyttä lasten koulupäiviin, mutta tutkittua tietoa vastaavan kaltaisten kieltojen vaikutuksista on toistaiseksi vähän.**

Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen erikoistutkija Ramin Izadi mukaan uudistus olisi kannattanut toteuttaa satunnaistettuna kokeiluna, jotta sen todelliset vaikutukset olisi voitu osoittaa luotettavasti.

”Uskon silti, että kielto on tärkeä askel oikeaan suuntaan. Uudistuksella voi parhaimmillaan olla myönteinen vaikutus lasten koulunkäyntiin, mielen-terveyteen ja sosiaaliin taitoihin. Paljon riippuu myös siitä, miten uudistus heijastuu lasten vapaa-aikaan”, Izadi toteaa.

## **Tavoitteena koko koulupäivä ilman puhelinta**

Uusi laki ei suoraan kiellä puhelimen käyttöä esimerkiksi välituntien aikana, mutta Opetushallitus suosittelee puhelimen käytön rajoittamista koko koulupäivän ajaksi.

**Ramin Izadi**

**Erikoistutkija, VATT**

Tämä on Izadin mukaan perusteltua, sillä etenkin älypuhelimista voi olla lasten kehitykselle usein enemmän haittaa kuin hyötyä.

”Omassa elämässäni olen huomannut, että älypuhelimet eivät tarjoa lapsille ja nuorille juurikaan muuta kehityksen kannalta välttämätöntä sisältöä yhteydenpidon ulkopuolelta. Samaan aikaan ne vievät tilaa leikeiltä ja kasvokkaiselta vuorovaikutukselta, jotka ovat tärkeitä työelämässä tarvittavien vuorovaikutustaitojen kehittymisen kannalta”, Izadi kertoo.

## **Älypuhelin ei ole ainoa vaihtoehto**

Yhä useampi vanhempi valitsee lapsen ensimmäiseksi mobiililaitteeksi kello- tai näppäinpuhelimien, joista monet mahdollistavat yhteydenpidon ilman nettiä ja sosiaalista mediaa. Tutkimustieto ei osoita tarkkaa ikää ensimmäisen mobiililaitteen hankinnalle.

Keskustelua herättää myös ajatus laajemmasta sosiaalisen median käyttökiellosta. Esimerkiksi Australiassa sosiaalinen media on kielletty kokonaan alle 16-vuotialta. Izadin mukaan Suomessa vastaavan kaltaisen kiellon toteuttaminen voisi tarkoittaa esimerkiksi pankkitunnusten vaatimista sosiaalisen median tilin luomiseksi.



### Top 10 eniten huolestuttavat asiat lasten ja nuorten mobiililaitteiden käytössä



Joka kymmenes  
vastaaja oli  
huolissaan  
tietoturvariskeistä.

## Liikunnan väheneminen ja kiusaaminen huolestuttavat

Lasten ja nuorten mobiililaitteiden käyttö herättää monissa suomalaisissa huolta. Eniten huolta herättävät fyysisen aktiivisuuden ja liikunnan vähentyminen, kiusaaminen sekä epäasiallisten sisältöjen näkeminen, mutta myös keskittymiskyvyn heikentyminen ja sosiaalisen median koukuttavuus itsessään huolestuttavat.

Miehiä mietityttää selvästi eniten fyysisen aktiivisuuden vähentyminen (35 %), kun taas naiset näkevät enemmän vaaroja kiusaamisessa (38 %). Myös nuoria (18–24-vuotiaat) huolestuttaa eniten kiusaaminen (36 %). Perheelliset vastaajien suurin huolenaihe taas oli mahdollisten epäasiallisten sisältöjen näkeminen (39 %). Yksinhuoltajat erosivat kuitenkin muista perhemuodoista merkittävästi, sillä heistä yli puolet (53 %) ilmoitti olevansa huolissaan kiusaamisesta.



# Käytetyt puhelimet ja kellopuhelimet kiinnostavat

**Kuluttajakäyttäytyminen on muuttumassa, kun yhä useampi valitsee uuden sijaan käytetyn älypuhelimien. DNA:n laitemyynnin osastopäällikkö Jesse Kieksin mukaan uutuusmallien tekniset ominaisuudet eivät ole enää useimmille kuluttajille ensisijainen valintakriteeri, vaan ratkaisevaksi tekijäksi on noussut hinta.**

Käytettyjen puhelimien lisäksi lasten kellopuhelimet kiinnostavat nyt selvästi kuluttajia. Kieksin mukaan vanhemmat ovat aiempaa tietoisempia älypuheliin ja netin vapaaseen käyttöön liittyvistä riskeistä, minkä seurauksena monissa perheissä on päätetty lykätä varsinaisen älypuhelimien hankintaa. DNA suosittelee kellopuhelimia etenkin pienimmille koululaisille.

“Emme suosittele itsenäistä älylaitteen käyttöä 1.-2.-luokkalaisille tai sitä nuoremmille, sillä heidän sosiokognitiiviset kykynsä eivät vielä riitä turvalliseen netin käyttöön. Tällöin oikein käyttöön otettu kellopuhelin voi olla turvallisempi ratkaisu”, Kieksi kertoo.

**Jesse Kieksi**

**Laitemyynnin osastopäällikkö, DNA**

## **Turvallisuus mietityttää**

Erilaisten huolien lisääntyessä vanhemmat ovat myös entistä kiinnostuneempia älylaitteiden turvallisuudesta ja lapsilukkojen ominaisuuksista. Kieksin mukaan jokainen vanhempi voi omalla toiminnallaan vaikuttaa laitteiden turvallisuuteen.

“Esimerkiksi kaikissa lapsella käytössä olevissa vuorovaikutusta sisältävissä palveluissa täytyy huolehtia yksityisyysasetusten määrittämisestä. Monissa laitteissa on myös omat rajoitusominaisuutensa, kuten esimerkiksi Android Family Link sekä Apple Perhejako. Pelkkien asetusten varaan suojausta ei kuitenkaan voi jättää, vaan lapsen kanssa on tärkeää keskustella säännöllisesti siitä, mitä hän tekee internetissä ja sosiaalisessa mediassa”, Kieksi neuvoo.

## **Trendaavat laitteet**

Uusista tuotekategorioista erityisesti valvontakamerat ja muut älykotituotteet ovat kasvattaneet suosiotaan. Kieksin mukaan niiden myynnissä näkyy tasaista kasvua, joka on kesällä vahvistunut entisestään. Edullisia mobiili- tai WiFi-yhteydellisiä kameroita käytetään niin kotien kuin kesämökkien varustamiseen.



OnePlus Nord 4, alk.  
299,00 € (8.7.2025)

## Älypuhelin

Älypuhelimissa on tavallisesti isokokoinen kosketusnäyttö ja paljon tietokoneissakin olevia ominaisuuksia, kuten esimerkiksi pääsy internetiin ja mahdollisuus ladata eri sovelluksia.

Suosituimmat älypuhelinbrändit tällä hetkellä ovat **Samsung** (+16 % viime vuodesta), **Apple** (+10 %) sekä **OnePlus** (+42 %).

# Vaihtoehtoja ensipuhelimeksi



Xplora XGO3, alk.  
129,00 € (8.7.2025)

## Kellopuhelin

Kellopuhelin yhdistää rannekellon ja puhelimen toiminnot. Sisäänrakennettu SIM-kortti mahdollistaa puheluiden soittamisen ja vastaanottamisen sekä tekstiviestien lähettämisen.

Tunnetuimpien kellopuhelinbrändien (**Xplora**, **ZTE** ja **Mibro**) suosio on kasvanut 141 prosenttia viime vuoteen ja 60 prosenttia edeltävään 30 päivään verrattuna.



Nokia 3210, alk.  
69,00 € (8.7.2025)

## Näppäinpuhelin

Näppäinpuhelin tai peruspuhelin on tarkoitettu lähinnä puheluihin ja tekstiviesteihin. Pääsy internetiin tai sovelluksiin voi olla rajoitettua.

**Nokian** ja **Doron** (tunnetuimmat näppäinpuhelinbrändit) suosio on laskenut 66 prosenttia viime vuoteen verrattuna, mutta kasvanut yhden prosentin edeltävään 30 päivään verrattuna.

# Yli puolet haluaisi somekiellon

Puhelinkiellon vankan tuen lisäksi kuluttajatutkimus paljasti, että hieman yli 57 prosenttia suomalaisista kannattaa sosiaalisen median kieltämistä alle 15-vuotiailta. Aiheesta käydään tällä hetkellä kiivasta keskustelua niin kansallisella kuin kansainvälisellä tasolla.

Australiassa some on jo kielletty alle 16-vuotiailta ja Norja valmistelee omaa kieltoaan alle 15-vuotiaille. Ranskan presidentti Emmanuel Macron on ehdottanut maassaan samaa, ja myös Suomessa monet kansanedustajat ovat avanneet keskustelun aiheesta.

Toteutuessaan kielto voisi yhdessä puhelinkiellon kanssa kiihdyttää entisestään mobiililaitteiden ympärillä tapahtuvaa käytöskulttuurin muutosta.

Pitäisikö sosiaalisen median käyttö kieltää alle 15-vuotiailta?

|               |      |
|---------------|------|
| Kyllä         | 57 % |
| En            | 24 % |
| En osaa sanoa | 19 % |

Eniten somekieltoa tukivat 25-34-vuotiaat, jotka ovat kokeneet itse niin somen hyvät kuin pahat puolet.

# Kolmasosa vähentää lomalla älylaitteiden käyttöä

Lasten ja nuorten lisäksi aikuiset miettivät myös omaa älylaitteiden käyttöään kesälomien lähestyessä. Lähes kolmasosa (32 %) vastaajista kertoi vähentävänsä ruutuaikaansa kesäloman aikana.

## Miten kesäloma vaikuttaa omaan älylaitteiden käyttöösi?

|                                                                                   |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------|
| Ruutuaika vähenee huomattavasti                                                   | 12 % |
| Ruutuaika vähenee jonkin verran                                                   | 20 % |
| Ruutuaika lisääntyy jonkin verran                                                 | 9 %  |
| Ruutuaika lisääntyy huomattavasti                                                 | 4 %  |
| En käytä ollenkaan älylaitteita tai käytän vain näppäinpuhelinta ilman internetiä | 2 %  |
| Kesälomalla ei ole vaikutusta älylaitteiden käyttööni                             | 53 % |

## Top 5 suosituinta syytä älylaitteiden käytön vähentämiseksi kesälomalla

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| Vietän enemmän aikaa läheisten kanssa     | 29 % |
| En koe tarvetta käyttää                   | 25 % |
| Vietän enemmän aikaa harrastusten parissa | 24 % |
| Mökkeily vähentää älylaitteiden käyttöä   | 24 % |
| Matkustelu vähentää älylaitteiden käyttöä | 17 % |

18–24-vuotiaista lähes kolmanneksella ruutuaika lisääntyy lomalla.

Naisten yleisin peruste olivat läheiset, kun taas miehillä harrastukset.

# Elektroniikkamyynti vilkastumassa

**Viime vuosina älykellojen sekä muiden älylaitteiden suosio on kasvanut selvästi koulujen aloituksen aikaan. Gigantin myyntipäällikkö Toni Kiekkisen mukaan myynnin kasvu näkyy erityisesti edullisempien älykellojen kohdalla, mikä viittaa siihen, että niitä hankitaan yhä enemmän koululaisten käyttöön.**

Vanhempien kiinnostuksen kohteena ovat erityisesti kellopuhelimet, mikä tulee trendinä luultavimmin vain vahvistumaan lähiaikoina. Kiekkisen mukaan kellopuhelimet tarjoavat usein vanhemmille mahdollisuuden pitää yhteyttä lapseen ilman, että tällä olisi pääsy kaikkeen älypuhelimien tarjoamaan sisältöön.

**Perinteisten näppäinpuhelimien suosio laskussa**

Siinä missä kellopuhelimien suosio vain kasvaa, perinteisten näppäinpuhelimien suosio on lähtenyt laskuun. Yksi osasy tähän voi olla älypuhelimien hintojen raju lasku.

**Toni Kiekkinen**

**Myyntipäällikkö, Gigantti**

“Perusälypuhelimien voi nykyään saada jopa alle 70 eurolla ja kampanjoiden aikana mahdollisesti vieläkin edullisemmin. Tämä on voinut tehdä älypuhelimista houkuttelevan vaihtoehdon myös niille, jotka ovat aiemmin suosineet perinteisiä näppäinpuhelimia. Syitä on toki varmasti monia muitakin”, Kiekkinen kertoo.

## Televisiot vuoden hittituote

Viime kuukausien aikana elektroniikkakaupassa on nähty muitakin trendejä. Erityisesti televisioiden myynti on kasvanut voimakkaasti, mikä johtuu Kiekkisen mukaan pääasiassa perustasoisten televisiolähetysten päättymisestä.

“Monet ovat uudistuksen seurauksena päätyneet päivittämään televisionsa, mikä vauhditti kotimaista elektroniikkakauppaa. Suurimmat myyntipiikit osuivat meillä huhtikuun sekä kesä-heinäkuun vaihteeseen. Viime vuoteen verrattuna televisioiden myynti on yli tuplaantunut”, Kiekkinen kertoo.

Yleisellä tasolla elektroniikkakaupan odotetaan kehittyvän positiivisesti myös loppuvuoden aikana. Suomen markkina on erittäin kilpailtu, minkä Kiekkinen laskee kuluttajien eduksi.





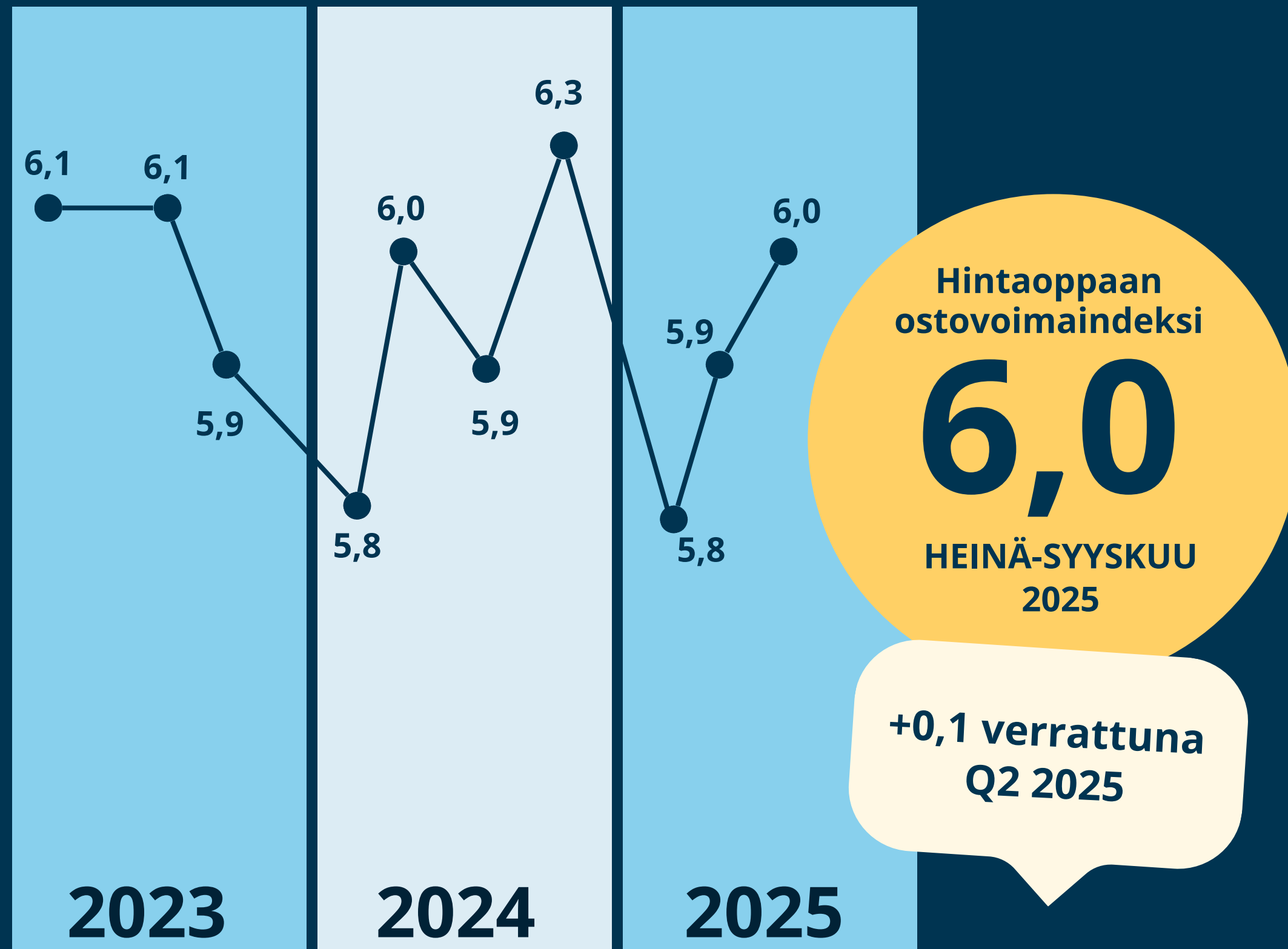
## Heinä-syyskuu 2025

# Ketkä kuluttavat kesällä?

**Mittaamme neljä kertaa vuodessa 18–75-vuotiaiden suomalaisten arvioita omasta ostovoimastaan ja kulutustottumuksistaan. Tuoreimmat tulokset viittaavat kulutuksen jakautuvan yhä vahvemmin eri ikäryhmien ja sukupuolten välillä.**

“Suomalaisten kulutus näyttää kesää kohden maltilliselta. Tuoreimman mittauksen perusteella kulutusbudjetit ovat hienoisessa laskussa verrattuna aiempiin lukemiin. Lisäksi luvut paljastavat selviä eroja sukupuolten ja ikäryhmien välillä. Naiset arvioivat käyttävänsä nyt selvästi vähemmän kuin aikaisemmin, vaikka he kokevat ostovoimansa parantuneen. Miehillä kehitys on ollut päinvastainen. Seuraavilta sivuilta löydät tarkempaa tietoa suomalaisten ajatuksista heinä-syyskuun kulutuksen suhteen”, Liisa Matinvesi-Bassett kommentoi.

Tulokset perustuvat analyysiyritys Bilendin kesäkuussa 2025 toteuttamaan tutkimuksen, johon vastasi 1 000 18–75-vuotiasta suomalaista.



## Suomalaisten arviot omasta ostovoimasta edelleen nousussa

Hintaoppaan ostovoimaindeksi kertoo kuluttajien oman arvion heidän mahdollisuuksistaan käyttää rahaa erilaisiin tuotteisiin ja tavaroihin seuraavan kolmen kuukauden aikana asteikolla 1 (erittäin huonot) – 10 (erittäin hyvät). Vuoden 2025 toisella kvartaalilla ostovoimaindeksi asettui lukemaan 5,9. Vuoden ensimmäisellä kvartaalilla ostovoimaindeksi oli 5,8.

“Tänä vuonna toistetaan selvästi viime vuoden kaavaa ostovoimaindeksin kehityksen suhteen. Viime vuoden ensimmäisellä kvartaalilla ostovoimaindeksi asettui myös lukemaan 5,8 ja seuraavalla kvartaalilla lukuun 6,0. Palautuminen ei siis ole tänä vuonna ollut yhtä nopeaa kuin viime vuonna, mutta pääasia on kasvun pitkäjänteisyys. Alkuvuoden rauhallisen kulutuksen jälkeen hidaskin kasvu voi helpottaa kauppojen tilannetta”, Matinvesi-Bassett avaa.

# Keski-ikäiset kuluttamassa eniten

Suomalaiset arvioivat käyttävänsä heinä-syyskuussa tuotteisiin ja tavarihin keskimäärin 554 euroa, kun edellisellä kvartaalilla he arvioivat kuluttavansa yhteensä 580 euroa. Kulutusbudjetit ovat siis laskeneet keskimäärin 26 eurolla.

Kulutuksen kasvua vetävät nyt erityisesti 45–54-vuotiaat, joiden keskimääräinen budjetti heinä-syyskuulle on 842 euroa. Erot eri ikäryhmien välillä ovat suuria, sillä esimerkiksi 35–44-vuotiaiden arvioitu kulutus jäi vain 419 euroon, mikä on noin puolet vähemmän kuin mitä eniten kuluttava ikäryhmä on arvioinut käyttävänsä. Alueellisesti kulutus painottuu Keski- ja Pohjois-Suomeen. Oulun ja Lapin lääneissä asuvat arvioivat kuluttavansa keskimäärin jopa 943 euroa seuraavan kolmen kuukauden aikana.

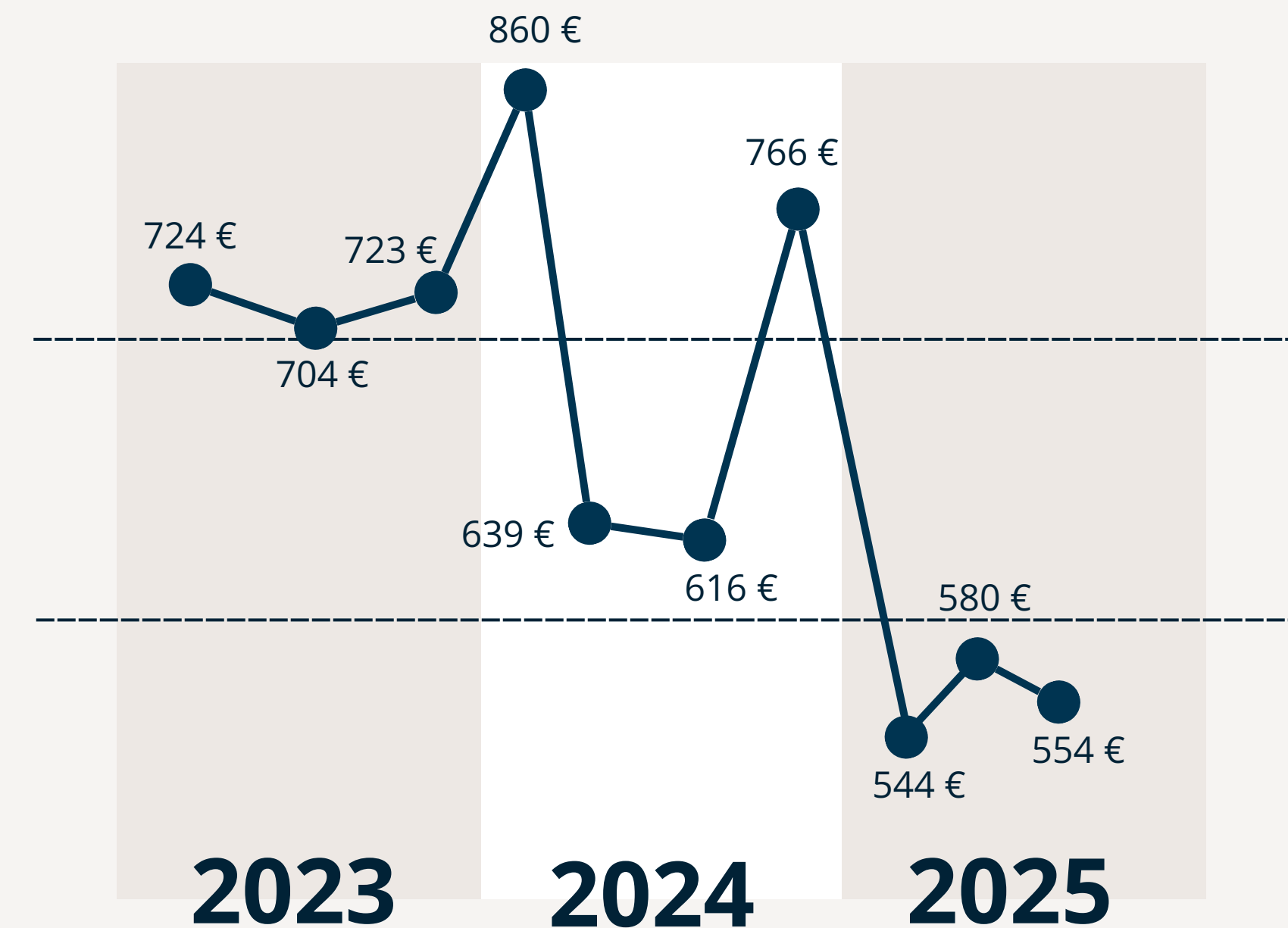
”Kulutusbudjetit ovat viimeisimmän mittauksen perusteella hienoisessa laskussa verrattuna edelliseen kvartaaliin, mutta kuluttajaryhmien välillä nähdään edelleen selviä eroja. Erityisen aktiivisia kuluttajia ovat nyt vanhemmat ikäluokat, joiden arvioidut menot ylittävät selvästi nuorempien ikäryhmien kulutuksen. Lisäksi alueelliset erot ovat merkittäviä. Esimerkiksi Oulun ja Lapin läänissä kulutus on huomattavasti suurempaa kuin muualla Suomessa”, Matinvesi-Basset arvioi.

## Ostoksiin käytetään keskimäärin 554 €

Miehet  
760 €

Naiset  
365 €

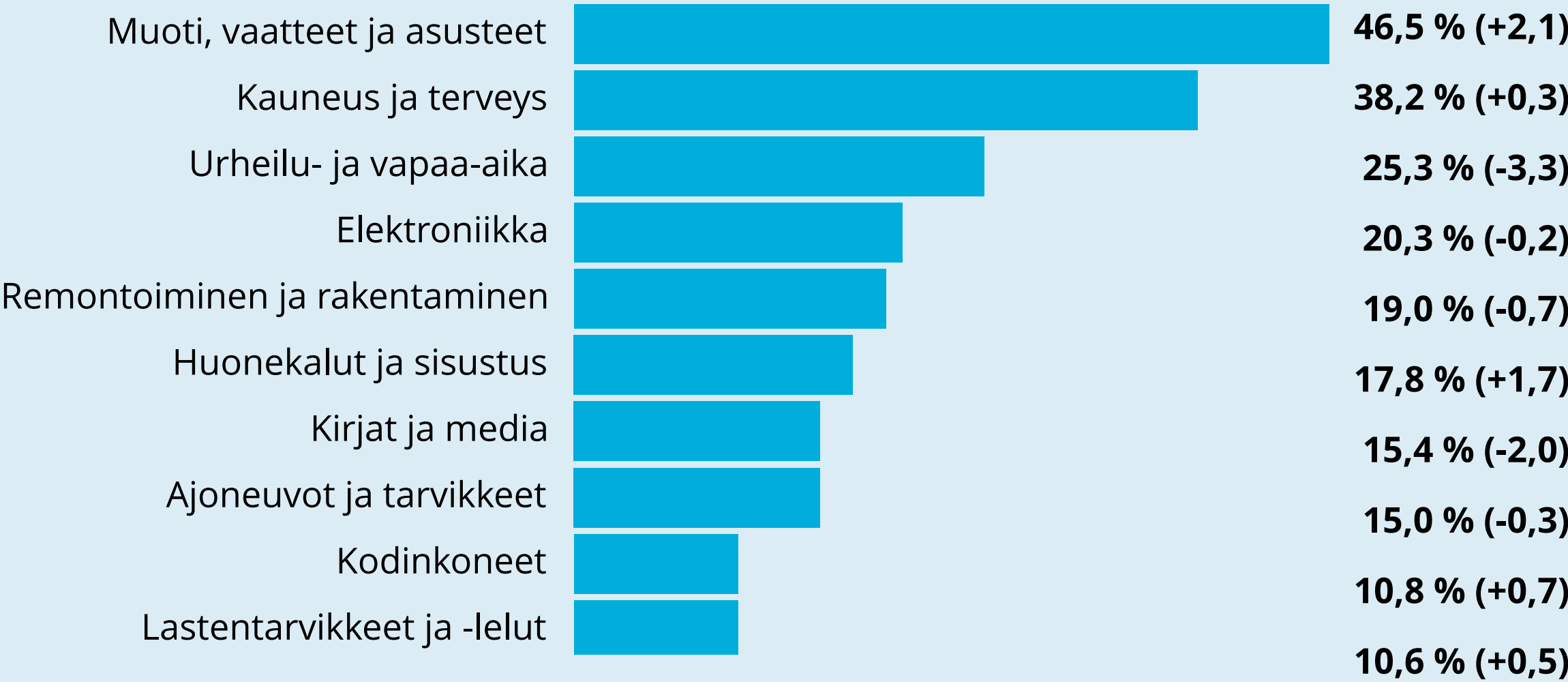
### Suomalaisten kulutusbudjetit



# Muoti ja sisustus kiinnostavat

Menojaan karsivien määrä vähentyi lähes kaikissa tutkituissa kategorioissa. Vain liikkumisesta (polttoaine, julkinen liikenne) karsivien määrä kasvoi.

## Kesällä suomalaiset suunnittelevat ostavansa:



Suluissa muutos viime kvartaaliin verrattuna.

# Menojen karsiminen vähentymässä

Merkittävimmät kategoriat, joista suomalaiset aikovat karsia menojaan seuraavan kolmen kuukauden aikana:

|                                                                   |               |
|-------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1. Vapaa-ajan menoista, kuten ulkona syömisestä ja harrastuksista | 48,3 % (-2,8) |
| 2. Lomamatkoista                                                  | 35,7 % (-1,3) |
| 3. Viihteestä, medioista, kulttuurista ja taiteesta               | 34,5 % (-4,2) |
| 4. Ruokakauppakuluista                                            | 32,0 % (-1,7) |
| 5. Remonteista ja kodin hankinnoista                              | 27,2 % (-1,2) |

## Muuttuuko ostokäyttäytymisesi kivijalka- ja verkkokauppojen suhteen kesälomalla?

|                                         |      |
|-----------------------------------------|------|
| Kyllä, ostan enemmän kivijalkakaupoista | 19 % |
| Kyllä, ostan enemmän verkkokaupoista    | 5 %  |
| Ei muutu                                | 68 % |
| En osaa sanoa                           | 8 %  |

# Kuluttajatutkimus

## Kuluttajatutkimus

Olemme tilanneet analyysiyritys Bilendiltä verkkohaastattelut 1 000:lle 18–75-vuotiaalle suomalaiselle. Haastattelut toteutettiin kesäkuussa 2025. Vastaajat vastasivat suureen määrään kysymyksiä, jotka koskivat pääasiassa ostotottumuksia ja kulutussuunnitelmia.

## Ostovoimaindeksi

Hintaoppaan ostovoimaindeksi mittaa suomalaisten kuluttajien kokemaa ostovoimaa tulevilla vuosineljänneksellä. Mittaamme ostovoimaa kysymällä kuluttajilta, kuinka hyväksi he kokevat mahdollisuutensa käyttää rahaa fyysisiin hyödykkeisiin tulevina kuukausina. Arvosana 1 tarkoittaa, että mahdollisuudet rahankäyttöön ovat erittäin huonot ja 10 tarkoittaa, että mahdollisuudet ovat erittäin hyvät. Kysymme nämä kysymykset kuluttajatutkimuksemme yhteydessä.

Fyysisillä hyödykkeillä tarkoitamme yksityisiä ostoksia sekä fyysisissä kaupoissa että verkkokaupoissa, mutta emme elintarvikkeita tai lippuja.

# Suomen kattavin hintavertailupalvelu

Hintaopas on Pohjoismaiden johtava puolueeton tuote- ja hintavertailupalvelu. Liikeidea on ollut sama vuodesta 2002 lähtien – auttaa kuluttajia tekemään parempia ostopäätöksiä. Hintaopas tekee tämän keräämällä ja välittämällä rehellistä ja läpinäkyvää tietoa lähes 900 Suomessa toimivasta kaupasta sekä niiden tuotteista ja hinnoista.

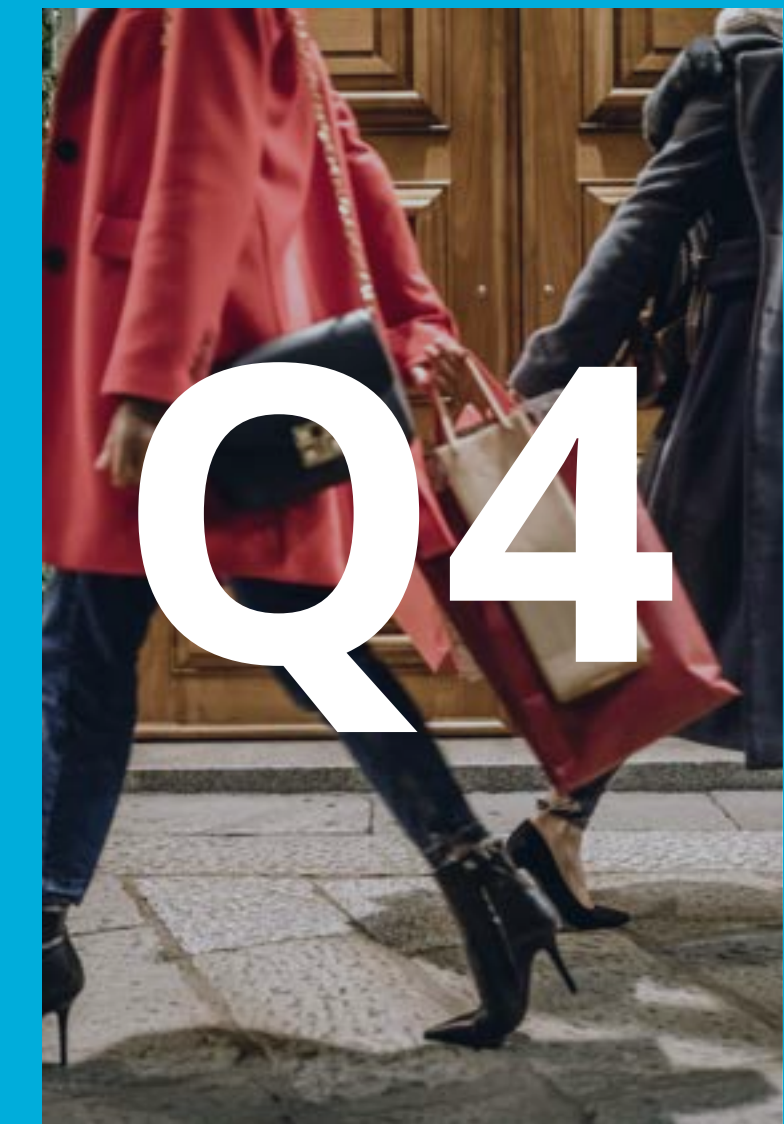
Miljoonat kuluttajat käyttävät Hintaoppaan palvelua kuukausittain. Suomen lisäksi palvelu on saatavilla Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Ranskassa, Uudessa-Seelannissa ja Isossa-Britanniassa.

Ota yhteyttä

[liisa.matinvesi@hintaopas.fi](mailto:liisa.matinvesi@hintaopas.fi)

**Liisa Matinvesi-Bassett**

Maajohtaja, Hintaopas



**Seuraava kuluttajakompassi  
julkaistaan lokakuussa.**