

Suomalainen päättäjä suuntaa Googleen

6.4.2006 16:29 — Tuomas Karvonen

Suomalaiset päättäjät arvottavat työssään tärkeimmiksi tietolähteiksi internetin sekä ammatti-, sanoma- ja talouslehdet. Henkilökohtaiset kontaktit kollegoihin omassa ja muissa yrityksessä sijoittuvat viiden tärkeimmän tietolähteen listalle.

Taloustutkimuksen PRO Päättäjämediatutkimuksen mukaan päättäjät käyttävät internetiä keskimäärin kuusi ja puoli tuntia viikossa. Tästä työhön liittyvää käyttöä on noin puolet. Selvästi käytetyin internet-palvelu on google.fi, jota käyttää viikoittain 355 000 päättäjää. Seuraavaksi päättäjien käyttämien internet-sivustojen listalla on mtv3.fi, jota käyttää viikoittain 146 000 päättäjää.

Kaksi kolmesta päättäjistä on hakenut viimeisten seitsemän päivän aikana internetistä ammatillista tietoa. Myös erilaisia hakupalveluita on käyttänyt reilut puolet päättäjistä. Kolmasosa päättäjistä on käyttänyt viikon aikana internetiä myös yhteystietojen etsimiseen sekä uutisten ja säätietojen seuraamiseen.

Yritysten investointipäätösten tekeminen monimutkaistuu ja tuote- sekä palvelutarjonta monipuolistuu kansainvälisen toiminnan myötä. Varsinaisia hankintapäätöksiä tehtäessä korostuvatkin henkilökohtaiset kontaktit ja verkottuminen: kontaktit kollegoihin ja muihin asiantuntijoihin ovat arvostettuja. Hankintapäätöksiä tehtäessä tiedotusvälineistä tärkeimmiksi lähteiksi nousevat ammattilehdet ja internet, tutkimus kertoo.

Tv:tä tuijotetaan pari tuntia päivässä

Päättäjät katselee televisiota keskimäärin reilut kaksi tuntia vuorokaudessa, radiota taasen kuunnellaan kolme ja puoli tuntia päivässä.

Päättäjät lukevat tutkituista 103 kotimaisesta lehdestä keskimäärin kahdeksaa lehteä. Kolmen kärkeen lukijamäärissä sijoittuvat Helsingin Sanomat (198 000), HS Kuukausiliite (161 000) ja Kauppalehti (159 000).

Yritysten päätöksentekoon osallistuvien ja vaikuttavien määrä on PRO Päättäjämediatutkimuksen mukaan 483 000 henkilöä. Heistä 74 prosenttia työskentelee yksityisellä sektorilla ja loput julkisella sektorilla. Ylimpään johtoon kuuluvista päättäjistä 32

prosenttia on naisia. Asiantuntijaryhmässä naisten osuus on korkeampi.

Tutkimuksen aineisto kerättiin syksyllä 2005.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2006/04/06/suomalainen-paattaja-suuntaa-googleen/20066471/66>