

Mikä ohjaa kuluttajia ruokaostoksilla – kuluttajakäyttäytymistä ohjaavat tekijät

Tiina Vyyryläinen
vaikuttamistyön päällikkö, OTK
@VyyrylainenT



KULUTTAJALIITTO
KONSUMENTFÖRBUNDET



Ihmisten ajattelu jakautuu kahteen prosessiin

Systemi 1



Nopea



Tiedostamaton



Automaattinen



Soveltuu rutiineihin



Altis väärille
johtopäätöksille

Systemi 2



Hidas



Tiedostettu



Vaivalloista



Soveltuu vaativaan
tiedonkäsittelyyn

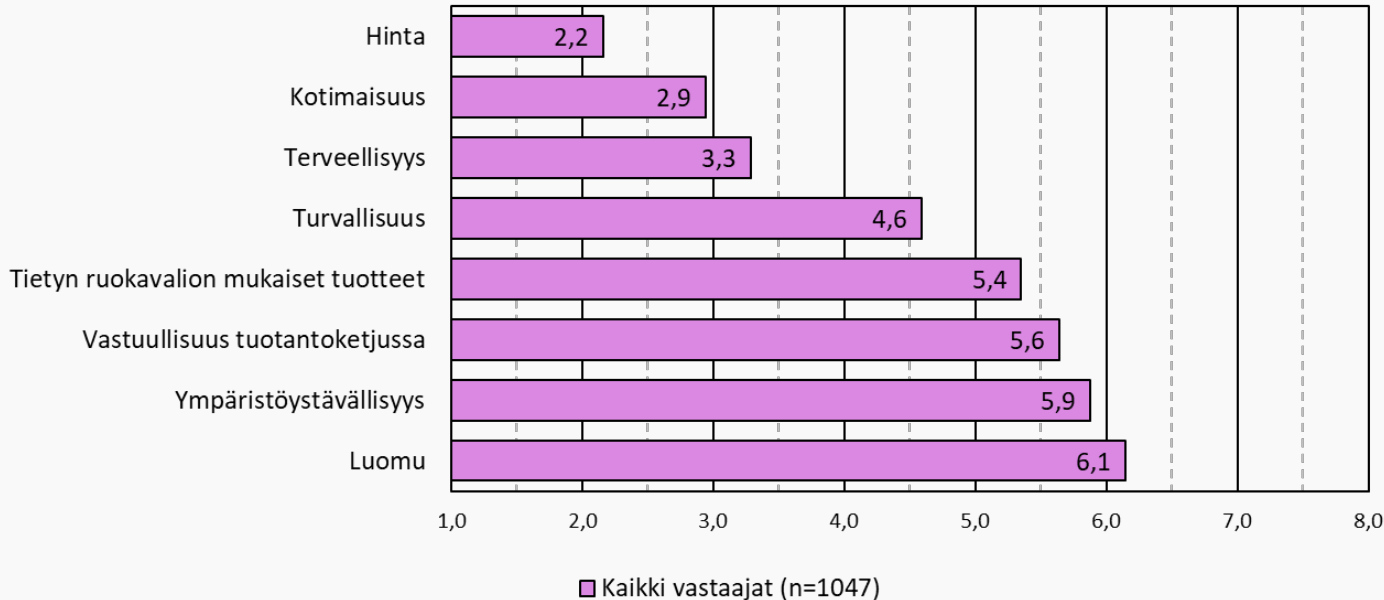


Päättelykyky

Ruoan ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät

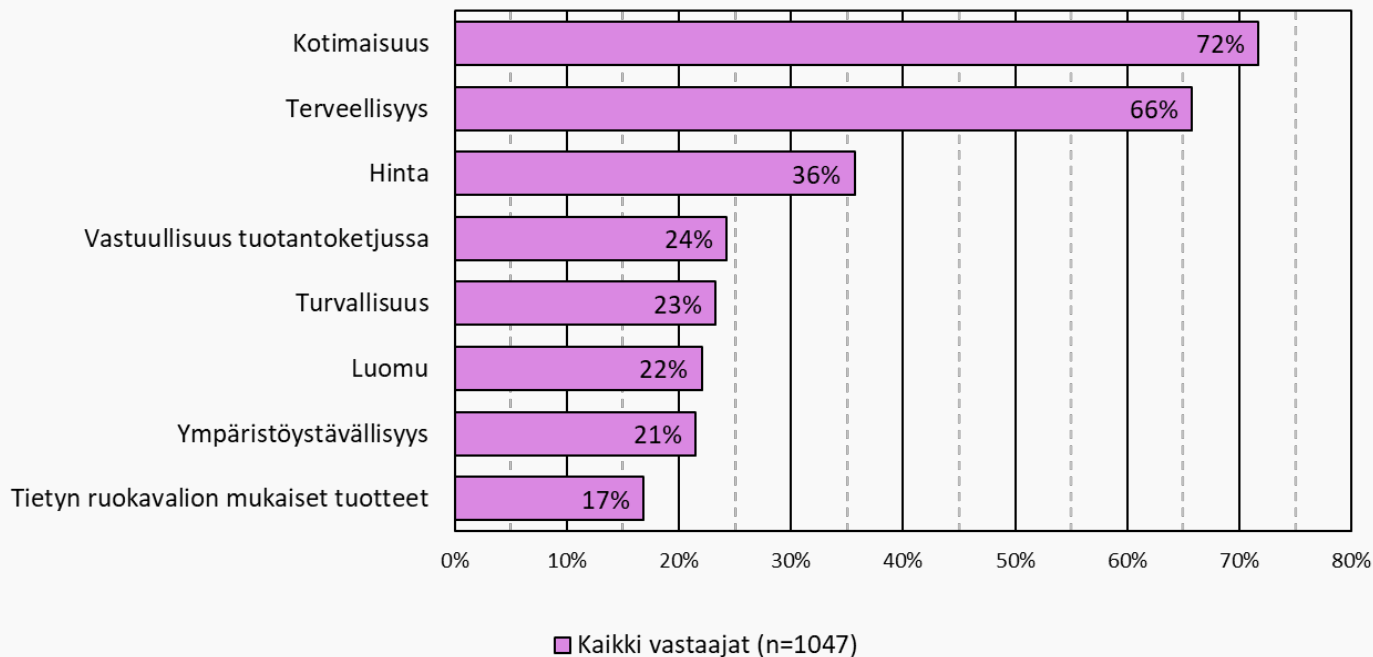
Kun teet päätöksiä ruokaostostesi suhteen, mitkä tekijät vaikuttavat tällä hetkellä eniten ostopäätöksiisi?

Laita seuraavat tekijät järjestykseen siten, että 1 = eniten ostopäätökseesi vaikuttava tekijä ja 8 = vähiten ostopäätökseesi vaikuttava tekijä



Toive ostopäätöksiin vaikuttavista tekijöistä

Entä mitä tekijöitä haluaisit painottaa / suosia ruokaostoksissasi, jos sinun ei tarvitsisi ottaa huomioon mitään mahdollisia rajoitteita (esim. tuotteen hinta ja saatavuus)? Valitse kolme tekijää, joita haluaisit painottaa eniten.



Naisille ja nuorille luomu ja ympäristöystävällisyys tärkeää

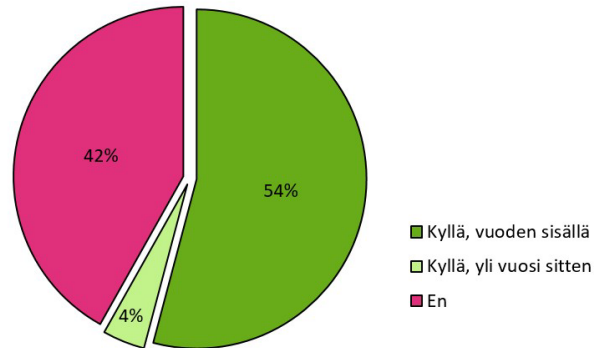
Toive ostopäätöksiin vaikuttavista tekijöistä

Entä mitä tekijöitä haluaisit painottaa / suosia ruokaostoksissasi, jos sinun ei tarvitsisi ottaa huomioon mitään mahdollisia rajoitteita (esim. tuotteen hinta ja saatavuus)? Valitse kolme tekijää, joita haluaisit painottaa eniten.	Kaikki vastaajat (n=1047)	Nainen	Mies	18-35-vuotiaat	36-50-vuotiaat	51-65-vuotiaat	Yli 65-vuotiaat
Kotimaisuus	72 %	76 %	72 %	65 %	76 %	78 %	73 %
Terveellisyys	66 %	66 %	68 %	56 %	62 %	70 %	77 %
Hinta	36 %	23 %	47 %	31 %	28 %	36 %	42 %
Vastuullisuus tuotantoketjussa	24 %	26 %	21 %	33 %	25 %	18 %	23 %
Turvallisuus	23 %	19 %	28 %	14 %	22 %	28 %	26 %
Luomu	22 %	30 %	15 %	32 %	26 %	22 %	13 %
Ympäristöystävällisyys	21 %	25 %	17 %	33 %	25 %	17 %	14 %
Tietyn ruokavalion mukaiset tuotteet	17 %	19 %	14 %	21 %	15 %	16 %	19 %

Suomalaiset ovat ahkeria vertailemaan hintoja

Ostoskorin sisällön vertailu

Oletko vertaillut oman ostoskorisi yleisimpien tuotteiden hintoja eri kauppojen välillä?



Myymälän ominaisuuksista

- Vastaajien mielestä myymälän tärkein ominaisuus on **edullinen hintataso**.
- Kuluttajat arvostavat myös laajaa ja laadukasta tuotevalikoimaa sekä helppoa saavutettavuutta.

Myymälän tärkeimmät ominaisuudet

Kun ajattelet myymälää, jossa pääasiassa teet ruokaostoksesi, mitkä ovat tärkeimpiä ominaisuuksia? Valitse 3 tärkeintä ominaisuutta.



9.10.2020

Luottamuksellinen

35



Tärkeimmät tekijät ostopäätöksessä

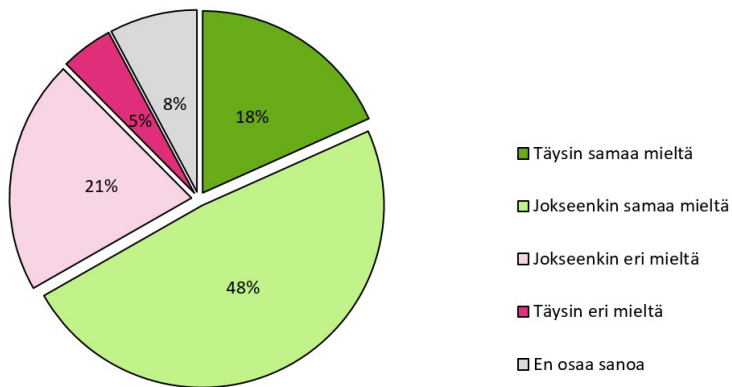
- **Hinta, kotimaisuus ja terveellisyys** ovat siis kuluttajille merkittävimmät tekijät ostopäätöksessä sekä realistisesti että kuluttajien tahtotilan mukaisesti.
- Kuluttajat haluaisivat tehdä nykyistä enemmän ostopäätöksiä lisäksi sen perusteella, että tuote on **vastuullisesti tuotettu ja turvallinen**.
- Kuluttajat haluaisivat tehdä vähemmän päätöksiä hinnan perusteella.



Lisää tietoa kaipaa neljännes

Tietotaso ympäristöystävällisten ostopäätösten tekemiseksi

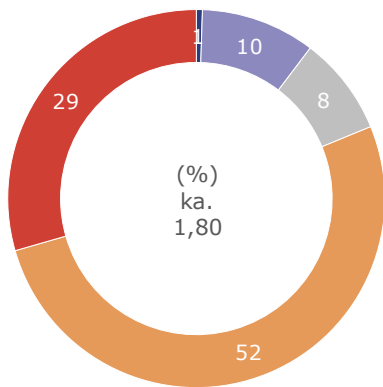
Miten hyvin seuraavat väittämät sopivat itseesi?
Saan tällä hetkellä riittävästi tietoa tuotteiden ympäristöystävällisyydestä ostopäätösteni tueksi



Kuinka helppoa ympäristöväitteiden perusteella on arvioida, mikä tuote tai palvelu on aidosti ympäristön kannalta kestävä?

Kuinka helppoa markkinoinnissa käytettyjen ympäristöväitteiden perusteella on arvioida, mikä tuote tai palvelu on aidosti ympäristön kannalta kestävä?

YHTEENSÄ 2022 (n=1001)

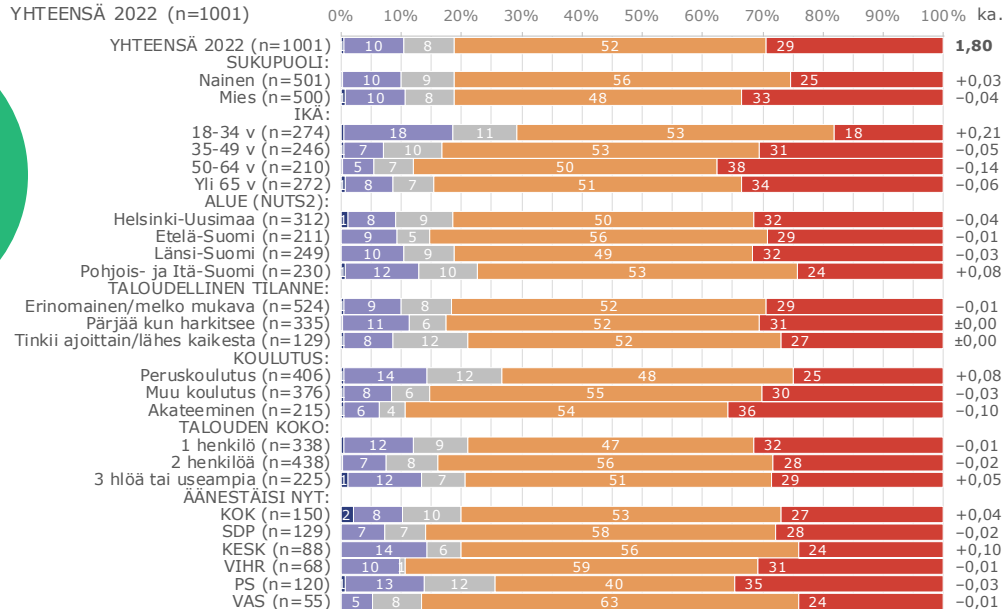


- Erittäin helppoa (4)
- Melko helppoa (3)
- En osaa sanoa
- Melko vaikeaa (2)
- Erittäin vaikeaa (1)

81 % piti arvioimista melko tai erittäin vaikeana

Kuinka helppoa markkinoinnissa käytettyjen ympäristöväitteiden perusteella on arvioida, mikä tuote tai palvelu on aidosti ympäristön kannalta kestävä?

YHTEENSÄ 2022 (n=1001)



- Erittäin helppoa (4)
- Melko helppoa (3)
- En osaa sanoa
- Melko vaikeaa (2)
- Erittäin vaikeaa (1)



Mikä tekee tuotteesta vastuullisen

Mikä tekee tuotteesta vastuullisen verrattuna muihin vastaaviin tuotteisiin?
Valitse enintään neljä, vastuullisuuden kannalta mielestäsi tärkeintä asiaa.

YHTEENSÄ 2022 (n=1001)





**Lisää tietoa kaivataan
ensisijaisesti
pakkauksiin.**

**Myös kaupan kanavia
pidetään hyvinä
tiedonvälityksen
kannalta.**



**KULUTTAJALIITTO
KONSUMENTFÖRBUNDET**



Myös pakkausten ympäristöystävällisyys kiinnostaa

79%

kuluttajista on sitä mieltä, että
pakkauksen ympäristö-
ystävällisyydellä on väliä
ostopäätöksen kannalta

Lähde: Kuluttajaliiton Kuluttajaneeli 8/2020

Tukea kestäviin, terveellisiin valintoihin

- Kuluttajat toivovat, että kestävien, terveellisten valintojen tekeminen tehtäisiin heille helpoksi.
- Kuluttajat toivovat alempia hintoja terveellisille elintarvikkeille ja korkeampia hintoja epäterveellisille elintarvikkeille.
- Alennuksia toivotaan tuoreen lihan ja kalan lisäksi eniten hedelmiin, vihanneksiin, juureksiin ja marjoihin (Aula Research 2020).





Hinta ohjauksena

- Koska hinta on tosiasiallisesti merkittävin tekijä kuluttajan ostopäätöksessä, voidaan hintaa käyttää ohjauksena kuluttajan ostopäätöksissä kohti kestävämpiä, terveellisempiä valintoja.
- Verotus
- Kanta-asiakasedut, tarjoukset

Toiveet ruokakeskustelulle

- Lisää avoimuutta, vähemmän vastakkainasettelua
- Tutkittua tietoa väittämien tueksi:
No data – no claim
- Tieto kuluttajien käyttöön helposti ja oikea-aikaisesti
- Tunnistetaan ja tunnustetaan arjen realiteetit valintojen taustalla
- Etsitään yhdessä toimiva keinovalikoima

