Korona-ajan vaikutuksista ostokäyttäytymiseen

1.9.2021

Meillä kaikilla ostokäyttäytyminen muuttui varmasti keväällä 2020 kun korona levisi Suomeen ja jouduimme ottamaan huomioon ko. pandemian tavallisissa arjen askareissa. Omalta osaltani keväällä 2020 käyntini ostoksilla käynnissä harvenivat ja kävin usein ostoksilla aamulla tai illalla. Ne eivät ole tyypillisiä aikoja, jolloin käyn kaupassa, mutta noudatin tällaista aikataulua, koska silloin oli vähemmän ihmisiä ostoksilla. Huomasin monen ystäväni muuttaneen omia ostosaikojaan hyvin samankaltaisiksi kanssani.

Osa ihmisistä, erityisesti riskiryhmiin kuuluvat henkilöt, siirtyivät päivittäistavaroiden ostoissa käyttämään jonkin tyyppistä verkkokaupparatkaisua. Päivittäistavarat joko haettiin pakattuna kaupasta tai ne toimitettiin suoraan asiakkaalle kotiin. Monet näistä asiakkaista ovat jatkaneet tämän tyyppistä tapaa ostaa päivittäistavaroita myös koronaepidemian myöhemmissä vaiheissa.

Pandemian edetessä ja suomalaisten saatua rokotteita ovat useat ihmiset palanneet enemmän perinteiseen tapaan tehdä ostoksia. Kuinka nämä uudet tavat toimia vaikuttavat ihmisten tapaan ostaa esim. päivittäistavaroita jää nähtäväksi. Osa tavoista jää varmaan pysyväksi … toiset asiakkaat taas palaavat pitkälti koronaa edeltäneeseen käyttäytymismalliin. Näyttää kuitenkin siltä, että koronaepidemiasta tullee varsin pitkä ajallisesti mitattuna, jolloin vaikutukset ovat mitä todennäköisemmin voimakkaampia vaikutuksiltaan ihmisten käyttäytymiseen kuin lyhytaikaisemmassa epidemiassa.

Kamon Oy:n kuluttajaraati on tutkinut korona-ajan vaikutuksia suomalaisten käyttäytymiseen, ei pelkästään ostokäyttäytymiseen. Kuluttajaraadin tuloksista on kerrottu STT infon sivuilla (sttinfo.fi). Raadin mukaan korona-aika on tehnyt suomalaisista kotoilijoita ja ulkoilijoita. Moni on aloittanut uuden harrastuksenkin tänä aikana. Olettamus tutkimuksen perusteella on, että muutokset ovat ainakin jossain määrin pysyviä.

Ajanviettotavat ja ostokäyttäytyminen muuttuneet

Suomalaisten ajanviettotavat ja ostokäyttäytyminen ovat muuttuneet melko paljon korona-aikana. Aikaa käytetään enemmän ulkoiluun, ruoanlaittoon, leipomiseen, TV:n ja suoratoistopalveluiden katsomiseen sekä käsitöihin. Nämä ajanviettotavat näyttävät jäävän myös osaksi ihmisten elämää myös pandemian jälkeen. 40 % suomalaisista on aloittanut uuden harrastuksen ja yli puolet vastaajista kertoi käyttävänsä enemmän aikaa jonkin tutun harrastuksen parissa.

80 % vastaajista sanoi ostokäyttäytymisensä muuttuneen. Ostokerrat ovat harventuneet ja ostomäärät kasvaneet. Kasvava määrä suomalaisia tekee ruokaa enemmän kotona alusta asti, eli tämä heijastunee esim. einesten kulutukseen. Kuluttajat ovat myös korona-aikana löytäneet uusia ruoka-aineksia kaupoista, mm. kasvikset ja kasviproteiinit olivat mainittujen elintarvikkeiden listalla. Lisääntynyttä leipomista ja ruoanlaittoa

pidetään pysyvänä muutoksena. Eli yhteenvetona voidaan todeta, että Kamon Oy:n tutkimuksen mukaan korona-aika on vaikuttanut ihmisten ajankäyttöön ja ostokäyttäytymiseen merkittävästi.

Lyhyellä aikavälillä tulevat korona-aikana kertyneet säästöt näkymään asiakkaiden ostokäyttäytymisessä. On olemassa tuotteita ja palveluja, joiden kulutus ei ollut mahdollista korona-aikana. Tällaisia palveluja olivat mm. ulkomaan matkat. Tällaisten tuotteiden kysynnässä tulee olemaan ainakin lyhytaikainen kysyntäpiikki kun asiakkaat taas pystyvät kuluttamaan kyseisiä tuotteita ja palveluja.

Ville-Pekka Mäkeläinen
Kansainvälisen markkinoinnin yliopettaja
SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri