

KULUTTAJIEN JUUSTOVALINNAT KAUPASSA

Kaupassa tehdyn haastattelututkimuksen mukaan juuston valinta perustui kuluttajilla vain yhteen tai kahteen tekijään. Useimmin valintaan vaikuttivat juuston maku, käyttötarkoitus tai vähärasvaisuus. Suurin osa kuluttajien ostamista juustoista oli kotimaisia. Kuluttajien kasvavasta kiinnostuksesta vähemmän rasvaa sisältäviin juustoihin kertoo se, että juustoista kolmannes oli korkeintaan 17 prosenttia rasvaa sisältäviä kevytjuustoja. Tiedot ilmenevät Kuluttajatutkimuskeskuksessa julkaistusta tutkimuksesta ”Kuluttajien juustovalinnat kaupassa”.

Tutkimuksessa on selvitetty kuluttajien todellisia juustovalintoja siellä, missä valinnat tehdään eli kaupan juustohyllyjen äärellä. Tutkimuksessa haastateltiin 180 juustoa ostanutta kuluttajaa kolmessa pääkaupunki-seudun myymälässä. Tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien yleisiä mielipiteitä juuston valintaan vaikuttavista tekijöistä. Lisäksi selvitettiin kuluttajien haastattelupäivänä tekemät juustovalinnat ja näiden valintojen syyt. Tutkimus on osa Eläinlääkintä- ja elintarviketutkimuslaitoksen (EELA) koordinoimaa yhteistutkimushanketta Kotimaiset kevytjuustot ja kuluttajan valinnat. Koko hankkeen tulokset on julkaistu Eläinlääkintä- ja elintarviketutkimuslaitoksen julkaisusarjassa.

Kuluttajien yleiset mielipiteet

Kun kysyttiin kuluttajien mielipiteitä, pitivät he useita tekijöitä lähes yhtä tärkeinä ostettaessa juustoa arkikäyttöön. Juuston maun jälkeen tärkeinä valintaan vaikuttavina tekijöinä pidettiin mm. juuston hintaa, vähärasvaisuutta ja kotimaisuutta. Valintatilanteena juuston ostaminen herkutteluun poikkesi siten, että vain juuston makua ja erilaisten juustojen kokeilua pidettiin tärkeänä.

Kotimaiset vähärasvaiset juustot suosittuja

Haastateltujen ostamista juustoista kaksi kolmasosaa oli kotimaisia juustoja ja yksi kolmannes kevytjuustoja. Yleisemmin juustoja oli ostettu leivällä käytettäväksi. Suosituimpia juustoja leivälle olivat kotimaiset vähärasvaiset edam-, emmental- ja murukolojuustot. Juuston käyttö oli monipuolisempaa lapsiperhetalouksilla, kahden aikuisen talouksilla ja korkeammin koulutetuilla verrattuna yhden hengen talouksiin ja vähemmän koulutettuihin.

Maku, käyttötarkoitus ja vähärasvaisuus olivat yleisimpiä valintaperusteita

Vaikka kuluttajat pitivät useita tekijöitä tärkeinä juustoa ostettaessa, mainitsivat he kuitenkin juustovalinnalleen useimmin vain yhden tai kaksi syytä. Yleisimmät juuston valintaan vaikuttaneet syyt olivat juuston maku, käyttötarkoitus ja vähärasvaisuus. Maku oli tärkeää ostettiinpa juusto arkiseen käyttöön tai erityistilanteisiin. Juuston käyttötarkoituksella oli ratkaiseva merkitys siihen, millaisten juustojen valikoimasta ostos tehtiin. Tyypillisemmin juuston vähärasvaisuuden kertoivat valinnan syyksi yhden hengen talouksissa asuvat, vähemmän koulutusta saaneet ja yleensä samaa tuotemerkkiä ostavat.

Kotimainen juusto itsestäänselvyys päivittäiskäytössä?

Haastatellut pitivät juuston kotimaista alkuperää kohtalaisen tärkeänä tekijänä ostettaessa juustoa arkikäyttöön. Tästä huolimatta kotimaisuutta ei juurikaan mainittu valinnan syitä kysyttäessä. Suurin osa kuluttajien ostamista juustoista oli kotimaisia. Kotimaisuus saattoi olla haastatelluille arkijuuston valinnassa siinä määrin itsestäänselvyys ja valintojen lähtökohta, että sitä ei tultu edes maininneeksi valintojen syitä kysyttäessä.

Kuluttajaryhmien välillä eroja

Päivittäiseen käyttöön tulevan juuston ostotavan perusteella tutkimukseen osallistuneet jaettiin ”tuotemerkkiuskollisiin” ja ”vaihtelunhaluisiin”. Kotimaisen juuston valinta oli tyypillisempää ”tuotemerkkiuskollisille”, yli 55-vuotiaille ja vähemmän koulutusta saaneille. Tavallisimmin ulkomaisen juuston olivat ostaneet 35–55-vuotiaat, enemmän koulutusta saaneet ja ”vaihtelunhaluiset” kuluttajat. Rasvaisen juuston valinta oli tyypillisempää lapsiperhetalouksille, jotka ostivat juustoa muita useammin ruoanvalmistukseen. Tavallisimmin vähärasvaisen juuston olivat ostaneet alle 35-vuotiaat, yhden hengen talouksiin kuuluvat ja ”tuotemerkkiuskolliset” kuluttajat.

Lisätietoja

Tutkija Merja Isoniemi, puh. (09) 7726 7752, merja.isoniemi@kuluttajatutkimuskeskus.fi

Julkaisu

Merja Isoniemi, Kuluttajien juustovalinnat kaupassa, Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 12/2003. Julkaisua voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00531 Helsinki, puh. (09) 7726 7718, tilaukset@kuluttajatutkimuskeskus.fi. Julkaisun hinta on 16,80 euroa.