

Miten kuluttajat voisivat syödä kestävämmiin?

Asiantuntijahaastattelut kestävästä kulutuksesta haasteista ja kuluttajiin vaikuttamisesta

Taloustieteelliset ja psykologiset näkökulmat

- ▶ Huomio yksilöiden valinnoissa -> muutosta tavoitellaan vaikuttamalla yksilöiden käyttäytymiseen ja valintoihin
- ▶ Taustalla oletus rationaalisesta kuluttajasta: tekee valintoja pyrkien itselle suotuisimpaan lopputulokseen. Ohjauskeinona esim. hintaohjaus.
- ▶ Psykologiassa tyypillisiä erilaiset mallit ja syyseuraussuhteet
 - ▶ Motiivit, arvot, asenteet, normit -> tietynlainen käyttäytyminen
 - ▶ Value-belief-norm -theory ja Theory of planned behaviour
 - ▶ Muutos: asennekampanjat, suostuttelu, esimerkit, tiedon lisääminen.
 - ▶ Information-deficit -malli: Tutkijat tuottavat tietoa päätöksentekijöille, jotka jakavat tietoa kansalle -> kansalaiset muuttavat tiedon pohjalta käyttäytymistä

Kritiikki

- ▶ Käyttäytymistieteet: Käyttäytyminen usein tiedostamatonta ja epärationaalista.
 - ▶ Tuuppaus interventioilla pyritään vaikuttamaan tiedostamattomaan käyttäytymiseen
 - ▶ Interventioiden kohteena yksilöiden valinnat
- ▶ Attitude-behaviour -gap
 - ▶ asenteet eivät näy käyttäytymisessä
- ▶ Sosiaalitieteet: Ei riittävästi huomioida sosiaalisia ja materiaalisia konteksteja

Sosiologia ja käytänteoria

- ▶ Yksilöiden sijaan kiinnostuksena käytännöt
 - ▶ Käytännöt ovat arkisia rutiininomaisia toimintatapoja.
 - ▶ Ruoka-arki on paljon muutakin kuin valitsemista
 - ▶ Miten käytännöt ovat historiallisesti ja kulttuurisesti muodostuneet.
- ▶ Käytännöt syntyvät materiaalisten ja sosiaalisten kontekstien, sekä kompetenssien vuorovaikutuksesta
 - ▶ Materiaaliset kontekstit: Infra, teknologia, tavarat ym.
 - ▶ Sosiaaliset kontekstit: sosiaalisesti jaetut merkitykset ja kulttuuriset olettamukset
 - ▶ Kompetenssit: Tiedot ja taidot
- ▶ Muutos ei yksilöiden käyttäytymiseen vaikuttamista vaan laajempi sosiaalinen muutos
 - ▶ Kun riittävän moni ylläpitää tiettyä käytäntöä, se näyttäytyy normaalina.
 - ▶ ”sustainable culinary culture”: kestävän ruokakulttuurin tulisi olla täysin normalisoitunut, eikä jotain mitä täytyy aktiivisesti valita (Mäkelä & Niva 2015).

Esimerkkejä käytänteoriasta

- ▶ Jallinoja, P. T., Niva, M. H., & Latvala, T. T. (2016). Future of sustainable eating? Examining the potential for expanding bean eating in a meat-eating culture
 - ▶ Tutkimuksessa huomioitiin palkokasvit liitetyt merkitykset, kompetenssit ja materiaallinen konteksti
 - ▶ Tutkimuksen tuloksien mukaan palkokasvi syönnin yleistämiseksi olisi luotava uusia papuihin liitettyjä merkityksiä, sekä tietoja ja taitoja niiden valmistukseen ja reseptiikkaan liittyen.
 - ▶ Tuloksien pohjalta luotu tulevaisuuden skenaario, jossa eri toimijoiden rooli uusien merkitysten ja kulttuurisen kuvaston, tietojen ja taitojen, sekä materiaallisen ympäristön ja infrastruktuurin luomisessa.
- ▶ Bierman, G. & Rau, H. (2020). The meaning of meat: (Un)sustainable eating practices at home and out of home
 - ▶ Sosiaaliset ja materiaaliset kontekstit vaikuttavat siihen kuinka kestävästi syömme
 - ▶ Ruokailun merkitykset ovat erilaisia riippuen siitä missä syödään ja kenen kanssa.
 - ▶ Ravintolassa syömiseen ja lihaan liitetään ajatus itsensä palkitsemisesta.
 - ▶ Lihaa käytettiin myös useammin, mikäli laitettiin ruokaa muille ihmisille.
 - ▶ Tarvitaan eri toimijoita aktiivisesti luomaan uusia merkityksiä kasviksiin ja hyvin syömiseen liittyen.

Haastattelut

- ▶ Viisi tunnin mittaista haastattelua
- ▶ Keskustelun aiheina:
 - ▶ Miksi emme syö kestävämmän? Kestävämmän ruuan kulutuksen haasteet.
 - ▶ Millä keinoilla näihin haasteisiin voisi tarttua?
 - ▶ Mitkä ovat keskeiset toimijat?
 - ▶ Mitä ministeriö voisi tehdä?
- ▶ Ruuan kuluttaminen nähtiin haastatteluissa melko automatisoituneena toimintana
- ▶ Kestävän kuluttamisen haasteina yhteiskunnan normit, tavat ja makutottumukset, valintaympäristö ja valikoima, tiedot ja taidot, sekä merkitykset.

Tavat ja tottumukset

- ▶ Automatisoitunutta ja vahvasti tapojen ja tottumusten ohjaamaa. Ostamme tuttuja ruoka-aineita, pohtimatta valintaa sen erityisemmin
- ▶ Makutottumukset
- ▶ Ruokapalvelut ja erityisesti julkiset ruokapalvelut nähtiin keskeisenä toimijana uusiin ruoka-aineisiin tutustuttamisessa ja uusiin makuihin totuttamisessa
- ▶ Tuuppaus nousi esille useassa haastattelussa ja se nähtiin hyvin potentiaalisena keinona ohjata epärationaalisia ja automatisoituneita valintoja, sekä tutustuttaa ihmisiä uusiin makuihin.

Valikoima ja valintaympäristö

- ▶ Keskeisiä toimijoita valikoiman ja tarjonnan kannalta ovat kaupat, ruokapalvelut ja elintarviketeollisuus
- ▶ Kaupoilla mahdollisuus vaikuttaa valikoimaan (haasteena kilpailu)
 - ▶ Alan yhteiset sitoumukset, huomioiden kilpailulainsäädäntö.
- ▶ Elintarviketeollisuuden tuotekehitys
 - ▶ Esim. perinteisten liha- ja maitotalojen tuotekehittely laajentunut uusiin kasvipohjaisiin tuotteisiin.
- ▶ Ravintola-ala on hyvin heterogeeninen.
 - ▶ Alan edustajien saattaminen yhteen, kehittämään hyviä toimintatapoja ja sparraamaan toinen toisiaan. Laajemman liikkeen mobilisoiminen.
- ▶ Julkiset ruokapalveluiden tarjonnan ja valintaympäristön kehitys.
 - ▶ Koulutus kasvisruokareseptiikkaan ja tuuppamisen menetelmiin.
- ▶ Ruuan hinnoittelu verotuksen ja tukien kautta
 - ▶ Hintojen muutosten tulisi kuitenkin olla melko suuria.
 - ▶ Kuluttajien reagointi?

Tiedot ja taidot

- ▶ Kuluttajille tietoa ruuan ympäristö- ja ilmastovaikutuksista
 - ▶ Kaupan opasteet, pakkausmerkinnät, verkkokauppa, sosiaalinen media, julkinen keskustelu, ruokakasvatus
 - ▶ Tiedon tulisi olla havainnollistavaa ja sen rinnalle tulisi tarjota käytännön neuvoja ja ohjeita, miten oman ruuan kulutuksen ympäristö ja ilmasto-vaikutuksia voisi pienentää
- ▶ Tietoja ja taitoja kasvisruuan valmistukseen
 - ▶ Ruokakasvatus kouluissa, kotitaloustunnit, kauppojen tuottamat sisällöt
- ▶ Tietoa muille ruokajärjestelmän toimijoille
 - ▶ Julkiset ja yksityiset ruokapalvelut ja kauppa
 - ▶ Tuotekohtaista dataa saatavilla
 - ▶ Osaamista kasvisruokareseptiikkaan ja valintaympäristön suunnitteluun
 - ▶ Ruokapalveluiden ja ravintola-alan koulutuksissa tulisi opetukseen tuoda vahvemmin kestävä ruokajärjestelmän ymmärtäminen ja sen toteuttaminen käytännön työssä, esimerkiksi reseptien suunnittelussa

Merkitykset

- ▶ Esimerkiksi minkälaisia merkityksiä liitämme lihaan, tai uusiin kasviproteiinivalmisteisiin ja minkälaista ruokaa pidämme juhlavana
 - ▶ Ruuan arvostus: Ruokakasvatus kauppojen hintakilpailu ja sesongit (esim. parsat)
 - ▶ Uudet kasviproteiinit vieraita ja epäaitoja?
- ▶ Miten eri tahot, kuten kauppa, julkiset ruokapalvelut ja ravintolat ylläpitävät näitä merkityksiä, kuten käsityksiä normaaleista valinnoista
 - ▶ Esim. Kauppa: kasvisvaihtoehto on hyvä viedä lihavaihtoehtojen sekaan, jotta eri vaihtoehdot nousevat helpommin esiin rinnakkain, saman arvoisina
 - ▶ Ravintola: ruokien kategorisointi ruokalistalla, jossa kasvisruoat on eritelty pääruuista erilliseksi osioksi.
 - ▶ Kielenkäyttö: kasvisvaihtoehto, lihan korvike, lihaton lokakuu
- ▶ Markkinointi ja brändit: kaurajuomia on alettu myymään Elovina-brändin alla
- ▶ Kestävyyshurmos uhkien sijaan mahdollisuuksien kautta
 - ▶ Edelläkävijät ja esimerkit
 - ▶ Intoa, edistysmielisyyttä, eteenpäin katsomista, liikevoimaa.
 - ▶ Sopivat sidosryhmät ja mielipidejohtajat mukaan viestintään
 - ▶ ”Tavallistamisella” ja ”normalisoinnilla” eräs haastatettava tarkoitti sellaisten mielikuvien ja kuvastojen luomista, jotka voisivat puhutella niin sanotusti laajempia massoja

Tavat ja tottumukset	Tiedot / Taidot	Valikoima ja valintaympäristö	Merkitykset
<p>Ruokapalvelut</p>	<p>Kaupat, varhaiskasvatus ja koulut, tutkimus</p>	<p>Kauppa, elintarviketeollisuus, julkiset ja yksityiset ruokapalvelut, politiikka</p>	<p>Kauppa, markkinointi, ruokapalvelut, koulut, ministeriö</p>
<ul style="list-style-type: none"> Tiedostamatonta, automatisoitunutta Makutottumukset Uusiin makuihin ja ruoka-aineisiin tutustuttaminen Julkiset ruokapalvelut Tuuppaus 	<ul style="list-style-type: none"> Kauppa: Opasteet, pakkausmerkinnät, verkkokauppa Kouluissa ruokakasvatusta Kotitaloustunnit Kauppojen tuottamat sisällöt: esim. K-Pirkka ja Yhteishyvä. Tuotekohtaista dataa ruokapalveluiden ja kauppojen käyttöön. Hankintojen ympäristö- ja ilmastokriteereiden status samanarvoinen kuin ravintoarvojen Ruokapalveluihin osaamista kasvisruokareseptiikkaan ja valintaympäristön suunnitteluun Ruokapalveluiden ja ravintola-alan opetus ja koulutus 	<ul style="list-style-type: none"> Ruokapalveluiden tarjoajien koulutus kasvisruokareseptiikkaan ja tuuppaukseen Ravintola-alan edustajien saattaminen yhteen, kehittämään hyviä toimintatapoja ja sparraamaan toinen toisiaan. Laajemman liikkeen mobilisoiminen. Kauppanalan sitoumukset Ruuan hinnoittelu 	<ul style="list-style-type: none"> Ruuan arvostus: ruokakasvatus, sesonkien hyödynnys. Uhkapuheesta mahdollisuuspuhetta: edelläkävijät, esimerkit, sidosryhmät, mielipidejohtajat Kasvisruuan normalisointi ruokalistat, linjastot myymäläsuunnittelu, kielenkäyttö, markkinointi ja brändit