

Harri Luomala

Kestävät ruokavalinnat tulevat: Olemmeko valmiita?

Esitys Luontokadon ehkäisy kestäväällä ruokatuotannolla-
hankeseminaarissa 19.4.2024, Seinäjoki





Kestävän kulutuksen trendit

- ▶ Kertakäyttöpakkaamisesta uudelleenkäyttöön
- ▶ Pyrkimys kohti kasvisproteiinipohjaista elintarvikemarkkinaa
- ▶ Käytettyjen elektronisten laitteiden markkinoiden kasvu
- ▶ Vaatteiden elinkaaren pidentäminen
- ▶ Teknologia-avusteisten kestävyysratkaisujen yleistymisen



Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

- ▶ Lihansyöntiä pidetään yhä useammin ongelmallisena kulutustapana
 - ▶ Ympäristöhaitat
 - ▶ Eettinen kyseenalaistaminen
 - ▶ Terveysvaikutukset
- ▶ Lihaa korvaavien tuotteiden valtavirtaistuminen ratkaisuna?
 - ▶ Globaali kasvisproteiinimarkkina kasvussa
 - ▶ Kuluttajien asenteet myönteistymässä
 - ▶ Silti niiden markkinaosuudet pieniä
 - ▶ 0.7 % EU:n lihamarkkinoista
 - ▶ 2.5 % EU:n meijerituotemarkkinoista

Kotimaa | Luontokato

Tuore tutkimus löysi kanan syömisestä synkän puolen: rehulla suuret ympäristövaikutukset

Vaikka suomalaiset syövät paljon kotimaista ruokaa, tuotantoeläimille syötetty rehu siirtää luontokatoa muihin maihin.



[Etusivulle](#)

11.5.2023 9:00

HS Ympäristö

Lue kaikki HS:n ympäristöjutut: [HS.fi/ymparisto](https://hs.fi/ymparisto), tilaa HS Ympäristön ilmainen uutiskirje: [HS.fi/ymparistokirje](https://hs.fi/ymparistokirje)

SUOMALAISTEN ruokavaliossa eniten maailmanlaajuista lajikatkoa aiheuttaa broilerinliha. Näin kertoo uusi tutkimus, joka on julkaistu *International Journal of Life Cycle Assessment* -tiedelehdessä. Artikkelin ovat kirjoittaneet kolme Luonnonvarakeskuksen tutkijaa.

Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

- ▶ Miksi lihaa korvaavat tuotteet vetoavat kuluttajiin?
 - ▶ Ympäristöystävällisyys
 - ▶ Terveystyödyt
 - ▶ Eettinen kestävyys
- ▶ Miksi lihaa korvaavia tuotteita torjutaan?
 - ▶ Koettu kalleus
 - ▶ Negatiiviset maku-uskomukset
 - ▶ Hankkiminen ja ruoan valmistaminen niistä vaatii liikaa vaivannäköä
 - ▶ Prosessoinnin (liian) korkea taso
 - ▶ Alhainen laatukäsitys



Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

- ▶ Millainen on lihaa korvaavien tuotteiden yhteiskunnallinen arvostaminen tällä hetkellä Suomessa?
- ▶ Sosio-kulttuuristen vaikutteiden näkökulma
- ▶ Määritelmä: prosessi, jossa ihmiset suoraan tai välillisesti vaikuttavat muiden ajatuksiin, tuntemuksiin ja käyttäytymiseen
- ▶ Millaisia sosio-kulttuuristen vaikutteiden muotoja voidaan tunnistaa?
 - ▶ Sosio-kulttuuriset normit
 - ▶ Yhteisölliset säännöt ja arvostukset, jotka määrittävät ”oikean” tavan ajatella ja käyttäytyä
 - ▶ Näiden noudattaminen johtaa sosio-kulttuuriseen hyväksyntään
 - ▶ Sosio-kulttuurinen identiteetti
 - ▶ Tavoite- ja välttämisyrieryhmien olemassaolo
 - ▶ Samanaikaiset heimon sisäiset samaistumis- ja erottautumisprosessit ja keinot
 - ▶ Sosio-kulttuurinen haluttavuus
 - ▶ Vaikutuksen tekeminen muihin
 - ▶ Maineen hallinta, esimerkiksi hyvesignaalointi tai kerskakulutus



Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

- ▶ Miten päästä käsiksi piileviin; mahdollisesti jopa kielteisiin käsityksiin lihaa korvaavista tuotteista?
- ▶ Epäsuora lähestyminen
 - ▶ Miten tiettyä ostoslistaa käyttävät kuluttajat koetaan ja kuinka heitä kohdellaan?
 - ▶ Kyselytutkimuksen (N = 3600) toteuttaminen Suomessa, Ruotsissa, Saksassa ja Iso-Britanniassa
 - ▶ Vastaajat ottivat kantaa siihen, miten he uskoivat ”keskivertosuomalaisen” kokevan kuluttajan, joka noudattaa tietynlaista ostoslistaa → ns. 3. persoonan näkökulma
- ▶ Ostoslistoista laadittiin 3 eri versiota ja vastaukset kerättiin 3:lta ryhmältä

Vastaajaryhmä 1: ”Sekasyöjän” ostoslista	Vastaajaryhmä 2: ”Fleksaajan” ostoslista	Vastaajaryhmä 3: ”Kasvisyöjän” ostoslista
Pastaa Leipää	Pastaa Leipää	Pastaa Leipää
Lihapullia Makkaraa	Kanapullia Kasvismakkaraa	Kasvisproteiinipullia Kasvismakkaraa
Omenamehua Porkkanoita Banaaneja	Omenamehua Porkkanoita Banaaneja	Omenamehua Porkkanoita Banaaneja

Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

- ▶ Listaa käyttävään kuluttajaan liittyviä uskomuksia mitattiin seuraavasti

- ▶ Pätevyys
- ▶ Lämpöisyys
- ▶ Ympäristötietoisuus
- ▶ Eettisyys
- ▶ Terveystietoisuus

- ▶ Listaa käyttävän kuluttajan synnyttämiä tunnereaktioita mitattiin seuraavasti

- ▶ Halveksunta
- ▶ Ihailu
- ▶ Sääli
- ▶ Kateus
- ▶ Viha
- ▶ Pelko



- ▶ Listaa käyttävän kuluttajan synnyttämiä kohtelutaipumuksia mitattiin seuraavasti

- ▶ Auttaminen ja tukeminen
- ▶ Yhteistyöhön hakeutuminen ja yhteyksien luominen
- ▶ Aggression ja vihamielisyyden osoittaminen
- ▶ Poissulkeminen ja vähätteleminen
- ▶ Matkiminen

- ▶ Vastaajista kerättiin myös demo- ja psykografisia taustatietoja



Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

▶ Tulokset

- ▶ Mukana vain Suomen data
- ▶ Raportointi vain sekasyöjä-kasvissyöjä vastakkainasettelun osalta

▶ Uskomukset

	"Sekasyöjä"-listaa käyttävä kuluttaja	"Kasvissyöjä"-listaa käyttävä kuluttaja
Pätevyys	-	-
Lämpöisyys	enemmän	vähemmän
Ympäristötietoisuus	vähemmän	enemmän
Eettisyys	vähemmän	enemmän
Terveystietoisuus	vähemmän	enemmän

▶ Tunnereaktiot

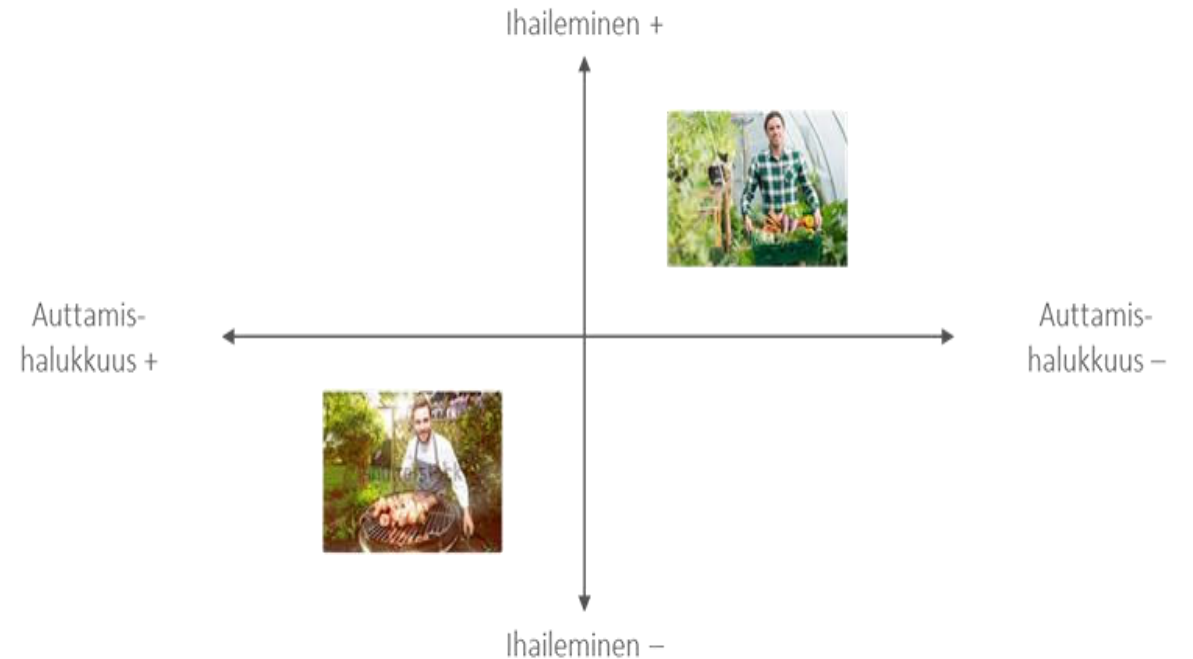
	"Sekasyöjä"-listaa käyttävä kuluttaja	"Kasvissyöjä"-listaa käyttävä kuluttaja
Halveksunta	vähemmän	enemmän
Ihailu	vähemmän	enemmän
Sääli	-	-
Kateus	vähemmän	enemmän
Viha	vähemmän	enemmän
Pelko	vähemmän	enemmän

Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

► Kohtelutaipumukset

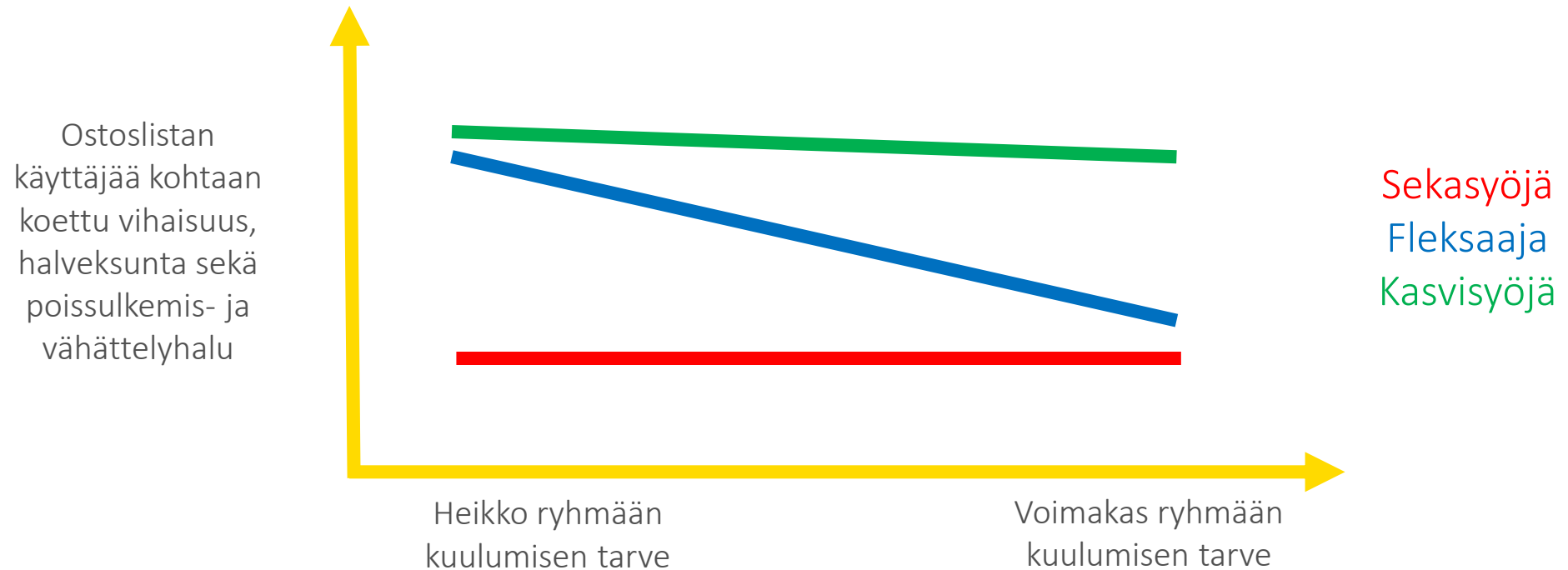
	"Sekasyöjä"-listaa käyttävä kuluttaja	"Kasvissyöjä"-listaa käyttävä kuluttaja
Auttaminen ja tukeminen	enemmän	vähemmän
Yhteistyöhön hakeutuminen ja yhteyksien luominen	enemmän	vähemmän
Aggression ja vihamielisyyden osoittaminen	vähemmän	enemmän
Poissulkeminen ja vähätteleminen	vähemmän	enemmän
Matkiminen	enemmän	vähemmän

► Tulosten graafinen pelkistys



Mikä on lihansyönnin tulevaisuus?

- ▶ Vastaajan ryhmään kuulumisen tarpeen voimakkuus vaikutti tuloksiin



Johtopäätökset ja pohdinta



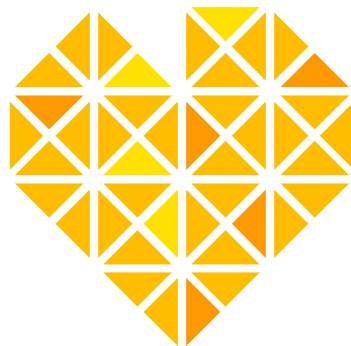
- ▶ Lihaa korvaavien tuotteiden yhteiskunnallisesta arvostamisesta piirtyy ristiriitainen kuva!
 - ▶ Yhtäältä niitä suosivien kuluttajien nähdään noudattavan korkeita eettisiä standardeja ja heitä ihailaan → ”mallikansalainen”
 - ▶ Toisaalta heitä pidetään etäisinä, kadehdittavina ja pelottavina; eikä tukemishalukkuutta herättävinä → ”eliittikiihkoilija”
- ▶ Ilmiöön liittyy paljon emotionaalisia, sosiaalisia ja kulttuurisia jännitteitä
- ▶ Sekä viestin lähettäjällä ja sisällöllä että sen vastaanottajalla on merkitystä kokonaistulkinnan muodostumisessa

Johtopäätökset ja pohdinta

- ▶ Ruoan kulutukseen liittyviä merkityksiä leimaa monimutkaisuus ja alituinen muutos
 - ▶ Mitä mikin ruoka merkitsee, kenelle, missä tilanteessa ja kuinka pitkään?
 - ▶ Tiedostamattomat ja sosiaalisesti paheksuttavat motiivit vaikuttavat myös
- ▶ Miten edistää lihaa korvaavien tuotteiden kulutusta?
 - ▶ Mahdollistamalla kilpailun ”vastuullisimman kuluttajan” tittelistä
 - ▶ Valitsemalla kohderyhmäksi sekasyöjäenemmistön, joilla on korkea porukkaan kuulumisen tarve
 - ▶ Johdattamalla heitä aluksi fleksaajiksi → porttiteoria
 - ▶ Vetoamalla ”oikeisiin” asioihin
 - ▶ ”Liity osaksi kasvavaa porukkaamme!”
 - ▶ ”Kokeilemalla opit ymmärtämään muita paremmin!”
- ▶ Pienillä muutoksilla markkinoinnissa voi olla suuri merkitys!
 - ▶ Vetoaminen maukkauteen terveellisyyden tai ympäristövastuullisuuden sijasta
 - ▶ Vetoaminen oman viiteryhmän hyväksyntään
 - ▶ Vetoaminen ”oikean asian” tekemisen tuottamaan hyvänolon tunteeseen
 - ▶ Todellisten käännyännäistarinoiden esittäminen



Kiitos😊!



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Kysyttävää & kommentoitavaa?