

Kuluttajan dilemma: Liha vai bambu?

25.6.2024

Mitään en tiedä kuluttajakäyttäytymisestä, muuta kuin sen, että olen itse kuluttaja ja sipsikaljavegaani (usko tai älä, tämä on ollut virallinen suomen kielen sana vuodesta 2016 lähtien). Juha Grön, Atria Oyj:n entinen toimitusjohtaja, toi ERIAFF-konferenssissa (The Network of *European Regions for Innovation in Agriculture, Food and Forestry)* keynote-puheenvuorossaan esiin mielenkiintoisen huomion, jonka minä kyllä bongasin netin närkästyksen navetasta, eli X:stä: yliarvioimmeko muutoksen nopeuden? Ja tässä yhteydessä erityisesti nousevat vaihtoehtoproteiinit. Kuluttajatutkimukset saattavat näyttää, että kuluttajat olisivat valmiita nopeaan muutokseen, koska he tietävät kyllä, minkä pitäisi olla se oikea valinta, mutta todellisuus voi olla jotain aivan muuta. Todellisuus paljastuu kuitenkin hyvin helposti kauppojen ostodatasta. Sinänsä me ihmiset olemme varsin muutosvastarintaisia elukoita, koska se on meidän selviytymisemme kannalta hyvin oleellista. Tämä marja ei ole aiemmin tappanut minua, kun olen sen popsinut poskeeni, joten jatkanpa niiden syömistä. Noista toisista marjoista en voi olla varma.



Kuluttajatutkimusten ja todellisuuden välinen kuilu

Kuluttajakäyttäytymisen todellinen muutos vaatii enemmän kuin vain positiivisia asenteita tai aikomuksia; se vaatii konkreettisia muutoksia arjessa, joita tukevat markkinointistrategiat ja tuoteinnovaatiot. Jos omalla vastuullani olisi yritys, jonka pitäisi tehdä strategisia päätöksiä luottaen sokeasti kuluttajatutkimuksiin, olisin kauhuissani. Tämä on ihan sama ongelma, puhummeko me sitten vaihtoehtoproteiineista tai vihreästä siirtymästä. Uusien tapojen omaksumisen tulee olla kivaa, helppoa ja niiden arvoista. Muuten tulee helposti yliarvioitua markkinoiden valmius vastaanottaa uudet tuotteet ja aliarvioitua vanhojen tapojen sitkeyttä. Onneksi uusien tapojen omaksumistakin voi harjoitella ja opetella.

Uusien tapojen omaksuminen ja vanhojen tapojen unohtaminen

Uuden tavan oppiminen on puurtamista. Uuden tavan omaksuminen voi vaatia jopa noin 60 toistoa, kun taas tavan unohtaminen vaatii murto-osan tästä. Tämä ajatus ei ole omani, vaan perustuu James Clearin kirjaan Atomic Habits, jossa käsitellään tapojen muodostumista ja muuttamista. Clear korostaa, että tapojen oppimista voi helpottaa tekemällä ne ilmeisiksi, houkuttteleviksi, helpoiksi ja tyydyttäviksi.

Case: Vaihtoehtoproteiinit nousuun

Otetaan esimerkiksi vaihtoehto- ja kasvipohjaiset proteiinit, mutta tämä sama lista olisi helppo kirjoittaa myös esimerkiksi vihreästä siirtymästä. Vaihtoehtoproteiinien suosio on varmasti kasvanut, mutta kaupan proteiinihyllyllä kävellessä ei ole epäselvää, mikä tuote on yhä kuningas. Mutta tällainen sipsikaljavegaani kyllä nauttii, kun Minimanista irtoaa kahdeksan jälkeen punalaputettuja vaihtoehtoproteiineja. Mutta jos sovelletaan James Clearin ajattelua ja listaa vaihtoehtoproteiineihin, ei sen pitäisi olla niin vaikeaa, vaikka kaikkia näitä kohtia ei tokikaan ole vielä ratkaistu.

Tee tavasta ilmeinen: Järjestä ympäristösi niin, että hyvien tapojen vihjeet ovat helposti havaittavissa

Kuluttajien täytyy nähdä hyvien tapojen vihjeet helposti. Esimerkiksi, ketään syyllistämättä, kaupoissa voisi mainostaa, kuinka paljon enemmän lihaa kulutetaan per lärvi nykyään verrattuna esimerkiksi 1960-lukuun. Hyllytila ja tuotteiden määrä pitäisi myös saada kasvuun, jotta tuotteiden näkyvyys kasvaisi. Tämä voisi herättää kuluttajat pohtimaan omaa lihankulutustaan ja kokeilemaan kasvipohjaisia vaihtoehtoja – ilman syyllistämistä.

Tee tavasta houkutteleva: Yhdistä tapa palkintoon, jotta se tuntuisi houkuttelevammalta

Tämä kohta on varsin helppo ratkaista. Hinta. Moni meistä on sisimmiltään laihialainen. Vaihtoehtoproteiinien täytyy olla edullisempia tai saavuttaa hintapariteetti perinteisten lihatuotteiden kanssa, jotta ne oikeasti voisivat yleistyä. Niin kauan kuin 400 g jauhelihapaketti maksaa 2,5 € (kirottu inflaatio), kuluttajamajoriteetti ei siirry kasvipohjaisiin proteiineihin, vaikka kiinnostus kuluttajakyselyissä sanoisi mitä. Suomen ruokakulttuurin keskiössä on ikävä kyllä isona mittarina kCal/€.

Tee tavasta helppo: Yksinkertaista tapaasi vähentääksesi vastustusta ja tehdäksesi sen helpommaksi toteuttaa

Vaihtoehtoproteiinien käytön täytyy olla yhtä helppoa ja vaivatonta kuin sen jauhelihapaketin kypsentäminen, koska sillä ei ole juurikaan merkitystä, miten se paistetaan, koska se on aina hyvää. Jos otetaan esimerkiksi

Härkis, se vaatii pitkän kypsentämisen ja paahtamisen pannulla, jotta siitä saa oikeasti todella hyvää. Näin paahdetun härkiksen rakenne kuitenkin kärsii, jos siitä yrittää esimerkiksi tehdä kermakastikkeen, tai ainakaan se ei maistu enää seuraavana päivänä lämmitettynä yhtä hyvältä kuin samalla reseptillä tehty jauhelihakastike.

Tee tavasta tyydyttävä: Varmista, että saat välittömän palkinnon tavan vahvistamiseksi

Toinen kohta, mikä on tavallaan suoraviivainen ratkaista. Maku. Maku palkitsee. Maku on yksi tärkeimmistä tekijöistä kuluttajien valinnoissa. Pahoittelen suuresti ranskaani, mutta suurin osa vaihtoehto- ja kasvisproteiinituotteista ei ole hyvänmakuisia tai ne ovat suorastaan pahoja. Yrittäkää kovemmin. Ja tämä ei tarkoita, että kasvipohjaisista tuotteista tarvitsisi yrittää tehdä välttämättä lihan makuisia tai näköisiä. Minä tunnustan olevani sipsikalja(holiton)vegaani. Olen oikeasti kasvisruoan suurfani, varsinkin koska viime aikoina se on ollut se ruokasegmentti, mistä on löytynyt uusia makuelämyksiä. Me teemmekin todella usein esimerkiksi kasvissosekeittoja, jotka ovat aivan taivaallisia ja helppoja valmistaa. Mutta esimerkiksi yhtäkään kasvisjuustoa, joka olisi oikeasti hyvää, en ole vielä maistanut, vaikka olen yrittänyt.

Muutoksen vivutus

Oli kyse sitten vaihtoehtoproteiineista tai vihreästä siirtymästä, joka on minulle vielä paljon tutumpi aihe, niin seison täysin James Clearin ajatusten takana. Uskon vahvasti, että näitä tapoja kannattaisi soveltaa jokaiseen tuotekehitysprosessiin. Jotta tuote voi saavuttaa ison osuuden markkinoilla, sen pitää olla ilmeinen, halpa, vähentää turhaa työtä ja sen käytön tulee palkita. Katso ympärillesi, niin huomaat, että kirjoittaja on ärsyttävän oikeassa.

Iso kysymys mielestäni nyt onkin, mikä on tämän pyhän nelikon keskinäinen painoarvo ja voidaanko tätä nelikkoa vivuttaa, jotta muutos voidaan runnoa nopeammin läpi?

Juho Heiska
TkT, tutkimus- ja kehittämispäällikkö
SeAMK

Kirjoittaja on väitellyt akkututkimuksen alalta ja on toiminut sen jälkeen energiatekniikan yliopettajana VAMKissa. Tällä hetkellä hän toimii SeAMKissa digitaalisuus ja älykkäät teknologiat -tiimissä tutkimus- ja kehittämispäällikkönä. Hänen yhtenä asiantuntijuusalueenaan on energiatehokkuus.