

Kuluttajavalinnat ja niiden merkitys kestävässä Ruokaprovinssissa

14.2.2025

Kuluttajat ovat yksi tärkeä osa ruokaketjua ja heidän valinnoillaan voi olla vaikutusta kestävämmän ruokajärjestelmän luomisessa. Jokapäiväiset päätöksemme siitä, valitsemmeko kaupassa kotimaisen vai ulkomaisen tuotteen, kiinnitämmekö huomiota hintaan tai terveellisyyteen, muokkaavat markkinoita ja ohjaavat tuotantoa. Valinnoillamme on merkitystä ruokaketjun eri vaiheissa, ja pienilläkin muutoksilla voi olla laajempi vaikutus niin ympäristöön kuin koko yhteiskuntaan. Kuluttajavalinnoilla on siis muiden tekijöiden lisäksi iso merkitys siinä, mitä tuotamme ja mitkä tuotteet menevät kaupan.

SeAMK Parkissa -tapahtuma toi ruokaketjun lähelle kuluttajia

SeAMK järjesti useamman hankkeen yhteistyönä kuluttajille suunnatun SeAMK Parkissa -tapahtuman, jossa ruoka ja ruokaketju oli keskeinen teema. Kestävä ja vastuullinen Ruokaprovinssi -hanke yhdessä TIRE, HÄMY ja Hiiliviljelyn portaat -koulutushankkeen kanssa selvittivät kuluttajien näkemyksiä ruokavalinnoista. Ohikulkijoilta kysyttiin: ”**Mikä seuraavista tekijöistä vaikuttaa eniten ostopäätökseesi elintarvikkeita valitessasi?”.** Vastausvaihtoehtoja oli viisi: maku, hinta, kotimaisuus, terveellisyys ja ympäristöystävällisyys. Näistä kotimaisuus nähtiin tärkeimpänä valintakriteerinä. Useat ohikulkijat kertoivat, että erityisesti kotimaisuus ja paikallinen ruoantuotanto olivat itselle tärkeitä tekijöitä elintarvikkeita valitessa. Myös maku ja hinta olivat keskeisiä valintaperusteita. Terveellisyys ja ympäristöystävällisyys eivät yltäneet tässä kyselyssä aivan kärkeen, mutta ne ovat silti monelle merkittäviä tekijöitä ruokaa valittaessa. Ostopäätökset tehdään usein useiden tekijöiden summana. Tässä kyselyssä jokainen osallistuja sai valita kuitenkin vain kolme itselle

tärkeintä tekijää ja monilla vastaajilla olikin vaikeuksia valita vain kolme tärkeintä kriteeriä.



Mikä seuraavista tekijöistä vaikuttaa eniten ostopäätökseesi elintarvikkeita valitessasi? -kyselyn tulos (kuva: Kaisa Mäkelä, 2025).

Vaikka usein kokonaisuus ratkaisee, on yksilöiden valinnoilla kuitenkin iso rooli kestävien ruokaratkaisujen edistämisessä. Kuluttajat voivat osittain omilla teoillaan vaikuttaa siihen, kuinka ruokateollisuus ja markkinat kehittyvät. Lisääntyvä tietoisuus voi auttaa ymmärtämään kestävien valintojen tärkeydestä ja vaikuttaa konkreettisesti siihen, millaisia tekoja he itse voivat tehdä.

Kuluttajavalintoja ohjaavat monet tekijät

Ruokavalinnat eivät kuitenkaan perustu pelkästään yksilöllisiin mieltymyksiin, vaan niitä ohjaavat monet ulkoiset tekijät, kuten taloudelliset, poliittiset ja sosiaaliset olosuhteet (Johnston ym. 2017). Nämä tekijät vaikuttavat siihen, millaisia tuotteita on saatavilla ja millaisia valintoja kuluttajat tekevät (Johnston ym. 2017). Esimerkiksi ihmisen sosiaalinen asema, kulttuuritausta ja markkinoiden rakenne vaikuttavat siihen, mitä tuotteita suositaan ja miten kulutustottumukset kehittyvät. Ruokavalinnat eivät ole pelkästään käytännöllisiä päätöksiä, vaan ne voivat kertoa myös arvoista, identiteetistä ja kuulumisesta tiettyyn ryhmään. Syömme ja kulutamme tavalla, joka heijastaa sitä, millaisina haluamme itsemme nähdä ja miten haluamme muiden näkevän meidät (Hamilton, 2009).

Tietyt kulutustavarat eivät ole vain käytännöllisiä, vaan ne voivat myös viestiä arvoista, identiteetistä ja vahvistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta. Esimerkiksi Johnston ym. (2017) mainitsee Denim-tyyppiset farkut, jotka ovat symbolisesti merkittävä tuote tietyille kuluttajaryhmille. Tällaisten tuotteiden valinta ei ole

pelkästään yksilöllinen päätös, vaan se voi yhdistää ihmisiä ja luoda yhteisöjä, joissa jaetaan saman tuotteen merkitys ja arvostus.

Nyky-yhteiskunnassa on yhä vaikeampi vaikuttaa täysin siihen, millaisia tuotteita ostamme, sillä markkinoilla vallitsevat voimakkaat taloudelliset ja sosiaaliset vaikutteet. Kuluttajat eivät ole täysin vapaita valinnoissaan, mutta voivat silti omilla teoillaan vaikuttaa markkinoiden kehitykseen ja tuottaa painetta kestävämpään tuotantoon ja kulutukseen.

Esimerkkejä kestävämmistä valinnoista

Kuluttajat voivat tehdä monia pieniä, mutta merkittäviä valintoja kestävämmän ruokakulttuurin edistämiseksi esimerkiksi seuraavilla keinoilla:

- **Ruokahävikin vähentäminen**: Ostosten suunnittelemiseen etukäteen ja tähteiden uudelleen käytettävyyteen kannattaa kiinnittää huomiota. Näin voidaan vähentää ruokahävikkiä ja säästetään samalla rahaa.
- **Kasvisten lisääminen**: Lisäämällä kasviksia ja kasvipohjaisia tuotteita, voidaan vähentää ruoantuotannon ympäristövaikutuksia.
- **Paikallisten tuotteiden valinta**: Paikallisesti tuotettu ruoka voi pienentää kuljetus- ja ympäristövaikutuksia. Tämän lisäksi tukemalla paikallisia tuottajia kuluttajat voivat edistää myös paikallista taloutta.
- **Ympäristöystävälliset pakkaukset**: Valitsemalla tuotteita, joissa on ympäristöystävälliset pakkaukset, tai ostamalla irtotuotteita voidaan auttaa vähentämään muovijätteen määrää.

Täytyy kuitenkin muistaa, ettei kuluttajakäyttäytymisen muutos ole pelkästään yksilötason valinta, vaan se on osa laajempaa yhteiskunnallista kehitystä. Kestävästä kulutuksesta keskustellaan yhä enemmän, ja se muokkaa kulutustrendejä. Kun ihmiset kokevat tietyn tuotteen tai toiminnan hyväksi, he jakavat kokemuksensa muille. Tämä kokemusten jakaminen lisää tietoisuutta ja voi levitä laajempaan asiakasryhmään, vaikuttaen näin koko kulutuskäyttäytymisen muutokseen.

Kestävä ja vastuullinen Ruokaprovinssi -hanke on Euroopan unionin osarahoittama ja sen toteutusaika on 1.9.2023 – 30.8.2025.

Kaisa Mäkelä
projektipäällikkö
SeAMK

Kirjoittaja työskentelee SeAMKin Kestävät ruokaratkaisut -tiimissä, jonka tavoitteena on kehittää ruokaketjua kohti kestävämpää tulevaisuutta.

Lähteet

Hamilton, K. (2009). Those left behind: Inequality in consumer culture. *Irish Marketing Review, 20*(1), 40–54.

Johnston, J., Cairns, K., & Baumann, S. (2017). *Introducing sociology using the stuff of everyday life*. Routledge.