

PAKKAUSTUTKIMUSPTR

VANHA KUNNON MAITOTÖLKKI

– Kyselytutkimus kuluttajien pakkausasenteista
ja -mieltymyksistä 1998 ja 2009

Virpi Korhonen



ISBN 978-951-8988-44-4
ISSN 1235-4546

© Pakkaustutkimus – PTR ry

Kiskontie 7
00280 Helsinki
ptr.ry@ptr.fi
www.ptr.fi

Kauniista pakkauksesta ei ole mitään iloa, jos sitä ei saa auki ja kiinni.
– nainen, 21 v

Tiivistelmä

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kuluttajien pakkausasenteissa ja –mieltymyksissä tapahtuneita muutoksia kuluneen vuosikymmenen aikana. Tutkimusaineisto koostui vuonna 1998 (N=460) ja 2009 (N=378) kerätyistä kyselyaineistoista. Aineisto kerättiin harkinnanvaraisella otannalla siten, että se koostuu eri-ikäisistä ja elämänvaiheissa olevista kuluttajista.

Kuluttajien suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen ja teollisesti pakattujen elintarvikkeiden laatuun on muuttunut myönteisempään suuntaan viimeisen vuosikymmenen aikana. Myös pakkausten esteettisyydellä on aiempaa enemmän merkitystä kuluttajille. Samoin luottamus elintarvikkeiden kylmäketjuun ja turvallisuuteen on kasvanut. Kuluttajat suhtautuvat myönteisesti tuoreusindikaattorien käyttöön helposti pilaantuvien elintarvikkeiden, kuten pakatun lihan ja kalan pakkaamisessa. Tosin parantunut luottamus kylmäketjuun on hieman laskenut kuluttajien arvioita indikaattoreiden tarpeellisuudesta.

Kuluttajien kierrätysasenteissa ei ollut tapahtunut tutkimusajankohtana merkittäviä muutoksia, vaikka pakkausmateriaaleja kierrätetään selvästi ahkerammin kuin kymmenen vuotta sitten. Tätä selittänevät parantuneet kierrätysmahdollisuudet. Erityisesti naiset ja yli 50-vuotiaat kokevat pakkausmateriaalien kierrätyksen ympäristön kannalta tärkeänä ja välttämättömänä. Tyhjiä pakkausten uudelleenkäyttö kotona oli vähentynyt tutkimusajankohtana, etenkin lasipulloja ja -purkkeja käytetään kotitalouksissa entistä vähemmän säilöntään.

Pakkauksissa kuluttajat arvostavat eniten tuotetietoa, helppoa avattavuutta, yleistä käyttömukavuutta ja ympäristömyönteisyyttä. Naiset arvostavat pakkausten ympäristömyönteisyyttä enemmän kuin miehet. Yli 50-vuotiaiden keskuudessa korostuvat ympäristömyönteisyyden lisäksi erityisesti pakkausten helppo avattavuus ja uudelleensuljettavuus.

Kartongilla ja paperilla on ylivertainen ympäristöimago muihin pakkausmateriaaleihin nähden. Niitä pidetään myös turvallisina ja edullisina, joskin arkisina pakkausmateriaaleina. Lasin imagoa määräävät esteettisyys, laadukkuus, kalleus ja hygieenisuus. Muovi, alumiini ja tinapelti luokitellaan ympäristölle haitallisiksi materiaaleiksi. Lisäksi muovi mielletään arkiseksi, edulliseksi, hygieeniseksi ja turvallisiksi. Alumiinia pidetään esteettisenä, hygieenisenä ja laadukkaana, joskin kalliina materiaalina. Tinapellin imago on kaikista pakkausmateriaaleista vanhanaikaisin ja sitä pidetään myös kalliina.

Kuluttajat antoivat tutkimuksessa runsaasti palautetta pakkausten kehnosta avattavuudesta ja suljettavuudesta. Myös pakkausten ekologisuus ja ylipakkaaminen (moninkertaiset ja monimateriaaliset pakkaukset) nousivat vahvoina teemoina kuluttajapalautteesta. Vuoden 2009 palautteesta korostui myös pakkausten tarkoituksenmukainen koko, eli suuria pakkauksia ei enää nähty välttämättä ekologisina, vaan pakkauskoon pitää vastata tuotteen käyttötarkoitusta.

Beautiful packages are of little use, if they cannot be opened and closed.
– woman, 21 years

Abstract

The aim of this study was to examine the changes in consumers' packaging attitudes and preferences over the past decade. The research data consists of survey data collected in 1998 (N = 460) and 2009 (N = 378). The data were collected by non-probability sampling, representing consumers of various ages and phases of life.

Consumer attitudes to food packaging and consumer perceptions of the quality of industrially packaged products have become more positive over the last decade. Packaging aesthetics has more relevance to consumers than before. Consumer trust in food safety and chill chain has also increased. Consumers hold positive attitudes towards time-temperature indicators in the packaging of perishable foods, such as packaged meat and fish. The improved confidence in the chill chain, however, has caused a slight decrease in consumer perceptions of the necessity of the indicators.

Consumers' recycling attitudes showed no significant changes during the studied time period, although packaging materials are recycled more regularly than ten years ago. This is due to improved recycling opportunities. In particular, women and respondents over 50 years of age perceive the recycling of packaging materials as important and essential for the environment. Reuse of empty packaging in households for food preservation purposes, especially of glass bottles and jars, diminished over the last decade.

Consumers value most the following characteristics in packaging: product information, easy-to-open, overall convenience, and environmental friendliness. Women appreciate environmentally friendly packaging more than men. Respondents over 50 years of age particularly value packages that are easy-to-open and reclose along with environmental friendliness.

The environmental image of cardboard and paper is superior to other packaging materials. They are also considered safe and inexpensive, yet everyday packaging materials. The image of glass is determined by aesthetics, high quality, high cost and hygienity. Plastic, aluminium and tin are perceived as environmentally harmful materials. In addition, plastic is perceived as everyday, inexpensive, hygienic, and safe. Aluminium is considered as an aesthetic and high quality material. Tin is perceived as the most old-fashioned of all packaging materials.

Consumers commented on packaging being difficult to open and reclose. Eco-friendly packaging and over-packaging (multiple layers of packaging or packaging material) were also strongly addressed in consumer feedback. In 2009, the appropriate size of packaging was also highlighted. Large packages were no longer seen as ecological, rather the size of the package should correspond better to the intended use of the product.

Esipuhe

Vuonna 1998 Tekesin Pakkausalan teknologiaohjelman projektissa selvitettiin kuluttajien suhtautumista elintarvikkeiden pakkaamiseen. Vuonna 2009, reilut 10 vuotta myöhemmin, tutkimus uusittiin, jotta saataisiin selville miten kuluttajien asenteet ja suhtautuminen pakkauksiin ovat muuttuneet.

Projekti antaa paljon tietoa erityisesti uusia tuotteita kehittäville yrityksille. Kuluttajien toiveiden kuuleminen on noussut entistä tärkeämmäksi kehitettäessä uusia pakkauksia. Juuri tarpeeseen suunniteltujen pakkauskokonaisuuksien avulla pystytään toteuttamaan kestävän kehityksen mukaisia taloudellisesti, sosiaalisesti ja ympäristöllisesti mielekkäitä pakattuja tuotteita. Tieto on oleellista kaikille pakkausten arvoketjussa toimiville ja antaa arvokasta tietoa Tekesin Futupack-verkoston tutkimusverkostolle.

Vuonna 2009 toteutettu kyselytutkimus on ollut osa Viestivä pakkaus -tutkimusprojektia, jota ovat rahoittaneet Tekes sekä yrityspartnereina Fazer Makeiset Oy, Fiskars Brands Finland Oy, Kekkilä Oy, M-real Oy, Stora Enso Oy, SEK & Grey Oy ja Stockmann Oy. Vuoden 1998 kyselyaineisto kerättiin Tekesin Pakkausalan teknologiaohjelmassa toteutetussa Kuluttajien asenteet pakkauksiin ja pakkaustekniikoihin -tutkimusprojektissa. Tekesin ja yritysten rahoituksella toteutetussa projektissa olivat mukana Atria Oy, Elopak Oy, Fazer Suklaa Oy, Huhtamäki Oy Polarcup, Metsä-Serla Oy, Primalco Oy, Pakenso Oy, Tetra Pak Oy, UPM-Kymmene Oy UPM Pack ja Valio Oy.

Suuret kiitokset tutkimuksen tekijälle, tutkija Virpi Korhoselle erittäin ansiokkaasta työstä, joka hyödyttää laajasti koko pakkausala. Pakkaustutkimus – PTR ry kiittää lämpimästi tutkimuksen rahoittajia, jotka osallistuivat aktiivisesti projektien toteutukseen. Lisäksi kiitoksen ansaitsevat raportteja kommentoineet henkilöt.

Helsingissä maaliskuussa 2010
Pakkaustutkimus – PTR ry

Sisältö

1. Johdanto.....	1
2. Tutkimuksen tavoite.....	4
3. Tutkimusaineisto.....	5
3.1. Aineiston keruu ja mittarit.....	5
3.1.1. Pakkausasenteet.....	5
3.1.2. Pakkausmielitymukset ja -mielikuvat.....	6
3.2. Tutkimusaineiston kuvaus.....	7
3.2.1. Lukiolaisaineisto.....	7
3.2.2. Aikuisaineisto.....	8
4. Pakkausasenteet ja ruuan turvallisuus.....	11
4.1. Suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen myönteisempää.....	12
4.2. Biojätteiden lajittelu koetaan yhä tärkeänä.....	13
4.3. Enemmistö kierrättäisi maitotölkit.....	14
4.4. Lasia silloin tällöin sekajätteeseen.....	15
4.5. Säilyketölkit halutaan kierrättää.....	16
4.6. Ekopakkausten kustannukset jakavat yhä mielipiteet.....	17
4.7. Yhä useampi arvostaa pakkauksen esteettisyyttä.....	18
4.8. Pakattujen tuotteiden laatumielikuva parantunut.....	19
4.9. Luottamus ruuan turvallisuuteen kasvanut.....	20
4.10. Yhteenveto asennemuutoksista.....	22
5. Pakkausmielitymukset ja -mielikuvat.....	23
5.1. Pakkauksissa arvostetut ominaisuudet.....	23
5.2. Pakkausmateriaaleihin liitetyt mielikuvat.....	27
5.2.1. Ympäristöystävälliset kartonki ja paperi.....	27
5.2.2. Esteettinen lasi.....	28
5.2.3. Ympäristölle haitalliset muovi, alumiini ja tinapelti.....	29
5.3. Pakkauskokemukset.....	31
6. Yhteenveto ja johtopäätökset.....	32
Lähdeluettelo.....	35
Liite 1. Tutkimuksen toteutuspaikat 1998 ja 2009.....	36
Liite 2. Kyselylomake.....	37

Liite 3. Asenneväittämien jakaumat.....	51
Liite 4. Asenneväittämien keskiarvot sukupuolen ja iän mukaan	63
Liite 5. Kuluttajapalautetta pakkauksista 2009	68

Markkinoille lisää helposti avattavia pakkauksia vanhoille ja rajoittuneille.
 Innovatiivisuutta ja tyyliä!

– mies, 22 v

1. Johdanto

Kuluttajien suhdetta pakkauksiin voisi kuvata eräänlaiseksi viharakkaussuhteeksi. Suurin osa kuluttajista sanoo välttävänsä pakkauksia ja ylipakkaamista, mutta silti moni ostaa tuotteen pakkauksen perusteella, antaen arvoa pakkauksen käyttömukavuudelle ja tuotteiden säilyvyydelle (esim. Consumer attitudes...1997, Mikkola ym. 1997, Järvelä 2004, Public attitudes...2008).

Julkisuudessa käydyssä keskustelussa korostuu tavallisesti vain pakkauksista syntyvä jäte, pakkaamisen hyödyistä puhutaan yhä harvemmin. Suomessa käytetään vuosittain 2,6 miljoonaa tonnia pakkauksia, joista yli 1,9 miljoonaa tonnia käytetään uudelleen. Pakkausjätettä syntyi vuonna 2007 runsaat 690 000 tonnia, josta hyödynnettiin yli 582 000 tonnia. Hyödyntämättä jäi siis alle 120 000 tonnia käytettyjä pakkauksia, joka on noin viisi prosenttia pakkausten kokonaiskäytöstä. (www.pyr.fi).

Suomessa kuluttajat voivat palauttaa pakkauksia noin 10 000 pantillisten juomapakkausten keräyspisteeseen. Kuitupohjaisille pakkauksille on noin 1 900 aluekeräyspistettä, joiden lisäksi tarjolla on mittava määrä lasin- ja pienmetallin keräyspisteitä. Myös energijakeen keräys on yleistynyt. Esimerkiksi kahden kilon sekajätepussista syntyy voimalassa 6 kWh energiaa, jolla voi esimerkiksi lämmittää 2 tuntia omakotitaloa (Ekokem).

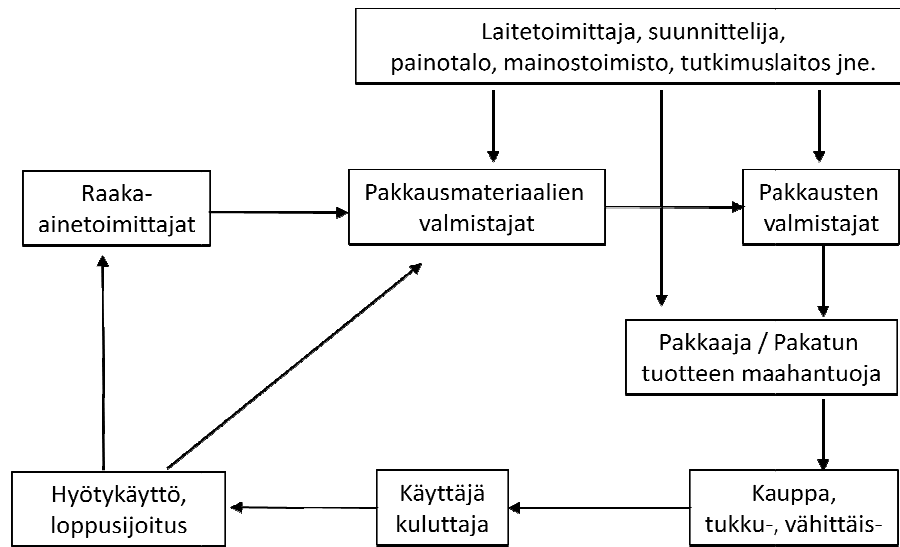
Noin puolet pakkaamisesta on elintarvikkeiden ja juomien pakkaamista. Tutkimuksen mukaan kuluttajat uskovat teollisesti pakattujen tuotteiden vähentämisen olevan tehokkain keino ehkäistä elintarvikkeiden kulutuksen ympäristövaikutuksia (Lea & Worsley 2008). Harva kuluttaja tietää millaisia ympäristövaikutuksia syntyisi siitä, jos tuotteita ei pakattaisi laisinkaan. Kehitysmaissa jopa puolet elintarvikkeista pilaantuu matkalla tuottajalta kuluttajalle. Länsimaissa elintarvikkeiden hävikki on vain kolmen prosentin luokkaa, kun ne saapuvat kaappoihin (Packaging in Perspective 2008). Silti YTV:n tuoreen tutkimuksen mukaan jopa yli puolet lapsiperheissä syntyvästä biojätteestä saattaa olla alun perin syömäkelpoista ruokaa (Rokka rikassa...2009).

Pakkauksia valmistavan ja tuotteita pakkaavan teollisuuden tehtävänä on tarjota kuluttajille pakkaamisesta syntyvät ympäristöhyödyt. Tämä tapahtuu takaamalla tuotteen säilyvyys ja pakkauksen tarkoituksenmukainen koko, jottei tuotetta joudu hukkaan. Kuluttajan näkökulmasta ”optimaalisten” pakkausten kehittämiseksi on tunnettava kuluttajien tarpeet ja mieltymykset. Kuluttajapakkauksen suunnittelussa on tunnettava paitsi tuote, myös sen käyttäjä, käyttöympäristö ja –tavat. 2000-luvun pakkaussuunnittelua ovat ohjanneet muun muassa seuraavat trendit:

- **Pienenevät kotitaloudet ja ikääntyvä väestö.** Suomi on Japanin jälkeen maailman toiseksi nopeimmin ikääntyvä OECD-maa. Pakkauskoko ja helppo avattavuus korostuvat tuotteen valintakriteereinä. Pakkausten rooli korostuu ikääntyvien kotona selviytymisessä.
- **Pirstaloituvat ruokailuajat ja –tavat.** Ruokakulttuurit ja tavat sekoittuvat. Fast food, take away ja on the go -syöminen kasvavat.
- **Kasvava itsepalvelumyynti ja kilpailu hyllytilasta.** Supermarketissa on keskimäärin 15 000 tuotetta, kuluttaja ohittaa 300 tuotetta minuutissa. Päivittäistavaroiden mainonnassa painopiste siirtyy myymälämarkkinoitiin ja enemmistö ostopäätöksistä tehdään myymälässä.
- **Brändit vs. kaupan omat merkit.** Brändinomistajat ovat tiedostaneet pakkauksen merkityksen erottumisessa kilpailijoistaan ja osana brändin imagoa. Heinzin ketsuppipullo, Coca Cola –pullo, Pringlesin perunalastutuubi, Toblerone -patukka ja WC-ankka ovat esimerkkejä pakkauksista, joilla on suuri merkitys brändin arvoon.
- **Nouseva elintaso ja arjen luksus.** Monet aikaisemmin ylellisyystavaroina pidetyt tuotteet ovat tulleet tavallisten kuluttajien ulottuville. Kuluttajat ovat valmiita maksamaan tuotteiden käyttömukavuudesta, designista ja ylellisyydestä. Pakkausten elämyksellisyys korostuu suunnittelussa.
- **Tuotteen ekologisuus, eettisyys ja alkuperä.** Pakkausten ja koko elintarvikeketjun ympäristövaikutuksista käydään jatkuvaa keskustelua. Ilmastonmuutoskeskustelu saa kuluttajat pohtimaan omaa ekologista jalanjälkeään ja valitsemaan tuotteita, jotka ovat ekologisesti pakattuja (esim. Rokka & Uusitalo 2008). Lähellä tuotetut tuotteet kiinnostavat yhä useampaa kuluttajaa. Tuotteiden alkuperä, laatu ja aitous korostuvat kuluttajien valintakriteereinä.
- **Pakkaamisen innovaatiot.** Uudet teknologiat luovat lisäarvoa tuotteille. Esimerkkeinä ovat mm. älypakkaaminen (tuoreusilmaisimet, älyruudut, sähköinen tuoteinformaatio) ja digitaalisen painamisen mahdollistama massapakkausten räätälöinti.

Pakkausratkaisu on usein kompromissi, jonka syntyyn vaikuttaa koko pakkausarvoketju (kuvio 1). Onnistunut pakkausratkaisu syntyy arvoketjun osapuolten yhteistyöstä ja osaamisesta. Kuluttajan roolin merkitys kasvaa jatkuvasti. Aito asiakkaiden tarpeiden tunteminen yhdistettynä korkean teknologian osaamiseen voi synnyttää uusia palvelukonsepteja ja innovaatioiden sovelluskohteita. Myös perinteisen suomalaisen muotoiluosaamisen tuominen yhä voimallisemmin ja rohkeammin pakkaussuunnitteluun avaa yrityksille uusia mahdollisuuksia ja luo kilpailuetua koko alalle. (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 15).

Kuvio 1. Pakkausarvoketju ja sen osapuolet (Järvi-Kääriäinen ja Ollila 2007, 15)



Huono pakkaus: ei saa selvää mistä tarkoitus avata, ei pysy pystyssä hyllyllä, valuttaa tuotetta. Hyvä pakkaus: tiivis, kätevä, ympäristöystävällinen.

– nainen, 32 v

2. Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on kuvata kuluttajien pakkausasenteita ja –mieltymyksiä ja niissä tapahtuneita muutoksia viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tutkimuksen kohteena ovat erityisesti pakkausten rakennesuunnitteluun liittyvät ominaisuudet, kuten pakkausmateriaali, pakkauksen muoto ja toimivuus. Pakkausten graafiset elementit, kuten pakkausmerkinnät, väri, typografia, kuvat ja sommittelu, on jätetty tutkimuksessa vähemmälle huomiolle. Tosin pakkausmateriaali- ja teknologiavalinnoilla on myös vaikutuksensa pakkauksen graafiseen suunnitteluun, joten näitä kahta pakkaussuunnittelun elementtiä on vaikeaa erottaa toisistaan.

Tutkimuksen avulla tuotetaan pakkausarvoketjun tarpeisiin perustietoa siitä, miten ja millaisia pakkauksia kuluttajat haluaisivat tulevaisuudessa. Kaiken kaikkiaan pakkauksiin liittyvää kuluttajatutkimusta on tehty varsin vähän. Suurin osa nykyisestä tutkimuksesta on joko yksittäisten yritysten teettämää markkinointitutkimusta tai kapea-alaisiin tutkimusongelmiin liittyvää tieteellistä tutkimusta. Tämän tutkimuksen tavoitteena on tuottaa laaja-alaista tietoa kuluttajien suhtautumisesta pakkaamiseen, pakkausmateriaaleihin ja niiden kierrätykseen. Kymmenen vuoden takainen vertailuaineisto antaa tietoa siitä, mihin suuntaan kuluttajien suhtautuminen pakkauksiin on muuttunut ajan kuluessa. Tutkimustulosten avulla yritysten on mahdollista arvioida nykyisiä pakkauksiaan ja kehittää uusia pakkausratkaisuja. Tutkimuksen toivotaan kannustavan teollisuutta uusien, innovatiivisten pakkausratkaisuiden käyttöönottoon, jotka tuottavat arvoa sekä kuluttajalle että koko pakkausarvoketjulle.

Pieni on kaunista! Helpottakaa kuluttajien kierrätysmahdollisuuksia.
– nainen, 22 v

3. Tutkimusaineisto

3.1. Aineiston keruu ja mittarit

Tutkimusaineistot kerättiin kyselylomakkeilla keväällä 1998 ja 2009 Suur-Helsingin ja Tampereen alueilla. Tutkimuksella tavoiteltiin neljää kohderyhmää:

1. 16-19-vuotiaat lukiolaiset
2. 20-29-vuotiaat itsenäisesti asuvat opiskelijat
3. 30-49-vuotiaat perheelliset sekä
4. yli 50-vuotiaat yksin- tai kaksin eläjät.

Tutkimusaineisto kerättiin lukioista, yliopistokampuksilta, perhekerhoista ja leikkipuistoista sekä työväenopistoista (liite 1). Tutkija sopi etukäteen tutkimuksen toteutusajankohdasta ja vastaajat rekrytoitiin tutkimukseen paikan päällä. Lukiolaiset vastasivat kysymyslomakkeeseen opettajan kanssa etukäteen sovitun oppitunnin aikana. Kaikki osallistujat palkittiin noin viiden euron arvoisilla tuotepalkinnoilla.

Kyselylomake (liite 2) sisälsi kuluttajien pakkausasenteisiin ja –mieltymyksiin liittyviä kysymyksiä. Lisäksi lomakkeella selvitettiin vastaajan taustaa ja kierrätyskäyttäytymistä. Lukiolaiset vastasivat vain osaan lomakkeen kysymyksistä. Seuraavassa on kuvattu yksityiskohtaisemmin tutkimuksen tavoitteiden työstämistä tutkimuslomakkeessa esitettyiksi kysymyksiksi.

Vastausvuosien ja ryhmien välisiä eroja analysoitiin Khiin neliö -testillä, t-testillä ja varianssianalyysillä. Erot tulkittiin tilastollisesti merkitseviksi testin p-arvon alittaessa 0.05. Käytännössä tämä tarkoittaa, että esimerkiksi ryhmien välinen ero on 95 % todennäköisyydellä merkitsevä.

3.1.1. Pakkausasenteet

Kuluttajien suhtautumista pakkaamiseen, pakkausten kierrätykseen ja pakkauksista koettuihin hyötyihin mitattiin asennemittareilla (taulukko 1). Mittarit rakennettiin ja esitestattiin vuonna 1998 viidelläkymmenellä kuluttajalla. Esitestauksen tavoitteena oli tutkia mittarien luotettavuutta ja kykyä erotella vastaajia toisistaan. Erottelukyvyltään parhaat väittämät valittiin lopullisiin mittareihin.

Taulukko 1. Tutkimuksen asennemittarit ja niiden luotettavuus.

Asennemittari	Väittämien määrä, kpl		Mittarin luotettavuus (Cronbachin alfa ¹⁾)	
	1998	2009	1998	2009
Suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen	5	5	0.65	0.68
Biojätteiden kierrätys	4	4	0.75	0.81
Nestepakkauskartongin kierrätys	4	4	0.68	0.81
Lasinkierrätys	3	3	0.63	0.68
Säilyketölkkien kierrätys	4	4	0.65	0.72
Maksuhalukkuus ympäristöystävällisistä pakkauksista	4	4	0.70	0.69
Pakkausten esteettisyyden merkitys	3	4	0.71	0.78
Pakattujen vs. irtomyytävien elintarvikkeiden laatu	4	5	0.71	0.73
Luottamus elintarvikkeiden turvallisuuteen ja kylmäketjuun	9	9	0.66	0.68

1) mittauksen tarkkuuteen liittyvä testisuure. Hyväksyttävänä tasona pidetään uusilla mittareilla 0.6 -0.7 ylittävää arvoa (Hair et.al. 2010, 125)

Jokainen mittari koostui 3-9 asenneväittämästä, joita mitattiin 7-portaisella Likert-asteikolla (1=täysin eri mieltä; 4=ei samaa eikä eri mieltä; 7=täysin samaa mieltä). Vuonna 2009 osaa mittareista täydennettiin, koska niiden luotettavuus oli heikko. Miltei kaikkien mittareiden luotettavuus parani vuodesta 1998 vuoteen 2009. Tämä kertoo myös osaltaan siitä, että pakkaus- ja kierrätysasiat sekä ruuan turvallisuuskysymykset ovat tulleet kuluttajille tutummiksi.

Tutkimuksessa selvitettiin myös kuluttajien suhtautumista aika-lämpötila- ja pilaantumisindekattorien käyttöön pakkauksissa. Vastaajille kerrottiin tuoreusilmaisimien toiminnasta ja niiden käytöstä aiheutuvista kustannuksista (liite 2, sivu 45). Tämän jälkeen kuluttajia pyydettiin arvioimaan tuoreusilmaisimien tarpeellisuutta erityyppisissä elintarvikkeissa (1=täysin tarpeeton; 4=ei tarpeeton eikä tarpeellinen; 7= erittäin tarpeellinen).

3.1.2. Pakkausmielitymykset ja -mielikuvat

Kuluttajien pakkausmielityksiä mitattiin pakkausten perusominaisuuksilla, joita kuluttajat arvioivat 7-portaisella asteikolla (1=ei merkitystä; 7=erittäin tärkeää). Ominaisuudet valittiin pakkausalaa kirjallisuudesta siten, että ne voisivat kaikki olla yhdistettävissä kaikentyyppisiin elintarvikepakkauksiin. Lisäksi jokainen vastaaja jakoi 100 pistettä ominaisuuksien kesken kahden erikseen nimetyn elintarvikkeen kohdalla. Vuonna 2009 nimetyt tuotteet olivat (1) valmisruoka ja suklaapatukat tai (2) leipomotuotteet ja suklaakonvehdit. Pakkauksissa arvioidut ominaisuudet olivat:

- avattavuus, edullisuus, informatiivisuus, käyttömukavuus, pitkä säilyvyysaika, suljettavuus, turvallisuus, houkutteleva ulkonäkö, uudelleenkäyttömahdollisuus, ympäristömyönteisyys
- vuonna 2009 lisättiin kaksi ominaisuutta: herättää tunteita ja korkea laatu

Pakkausmateriaalien imagoa tutkittiin liittämällä adjektiiveja yleisimpiin pakkausmateriaaleihin (alumiini, kartonki, lasi, muovi, paperi ja tinapelti). Jokainen adjektiivi oli mahdollista yhdistää yhteen tai useampaan pakkausmateriaaliin dikotomisella (kyllä/ei) asteikolla. Materiaalien

tunnistettavuuden helpottamiseksi vastaajille oli annettu esimerkkejä tuotteista joiden pakkaukset on tyypillisesti valmistettu kyseisestä materiaalista. Pakkausmateriaaleja kuvaavat adjektiivit olivat:

- arkinen, edullinen, esteettinen/kaunis katsella, hygieeninen, kallis, laadukas, trendikäs/muodikas, turvallinen, vanhanaikainen, ylellinen, ympäristölle haitallinen ja ympäristöystävällinen

Kyselylomakkeen lopussa kuluttajille annettiin mahdollisuus kuvata kokemuksiaan hyvistä tai huonoista pakkauksista.

3.2. Tutkimusaineiston kuvaus

Vuonna 1998 tutkimukseen osallistui 460 vastaajaa ja vuonna 2009 vastaajia oli 378. Tutkimusaineistot noudattavat ikä- ja sukupuolirakenteeltaan hyvin toisiaan. Aineisto on harkinnanvarainen otos, jolloin se ei ole edustava ja tutkimustulokset eivät ole yleistettävissä esimerkiksi koko Suomen väestöön tai määrättyyn ikäluokkaan. Harkinnanvaraisella otannalla tavoitettiin tutkimuksen tavoitteiden ja pakkausnäytteiden arvioinnin kannalta merkityksellisiä kuluttajaryhmiä, joita ei olisi muutoin tavoitettu. Aineistot ovat kuitenkin riittävän suuria ja vertailukelpoisia luomaan kokonaiskuvaa muutoksista, joita on tapahtunut kuluttajien suhteessa pakkaamiseen.

3.2.1. Lukiolaisaineisto

Tutkimukseen osallistui vuonna 1998 126 ja vuonna 2009 110 lukiolaista. Oppilaat koostuivat molempina tutkimusajankohtina Ressun ja Nurmijärven yhteiskoulun oppilaista. Sukupuolijakaumaltaan aineistot vastasivat hyvin toisiaan, kummallakin kerralla pieni enemmistö vastaajista oli tyttöjä (taulukko 2). Vuoden 2009 tutkimusaineisto painottui 18 täyttäviin, vuonna 1998 alle 18-vuotiaat muodostivat vastaajien enemmistön.

Taulukko 2. Kyselyaineiston lukiolaisvastaajien tausta (N=236).

Muuttuja	1998	2009
	% vastaajista	% vastaajista
Sukupuoli	N=126	N=110
Poika	44	45
Tyttö	56	55
Ikä	N=126	N=110
16 v	1	2
17 v	60	33
18 v	33	62
19 v	6	2
20v		1

3.2.2. Aikuisaineisto

Tutkimuksen aikuisaineisto koostui yhteensä 602 vastaajasta. Vuonna 1998 tutkimukseen osallistui 334 ja vuonna 2009 268 aikuisvastaajaa. Aikuisvastaajien joukko määriteltiin siten, että he olivat täysi-ikäisiä ja eivät kuuluneet lukiolaisvastaajien joukkoon. Sekä vuonna 1998 että vuonna 2009 muutama lomake jouduttiin hylkäämään puutteellisten tietojen vuoksi.

Ikä- ja sukupuolijakaumaltaan aikuisaineistot olivat hyvin samankaltaisia (taulukko 3). Kumpanakin vuonna miesten osuus vastaajista oli 18 prosenttia. Vuonna 1998 aikuisvastaajien keski-ikä oli 37,4 ja vuonna 2009 37,7 vuotta.

Lapsiperheiden osuus oli vuoden 2009 aineistossa hieman vuotta 1998 alempi. Sitä vastoin vuonna 2009 vastaajien koulutustaso oli hieman korkeampi, varsinkin ammattikorkeakoulututkintojen määrä oli yleistynyt. Erilaiset asumisvaihtoehdot olivat yhtäläillä edustettuina kummassakin aineistossa.

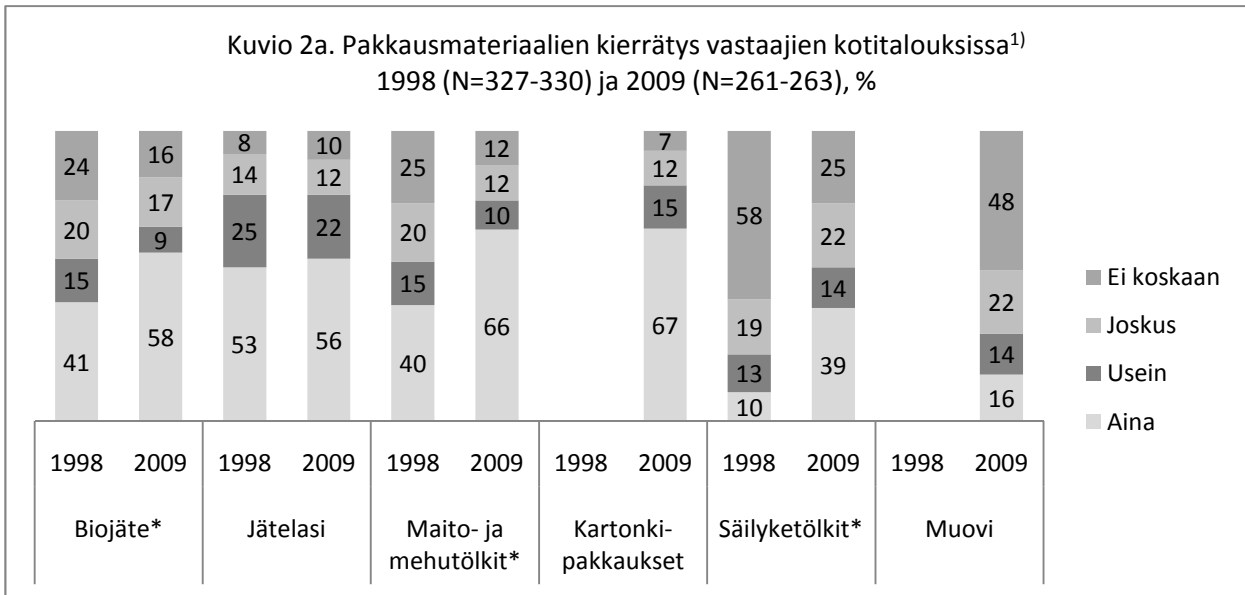
Ainoa oleellinen ero aineistojen kesken oli kaupassakäyntitiheydessä. Vuonna 1998 miltei joka kolmas vastaaja ilmoitti asioivansa elintarvikemyymälässä päivittäin, kun 2009 päivittäin asioi enää joka viides. Tätä saattaa selittää työpaikka- ja ravintolaruokailun yleistyminen, joka on vähentänyt kotona valmistettavan ruuan määrää. Toinen selittävä tekijä voi löytyä kaupan suuryksiköiden määrän kasvusta, joka on osaltaan johtanut ruokaostosten keskittämiseen pariin kertaan viikossa. Myös vuoden 2009 aineistossa pienten kotitalouksien määrä oli hieman korkeampi kuin vuonna 1998.

Taulukko 3. Kyselyaineiston aikuisvastaajien tausta (N=602).

Muuttuja	1998 (%)	2009 (%)
Sukupuoli	N=334	N=268
Mies	18	18
Nainen	82	82
Ikä	N=332	N=267
19-29	39	41
30-49	39	34
50-76	22	25
Kotitalouden koko (hlöä)	N=332	N=267
1	28	34
2	31	34
3	16	14
4	18	11
5 tai enemmän	7	7
Lasten ikä (perheen nuorin)	N=317	N=267
0-6 v	26	21
7-15 v	8	6
16+ v	7	7
Ei kotona asuvia lapsia	59	66
Koulutus	N=329	N=267
Peruskoulu tai vastaava	7	3
Ammattikoulu	9	7
Peruskoulu+opisto	14	11
Ylioppilastutkinto	25	30
Ylioppilastutkinto+opisto	18	11
Ammattikorkeakoulututkinto	2	12
Korkeakoulututkinto	24	26
Kotitalouden bruttotulot (eur/v)	N=319¹⁾	N=251
Alle 10 000		21
10 000-24 999		29
25 000-44 999		20
45 000-59 000		15
60 000-79 999		10
Yli 80 000		5
Asumismuoto	N=332	N=268
Kerrostalo	72	73
Rivitalo tai paritalo	13	13
Omakotitalo	15	14
Kotitaloudessa auto	N=332	N=267
kyllä	58	54
ei	42	46
Kaupassa asiointi (krt/vko)	N=332	N=268
1	4	5
2	25	29
3-4	40	46
Lähes päivittäin	31	20
Autolla asiointi kaupassa (krt/vko)	N=332	N=268
Ei koskaan	28	27
Satunnaisesti	31	28
Kerran viikossa	13	13
Kaksi kertaa viikossa	11	16
3-4 kertaa viikossa	14	11
Lähes päivittäin	3	5

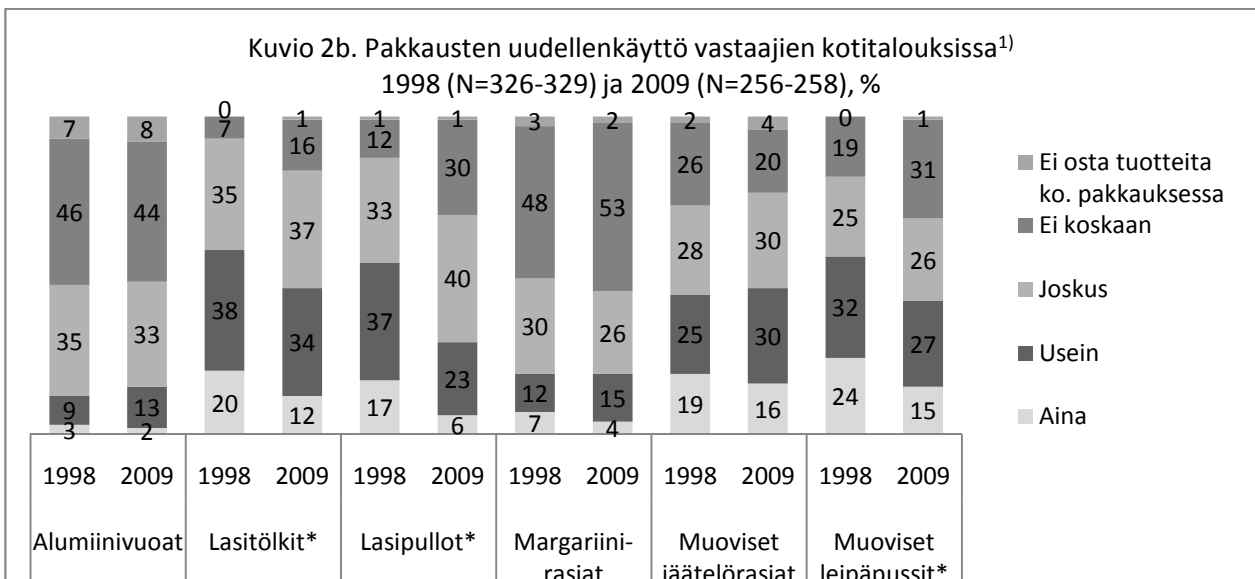
1) Vuonna 1998 alle 16 800 eur (100 000 mk) ansaitsevia kotitalouksia oli aineistossa 37 %, 16 800 – 33 600 euroa (100 000-200 000 mk) 32 % ja 33 600 – 50 000 eur (200 000 – 300 000 mk) 21 %. Yli 50 000 euroa ansaitsi vuonna 1998 vain 9 % vastaajista.

Vastaajat kierrättivät pakkausmateriaaleja vuonna 2009 selvästi ahkerammin kuin vuonna 1998 (kuvio 2a). Biojätteen, maito- ja mehupakkausten sekä säilyketölkkien kierrätys oli yleistynyt. Reilusti yli puolet kotitalouksista kierrätti biojätteet säännöllisesti vuonna 2009, nestepakkauskartongin kierrätti kaksi kolmesta vastaajasta. Sen sijaan lasinkiertäminen ei ollut juurikaan yleistynyt. Kartongin ja muovin kierrättämistä selvitettiin vain vuoden 2009 tutkimuksessa, koska vuonna 1998 niille ei ollut juurikaan kierrätysmahdollisuuksia. Vuonna 2009 kartonkipakkauksia (esim. keksi- ja muropakkaukset) kierrätti säännöllisesti 67 prosenttia vastaajista. Muovia ilmoitti säännöllisesti kierrättävänsä 16 prosenttia vastaajista.



¹⁾Tähdellä (*) merkittyjen jakaumien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

Lasitölkit olivat säilyttäneet asemansa suosituimpana uudelleenkäytettävänä pakkauksena, vaikka niiden käyttö oli hieman vähentynyt vuodesta 1998 (kuvio 2b). Seuraavaksi suosituimpia olivat muoviset jäätelörasiat, leipäpussit ja lasipullot. Näistä ainoastaan jäätelörasioiden uudelleenkäyttö oli pysynyt vuoden 1998 tasolla. Erityisesti lasipullojen uudelleenkäyttö oli laskenut, mitä selittänee niiden huono saatavuus (korvautuminen muovipulloilla) ja asuntojen yhä pienemmät säilytystilat, jotka rajoittavat säilöntäharrastusta ja tyhjien pullojen varastointia.



¹⁾Tähdellä (*) merkittyjen jakaumien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

En hyväksy moninkertaista pakkaamista.

-nainen, 62 v

4. Pakkausasenteet ja ruuan turvallisuus

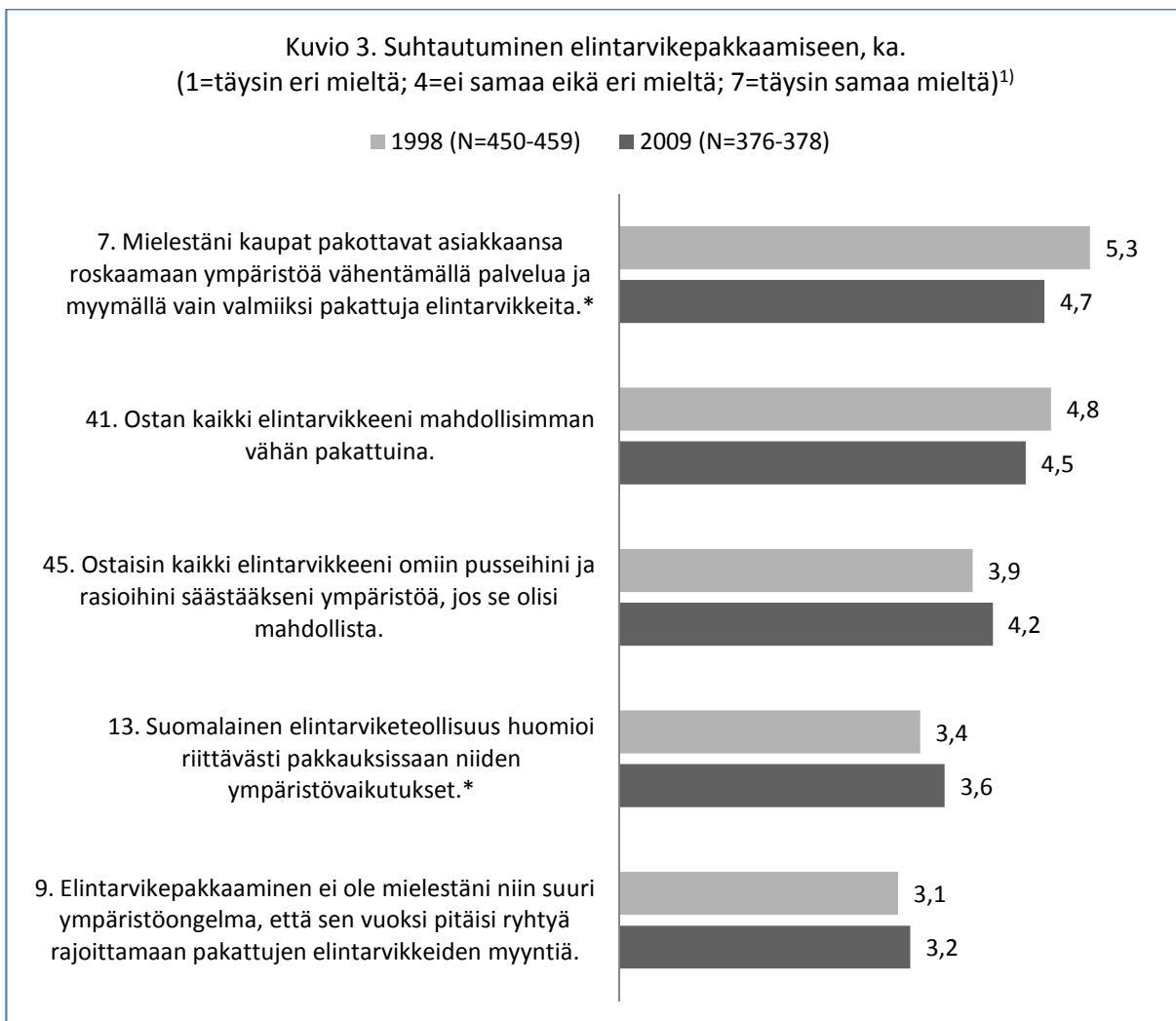
Luvussa kuvataan kuluttajien asenteiden muutosta elintarvikepakkaamiseen, pakkausten kierrätykseen ja pakkauksista koettuihin hyötyihin, kuten tuotteiden hygieenisyyteen ja esteettisyyteen. Lisäksi luvussa kuvataan kuluttajien suhtautumista ruuan turvallisuuteen, kylmäketjun pysyvyyteen sekä tuoreusindikaattorien tarpeellisuuteen elintarvikepakkaamisessa. Asenneväittämiin ottivat kantaa kaikki vastaajat, sen sijaan tuoreusilmaisimien tarpeellisuuteen ottivat kantaa vain aikuisvastaajat. Asenneväittämien vastausten jakaumat on esitetty liitteessä 3. Väittämien numerointi viittaa niiden esiintymisjärjestykseen kyselylomakkeessa.

4.1. Suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen myönteisempää

Kuluttajien suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen oli vuonna 2009 aikaisempaa myönteisempää (kuvio 3). Vuonna 1998 vielä 73 prosenttia vastaajista oli samaa mieltä siinä, että kaupalla on suuri vastuu jätteiden synnyssä myymällä vain valmiiksi pakattuja elintarvikkeita (väittämä 7). Vuonna 2009 enää 61 prosenttia vastaajista ajatteli samoin. Vastaavasti vuonna 2009 kolmannes vastaajista oli sitä mieltä, että elintarviketeollisuus huomioi riittävästi pakkausten ympäristövaikutukset, kun vuosikymmen aikaisemmin vain neljännes vastaajista oli ollut samaa mieltä (väittämä 13).

Eniten kuluttajien mielipiteitä jakoi halukkuus ostaa elintarvikkeita omiin pusseihin ja rasioihin (väittämä 45). Sekä vuonna 2009 että 1998 noin 40 prosenttia vastaajista oli jossain määrin halukkaita ostamaan tuotteita omiin pakkauksiinsa, mutta vastaavasti joka kolmas suhtautui siihen kielteisesti.

Suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen on muuttunut myönteisemmäksi varsinkin alle 30-vuotiaiden keskuudessa (liite 4). Naisten suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen on kautta linjan miehiä kriittisempää. Etenkin yli 50-vuotiaat ilmoittavat ostavansa elintarvikkeet mahdollisimman vähän pakattuina.

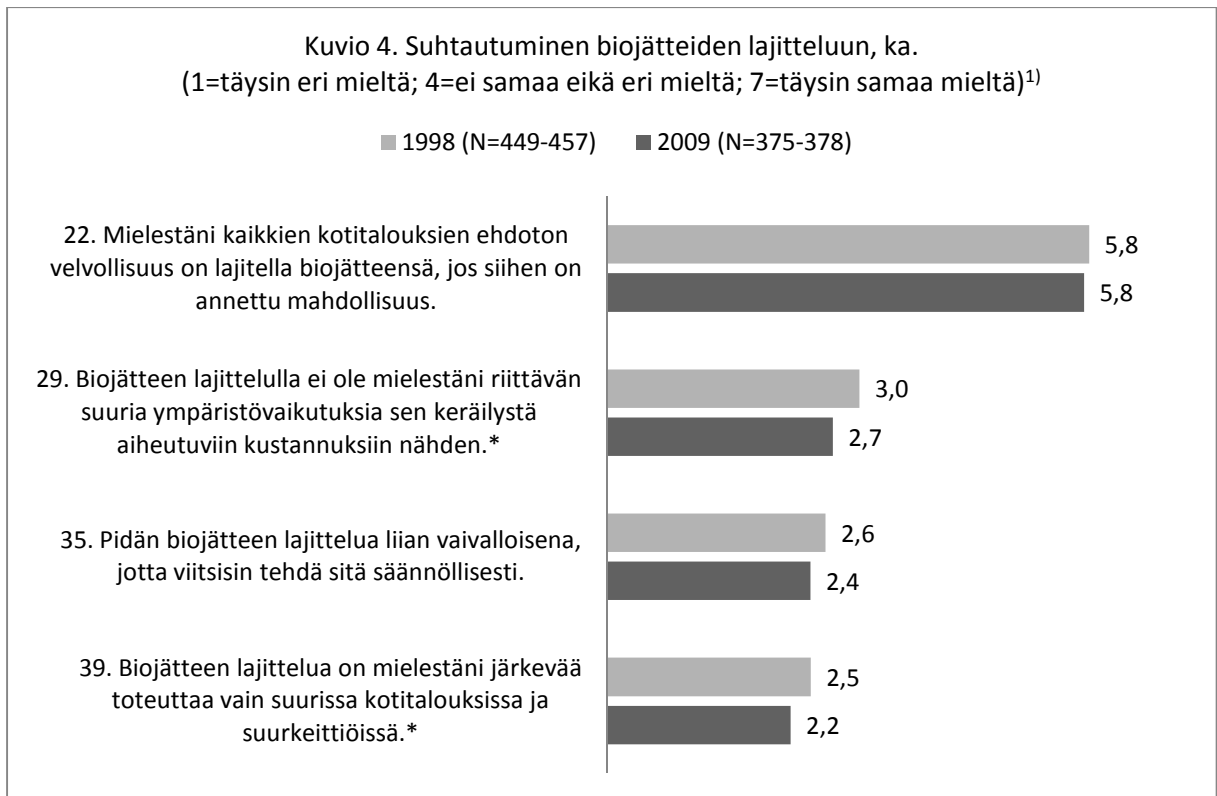


¹⁾Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.2. Biojätteiden lajittelu koetaan yhä tärkeänä

Pääosa kuluttajista pitää biojätteiden lajittelua tärkeänä (kuvio 4). Suuri enemmistö on sitä mieltä, että biojätteiden lajittelu on jokaisen kuluttajan velvollisuus, jos siihen on annettu mahdollisuus (väittämä 22). Vuonna 2009 yli 80 prosenttia vastaajista oli tätä mieltä. Biojätteiden lajittelun ympäristövaikutukset ja tarpeellisuus koettiin jonkin verran tärkeämmäksi vuonna 2009 kuin vuonna 1998 (väittämät 29 ja 39). Kaikkiaan suhtautuminen biojätteiden lajitteluun on hyvin myönteistä. Vain alle 20 prosenttia pitää biojätteiden lajittelua liian vaivalloisena, jotta jaksaisi tehdä sitä säännöllisesti (väittämä 35).

Naiset ja yli 50-vuotiaat suhtautuvat kaikkein myönteisimmin biojätteiden lajitteluun (liite 4). Suhtautuminen biojätteiden lajitteluun oli myös muuttunut tutkimusajankohtana näissä ryhmissä positiivisempaan suuntaan.

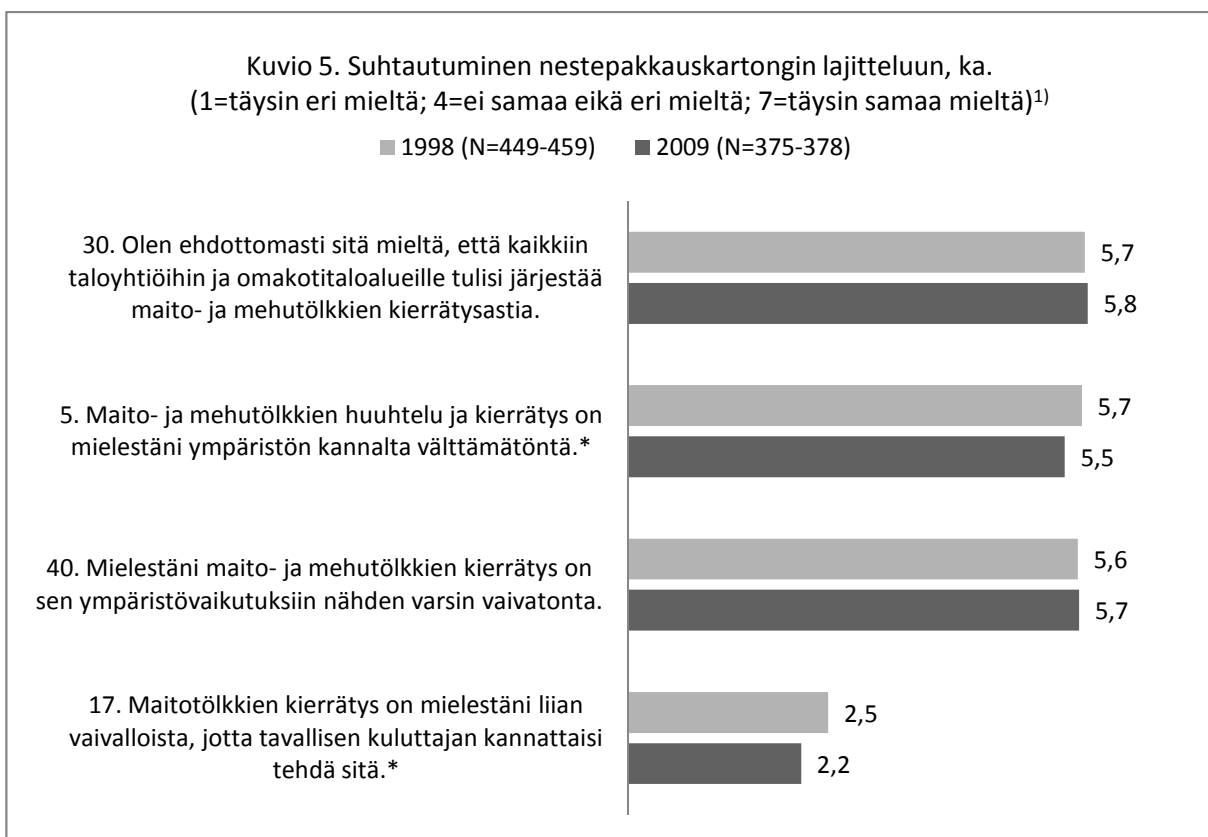


¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.3. Enemmistö kierrättäisi maitotölkit

Biojätteen lajittelun ohella myös nestepakkauskartongin keräys koetaan tärkeänä (kuvio 5). Neljä viidestä kuluttajasta piti sitä ympäristön kannalta välttämättömänä ja haluaisi keräysastian jokaisen taloyhtiöön ja omakotialueelle (väittämät 5 ja 30). Nestekartonkipakkausten kierrätys nähtiin sen ympäristövaikutuksiin nähden varsin vaivattomana. Vain hieman yli 10 prosenttia piti sitä liian vaivalloisena, jotta tavallisen kuluttajan kannattaisi tehdä sitä (väittämä 17).

Naiset kokevat maitotölkkien kierrätyksen ympäristön kannalta välttämättömämpänä kuin miehet (liite 4). Yli 50-vuotiaiden ryhmässä nestepakkauskartonkien kierrätys koettiin vuonna 2009 vaivattommaksi kuin vuonna 1998.

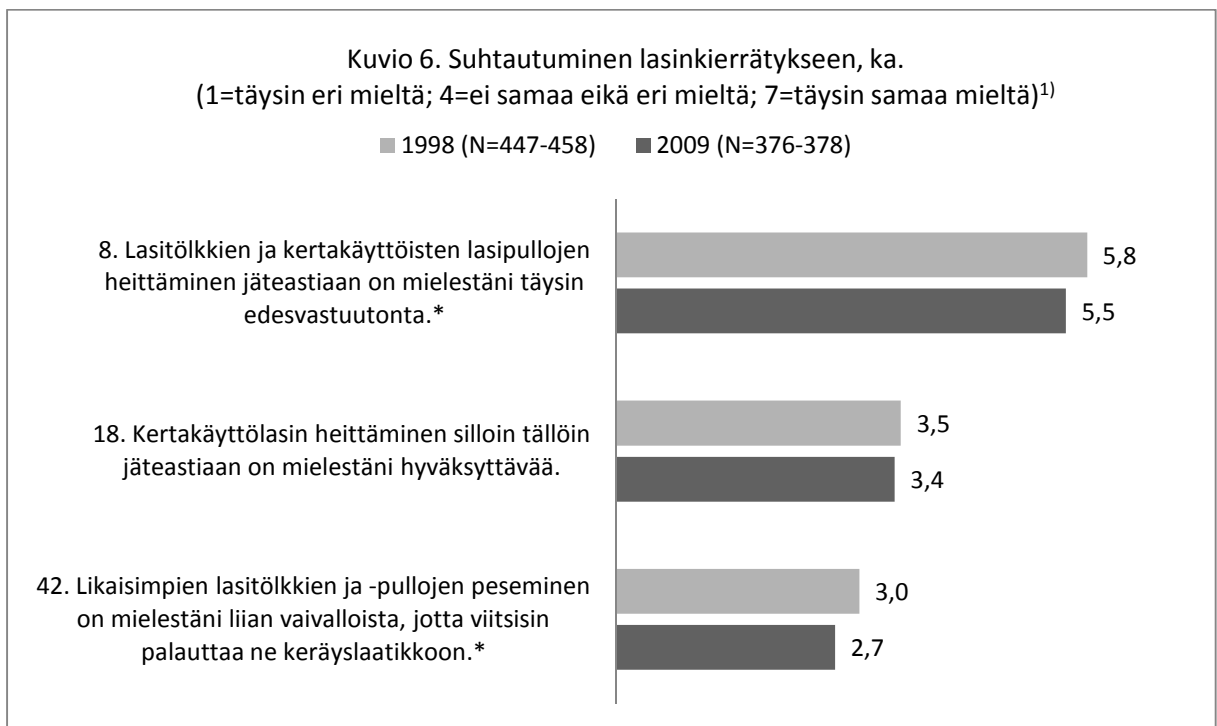


¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.4. Lasia silloin tällöin sekajätteeseen

Kuluttajien suhtautuminen lasinkierrätykseen on jossain määrin ristiriitaista (kuvio 6). Kahdeksan kymmenestä kuluttajasta oli sitä mieltä, että keräyslasin heittäminen jäteastiaan on edesvastuutonta (väittäjä 8). Silti kolmannes vastaajista hyväksyy lasin heittämisen silloin tällöin jäteastiaan (väittäjä 18). Tämä ristiriita toistui sekä vuoden 1998 että 2009 tutkimusaineistoissa. Asiaa voi selittää se, että osa kuluttajista tietää, että monilla kaatopaikoilla säilötään keräyslasia eli kierrätyksmateriaalille ei löydy jatkokäyttöä. Tällöin lasin heittämistä sekajätteeseen ei pidetä vakavana ”ympäristöririkoksena”. Vastaajista 20 prosenttia myönsi, ettei vaivaudu pesemään ja kierrättämään likaisimpia tölkkejä ja pulloja (väittäjä 42).

Naiset suhtautuvat lasinkierrätykseen miehiä myönteisemmin (liite 4). Kriittisimmin keräyslasin poisheittämiseen suhtautuvat yli 50-vuotiaat. Tässä ryhmässä suhtautuminen lasin sekajäteastiaan heittämiseen oli muuttunut ehdottomammaksi viimeisen vuosikymmenen aikana, kun taas suhtautuminen on muissa ryhmissä oli sitä vastoin hieman aikaisempaa sallivampaa (väittäjä 8).

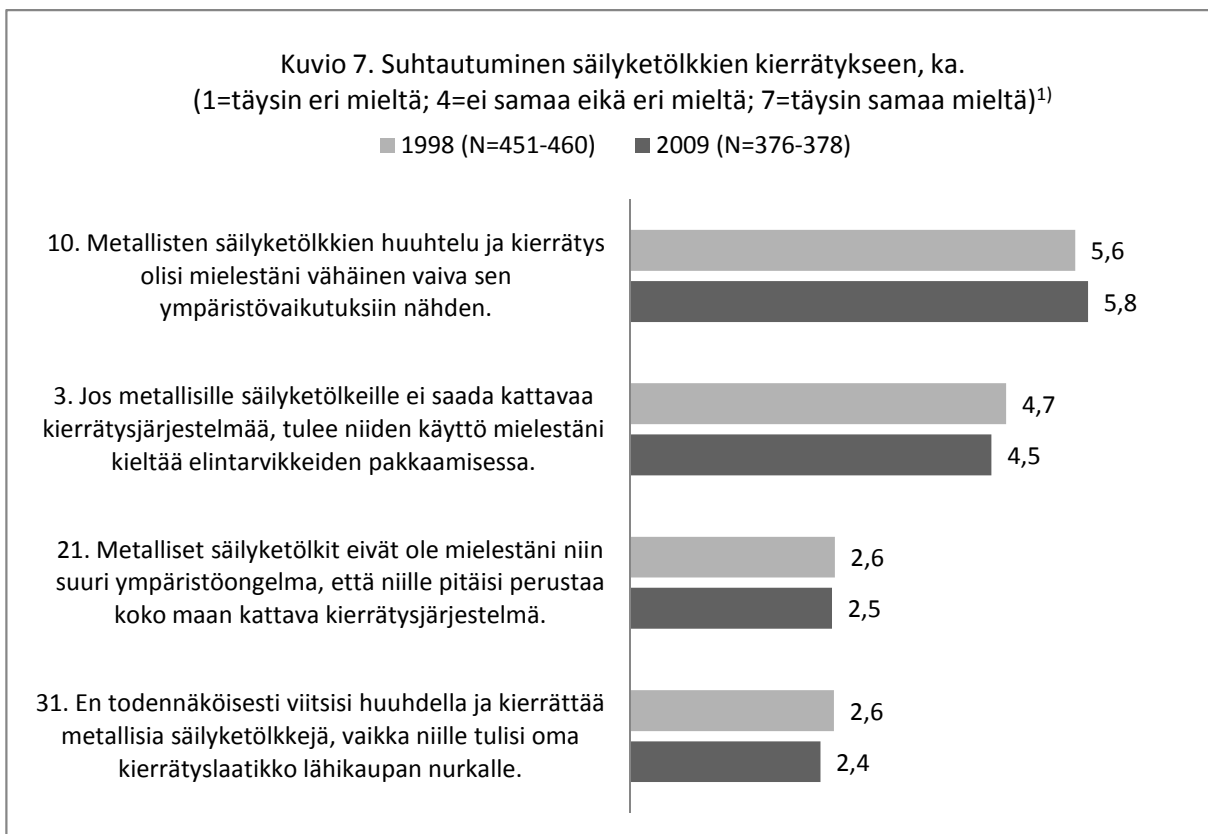


¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.5. Säilyketölkkit halutaan kierrättää

Kuluttajien suhtautuminen metallinkierrätykseen on hyvin samansuuntaista kuin lasinkierrätykseen (kuvio 7). Vastaajista 80 prosenttia koki kierrätyksen vaivattomaksi sen ympäristövaikutuksiin nähden (väittämä 10). Vain 10 prosenttia vastaajista ei kieltäisi metallitölkkien käyttöä elintarvikepakkaamisessa, vaikka niille ei saataisi järjestettyä kattavaa kierrätysjärjestelmää (väittämä 21). Kaksikymmentä prosenttia vastaajista ilmoitti, että ei todennäköisesti viitsisi kierrättää metallisäilyketölkejä, vaikka niille tulisi oma kierrätyslaatikko lähikaupan nurkalle (väittämä 31). Kaikkiaan suhtautuminen metallinkierrätykseen ei ole juurikaan muuttunut viimeisen kymmenen vuoden kuluessa, vaikka niiden kierrätys on kasvanut voimakkaasti.

Naiset ja 50-vuotiaat suhtautuvat metallinkierrätykseen muita myönteisemmin (liite 4). Myös lapsiperheet (30-49 -vuotiaat) kokevat metallinkierrätysmahdollisuuksien lisäämisen tärkeänä.

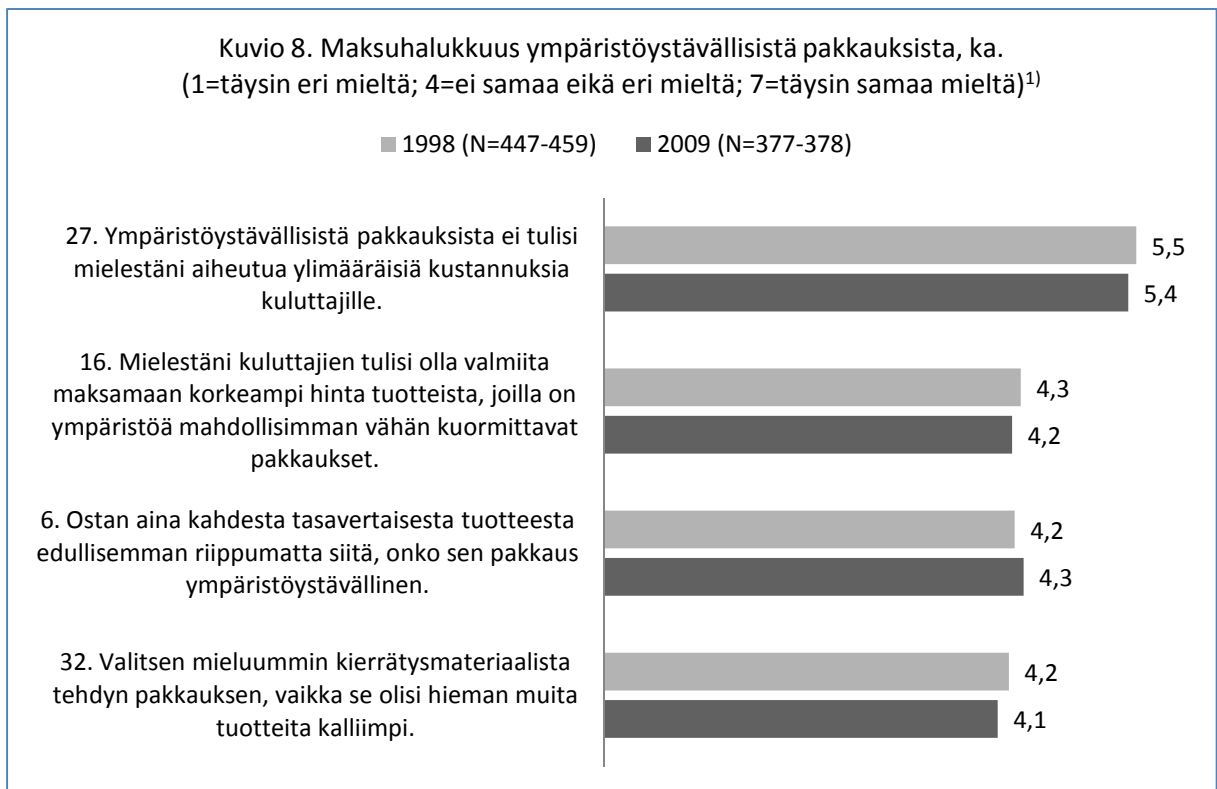


¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.6. Ekopakkausten kustannukset jakavat yhä mielipiteet

Ympäristöystävällisten pakkausten hinta jakaa vahvasti kuluttajien mielipiteitä (kuvio 8). Vastaajat olivat yksimielisiä siinä, että periaatteessa ympäristöystävällisistä pakkauksista aiheutuvia kustannuksia ei tulisi maksattaa kuluttajilla (väittämä 27). Jos ekologinen pakkaus olisi muita pakkauksia kalliimpi, vuonna 2009 neljä kymmenestä vastaajista oli valmis valitsemaan sen (väittämä 32). Vastaavasti neljä kymmenestä kuluttajasta ei ollut valmis maksamaan lisähintaa ympäristöystävällisistä pakkauksista. Vastaukset jakoutuivat samassa suhteessa myös väittämien 6 ja 16 kohdalla.

Naiset ja 50-vuotiaat ovat valmiimpia maksamaan ympäristöystävällisistä pakkauksista korkeampaa hintaa kuin muut (liite 4). Muiden ikäryhmien välillä ei ole eroja maksuhalukkuudessa, joten mielipiteiden vahvaa jakautumista selittävät muut tekijät kuin ikä ja sukupuoli.

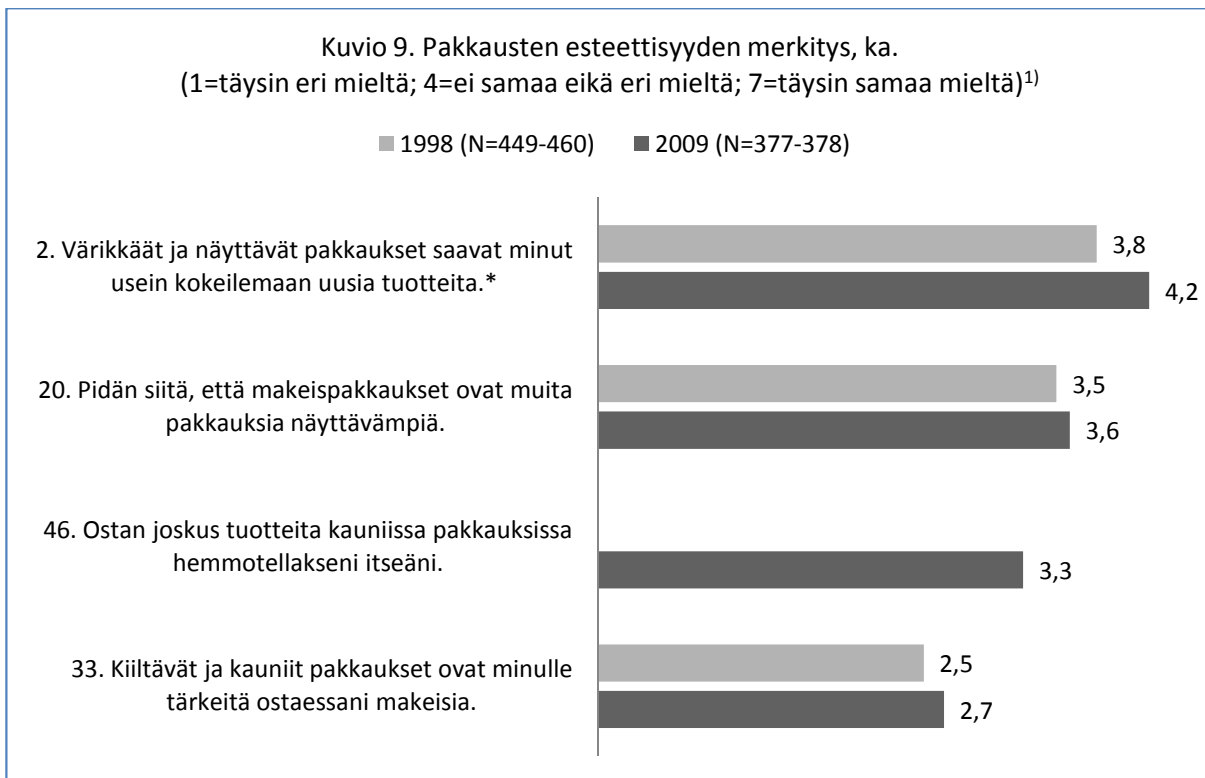


¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.7. Yhä useampi arvostaa pakkauksen esteettisyyttä

Pakkauksen esteettisyyden merkitys on myös kasvanut hieman viimeisen vuosikymmenen aikana (kuvio 9). Puolet vuoden 2009 vastaajista myönsi pakkauksen ulkonäön houkuttelevan usein uusien tuotteiden kokeiluun, kun vuonna 1998 vain 40 prosenttia myönsi pakkausten vaikuttavan ostopäätökseen (väittäjä 2). Kolmannes vuoden 2009 vastaajista myönsi hemmottelevansa itseänsä joskus ostamalla tuotteita kauniissa pakkauksissa (väittäjä 46). Samoin kolmannes vastaajista ilmoitti pitävänsä siitä, että makeiset on pakattu näyttävämmiin kuin muut elintarvikkeet (väittäjä 2). Silti pakkausten kiiltävyydellä ja kauneudella ei myönnetty olevan juurikaan merkitystä (väittäjä 33). Tämä on varsin yleinen tutkimustulos, kun kuluttajilta kysytään suoraan pakkauksen ulkonäön merkityksestä kulutusvalinnoissa (esim. Public Attitudes...2008).

Pakkauksen ulkonäöllä on erityisesti merkitystä naisten ja alle 30-vuotiaiden vastaajien keskuudessa (liite 4). Näissä ryhmissä merkitys oli myös kasvanut eniten viimeisen kymmenen vuoden aikana.

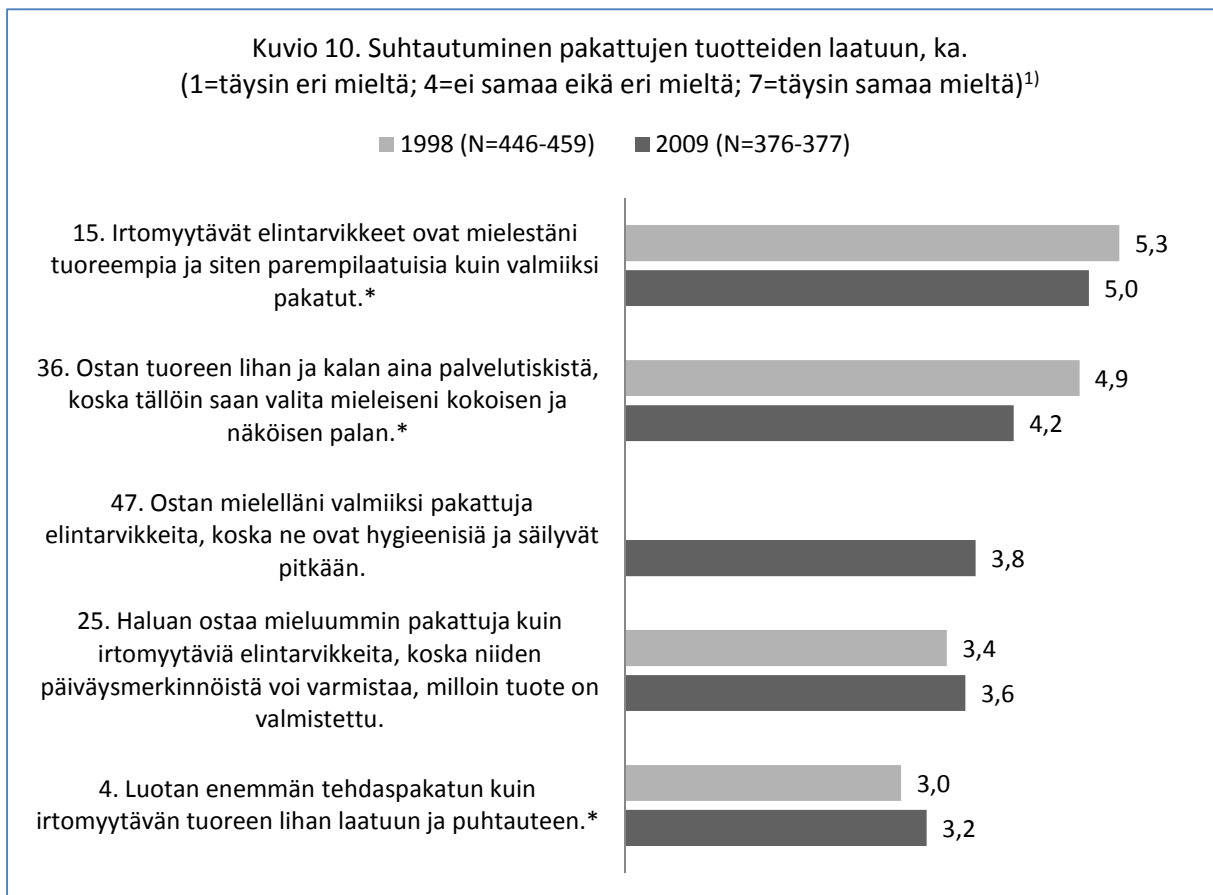


¹⁾Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.8. Pakattujen tuotteiden laatumielikuva parantunut

Kuluttajien mielikuva pakattujen tuotteiden laadusta on muuttunut hieman myönteisemmäksi (kuvio 10). Vuonna 2009 kaksi kolmesta vastaajista piti irtomyytäviä elintarvikkeita parempilaatuisempina kuin pakattuja, 1998 osuuden vastaajista ollessa vielä 70 prosenttia (väittämä 15). Samoin vuonna 2009 vastaajista 23 prosenttia luotti enemmän tehdaspakatun kuin irtomyytävän lihan laatuun, kun vuonna 1998 siihen luotti 17 prosenttia vastaajista (väittämä 4). Myös tuoreen lihan ja kalan pakkaamiseen suhtauduttiin 2009 myönteisemmin: vastaajista 55 prosenttia ilmoitti suosivansa palvelutiskiä, kun osuus oli vuonna 1998 vielä 60 prosenttia (väittämä 36). Vuoden 2009 kyselyssä neljä kymmenestä vastaajasta ilmoitti arvostavansa pakatuissa tuotteissa niiden hygieenisyyttä ja pitkäaikaista säilyvyyttä (väittämä 47).

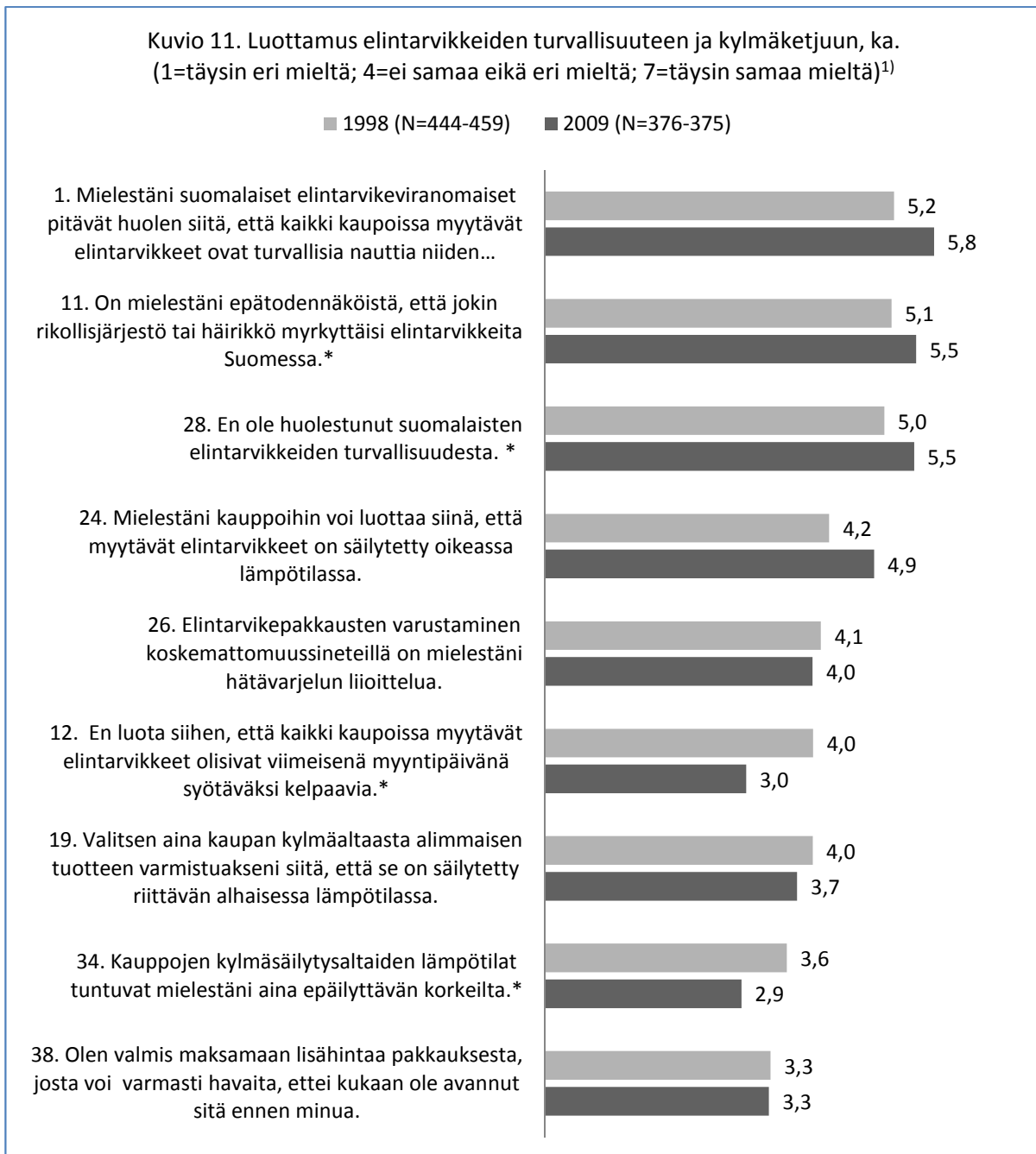
Suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen on muuttunut myönteisemmäksi kaikissa ikäryhmissä (liite 4). Silti yli 50-vuotiaat arvostavat muita enemmän irtomyytäviä tuotteita ja epäilevät yhä pakattujen tuotteiden laatua. Sitä vastoin lukiolaiset arvostavat muita vastaajia enemmän pakattujen tuotteiden hygieenisyyttä ja pitkäaikaista säilyvyyttä.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

4.9. Luottamus ruuan turvallisuuteen kasvanut

Kuluttajilla on varsin vahva luottamus Suomessa myytävien elintarvikkeiden turvallisuuteen (kuvio 11). Vuonna 2009 jopa 84 prosenttia luotti suomalaiseen viranomaisvalvontaan, vuonna 1998 75 prosenttia. Samoin vain noin 15 prosenttia kuluttajista koki todennäköiseksi, että jokin tahon sabotoisi elintarvikkeita Suomessa. Tosin tutkimus toteutettiin ennen keväällä 2009 Ruotsissa tapahtunutta lasinsirukohua¹. Silti neljännes vastaajista oli valmis maksamaan lisähintaa pakkauksesta, josta voi varmistua, ettei kukaan ole avannut sitä aikaisemmin (väittäjä 38).



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$), jakaumat on esitetty liitteessä 3.

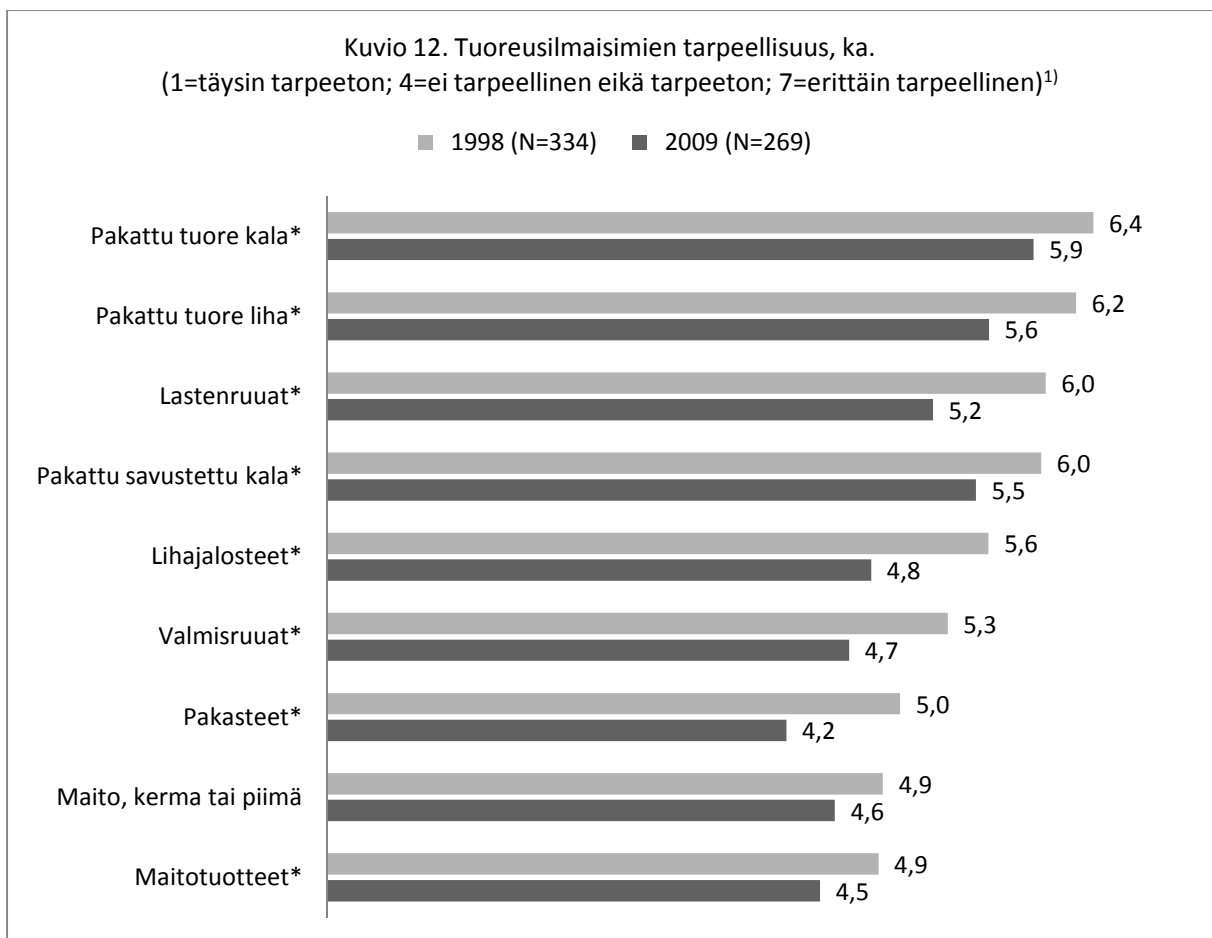
¹ Ruotsissa vedettiin maaliskuussa 2009 myynnistä yli sata tonnia broileria sen jälkeen kun Kronfågel-yhtiön tuotteista oli löytynyt lasinsiruja.

Myös luottamus ruuan laatuun on kasvanut – vuonna 1998 jopa 46 prosenttia oli sitä mieltä, että kaikki kaupoissa myytävät ruoat eivät ole välttämättä syötäväksi kelpaavia (väittäjä 12). Vuonna 2009 enää 28 prosenttia oli samaa mieltä. Kaikkiaan 80 prosenttia vastaajista ilmoitti vuonna 2009, ettei ole huolestunut elintarvikkeiden turvallisuudesta, vuonna 1998 vastaava luku on 70 prosenttia (väittäjä 28). Kauppojen kylmälaitteiden lämpötilaa epäili vuonna 2009 enää vain 13 prosenttia vastaajista, vuonna 1998 osuus oli 23 prosenttia (väittäjä 34).

Naisten ja yli 50-vuotiaiden suhtautuminen ruuan turvallisuuteen ja kylmäketjun pysyvyyteen on muita ryhmiä epäluuloisempaa. Vastaavasti nuoret suhtautuvat ruuan turvallisuuteen muita ryhmiä luottavaisemmin (liite 4).

Lisääntynyt luottamus ruuan turvallisuuteen heijastuu myös vastaajien näkemyksiin aikälämpötilaindikaattorien tarpeellisuudesta elintarvikkepakkauksissa (kuvio 12). Vuonna 1998 tuoreusindikaattoreita pidettiin kautta linjan tarpeellisempina kuin vuonna 2009.

Pilaantuneina terveysriskin aiheuttavat tuotteet kuten kala ja liha sekä lastenruuat koettiin edelleen tärkeimmiksi tuoreusilmaisimien sovelluskohteiksi. Vähiten tarpeellisina ilmaisimet koettiin maidossa ja maitotuotteissa, joiden pilaantuminen on helpoiten aistittavissa.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$).

Vastaajat kommentoivat runsaasti tuoreusilmaisimien tarpeellisuutta sekä vuonna 2009 että 1998. Tarpeellisiksi tuoreusilmaisimet todettiin mm. pienissä lähikaupoissa, joissa myytävien

elintarvikkeiden laatu joskus epäilytti kuluttajia hitaasta tavarankierrosta johtuen. Myös vanhuksille tuoreusilmaisimien todettiin hyödylliseksi, jotta he eivät söisi vanhentuneita ruokia. Tarra olisi myös helpommin havaittavissa ja luettavissa kuin päivämäärämerkintä. Vastaajia myös kiinnosti, voisiko tarralla kertoa siitä, miten tuotteen ravintoarvot ovat muuttuneet tai heikentyneet alkuperäisestä hyllyiän myötä.

Vuoden 2009 aineistosta nousi myös toivomus, että tuotteet, joiden tuoreusilmaisimet ovat jo alkaneet vaihtaa väriä, voitaisiin myydä 30-50 % alennuksella samana päivänä käytettäviksi. Kassapäätte voi esimerkiksi lukea tiedon tarrasta ja myöntää alennuksen. Tarrojen avulla olisi myös mahdollisuus havaita vuotavat pakkaukset, joiden säilyvyys on päivämäärää lyhyempi.

Silti monet vastaajat epäilivät ilmaisimien luotettavuutta. Osa oli edelleen ehdottomasti sitä mieltä, että kuluttajien tehtävänä on arvioida tuotteiden laatu aistinvaraisesti. Osa kuluttajista oli puolestaan sitä mieltä, että tuotteiden laatu on pelkästään kauppiaiden vastuulla.

4.10. Yhteenveto asennemuutoksista

Luvussa esitetyt asennemittarit on koottu taulukkoon 4, jossa on esitetty mittarien keskiarvot vuonna 1998 ja 2009. Mittarin suunta on positiivinen, eli mitä korkeampi keskiarvo, sitä myönteisempi on vastaajan asenne. Näin ollen kielteisten väittämien asteikot on huomioitu käänteisinä keskiarvoja laskettaessa.

Kuten taulukosta käy ilmi, kuluttajien suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen sekä pakattujen tuotteiden laatuun on aikaisempaa myönteisempää (p-arvo <0.05). Samoin pakkauksen esteettisyyden merkitys ja luottamus elintarvikkeiden turvallisuuteen ja kylmäketjuun ovat kasvaneet tutkimusajankohtana. Sen sijaan kierrätysasenteissa tapahtuneet muutokset eivät ole olleet tilastollisesti merkitseviä.

Taulukko 4. Asennemittarien keskiarvot 1998 ja 2009.

Asennemittari (vertailussa käytetty väittämien määrä)	Keskiarvo (vaihteluväli 1-7)		p-arvo (t-testi)
	1998	2009	
Suhtautuminen elintarvikepakkaamiseen (5)	3,3	3,5	0.05
Biojätteiden kierrätys (4)	5,4	5,6	0.08
Nestepakkauskartongin kierrätys (4)	5,6	5,7	0.66
Lasinkierrätys (3)	5,1	5,1	0.73
Säilyketölkkien kierrätys (4)	5,3	5,4	0.61
Maksuhalukkuus ympäristöystävällisistä pakkauksista (4)	3,7	3,6	0.40
Pakkausten esteettisyyden merkitys (3)	3,2	3,5	0.02
Pakattujen vs. irtomyytävien elintarvikkeiden laatu (4)	3,0	3,4	0.00
Luottamus elintarvikkeiden turvallisuuteen ja kylmäketjuun (9)	4,5	4,9	0.00

Vähemmän päällekkäisiä pakkauksia, enemmän kartonkia ja paperia.

– nainen, 35 v

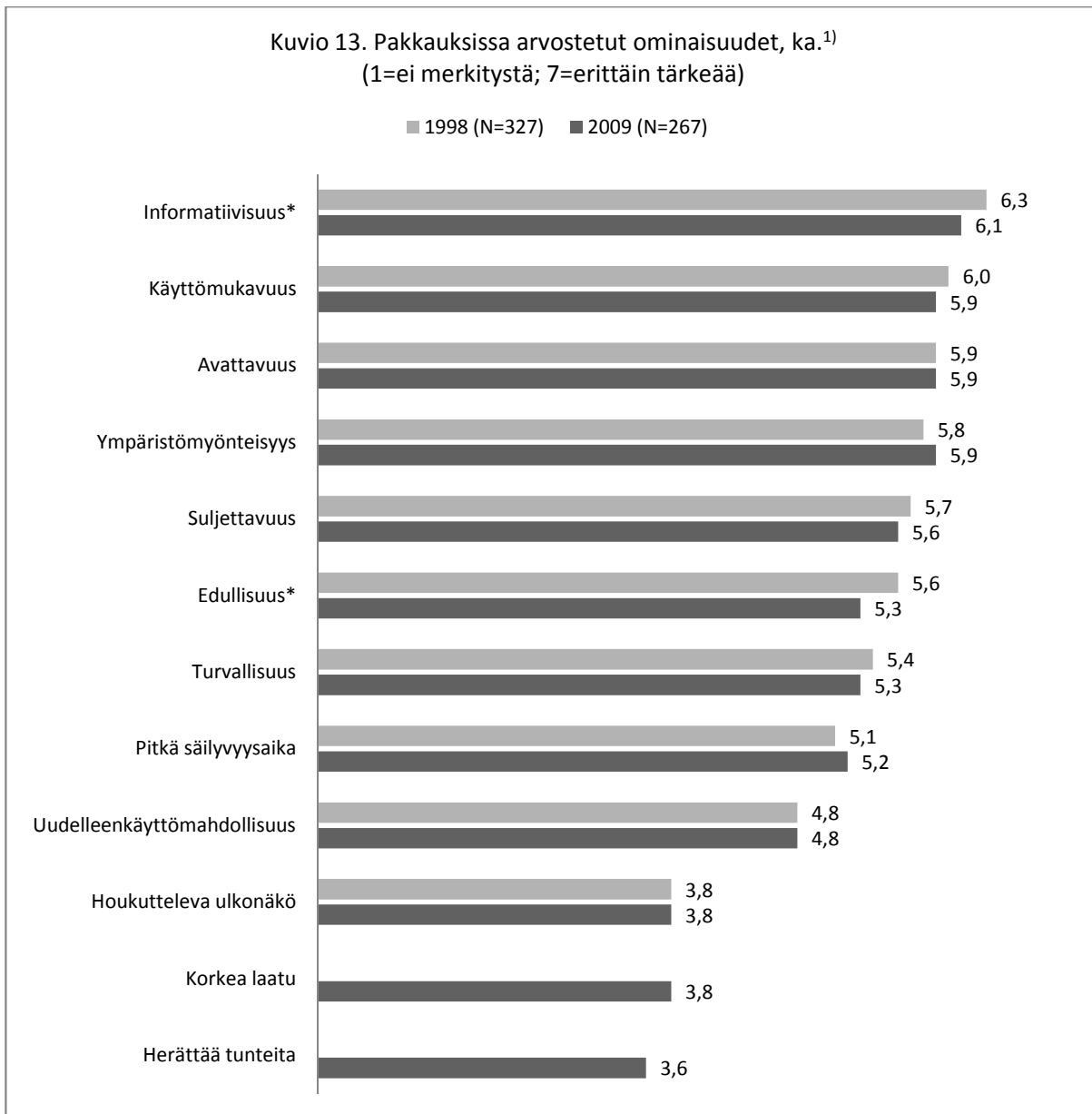
5. Pakkausmieltymykset ja -mielikuvat

Luvussa kuvataan kuluttajien mieltymyksiä pakkauksiin liitettäviin ominaisuuksiin sekä mielikuvia yleisimmistä pakkausmateriaaleista. Pakkausominaisuuksia arvioivat vain aikuisvastaajat, pakkausmateriaalien ominaisuuksien arvioinneissa ovat mukana myös lukiolaisten vastaukset.

5.1. Pakkauksissa arvostetut ominaisuudet

Kuluttajien pakkauksissa eniten arvostamat ominaisuudet olivat vuonna 2009 hyvin samankaltaisia kuin vuonna 1998 (kuvio 13). Ominaisuudet oli kuvattu kyselylomakkeessa (liite 2, kysymys 3a). Pakkauksen **informatiivisuus** on edelleen kuluttajille tärkeintä, joskin se oli menettänyt hieman merkitystään. Internetin tarjoama tuotetieto on vähentänyt pakkauksen merkitystä ainoana tietolähteenä, mikä saattaa osaltaan selittää muutosta. **Käyttömukavuus**, **avattavuus** ja **ympäristömyönteisyys** ovat myös kuluttajille tärkeää, samoin kuin pakkauksen **suljettavuus**. Pakkauksen **hinnan** merkitys on vähentynyt hieman kymmenessä vuodessa. Pakkauksen **ulkonäköön** liittyvät ominaisuudet koetaan vähiten tärkeiksi, joskin vastaajista löytyi myös kuluttajia, joille pakkauksen ulkonäkö on tärkeää.

Naiset antavat arvoa pakkausten informatiivisuudelle ja ympäristömyönteisyydelle enemmän kuin miehet. Yli 50-vuotiaat arvostavat pakkauksen informatiivisuutta, avattavuutta, suljettavuutta ja ympäristömyönteisyyttä muita vastaajia enemmän.



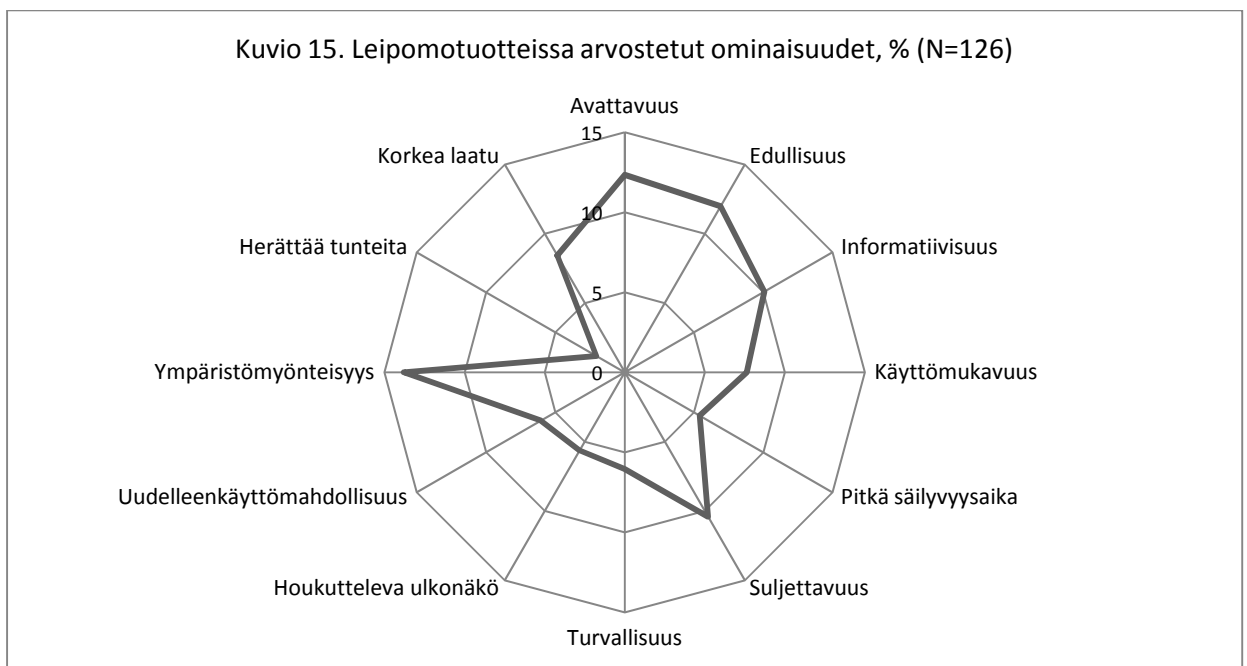
¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$).

Vastaajat arvioivat myös pakkauksiin liitettävien ominaisuuksien merkitystä erikseen mainituissa tuotteissa. Vuonna 2009 nämä tuotteet olivat (1) valmisruoka ja suklaapatukat tai (2) leipomotuotteet ja suklaakonvehdit. Aikuisvastaajat arvioivat näissä tuotepakkauksissa arvostamiaan ominaisuuksia jakamalla 100 pistettä edellä nimettyjen ominaisuuksien kesken.

Valmisruoissa arvostetaan eniten avattavuutta, ympäristömyönteisyyttä, edullisuutta ja informatiivisuutta (kuvio 14). Pakkauksen ulkonäkö on kuluttajille valmisruokapakkauksissa vähiten tärkeää. Vastaajista yli 50-vuotiaat arvostavat etenkin avattavuutta ja turvallisuutta, sen sijaan etenkin perheet (30-49 -vuotiaat) arvostavat valmisruokapakkausten käyttömukavuutta.



Leipomotuotteissa kuluttajat arvostavat erityisesti ympäristömyönteisyyttä, avattavuutta, edullisuutta, informatiivisuutta ja suljettavuutta (kuvio 15). Samaan tapaan kuin valmisruoissa, houkuttelevalla ulkonäöllä ei koeta olevan merkitystä. Alle 50-vuotiaat vastaajat antavat enemmän arvoa pakkauksen houkuttelevalle ulkonäölle kuin yli 50-vuotiaat, jotka puolestaan arvostavat pakkauksen turvallisuutta.



Suklaapatukoissa pakkausten tärkeimmäksi ominaisuudeksi nimettiin houkutteleva ulkonäkö, korkea laatu, pakkauksen avattavuus ja edullisuus (kuvio 16). Myös pakkauksen ympäristömyönteisyys koetaan tärkeänä. Suklaapatukoiden avattavuus korostuu yli 50-vuotiaiden ryhmässä, kun taas houkuttelevaa ulkonäköä arvostetaan sekä alle 30-vuotiaiden että 30-49-vuotiaiden ikäryhmissä.



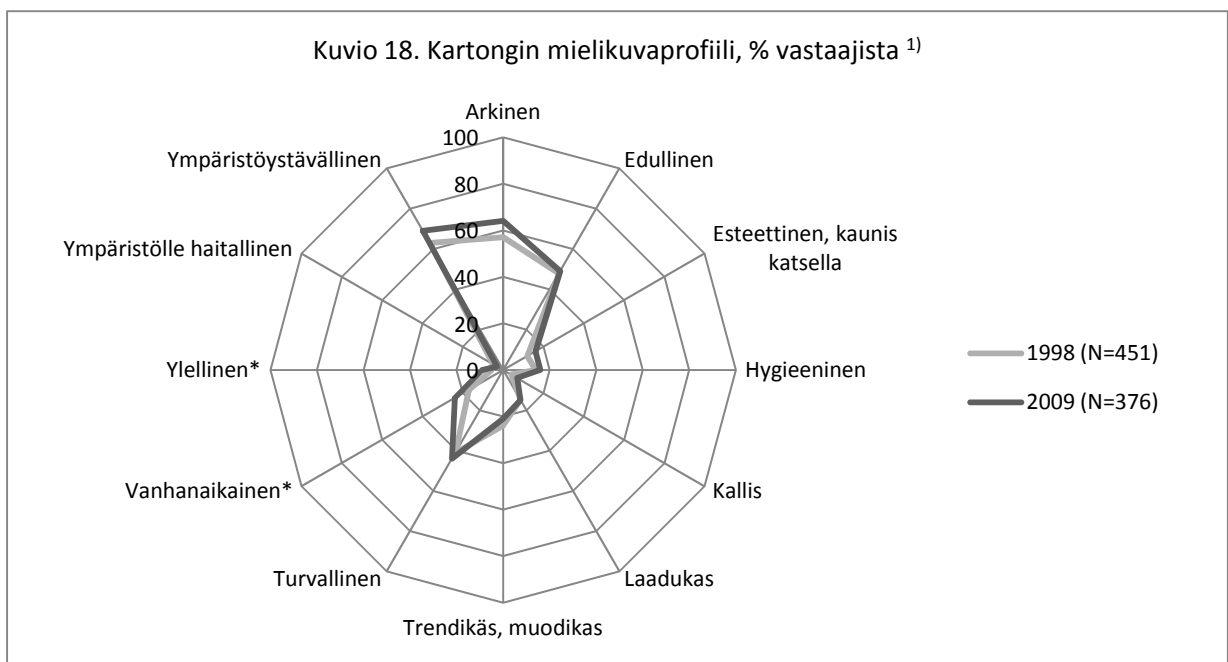
Suklaakonvehtipakkauksissa kuluttajat arvostavat houkuttelevaa ulkonäköä, avattavuutta, korkeaa laatua ja ympäristömyönteisyyttä (kuvio 17). Erityisesti rasioiden houkuttelevaa ulkonäköä arvostetaan sekä alle 30-vuotiaiden että 30-49-vuotiaiden ikäryhmissä.



5.2. Pakkausmateriaaleihin liitetyt mielikuvat

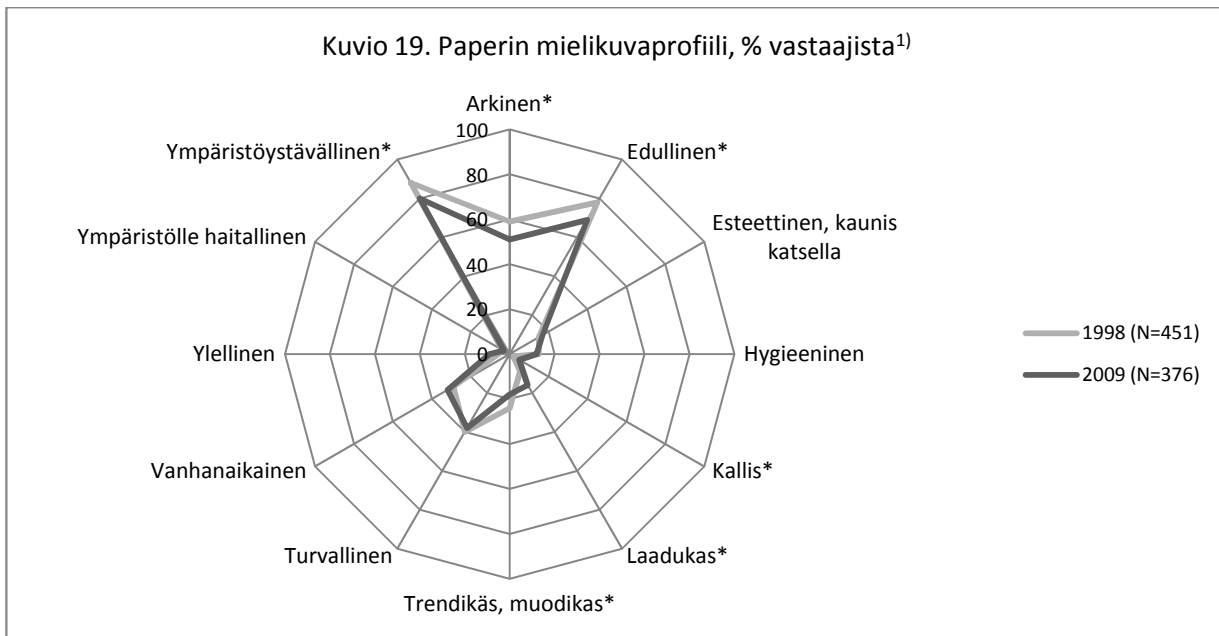
5.2.1. Ympäristöystävälliset kartonki ja paperi

Kuluttajat mieltävät kartongin ympäristöystävällisenä ja turvallisena materiaalina (kuvio 18). Vastaajista jopa 69 prosenttia nimesi sen ympäristöystävälliseksi ja 44 prosenttia turvallisiksi materiaaliksi vuonna 2009. Toisaalta kartonki mielletään myös varsin arkiseksi ja edulliseksi. Vuonna 2009 kuluttajat kokivat kartongin hieman ylellisempänä ja vastaavasti vähemmän vanhanaikaisena kuin vuonna 1998. Kaikkiaan kartongilla on varsin myönteinen imago kuluttajien keskuudessa. Nuoret ja alle 30-vuotiaat aikuiset pitävät kartonkia arkisempänä, vanhanaikaisempänä ja vastaavasti vähemmän trendikkäämpänä materiaalina kuin muut vastaajat.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen prosenttien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

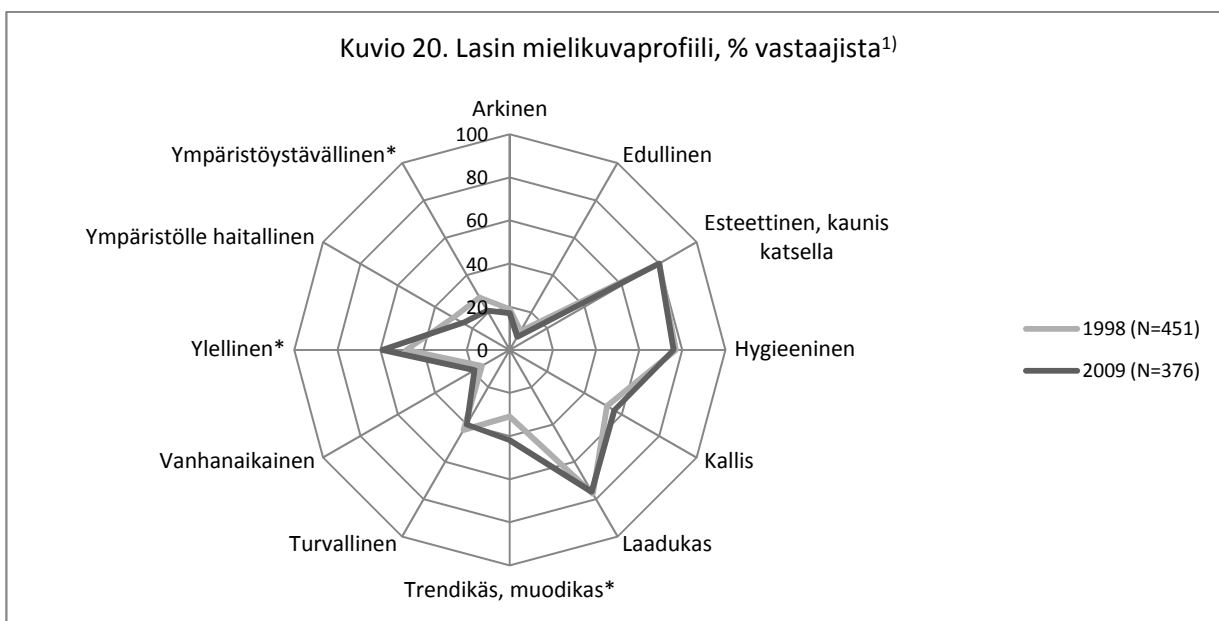
Paperi koetaan kartongin lailla ympäristöystävällisenä, arkisena, turvallisena ja edullisena materiaalina (kuvio 19). Tosin mielikuva paperin arkisuudesta, edullisuudesta ja ympäristöystävällisyydestä oli hieman heikentynyt vuodesta 1998. Toisaalta muutos on varsin pieni ja voi heijastaa paperin korvautumista muovilla pakkaamisessa, jolloin paperikääreitä tavataan yhä harvemmissa tuotteissa. Paperipakkaus viestii aiempaa enemmän laatua ja kalleutta, esimerkkinä voidaan mainita paperipusseihin pakatut leipomotuotteet. Samoin kuin kartongin kohdalla, alle 30-vuotiaat vastaajat kokevat paperin arkisemmaksi ja vähemmän trendikkääksi materiaaliksi kuin muu vastaajien joukko.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen prosenttien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

5.2.2. Esteettinen lasi

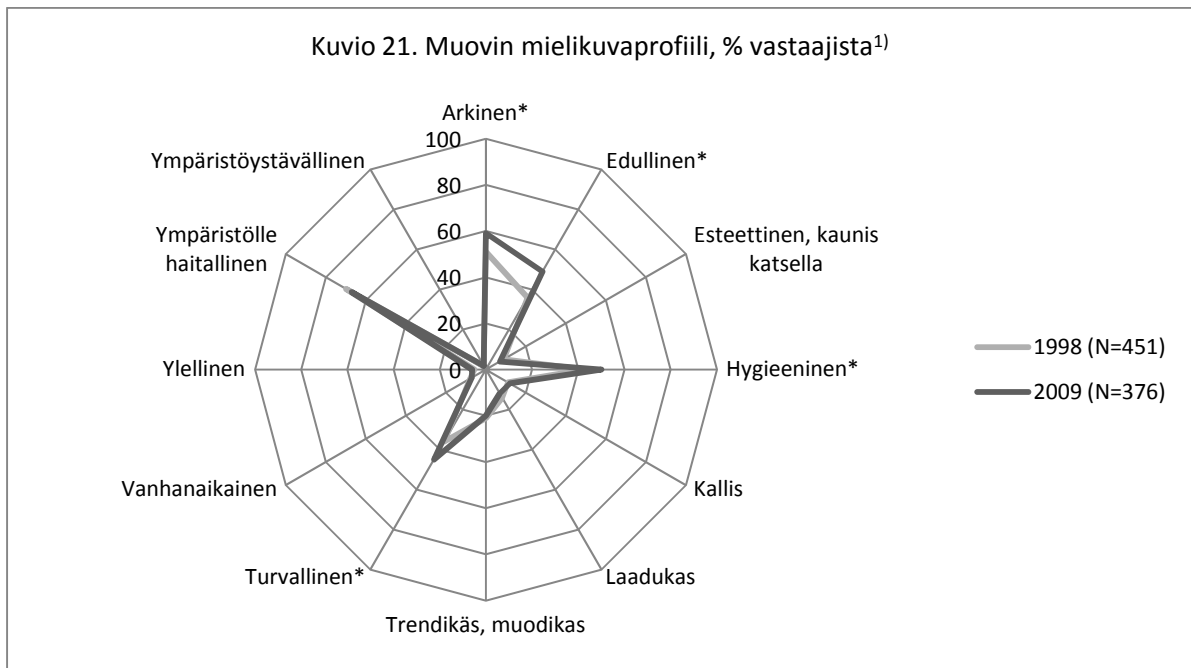
Kuluttajien mielikuva lasista on varsin poikkeuksellinen muihin pakkausmateriaaleihin nähden (kuvio 20). Lasia pidetään esteettisenä, hygieenisenä, laadukkaana ja ylellisenä pakkausmateriaalina. Lasia pidetään myös turvallisena ja kalliina. Lasin ympäristöimago on kahtiajakautunut, osa kuluttajista pitää sitä ympäristöystävällisenä, osa ympäristölle haitallisena materiaalina. Kuluttajien mielikuva lasin ympäristöystävällisyydestä on hieman heikentynyt. Vuonna 1998 kuluttajista 28 prosenttia piti lasia ympäristöystävällisenä, vuonna 2009 enää 21 prosenttia. Alle 30-vuotiaat ja naiset pitävät lasia esteettisempänä ja trendikkäämpänä materiaalina kuin muut vastaajat. Erityisesti ikääntyneemmät vastaajat mieltävät lasin hygieeniseksi materiaaliksi.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen prosenttien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

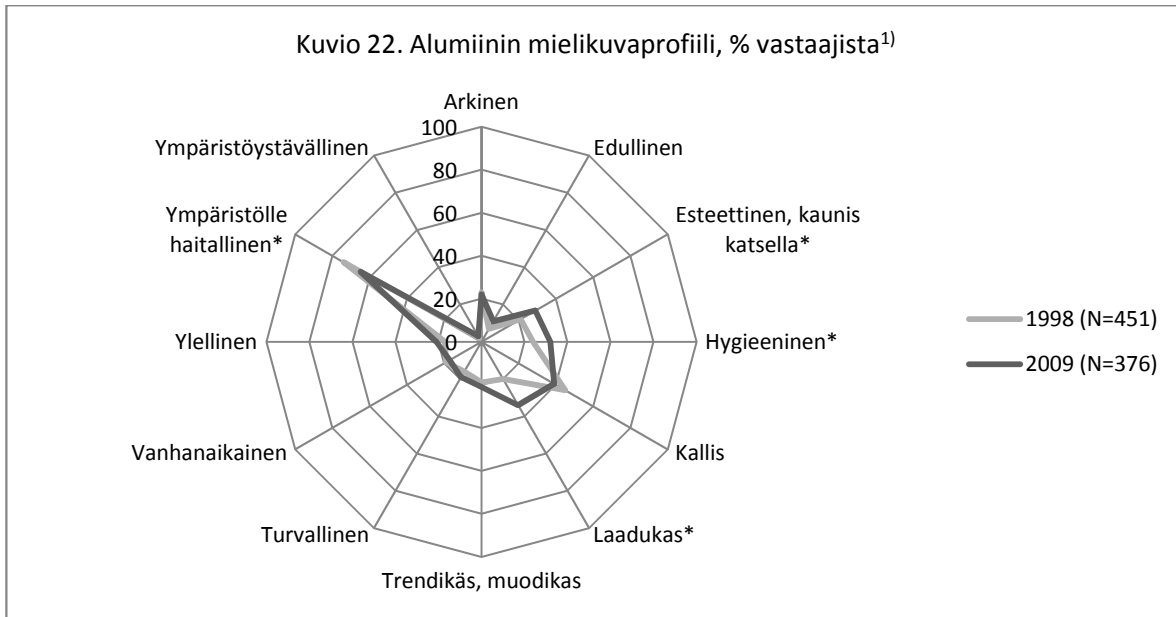
5.2.3. Ympäristölle haitalliset muovi, alumiini ja tinapelti

Muovin imago poikkeaa myös oleellisesti kartongista ja paperista (kuvio 21). Arkisuus, edullisuus, hygieenisuus ja turvallisuus leimaavat kuluttajien mielestä muovia. Erityisesti mielikuva muovin edullisuudesta ja arkisuudesta on vahvistunut viimeisen kymmenen vuoden aikana. Toisaalta kuluttajien mielikuva muovin ympäristöystävällisyydestä on varsin epäedullinen: noin 70 prosenttia vastaajista pitää muovia edelleen ympäristölle haitallisena materiaalina. Vastaajista erityisesti alle 30-vuotiaat pitävät muovia arkisena ja ympäristölle haitallisena materiaalina.



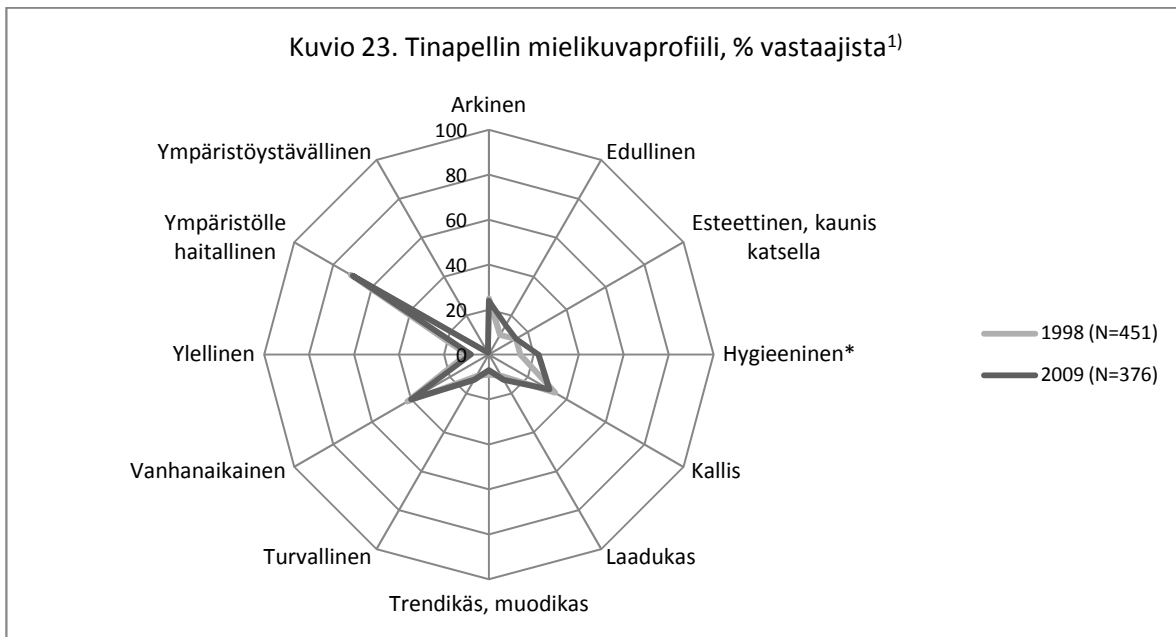
¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen prosenttien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

Alumiinin profiilia leimaavat ympäristölle haitallisuus ja kalleus (kuvio 22). Toisaalta enää 65 prosenttia piti sitä ympäristölle haitallisena, kun vuonna 1998 kuluttajista 74 prosenttia oli vielä tätä mieltä. Yhä useampi kuluttaja mieltää tänä päivänä alumiinin esteettiseksi, laadukkaaksi ja hygieeniseksi materiaaliksi. Nuoret ja miehet pitävät alumiinia ympäristölle ystävällisempänä kuin muut vastaajat. Samoin nuoret pitävät alumiinia esteettisenä, laadukkaana ja turvallisena materiaalina.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen prosenttien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

Säilyketölkkimateriaalina käytettävä tinapelti mielletään ympäristölle haitalliseksi ja vanhanaikaiseksi materiaaliksi (kuvio 23). Tinapeltiä pidetään myös kalliina ja arkisena. Vastaajista 19-29-vuotiaiden ikäryhmässä tinapeltiä pidetään arkisempänä ja edullisempänä pakkausmateriaalina kuin muissa ikäryhmissä.



¹⁾ Tähdellä (*) merkittyjen prosenttien ero on tilastollisesti merkitsevä (Khiin neliö -testi, $p < 0.05$).

5.3. Pakkauskokemukset

Kuluttajilla oli mahdollisuus antaa tutkimuksen päätteeksi pakkauksiin liittyvää kirjallista palautetta. Vuonna 2009 kerätty kuluttajapalaute on esitetty kokonaisuudessaan liitteessä 5.

Eniten kuluttajapalautetta tutkimuksessa kertyi pakkausten kehnosta **avattavuudesta** ja **suljettavuudesta**. Moitteita saivat mm. kartonkiset litran jäätelöpakkaukset, liian tiukkaan liimatut jauho- ja sokeripussit, kovamuoviset kuplapakkaukset, CD-kotelot, mikroaterioiden repäisykannet, pastilliaskit ja karkkipussit, lasipurkit ja säilyketölkit, puurohiutale- ja riisipakkaukset.

Pakkausten **toimivuus** poiki myös useita kommentteja. Hyviksi mainittiin sellaiset pakkaukset, jotka ovat kauniisti muotoiltuja, eivät hajoa tai vuoda kauppakasseissa ja sopivat kodin säilytystiloihin. Pakkauksesta tulee olla myös siistiä kaataa ja tuote pitää saada käyttöön viimeistä pisaraa myöten. Jotkut kuluttajat arvostivat myös pakkausten **uudelleenkäytettävyyttä** esimerkiksi eväsrasioina tai juomapulloina. Parhaiksi esimerkeiksi katsottiin soikeat salaattirasiat (einessalaattirasiat) ja jogurttijuomapuollot. Toimivuudesta saivat myös moitteita erityisesti vakuumpakatut leikkeleet, joissa pakkaus ei sulkeudu ja tuotetta on vaikea saada irti toisistaan.

Ylipakkaaminen oli yksi vahvana kuluttajapalautteesta noussut teema. Moninkertainen pakkaaminen, mm. kekseissä ja jogurttien monipakkausissa sekä vihannesten pakkaamisessa muovirasioihin herättää kuluttajissa ärsytystä. Samoin kuluttajia harmittivat ylisuuret pakkaukset sisältönsä nähden, kuten esimerkiksi aamiaismuroissa. Pakkausmateriaaleista toivottiin suosittavan kuitupohjaisia materiaaleja ja perinteinen muovi toivottiin korvattavan biohajoavalla vaihtoehdolla.

Ekologisuus oli toinen teemoista, josta kuluttajat antoivat runsaasti palautetta. Pakkauksiin toivottiin nykyistä selkeämpiä kierrätysohjeita, jotta kuluttajat tietäisivät, pitääkö esimerkiksi muoviosat irrottaa kartongista. Kierrätyspisteitä toivottiin enemmän. Jätteiden lajittelua toivottiin helpotettavan esim. monimateriaalikeräyksellä, joka lajiteltaisiin jätteidenkäsittelylaitoksessa. Kuluttajat kritisoiivat myös liian suuria pakkauskokoja, jotka johtavat ruuan hävikkiin. Kuluttajat myös totesivat, että isompi pakkauskoko ei välttämättä ole kilohinnaltaankaan enää ratkaisevasti edullisin vaihtoehto, jos osa ruuasta pilaantuu ja ei tule hyödynnettyä.

Parasta pakkaussuunnittelua on edelleen vanha kunnan maitotölkki: helppo avata ja sulkea, helppo säilyttää jääkaapissa, helppo kierrättää: helppo huuhdella, painella kokoon ja sisäkkäin ja helppo lajitella.

– nainen, 24 v

6. Yhteenveto ja johtopäätökset

Tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien pakkausasenteita ja –mieltymyksiä sekä niissä tapahtuneita muutoksia kymmenen vuoden ajanjaksolla. Tutkimuksella haluttiin erityisesti selvittää kuluttajien asenteita ja mieltymyksiä pakkausten teknisiin ominaisuuksiin, kuten pakkausmateriaaleihin, erilaisiin pakkausratkaisuihin sekä pakkausten toimivuuteen. Tutkimusaineisto koostui vuonna 1998 (N=460) ja 2009 (N=378) kerätyistä kyselyaineistoista. Aineistot kerättiin harkinnanvaraisella otannalla, jossa olivat edustettuina eri-ikäiset ja elämänvaiheessa olevat kuluttajat. Vastajat koostuivat lukiolaisista, opiskelijoista, lapsiperheistä ja yli 50-vuotiaista yksin- tai kaksineläjistä.

Suhtautuminen pakkaamiseen hienoisesti myönteisempää

Tutkimuksen perusteella kuluttajien suhtautuminen pakkaamiseen ja pakattujen tuotteiden laatuun on kääntynyt myönteisempään suuntaan. Naiset ovat edelleen suhtautumisessaan pakkaamiseen miehiä kriittisempiä, samoin kuin yli 50-vuotiaat. Sitä vastoin nuoret suhtautuvat ruuan turvallisuuden luottavaisesti ja arvostavat pakkauksen tuotteille tarjoamaa hygieenisyyttä ja säilyvyyttä. Kuluttajien kierrätysasenteissa ei ollut tapahtunut tutkimusajankohtana merkittäviä muutoksia, vaikka pakkausmateriaaleja kierrätetään selvästi ahkerammin kuin kymmenen vuotta sitten. Tätä selittävät sekä parantuneet kierrätysmahdollisuudet että jo kymmenen vuotta sitten myönteiset kierrätysasenteet. Erityisesti naiset ja yli 50-vuotiaat kokevat kierrätyksen tärkeäksi ja vaikuttavuudeltaan merkittäväksi.

Tuoreusindikaattorit tervetulleita liha- ja kalatuotteisiin

Vuonna 2009 Suomessa virisi kaksi laajaa ruuan laatuun liittyvää keskustelua. Ensimmäisen, ruuan sabotointiin liittyneen keskustelun käynnisti Ruotsissa 2009 maaliskuussa tapahtunut massiivinen broilerituotteiden takaisin veto. Kronfågel veti myynnistä yli sata tonnia broileria sen jälkeen kun yhtiön tuotteista oli löytynyt lasinsiruja. Lasinsiruja löytyi myös Suomesta, mutta eri valmistajan tuotteista. Toisen laatu keskustelun käynnisti elokuussa Helsingin Sanomissa nimettömänä julkaistu lukijanpalstakirjoitus. Kirjoituksessa myymälähenkilökunnan edustaja moitti elintarvikemyymälöiden palvelumyynnissä olevan lihan ja kalan laatua.

Vuonna 2009 tutkimusaineiston keruu tapahtui helmi-maaliskuussa, ennen kumpaakaan edellä kuvattua laatu keskustelua, jotka olisivat saattaneet vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Tulosten mukaan kuluttajien luottamus ruuan turvallisuuteen ja kylmäketjun pysyvyyteen on parantunut viimeisen vuosikymmenen aikana. Elintarvikepakkauksiin liitettäviin tuoreusindikaattoreihin kuluttajat suhtautuvat edelleen myönteisesti, varsinkin tuoreen lihan ja kalan pakkauksissa. Tosin parantunut luottamus kylmäketjuun on saanut kuluttajat kokemaan tuoreusilmaisimet vähemmän tarpeellisiksi kuin kymmenen vuotta sitten. Kuluttajien luottamuksen parantumista selittänevät

yriytysten parantuneet omavalvontajärjestelmät ja suomalaisen elintarvikeketjun laatuysteistyö, joita on myös käsitelty runsaasti julkisuudessa.

Pakkausten esteettisyyden arvostus on lisääntynyt hieman tutkimusajankohtana. Naiset ja alle 30-vuotiaat antavat eniten arvoa pakkausten ulkonäölle. Sen sijaan ympäristöystävälliset pakkausvaihtoehdot ja niistä kuluttajille aiheutuvat kustannukset jakavat edelleen vahvasti kuluttajien mielipiteitä. Tässä ei ole tapahtunut muutosta tutkimusajankohtana, joskin naiset ovat hieman miehiä auliimpia jakamaan ympäristöystävällisistä pakkauksista aiheutuvia kustannuksia.

Ekologisuutta ei pidä lisätä toimivuuden kustannuksella

Kuluttajat arvostavat pakkauksissa niiden tarjoamaa tuotetietoa. Moni kuluttaja ei voisi ostaa tuotetta ilman pakkausselosteita esimerkiksi allergian tai erityisruokavalion vuoksi. Siksi tuoteinformaatio tulee olla näkyvää ja helposti löydettävissä. Etenkin ikääntyville kuluttajille pakkaustekstien ja päiväysmerkintöjen lukeminen tuottaa vaikeuksia. Kuluttajat arvostavat myös pakkausten toimivuutta eli käyttömukavuutta, helppoa avattavuutta ja uudelleensuljettavuutta. Näitä ominaisuuksia arvostetaan etenkin yli 50-vuotiaiden ikäryhmässä.

Pakkauksissa arvostettavia ominaisuuksia määrää pitkälti tuotteen käyttö. Valmisruokapakkauksissa, jotka käytetään usein kerralla, korostuvat pakkauksen avattavuus, edullisuus, informatiivisuus ja ympäristöystävällisyys. Leipomotuotteissa korostuu pakkauksen suljettavuus, koska tuotetta säilytetään tavallisesti pakkauksessaan. Herkuttelutuotteissa, kuten suklaapatukat ja suklaakonvehdit, korostuvat erityisesti pakkauksen ulkonäkö ja korkea laatu. Jokaiselle tuotteelle on oleellista suunnitella oma tarkoituksenmukainen pakkauksensa, jossa korostuvat tuotteen käytön edellyttämät ominaisuudet.

Pakkausten toimivuudella on tulevaisuudessa yhä merkittävämpi rooli ikääntyneiden kotona selviämässä. Väestömme ikääntyminen ja vanhustenhoidon laitostumisen vähentäminen on yksi yhteiskuntamme suurimpia haasteita. Pakkauksen ympäristömyönteisyys on myös kuluttajille tärkeää, mutta pakkausten toimivuudesta ei kuitenkaan tulisi tinkiä sen hyväksi. Lisäksi ympäristömyönteisistä pakkauksista aiheutuvat kustannukset jakavat vahvasti kuluttajien mielipiteet. Osa kuluttajista on valmis maksamaan korkeampaa hintaa esimerkiksi biohajoaviin pakkauksiin pakatusta tuotteesta, osa taas suhtautuu siihen ehdottoman kielteisesti. Biohajoavia materiaaleja tulisikin suunnata tulevaisuudessa sellaisiin tuotteisiin, jotka käytetään kotien ulkopuolella (esim. lounasannokset, on the go –ruoka), koska näiden pakkausjakeiden materiaalinkierrätystä on hankala järjestää. Tämän segmentin voidaan olettaa kasvavan voimakkaasti. Materiaalina kierrätettävät tai pantilliset palautuspakkaukset sopivat edelleen koti- tai suurtalouksissa tapahtuvaan ruuanlaittoon ja ruokailuun, joskin säilytystilat ovat monessa kotitaloudessa rajalliset. Harvassa keittiössä löytyy riittävästi säilytystilaa erilaisille kierrätysjakeille ja tyhjille pakkauksille, joita voisi säästää ja käyttää uudelleen esimerkiksi pakastukseen tai säilöntään. Kuluttajien näkökulmasta kierrätysjakeiden määrää tulisi tulevaisuudessa vähentää ja jaottelun tulisi tapahtua vasta jätteidenkäsittelylaitoksessa.

Pakkausmateriaali profiloituu tuotteen

Pakkausmateriaalilla on vahva vaikutus tuotemielikuvaan. Kuitupohjaisella kartongilla ja paperilla on poikkeuksellisen vahva ympäristöimago Suomessa. On hyvä muistaa, että tämä ei päde välttämättä muissa maissa, edes Euroopassa. Pakkausmateriaalina lasi liitetään erityisesti kalliisiin ja laadukkaisiin

tuotteisiin, muovilla on taas hyvin arkipäiväinen ja edullinen imago. Alumiini mielletään lasin jälkeen seuraavaksi esteettisemmäksi ja laadukkaimmaksi materiaaliksi, tinapeltiä pidetään puolestaan vanhanaikaisena. Lasin ympäristöimago on kahtiajakautunut, osa kuluttajista pitää sitä ekologisena, osa ei. Muovi, alumiini ja tinapelti mielletään epäekologisiksi materiaaleiksi. Tosin alumiinin ympäristöimago on hieman parantunut, johtuen ilmeisesti tölkkien yleistymisestä juomapakkauksina. Alumiinitölkkiä lisävero puolittui vuonna 2005 ja poistui kokonaan vuonna 2008, mikä on lisännyt niiden suosiota juomapakkauksina. Alumiinitölkkiä palautusaste on noin 90 %, mikä on kansainvälistä huippuluokkaa. Lasi- ja muovipullojen palautusaste on 98 %, mikä edustaa myös Euroopan kärkeä. Panttijärjestelmään alumiinitölkkiä liitettiin Suomessa vuonna 1996.

Pakkaus herättää tunteita

Tutkimuksen kuluttajapalautteen perusteella pakkaus voi herättää sekä ärtymystä että mielihyvää. Eniten kuluttajia ärsyttää pakkauksissa huono avattavuus ja suljettavuus, joka poiki miltei puolet tutkimuksessa saadusta palautteesta. Huono avaamiskokemus saa kuluttajat ärtymään ja luo negatiivista lisäarvoa tuotteelle. Valmisruoka-annokset, jotka usein lämmitetään ja nautitaan kiireessä, pitää saada auki ilman teräaseita. Valmisruokien huonosti aukeavat pakkaukset aiheuttavat palovammoja ja roiskeita vaatteisiin, mikä erityisesti kiusaa kuluttajia. Tällöin pakkaus ei helpota tuotteen käyttöä vaan päinvastoin hankaloittaa sitä. Moni kuluttaja voi jättää tuotteen (ja myös muut saman tuotesarjan tuotteet) jatkossa ostamatta pelkästään surkeasti toimivan pakkauksen vuoksi. Monta kate-euroa saattaa jäädä saamatta huonojen pakkauksien takia.

Kuluttajien on vaikea hahmottaa nykyajan tavaralogistiikkaa. Siksi moninkertaisiin pakkauksiin pakatut keksit ja kotelopakkausissaan tiivistyneet aamiaishiutaleet tai -murot vahvistavat kuluttajien illuusiota massiivisesta ylipakkaamisesta. Pakkausmateriaalin vähentäminen ja korvaaminen ekologisemmilla vaihtoehdoilla oli monen kuluttajan toiveissa. Osittain tämä onkin mahdollista, mutta ei kaikissa tapauksissa. Miten viestiä kuluttajille, että tietyt tuotteet vaativat suojaominaisuuksiltaan vahvempia pakkauksimateriaaleja, jotta saapuisivat ehjinä perille? Tämän päivän kuluttaja on korkeasti koulutettu ja kiinnostunut elinympäristöstään. Kiinnostavasti kerrottuna tarinana asian voisi sisällyttää jopa alakoulujen opetusohjelmaan, jossa jo nyt käsitellään kulutuksen ympäristövaikutuksia.

Toisaalta kuluttajat osaavat myös nauttia pakkauksista. Tulosten mukaan pakkaus houkuttelee yhä useammin kuluttajaa heräteostoihin ja hemmottelemaan itseään. Suomessa luksuspakattuja tuotteita, etenkin elintarvikkeita, näkee vielä harvassa. Suklaamakeiset ja alkoholijuomat ovat tässä poikkeus. Näyttävä pakkaus asemoi tuotteen ja sen käyttötarkoituksen uudelleen, tuotteiden laatuominaisuuksiltaan monet suomalaiset elintarvikkeet täyttävät usein jo lahjatavaran kriteerit. Keskittynyt kauppa, suuryksiköt ja standardivalikoimat luovat vastavuoroisesti kysyntää paikallisille erikois- ja sesonkituotteille. Modernit pakkauksimateriaalit ja –teknologiat luovat edellytyksiä pienten ja yksilöllisten pakkaussarjojen valmistukseen. Kuluttajat tuntevat olevan valmiita ostamaan näitä tuotteita, jos niitä saadaan markkinoille.

Lähdeluettelo

Consumer Attitudes to Packaging survey. 1997. Incpen – Industry Council for Packaging and the Environment. London. <http://www.incpen.org/pages/data/Consumerattitudestopackagingsurvey.pdf>

Ekokem. 2010. Suullinen tiedonanto.

Hair J. F., Black W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2010. Multivariate Data Analysis. A Global Perspective (7nd ed.). Pearson Prentice Hall. Upper Saddle River, New Jersey. 800 p.

Järvelä, K. 2004. Yksinkertaista ja toimivaa - Kuluttajan näkemyksiä päivittäistavarapakkauksista. Pakkausteknologia – PTR:n raportti 52. 117 s.

Järvi-Kääriäinen, T. & Ollila, M. (toim.) 2007. Toimiva pakkaus. Pakkausteknologia – PTR ry. Helsinki. 313 s.

Lea, E. & Worsley, A. 2008. Australian Consumers' Food-related Environmental Beliefs and Behaviours. *Appetite* 50, 207-214.

Mikkola, V., Lähteenmäki, L., Hurme, E., Heiniö, R-L, Järvi-Kääriäinen, T. & Ahvenainen, R. 1997. Consumer attitudes towards oxygen absorbers in food packages. VTT Research Notes: 1858. VTT, Espoo. 34 p. + app. 4 p.

Packaging in Perspective. 2008. Advisory Committee on Packaging. <http://www.incpen.org/pages/data/PackaginginPerspective.pdf>

Pakkausalan ympäristörekisteri, www.pyr.fi.

Public Attitudes to Packaging 2008. Ipsos MORI. London. <http://www.incpen.org/pages/data/Ipsos%20MORI%20summary%20formatted.pdf>

Rokka rikassa. Ruokajätetutkimukset ja pääkaupunkiseudun lapsiperheiden ruokajätteet. 2009. YTV Pääkaupunkiseudun yhteistyövaltuuskunta. Raportti nro 25. http://www.ytv.fi/NR/rdonlyres/CD0F4377-067E-473C-B4E9-6E5CEE505683/0/Rokka_rikassa_raportti_netiversio.pdf

Rokka, J. & Uusitalo, L. 2008. Preference for green packaging in consumer product choices – Do consumers care? *International Journal of Consumer Studies* 32: 516-525.

Liite 1. Tutkimuksen toteutuspaikat 1998 ja 2009

	Paikka	N (1998)	N (2009)
Lukiot			
	Nurmijärven yhteiskoulu	65	56
	Ressun lukio, Helsinki	61	54
	Yhteensä	126	110
Yliopistokampukset			
	Porthania, Helsinki	57	64
	Viikki, Helsinki	20	38
	Yhteensä	77	102
Leikkipuistot ja perhekahvilat			
	Taivallahti (Töölö)	15	11
	Herttoniemi	20	9
	Vuosaari	14	5
	Laajasalo	7	-
	Lahnalahti	15	11
	Tikkurila ja Ylästö, Vantaa	21	-
	Nurmijärvi	-	28
	Yhteensä	92	64
Työväen- ja aikuisopistot			
	Itäkeskus, Helsingin työväenopisto	60	34
	Kallio, Helsingin työväenopisto	20	-
	Malmi, Helsingin työväenopisto	10	-
	Tampereen työväenopisto	69	40
	Vantaan aikuisopisto	-	27
	Muut	6	-
	Yhteensä	165	101
	Vastaaajia yhteensä	460	378

SUHTAUTUMINEN PAKKAUKSIIN JA NIIDEN KIERRÄTYKSEEN

Seuraavassa on esitetty kysymyksiä liittyen pakkaamiseen, pakkausmateriaaleihin ja niiden kierrätykseen. Kysymyksiin ei ole olemassa oikeita tai väärä vastauksia. Olemme kiinnostuneita vain teidän mielipiteistänne.

I PAKKAUKSET JA NIIDEN TEHTÄVÄT

1. Ottakaa kantaa seuraaviin väittämiin ympyröimällä vaihtoehto, joka parhaiten kuvaa suhtautumistanne kyseiseen väittämään.

VASTAUSMALLI:

	täysin eri mieltä	melko eri mieltä	hieman eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	hieman samaa mieltä	melko samaa mieltä	täysin samaa mieltä
1. Mielestäni elintarvikepakkaamista pitäisi vähentää.	1	2	3	4	5	6	7

	täysin eri mieltä	melko eri mieltä	hieman eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	hieman samaa mieltä	melko samaa mieltä	täysin samaa mieltä
1. Mielestäni suomalaiset elintarvikeviranomaiset pitävät huolen siitä, että kaikki kaupoissa myytävät elintarvikkeet ovat turvallisia nauttia niiden viimeiseen käyttöpäivään saakka.	1	2	3	4	5	6	7
2. Värikkäät ja näyttävät pakkaukset saavat minut usein kokeilemaan uusia tuotteita.	1	2	3	4	5	6	7
3. Jos metallisille säilyketölkeille ei saada kattavaa kierrätysjärjestelmää, tulee niiden käyttö mielestäni kieltää elintarvikkeiden pakkaamisessa.	1	2	3	4	5	6	7
4. Luotan enemmän tehdaspakatun kuin irtomyytävän tuoreen lihan laatuun ja puhtauteen.	1	2	3	4	5	6	7
5. Maito- ja mehutölkkiä huuhtelu ja kierrätys on mielestäni ympäristön kannalta välttämätöntä.	1	2	3	4	5	6	7
6. Ostan aina kahdesta tasavertaisesta tuotteesta edullisemmän riippumatta siitä, onko sen pakkaus ympäristöystävällinen.	1	2	3	4	5	6	7
7. Mielestäni kaupat pakottavat asiakkaansa roskaamaan ympäristöä vähentämällä palvelua ja myymällä vain valmiiksi pakattuja elintarvikkeita.	1	2	3	4	5	6	7
8. Lasitölkkiä ja kertakäyttöisten lasipulloja heittäminen jäteastiaan on mielestäni täysin edesvastuutonta.	1	2	3	4	5	6	7
9. Elintarvikepakkaaminen ei ole mielestäni niin suuri ympäristöongelma, että sen vuoksi pitäisi ryhtyä rajoittamaan pakattujen elintarvikkeiden myyntiä.	1	2	3	4	5	6	7
10. Metallisten säilyketölkkiä huuhtelu ja kierrätys olisi mielestäni vähäinen vaiva sen ympäristövaikutuksiin nähden.	1	2	3	4	5	6	7
11. On mielestäni epätodennäköistä, että jokin rikollisjärjestö tai häirikkö myrkyttäisi elintarvikkeita Suomessa.	1	2	3	4	5	6	7

	täysin eri mieltä	melko eri mieltä	hieman eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	hieman samaa mieltä	melko samaa mieltä	täysin samaa mieltä
12. En luota siihen, että kaikki kaupoissa myytävät elintarvikkeet olisivat viimeisenä myyntipäivänä syötäväksi kelpavia.	1	2	3	4	5	6	7
13. Suomalainen elintarviketeollisuus huomioi riittävästi pakkauksissaan niiden ympäristövaikutukset.	1	2	3	4	5	6	7
14. Haluaisin, että makeisia pakattaisiin uusiomateriaaleista valmistettuihin pakkauksiin.	1	2	3	4	5	6	7
15. Irtomyytävät elintarvikkeet ovat mielestäni tuoreempia ja siten parempilaatuisia kuin valmiiksi pakatut.	1	2	3	4	5	6	7
16. Mielestäni kuluttajien tulisi olla valmiita maksamaan korkeampi hinta tuotteista, joilla on ympäristöä mahdollisimman vähän kuormittavat pakkaukset.	1	2	3	4	5	6	7
17. Maitotölkkien kierrätys on mielestäni liian vaivalloista, jotta tavallisen kuluttajan kannattaisi tehdä sitä.	1	2	3	4	5	6	7
18. Kertakäyttölasin heittäminen silloin tällöin jäteastiaan on mielestäni hyväksyttävää.	1	2	3	4	5	6	7
19. Valitsen aina kaupan kylmäaltaasta alimmaisen tuotteen varmistuakseni siitä, että se on säilytetty riittävän alhaisessa lämpötilassa.	1	2	3	4	5	6	7
20. Pidän siitä, että makeispakkaukset ovat muita pakkauksia näyttävämpiä.	1	2	3	4	5	6	7
21. Metalliset säilyketölkit eivät ole mielestäni niin suuri ympäristöongelma, että niille pitäisi perustaa koko maan kattava kierrätysjärjestelmä.	1	2	3	4	5	6	7
22. Mielestäni kaikkien kotitalouksien ehdoton velvollisuus on lajitella biojätteensä, jos siihen on annettu mahdollisuus.	1	2	3	4	5	6	7
23. Uskon, että ympäristöystävällisen pakkauksen valmistaminen voi maksaa enemmän kuin tavallisen pakkauksen.	1	2	3	4	5	6	7
24. Mielestäni kauppoihin voi luottaa siinä, että myytävät elintarvikkeet on säilytetty oikeassa lämpötilassa.	1	2	3	4	5	6	7
25. Haluan ostaa mieluummin pakattuja kuin irtomyytäviä elintarvikkeita, koska niiden päiväysmerkinnöistä voi varmistaa, milloin tuote on valmistettu.	1	2	3	4	5	6	7

	täysin eri mieltä	melko eri mieltä	hieman eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	hieman samaa mieltä	melko samaa mieltä	täysin samaa mieltä
26. Elintarvikepakkausten varustaminen koskemattomuussineteillä on mielestäni hätävarjelun liioittelua.	1	2	3	4	5	6	7
27. Ympäristöystävällisistä pakkauksista ei tulisi mielestäni aiheutua ylimääräisiä kustannuksia kuluttajille.	1	2	3	4	5	6	7
28. En ole huolestunut suomalaisten elintarvikkeiden turvallisuudesta.	1	2	3	4	5	6	7
29. Biojätteen lajittelulla ei ole mielestäni riittävän suuria ympäristövaikutuksia sen keräilystä aiheutuviin kustannuksiin nähden.	1	2	3	4	5	6	7
30. Olen ehdottomasti sitä mieltä, että kaikkiin taloyhtiöihin ja omakotitaloalueille tulisi järjestää maito- ja mehutölkkien kierrätysastia.	1	2	3	4	5	6	7
31. En todennäköisesti viitsisi huuhdella ja kierrättää metallisia säilyketölkkejä, vaikka niille tulisi oma kierrätyslaatikko lähikaupan nurkalle.	1	2	3	4	5	6	7
32. Valitsen mieluummin kierrätysmateriaalista tehdyn pakkauksen, vaikka se olisi hieman muita tuotteita kalliimpi.	1	2	3	4	5	6	7
33. Kiiltävät ja kauniit pakkaukset ovat minulle tärkeitä ostaessani makeisia.	1	2	3	4	5	6	7
34. Kauppojen kylmäsäilytysaltaiden lämpötilat tuntuvat mielestäni aina epäilyttävän korkeilta.	1	2	3	4	5	6	7
35. Pidän biojätteen lajittelua liian vaivalloisena, jotta viitsisin tehdä sitä säännöllisesti.	1	2	3	4	5	6	7
36. Ostan tuoreen lihan ja kalan aina palvelutiskistä, koska tällöin saan valita mieleiseni kokoisen ja näköisen palan.	1	2	3	4	5	6	7
37. Kaikki makeiset ovat mielestäni ylipakattuja.	1	2	3	4	5	6	7
38. Olen valmis maksamaan lisähintaa pakkauksesta, josta voi varmasti havaita, ettei kukaan ole avannut sitä ennen minua.	1	2	3	4	5	6	7
39. Biojätteen lajittelua on mielestäni järkevää toteuttaa vain suurissa kotitalouksissa ja suurkeittiöissä.	1	2	3	4	5	6	7
40. Mielestäni maito- ja mehutölkkien kierrätys on sen ympäristövaikutuksiin nähden varsin vaivatonta.	1	2	3	4	5	6	7

	täysin eri mieltä	melko eri mieltä	hieman eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	hieman samaa mieltä	melko samaa mieltä	täysin samaa mieltä
41. Ostan kaikki elintarvikkeeni mahdollisimman vähän pakattuina.	1	2	3	4	5	6	7
42. Likaisimpien lasitölkkiä ja -pullojen peseminen on mielestäni liian vaivalloista, jotta viitsisin palauttaa ne keräyslaatikkoon.	1	2	3	4	5	6	7
43. Mielestäni ekopakkausten käytön ensisijaisena tarkoituksena on rahastaa kuluttajia eikä suojella ympäristöä.	1	2	3	4	5	6	7
44. Kierrätysmateriaalien käyttö elintarvikkeiden pakkaamisessa on mielestäni epähygieenistä.	1	2	3	4	5	6	7
45. Ostaisin kaikki elintarvikkeeni omiin pusseihini ja rasioihini säästäakseni ympäristöä, jos se olisi mahdollista.	1	2	3	4	5	6	7
46. Ostan joskus tuotteita kauniissa pakkauksissa hemmotellakseni itseäni.	1	2	3	4	5	6	7
47. Ostan mielelläni valmiiksi pakattuja elintarvikkeita, koska ne ovat hygieenisia ja säilyvät pitkään.	1	2	3	4	5	6	7

2. Jokaiselle meistä on muodostunut mielipiteitä pakkaamisessa käytettävistä pakkausmateriaaleista. Seuraavassa on lueteltu muutamia pakkausmateriaaleihin liitettäviä ominaisuuksia. **Merkitkää kunkin ominaisuuden kohdalle ne pakkausmateriaalit, joita kyseinen ominaisuus mielestänne sopii kuvaamaan.** Mikäli ominaisuus ei mielestänne sovi yhteenkään materiaaliin, merkitkää rasti oikeanpuoleiseen sarakkeeseen. **Älkää pohtiko ominaisuuksia kovin pitkään, vaan vastatkaa ensivaikutelman perusteella.** Sivun alareunassa on esimerkkejä tuotteista, joiden pakkaukset on tyypillisesti valmistettu kustakin materiaalista.

VASTAUSMALLI:

	Alumiini ¹	Kartonki ²	Lasi ³	Muovi ⁴	Paperi ⁵	Tinapelti ⁶	Ei sovi mihinkään
Tyylikäs	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Alumiini ¹	Kartonki ²	Lasi ³	Muovi ⁴	Paperi ⁵	Tinapelti ⁶	Ei sovi mihinkään
Arkinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Edullinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esteettinen, kaunis katsella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hygieeninen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kallis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laadukas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trendikäs, muodikas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turvallinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanhanaikainen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ylellinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ympäristölle haitallinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ympäristöystävällinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Esimerkkejä eri materiaaleista valmistetuista pakkauksista

- 1) Olut- ja virvoitusjuomatölkit
- 2) Keksi- ja muropakkaukset, maito- ja mehutölkit, pyykinpesuaineet, kosmetiikka
- 3) Virvoitus- ja alkoholijuomapullot
- 4) Virvoitusjuomapullot, liha- ja leikkelepakkaukset, makeispussit
- 5) Jauho- ja sokeripussit
- 6) Säilyketölkit

3a. Seuraavassa on lueteltu pakkaukseen liitettäviä ominaisuuksia. Vastatkaa tehtävään arvioimalla kutakin ominaisuutta 1 - 7 asteikolla sen mukaan, **kuinka tärkeänä pidätte kyseistä ominaisuutta ostaessanne jokapäiväisiä peruselintarvikkeitanne.**

	ei merkitystä						erittäin tärkeää
	1	2	3	4	5	6	7
1. AVATTAVUUS Pakkaus on helppo avata.							
2. EDULLISUUS Pakkaus on valmistettu edullisesta materiaalista, jolloin sen osuus tuotteen hinnassa on mahdollisimman pieni.							
3. INFORMATIIVISUUS Pakkauksessa on selkeät merkinnät tuotteen viimeisestä käyttöpäivästä, valmistusaineista ja energiamäärästä.							
4. KÄYTTÖMUKAVUUS Pakkaus on kevyt, kätevä käsitellä ja mahtuu hyvin säilytettäväksi jääkaapissa tai kaapissa.							
5. PITKÄ SÄILYVYYSAIKA Pakkaus säilyttää tuotteen tuoreena mahdollisimman kauan.							
6. SULJETTAVUUS Pakkaus on helppo sulkea tiiviisti.							
7. TURVALLISUUS Pakkaus estää ulkopuolisten henkilöiden pääsyn kosketuksiin elintarvikkeen kanssa ennen pakkauksen avaamista.							
8. HOUKUTTELEVA ULKONÄKÖ Pakkaus on miellyttävä muotoilultaan ja väreiltään.							
9. UUELLENKÄYTTÖMAHDOLLISUUS Pakkausta voi käyttää uudelleen esimerkiksi säilytysrasiana, jolloin se kestää sekä pakastamista että mikroaaltokuumennusta.							
10. YMPÄRISTÖMYÖNTEISYYS Pakkaus on valmistettu ottaen huomioon sen ympäristövaikutukset ja sisältää mahdollisimman vähän materiaalia. Jos pakkaus ei ole pantillinen palautuspakkaus, voi sen silti palauttaa materiaalinkeräyslaatikkoon, kompostoida tai polttaa. Jos pakkaus ei sovellu kierrätykseen, taittuu se pieneen tilaan jäteastiassa.							
11. HERÄTTÄÄ TUNTEITA Pakkaus sisältää kauniita kuvia tai on omaperäinen muotoilultaan.							
12. KORKEA LAATU Pakkaus on valmistettu laadukkaista materiaaleista, jossa korostuvat värit ja selkeä muotoilu.							

3b. Jakakaa 100 pistettä edellisessä kysymyksessä esiintyneille ominaisuuksille sen perusteella, **kuinka paljon annatte arvoa kullekin pakkaukseen liitettävälle ominaisuudelle ostaessanne mainittuja tuotteita.** Jos jokin luetelluista ominaisuuksista ei vaikuta ostopäätökseenne, älkää antako tälle ominaisuudelle pisteitä.

VASTAUSMALLI 1.		VASTAUSMALLI 2.	
1. AVATTAVUUS	10 p.	1. AVATTAVUUS	
2. PAKKAUKSEN EDULLISUUS	10 p.	2. PAKKAUKSEN EDULLISUUS	50p.
3. INFORMATIIVISUUS	10 p.	3. INFORMATIIVISUUS	
4. KÄYTTÖMUKAVUUS		4. KÄYTTÖMUKAVUUS	10p.
5. SULJETTAVUUS	30 p.	5. SULJETTAVUUS	
6. PITKÄ SÄILYVYSAIKA		6. PITKÄ SÄILYVYSAIKA	
7. TURVALLISUUS		7. TURVALLISUUS	20p.
8. ULKONÄKÖ	20 p.	8. ULKONÄKÖ	
9. UUDELLEENKÄYTTÖMAHDOLLISUUS		9. UUDELLEENKÄYTTÖMAHDOLLISUUS	20 p.
10. YMPÄRISTÖMYÖNTEISYYS	20 p.	10. YMPÄRISTÖMYÖNTEISYYS	
11. HERÄTTÄÄ TUNTEITA		11. HERÄTTÄÄ TUNTEITA	
12. KORKEA LAATU		12. KORKEA LAATU	
	yhteensä 100 p.		yhteensä 100 p.

1. Ostaessanne **VALMISRUOKIA (tai leipomotuotteita)**

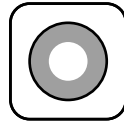
1. AVATTAVUUS	p
2. PAKKAUKSEN EDULLISUUS	p.
3. INFORMATIIVISUUS	p.
4. KÄYTTÖMUKAVUUS	p.
5. PITKÄ SÄILYVYSAIKA	p.
6. SULJETTAVUUS	p.
7. TURVALLISUUS	p.
8. ULKONÄKÖ	p.
9. UUDELLEENKÄYTTÖMAHDOLLISUUS	p.
10. YMPÄRISTÖMYÖNTEISYYS	p.
11. HERÄTTÄÄ TUNTEITA	p.
12. KORKEA LAATU	p.
	yhteensä	100 p.

2. Ostaessanne **SUKLAATA (tai suklaakonvehteja)**

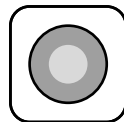
1. AVATTAVUUS	p
2. PAKKAUKSEN EDULLISUUS	p.
3. INFORMATIIVISUUS	p.
4. KÄYTTÖMUKAVUUS	p.
5. PITKÄ SÄILYVYSAIKA	p.
6. SULJETTAVUUS	p.
7. TURVALLISUUS	p.
8. ULKONÄKÖ	p.
9. UUDELLEENKÄYTTÖMAHDOLLISUUS	p.
10. YMPÄRISTÖMYÖNTEISYYS	p.
11. HERÄTTÄÄ TUNTEITA	p.
12. KORKEA LAATU	p.
	yhteensä	100 p.

II TUOREUSILMAISIMET

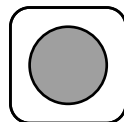
Elintarvikepakkauksiin on mahdollista liittää tuoreusilmaisimia, jotka voivat kertoa tuotteen lämpötilamuutoksista tai ennenaikaisesta pilaantumisesta. Tällainen tunnistin voi olla mm. pakkaukseen liimattava pieni tarra, joka kertoo värimuutoksella kuluttajalle tuotteessa tapahtuneista mahdollisista muutoksista. Toisaalta muuttumaton väri kertoo tuotteen tuoreudesta. Ilmaisin lisää tuotteen hintaa n. 5 snt/pakkaus. (vuonna 1998 50 p/pakkaus)



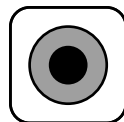
Tuore



Yhä tuore



Käytettävissä välittömästi



Tuoreustakuu umpeutunut

1. Kuinka tarpeelliseksi katsotte tuoreusilmaisimien käytön seuraavissa elintarvikkeissa

	täysin tarpeeton			ei tarpeellinen eikä tarpeeton			erittäin tarpeellinen
Maito, kerma tai piimä	1	2	3	4	5	6	7
Maitotuotteet (esim. jogurtti, viili)	1	2	3	4	5	6	7
Pakattu tuore liha	1	2	3	4	5	6	7
Pakattu tuore kala	1	2	3	4	5	6	7
Pakattu savustettu kala	1	2	3	4	5	6	7
Valmisruuat (annokset, laatikot)	1	2	3	4	5	6	7
Lihajalosteet (leikkeleet, makkarat)	1	2	3	4	5	6	7
Lastenruuat	1	2	3	4	5	6	7
Pakasteet	1	2	3	4	5	6	7
Muu elintarvike, mikä	1	2	3	4	5	6	7

Lisäkommentteja tuoreusilmaisimien käytöstä elintarvikepakkauksissa:

III VASTAAJAN TAUSTA (ympyröikää oikea vaihtoehto)

1. Sukupuoli

- 1 mies
- 2 nainen

2. Syntymävuosi

.....

3. Kotitalouden koko

.....hlöä

4. Kotona asuvien **lasten** ikä ja lukumäärä

- 1 0-6 vhlöä
- 2 7-15 vhlöä
- 3 16-hlöä
- 4 ei lapsia

5. Koulutus

- 1 Peruskoulu tai vastaava
- 2 Ammattikoulu
- 3 Peruskoulu + opisto
- 4 Ylioppilastutkinto
- 5 Ylioppilastutkinto + opisto
- 6 Ammattikorkeakoulututkinto
- 7 Korkeakoulututkinto
- 8 Muu, mikä

6. Perheen tulotaso (bruttotulot/vuosi)

- 1 alle 10 000 eur/vuosi
- 2 10 000 - 24 999 eur/vuosi
- 3 25 000 - 44 999 eur/vuosi
- 4 45 000 - 59 999 eur/vuosi
- 5 60 000 -79 999 eur/vuosi
- 6 yli 80 000 eur/vuosi

7. Asumismuoto

- 1 kerrostalo
- 2 rivitalo
- 3 paritalo
- 4 omakotitalo

8. Kuinka usein kotitaloudessanne tehdään elintarvikeostoksia?

- 1 Kerran viikossa tai harvemmin
- 2 2 kertaa viikossa
- 3 3 - 4 kertaa viikossa
- 4 Lähes päivittäin

9. Onko kotitaloudessanne auto?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

10. Kuinka usein asioitte elintarvikekaupassa autolla?

- 1 En koskaan
- 2 Satunnaisesti
- 3 Kerran viikossa
- 4 2 kertaa viikossa
- 5 3 - 4 kertaa viikossa
- 6 Lähes päivittäin

11. Kuinka usein kotitaloudessanne käytetään seuraavia elintarvikkeita

	ei koskaan	kerran pari vuodessa	kerran pari kk:ssa	kerran pari viikossa	lähes päivittäin
Valmisruoat (teollisesti pakatut)	1	2	3	4	5
Valmisruoat (myymälässä pakatut)	1	2	3	4	5
Salaattiannokset	1	2	3	4	5
Tuore kahvileipä (pulla)	1	2	3	4	5
Suklaapatukat	1	2	3	4	5
Suklaakonvehdit	1	2	3	4	5

IV JÄTTEIDEN LAJITTELU (ympyröikää oikea vaihtoehto)

1. Millaiset biojätteiden lajittelumahdollisuudet ovat kotitaloudessanne?

- 1 Oma kompostori tai avokomposti
- 2 Taloyhtiössä oma kompostori tai biojätekeräysastia
- 3 Ei lajittelumahdollisuutta

2a. Kuinka pitkä matka on kotoanne lähimpään jätelasinkeräyspisteeseen?

- 1 Alle 1 km
- 2 1-5 km
- 3 Yli 5 km
- 4 En osaa sanoa ⇒ siirtykää kysymykseen 3a.

2b. Kuinka vaivatonta on mielestänne asioida kyseisellä jätelasinkeräyspisteellä?

- 1 Erittäin vaivalloista
- 2 Melko vaivalloista
- 3 Ei vaivalloista eikä vaivatonta
- 4 Melko vaivatonta
- 5 Erittäin vaivatonta

3a. Kuinka pitkä matka on kotoanne lähimpään maito- ja mehutölkkien/kartongin keräyspisteeseen?

- 1 Alle 1 km
- 2 1-5 km
- 3 Yli 5 km
- 4 En osaa sanoa ⇒ siirtykää kysymykseen 4a.

3b. Kuinka vaivatonta on mielestänne asioida kyseisellä maito- ja mehutölkkien/kartongin keräyspisteellä?

- 1 Erittäin vaivalloista
- 2 Melko vaivalloista
- 3 Ei vaivalloista eikä vaivatonta
- 4 Melko vaivatonta
- 5 Erittäin vaivatonta

4a. Kuinka pitkä matka on kotoanne lähimpään metallijätteen keräyspisteeseen?

- 1 Alle 1 km
- 2 1-5 km
- 3 Yli 5 km
- 4 En osaa sanoa ⇒ siirtykää kysymykseen 5.

4b. Kuinka vaivatonta on mielestänne asioida kyseisellä metallinkierrätyspisteellä?

- 1 Erittäin vaivalloista
- 2 Melko vaivalloista
- 3 Ei vaivalloista eikä vaivatonta
- 4 Melko vaivatonta
- 5 Erittäin vaivatonta

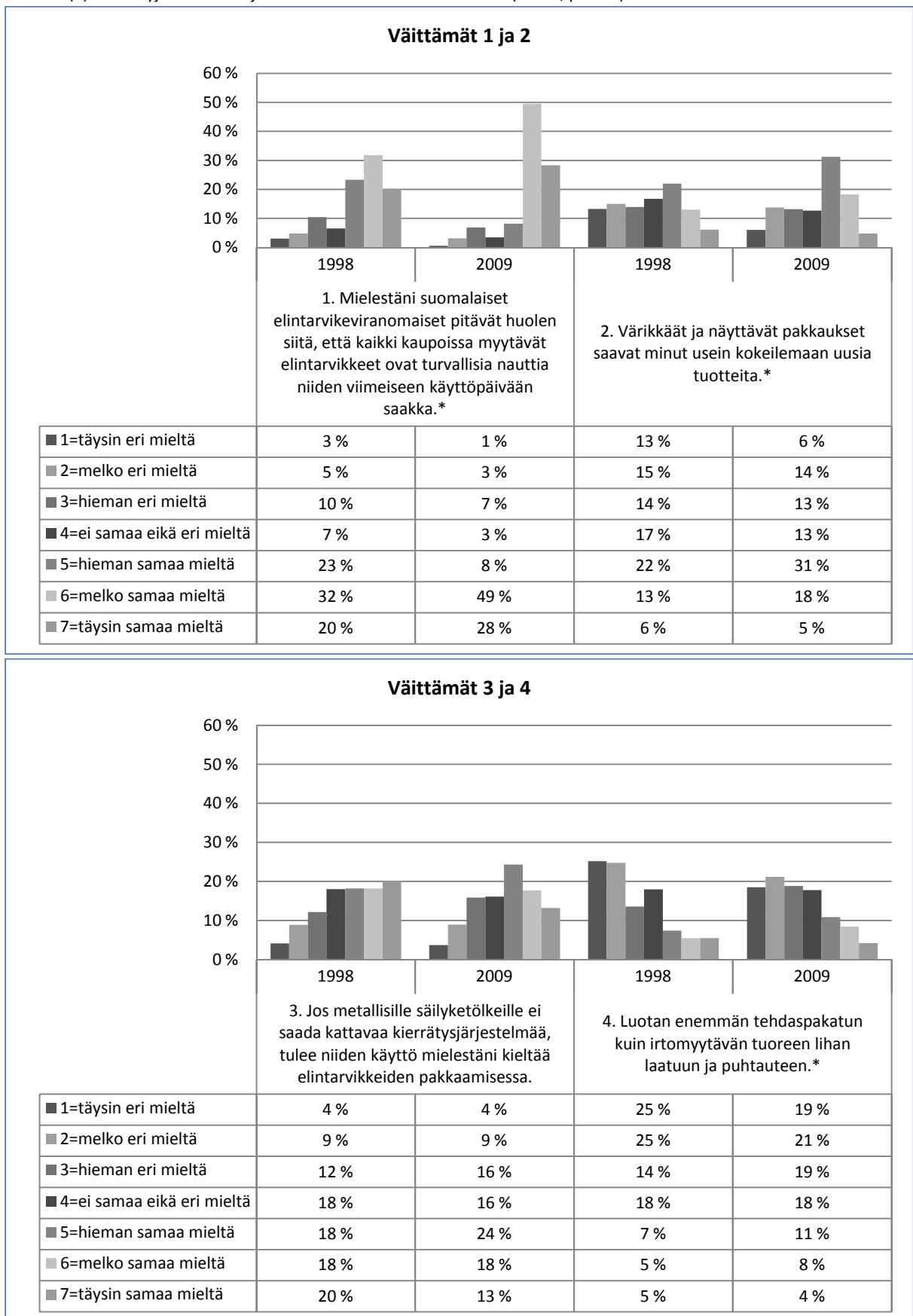
5. Kuinka usein lajittlette ja kierrätätte seuraavat pakkausjätteet kotitaloudessanne?

	ei koskaan	joskus	usein	aina
Biojäte	1	2	3	4
Muovi	1	2	3	4
Jätelasi	1	2	3	4
Maito- ja mehutölkit	1	2	3	4
Kartonkipakkaukset	1	2	3	4
Säilyketölkit	1	2	3	4
Muu jäte, mikä	1	2	3	4

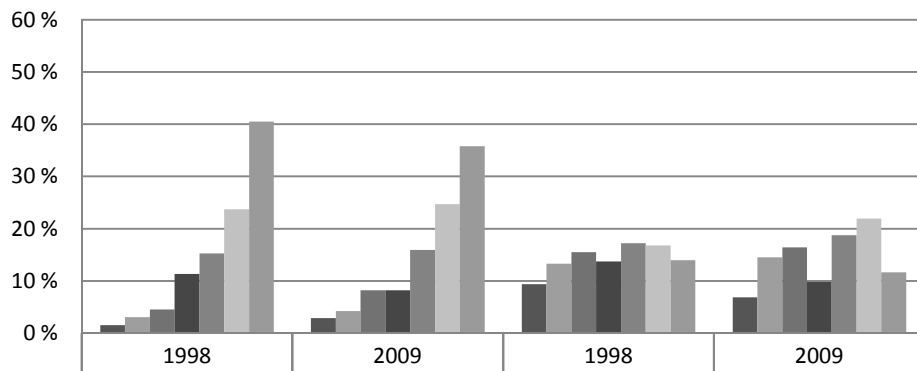
6. Kuinka usein käytätte uudelleen (esim. pakastukseen tai säilöntään) seuraavia pakkauksia kotitaloudessanne?

	ei koskaan	joskus	usein	aina	en osta koskaan tuotteita, jotka pakataan ko. pakkaukseen
Alumiinivuoat	1	2	3	4	0
Lasitölkit	1	2	3	4	0
Lasipullot	1	2	3	4	0
Margariinirasiat	1	2	3	4	0
Muoviset jäätelörasiat	1	2	3	4	0
Muoviset leipäpussit	1	2	3	4	0
Muu pakkaus, mikä	1	2	3	4	0

Liite 3. Asenneväittämien jakaumat.

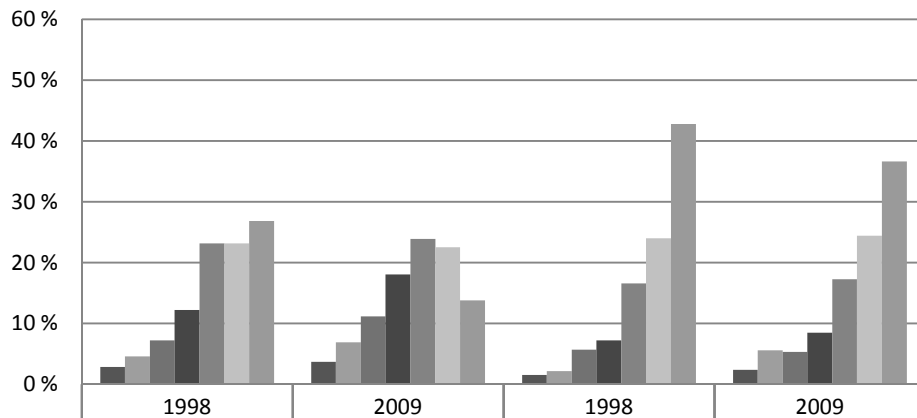
Tähdellä (*) merkittyjen keskiarvojen ero on tilastollisesti merkitsevä (t-testi, $p < 0.05$)

Väittämät 5 ja 6



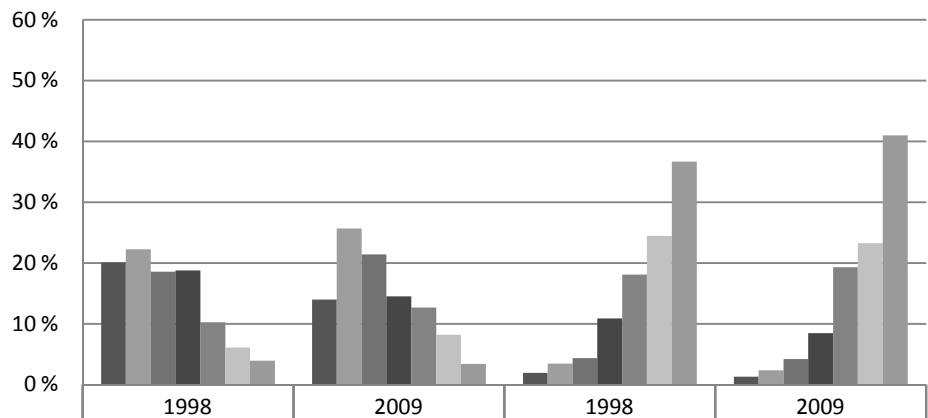
	1998	2009	1998	2009
■ 1=täysin eri mieltä	2 %	3 %	9 %	7 %
■ 2=melko eri mieltä	3 %	4 %	13 %	15 %
■ 3=hieman eri mieltä	5 %	8 %	16 %	16 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	11 %	8 %	14 %	10 %
■ 5=hieman samaa mieltä	15 %	16 %	17 %	19 %
■ 6=melko samaa mieltä	24 %	25 %	17 %	22 %
■ 7=täysin samaa mieltä	41 %	36 %	14 %	12 %

Väittämät 7 ja 8



	1998	2009	1998	2009
■ 1=täysin eri mieltä	3 %	4 %	2 %	2 %
■ 2=melko eri mieltä	5 %	7 %	2 %	6 %
■ 3=hieman eri mieltä	7 %	11 %	6 %	5 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	12 %	18 %	7 %	8 %
■ 5=hieman samaa mieltä	23 %	24 %	17 %	17 %
■ 6=melko samaa mieltä	23 %	23 %	24 %	24 %
■ 7=täysin samaa mieltä	27 %	14 %	43 %	37 %

Väittämät 9 ja 10

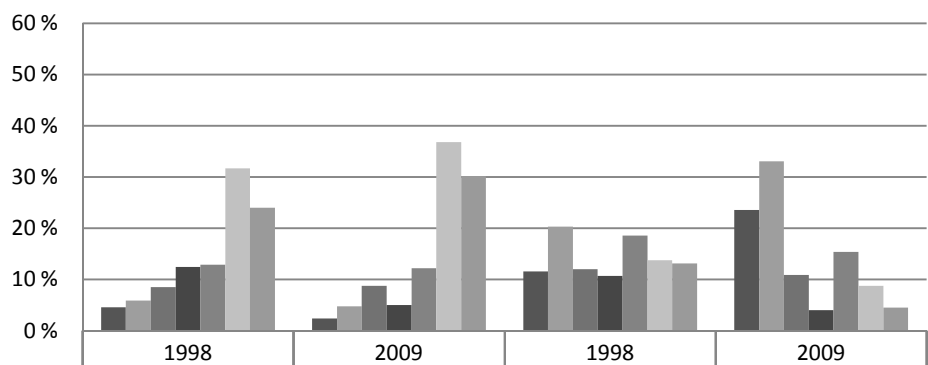


9. Elintarvikepakkaaminen ei ole mielestäni niin suuri ympäristöongelma, että sen vuoksi pitäisi ryhtyä rajoittamaan pakattujen elintarvikkeiden myyntiä.

10. Metallisten säilyketölkkien huuhtelu ja kierrätys olisi mielestäni vähäinen vaiva sen ympäristövaikutuksiin nähden.

■ 1=täysin eri mieltä	20 %	14 %	2 %	1 %
■ 2=melko eri mieltä	22 %	26 %	3 %	2 %
■ 3=hieman eri mieltä	19 %	21 %	4 %	4 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	19 %	15 %	11 %	8 %
■ 5=hieman samaa mieltä	10 %	13 %	18 %	19 %
■ 6=melko samaa mieltä	6 %	8 %	24 %	23 %
■ 7=täysin samaa mieltä	4 %	3 %	37 %	41 %

Väittämät 11 ja 12

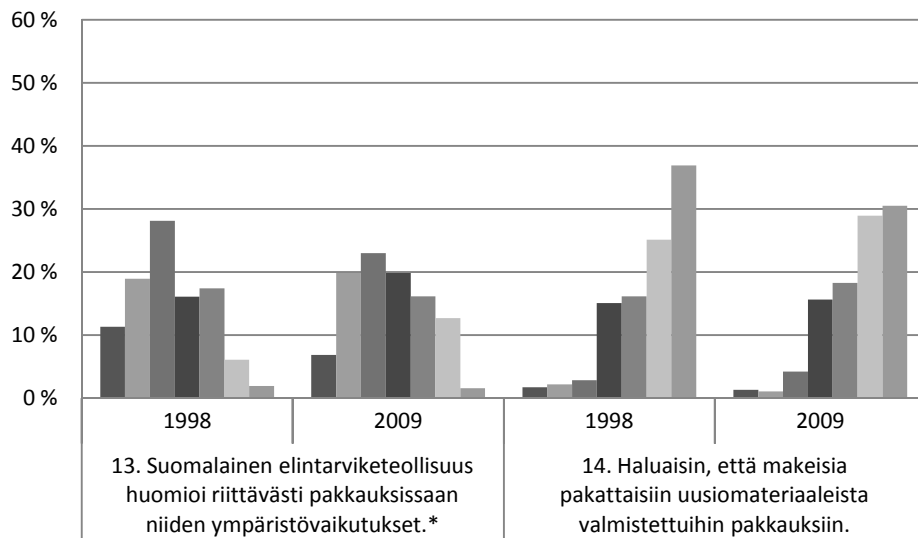


11. On mielestäni epätodennäköistä, että jokin rikollisjärjestö tai häirikkö myrkyttäisi elintarvikkeita Suomessa.*

12. En luota siihen, että kaikki kaupoissa myytävät elintarvikkeet olisivat viimeisenä myyntipäivänä syötäväksi kelpavia.*

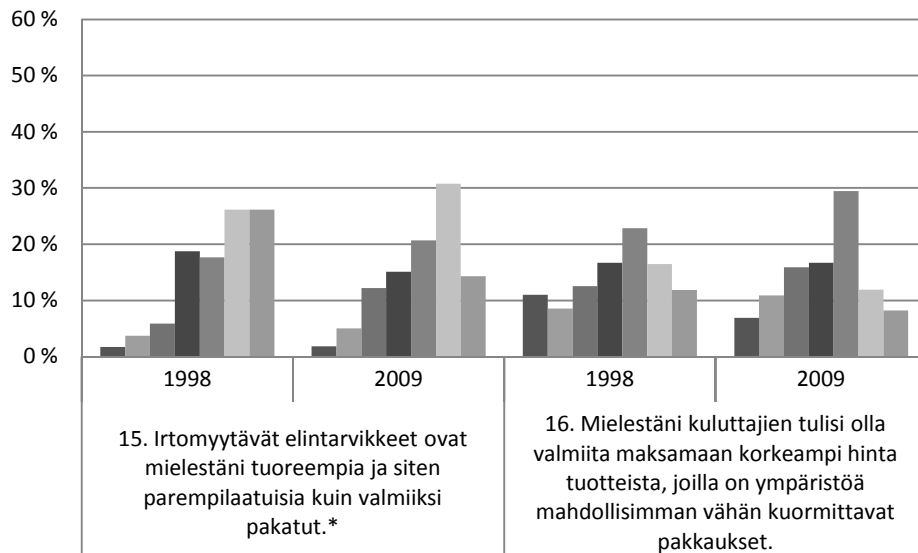
■ 1=täysin eri mieltä	5 %	2 %	12 %	24 %
■ 2=melko eri mieltä	6 %	5 %	20 %	33 %
■ 3=hieman eri mieltä	9 %	9 %	12 %	11 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	12 %	5 %	11 %	4 %
■ 5=hieman samaa mieltä	13 %	12 %	19 %	15 %
■ 6=melko samaa mieltä	32 %	37 %	14 %	9 %
■ 7=täysin samaa mieltä	24 %	30 %	13 %	4 %

Väittämät 13 ja 14



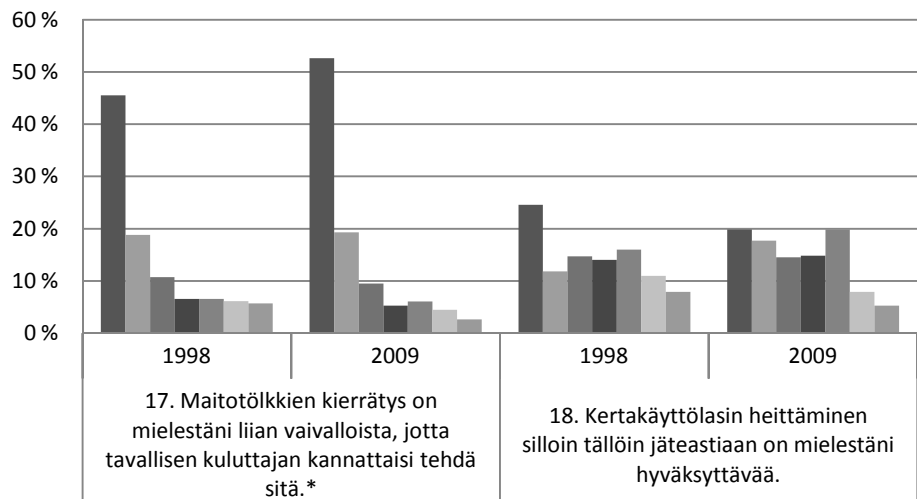
■ 1=täysin eri mieltä	11 %	7 %	2 %	1 %
■ 2=melko eri mieltä	19 %	20 %	2 %	1 %
■ 3=hieman eri mieltä	28 %	23 %	3 %	4 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	16 %	20 %	15 %	16 %
■ 5=hieman samaa mieltä	17 %	16 %	16 %	18 %
■ 6=melko samaa mieltä	6 %	13 %	25 %	29 %
■ 7=täysin samaa mieltä	2 %	2 %	37 %	31 %

Väittämät 15 ja 16



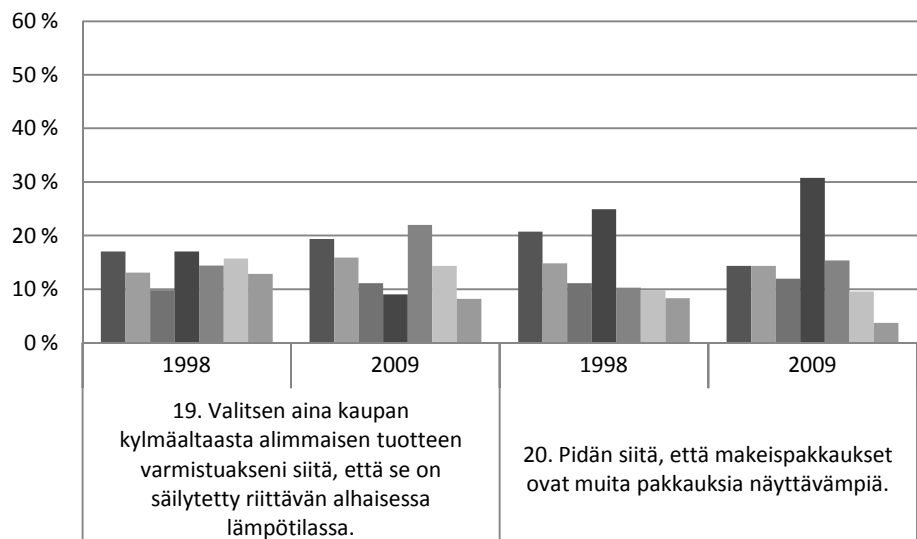
■ 1=täysin eri mieltä	2 %	2 %	11 %	7 %
■ 2=melko eri mieltä	4 %	5 %	9 %	11 %
■ 3=hieman eri mieltä	6 %	12 %	13 %	16 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	19 %	15 %	17 %	17 %
■ 5=hieman samaa mieltä	18 %	21 %	23 %	29 %
■ 6=melko samaa mieltä	26 %	31 %	16 %	12 %
■ 7=täysin samaa mieltä	26 %	14 %	12 %	8 %

Väittämät 17 ja 18



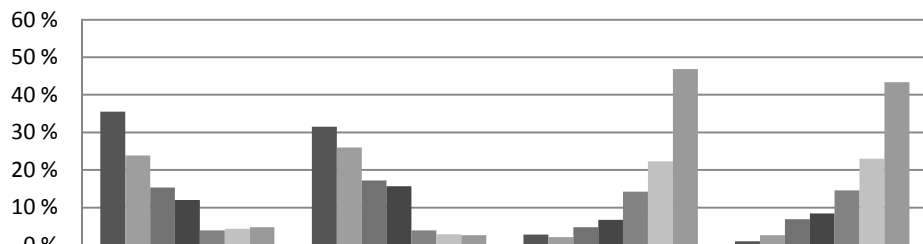
■ 1=täysin eri mieltä	46 %	53 %	25 %	20 %
■ 2=melko eri mieltä	19 %	19 %	12 %	18 %
■ 3=hieman eri mieltä	11 %	10 %	15 %	15 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	7 %	5 %	14 %	15 %
■ 5=hieman samaa mieltä	7 %	6 %	16 %	20 %
■ 6=melko samaa mieltä	6 %	4 %	11 %	8 %
■ 7=täysin samaa mieltä	6 %	3 %	8 %	5 %

Väittämät 19 ja 20



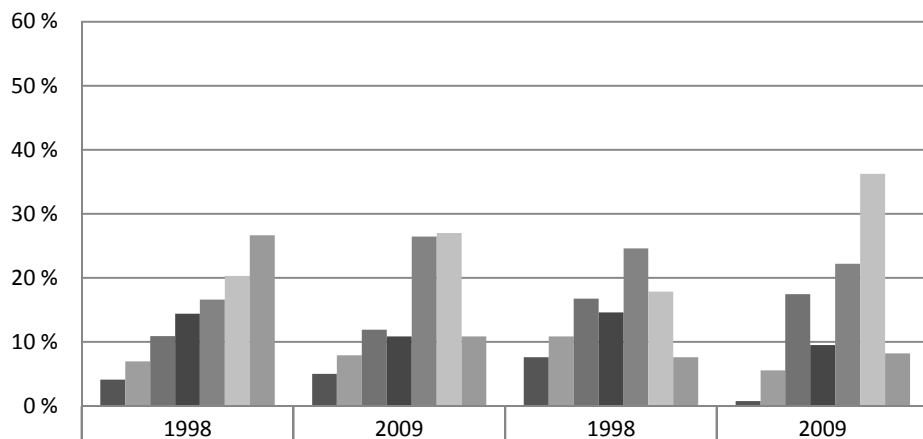
■ 1=täysin eri mieltä	17 %	19 %	21 %	14 %
■ 2=melko eri mieltä	13 %	16 %	15 %	14 %
■ 3=hieman eri mieltä	10 %	11 %	11 %	12 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	17 %	9 %	25 %	31 %
■ 5=hieman samaa mieltä	14 %	22 %	10 %	15 %
■ 6=melko samaa mieltä	16 %	14 %	10 %	10 %
■ 7=täysin samaa mieltä	13 %	8 %	8 %	4 %

Väittämät 21 ja 22



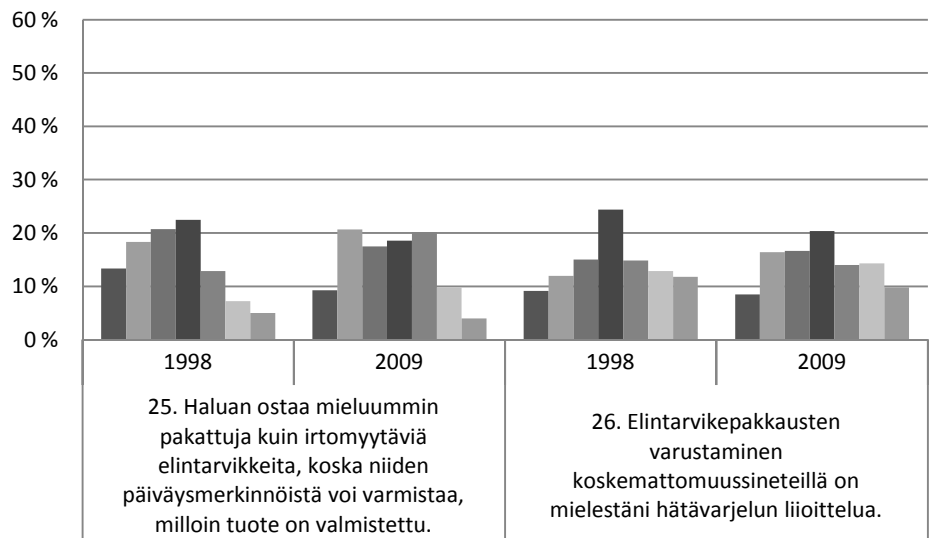
	21. Metalliset säilyketölkit eivät ole mielestäni niin suuri ympäristöongelma, että niille pitäisi perustaa koko maan kattava kierrätysjärjestelmä.		22. Mielestäni kaikkien kotitalouksien ehdoton velvollisuus on lajitella biojätteensä, jos siihen on annettu mahdollisuus.	
	1998	2009	1998	2009
■ 1=täysin eri mieltä	36 %	32 %	3 %	1 %
■ 2=melko eri mieltä	24 %	26 %	2 %	3 %
■ 3=hieman eri mieltä	15 %	17 %	5 %	7 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	12 %	16 %	7 %	8 %
■ 5=hieman samaa mieltä	4 %	4 %	14 %	15 %
■ 6=melko samaa mieltä	4 %	3 %	22 %	23 %
■ 7=täysin samaa mieltä	5 %	3 %	47 %	43 %

Väittämät 23 ja 24



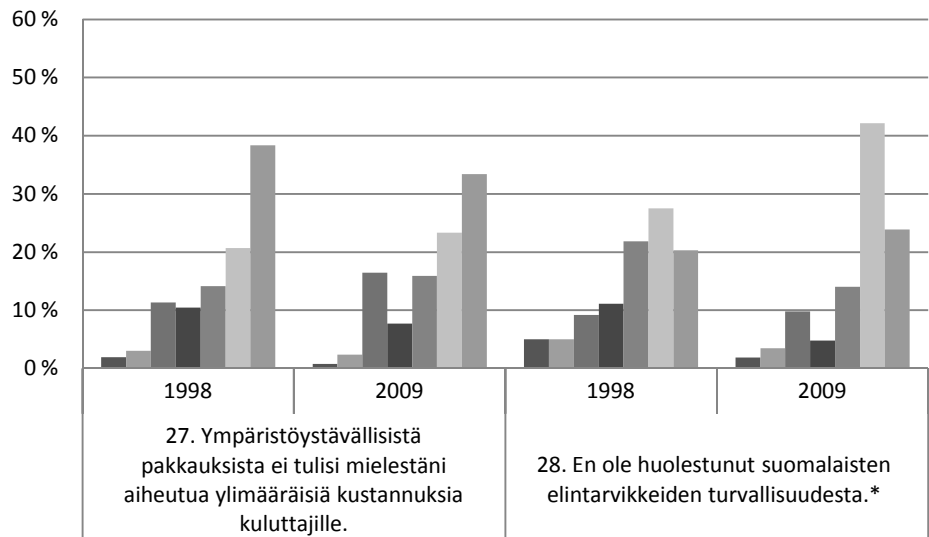
	23. En usko (1998)/Uskon (2009), että ympäristöystävällisen pakkauksen valmistaminen voi maksaa enemmän kuin tavallisen pakkauksen.		24. Mielestäni kauppoihin voi luottaa siinä, että myytävät elintarvikkeet on säilytetty oikeassa lämpötilassa.*	
	1998	2009	1998	2009
■ 1=täysin eri mieltä	4 %	5 %	8 %	1 %
■ 2=melko eri mieltä	7 %	8 %	11 %	6 %
■ 3=hieman eri mieltä	11 %	12 %	17 %	17 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	14 %	11 %	15 %	10 %
■ 5=hieman samaa mieltä	17 %	26 %	25 %	22 %
■ 6=melko samaa mieltä	20 %	27 %	18 %	36 %
■ 7=täysin samaa mieltä	27 %	11 %	8 %	8 %

Väittämät 25 ja 26



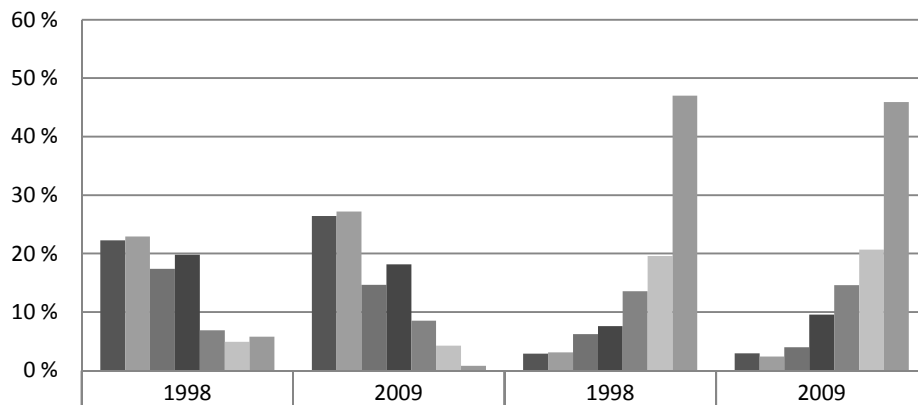
■ 1=täysin eri mieltä	13 %	9 %	9 %	8 %
■ 2=melko eri mieltä	18 %	21 %	12 %	16 %
■ 3=hieman eri mieltä	21 %	18 %	15 %	17 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	22 %	19 %	24 %	20 %
■ 5=hieman samaa mieltä	13 %	20 %	15 %	14 %
■ 6=melko samaa mieltä	7 %	10 %	13 %	14 %
■ 7=täysin samaa mieltä	5 %	4 %	12 %	10 %

Väittämät 27 ja 28



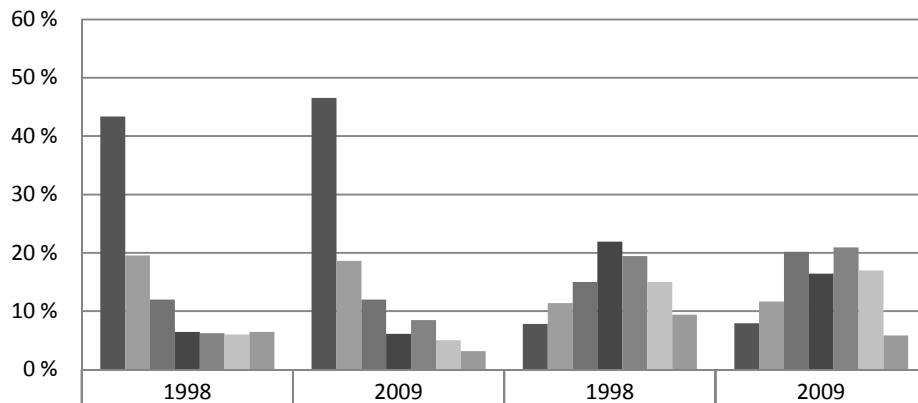
■ 1=täysin eri mieltä	2 %	1 %	5 %	2 %
■ 2=melko eri mieltä	3 %	2 %	5 %	3 %
■ 3=hieman eri mieltä	11 %	16 %	9 %	10 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	10 %	8 %	11 %	5 %
■ 5=hieman samaa mieltä	14 %	16 %	22 %	14 %
■ 6=melko samaa mieltä	21 %	23 %	28 %	42 %
■ 7=täysin samaa mieltä	38 %	33 %	20 %	24 %

Väittämät 29 ja 30



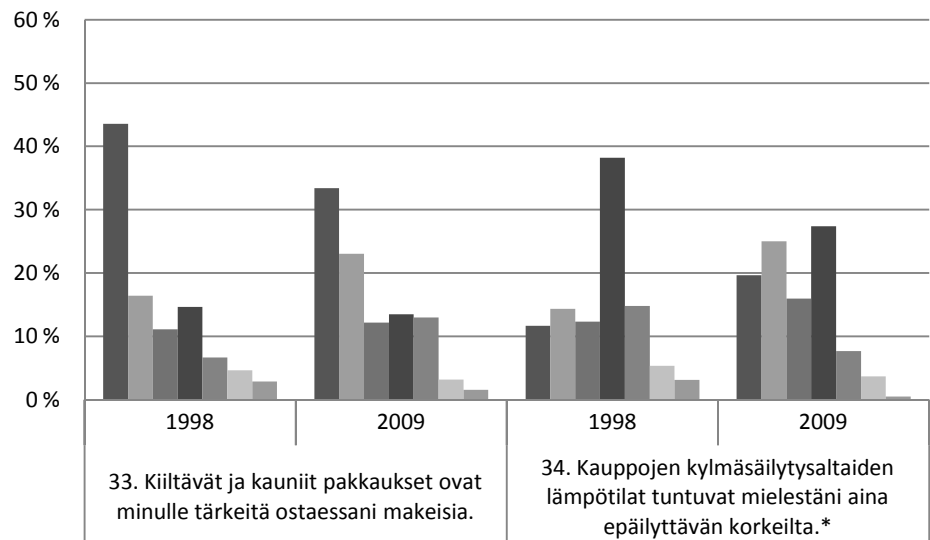
	1998	2009	1998	2009
	29. Biojätteen lajittelulla ei ole mielestäni riittävän suuria ympäristövaikutuksia sen keräilystä aiheutuviin kustannuksiin nähden.*		30. Olen ehdottomasti sitä mieltä, että kaikkiin taloyhtiöihin ja omakotitaloalueille tulisi järjestää maito- ja mehutölkkien kierrätysastia.	
■ 1=täysin eri mieltä	22 %	26 %	3 %	3 %
■ 2=melko eri mieltä	23 %	27 %	3 %	2 %
■ 3=hieman eri mieltä	17 %	15 %	6 %	4 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	20 %	18 %	8 %	10 %
■ 5=hieman samaa mieltä	7 %	9 %	14 %	15 %
■ 6=melko samaa mieltä	5 %	4 %	20 %	21 %
■ 7=täysin samaa mieltä	6 %	1 %	47 %	46 %

Väittämät 31 ja 32



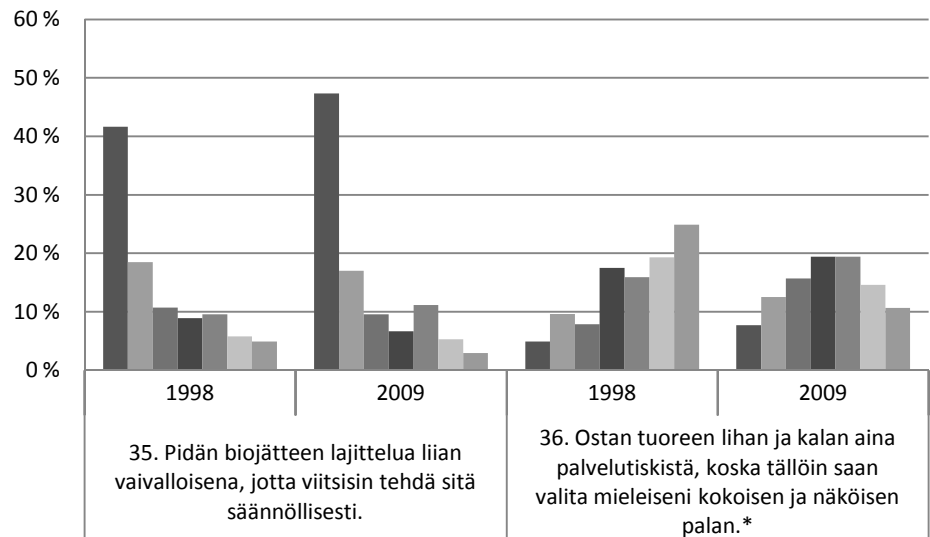
	1998	2009	1998	2009
	31. En todennäköisesti viitsisi huuhdella ja kierrättää metallisia säilyketölkkejä, vaikka niille tulisi oma kierrätyslaatikko lähikaupan nurkalle.		32. Valitsen mieluummin kierrätysmateriaalista tehdyn pakkauksen, vaikka se olisi hieman muita tuotteita kalliimpi.	
■ 1=täysin eri mieltä	43 %	47 %	8 %	8 %
■ 2=melko eri mieltä	20 %	19 %	11 %	12 %
■ 3=hieman eri mieltä	12 %	12 %	15 %	20 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	6 %	6 %	22 %	16 %
■ 5=hieman samaa mieltä	6 %	9 %	19 %	21 %
■ 6=melko samaa mieltä	6 %	5 %	15 %	17 %
■ 7=täysin samaa mieltä	6 %	3 %	9 %	6 %

Väittämät 33 ja 34



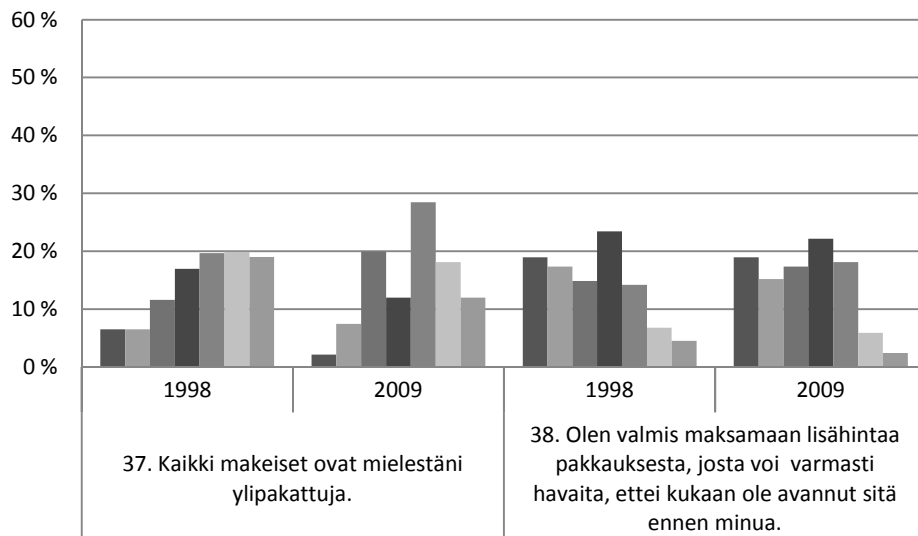
	1998	2009	1998	2009
■ 1=täysin eri mieltä	44 %	33 %	12 %	20 %
■ 2=melko eri mieltä	16 %	23 %	14 %	25 %
■ 3=hieman eri mieltä	11 %	12 %	12 %	16 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	15 %	14 %	38 %	27 %
■ 5=hieman samaa mieltä	7 %	13 %	15 %	8 %
■ 6=melko samaa mieltä	5 %	3 %	5 %	4 %
■ 7=täysin samaa mieltä	3 %	2 %	3 %	1 %

Väittämät 35 ja 36



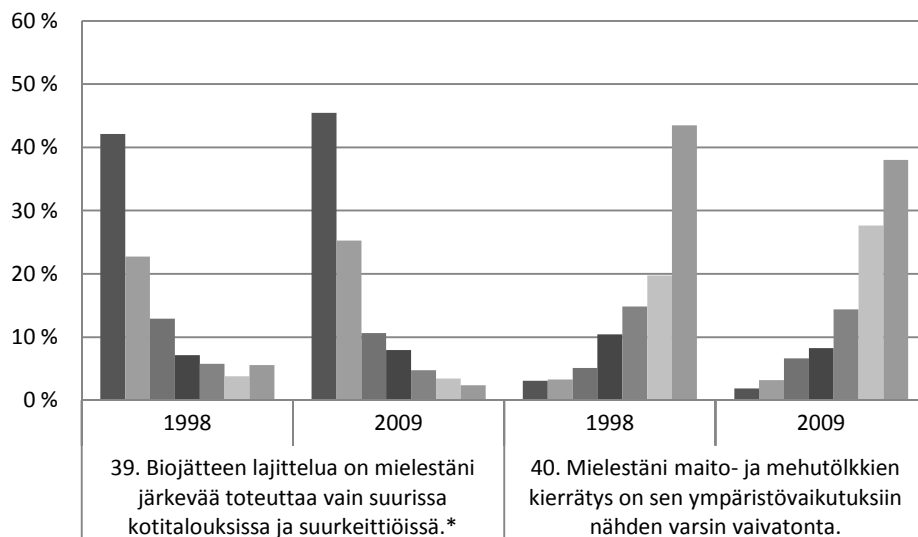
	1998	2009	1998	2009
■ 1=täysin eri mieltä	42 %	47 %	5 %	8 %
■ 2=melko eri mieltä	18 %	17 %	10 %	13 %
■ 3=hieman eri mieltä	11 %	10 %	8 %	16 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	9 %	7 %	17 %	19 %
■ 5=hieman samaa mieltä	10 %	11 %	16 %	19 %
■ 6=melko samaa mieltä	6 %	5 %	19 %	15 %
■ 7=täysin samaa mieltä	5 %	3 %	25 %	11 %

Väittämät 37 ja 38



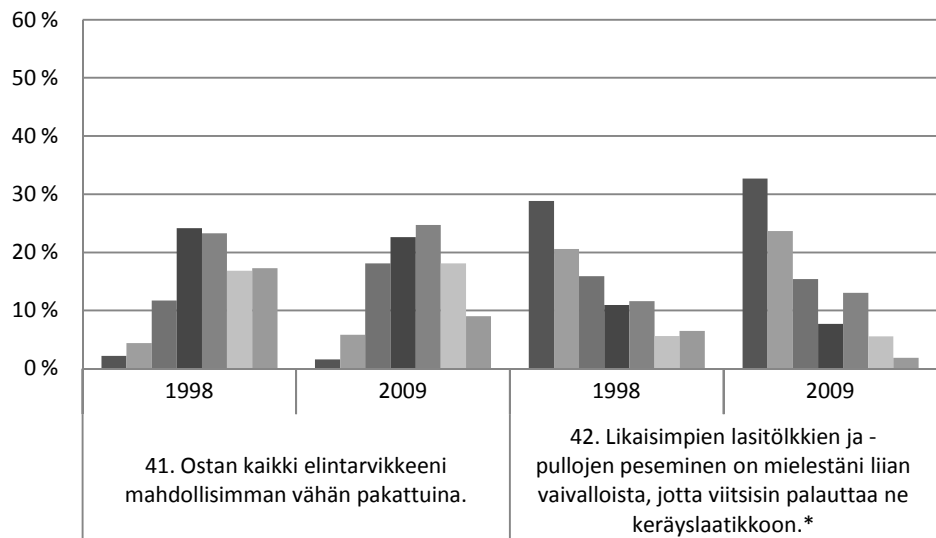
■ 1=täysin eri mieltä	6 %	2 %	19 %	19 %
■ 2=melko eri mieltä	6 %	7 %	17 %	15 %
■ 3=hieman eri mieltä	12 %	20 %	15 %	17 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	17 %	12 %	23 %	22 %
■ 5=hieman samaa mieltä	20 %	28 %	14 %	18 %
■ 6=melko samaa mieltä	20 %	18 %	7 %	6 %
■ 7=täysin samaa mieltä	19 %	12 %	5 %	2 %

Väittämät 39 ja 40



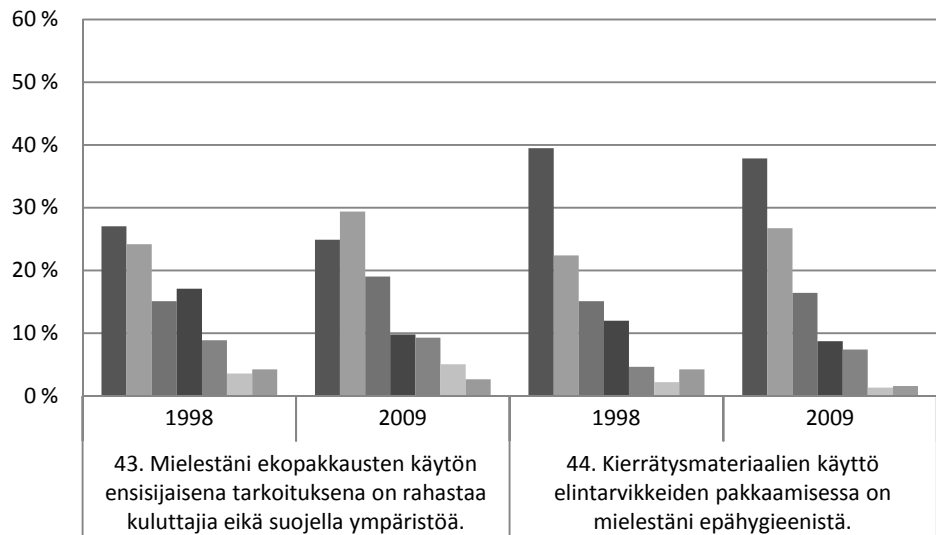
■ 1=täysin eri mieltä	42 %	45 %	3 %	2 %
■ 2=melko eri mieltä	23 %	25 %	3 %	3 %
■ 3=hieman eri mieltä	13 %	11 %	5 %	7 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	7 %	8 %	10 %	8 %
■ 5=hieman samaa mieltä	6 %	5 %	15 %	14 %
■ 6=melko samaa mieltä	4 %	3 %	20 %	28 %
■ 7=täysin samaa mieltä	6 %	2 %	43 %	38 %

Väittämät 41 ja 42



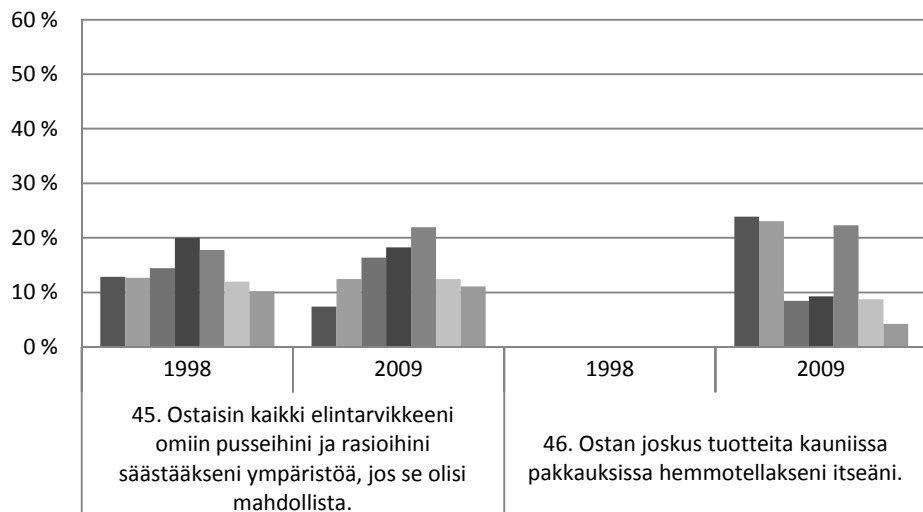
■ 1=täysin eri mieltä	2 %	2 %	29 %	33 %
■ 2=melko eri mieltä	4 %	6 %	21 %	24 %
■ 3=hieman eri mieltä	12 %	18 %	16 %	15 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	24 %	23 %	11 %	8 %
■ 5=hieman samaa mieltä	23 %	25 %	12 %	13 %
■ 6=melko samaa mieltä	17 %	18 %	6 %	6 %
■ 7=täysin samaa mieltä	17 %	9 %	6 %	2 %

Väittämät 43 ja 44



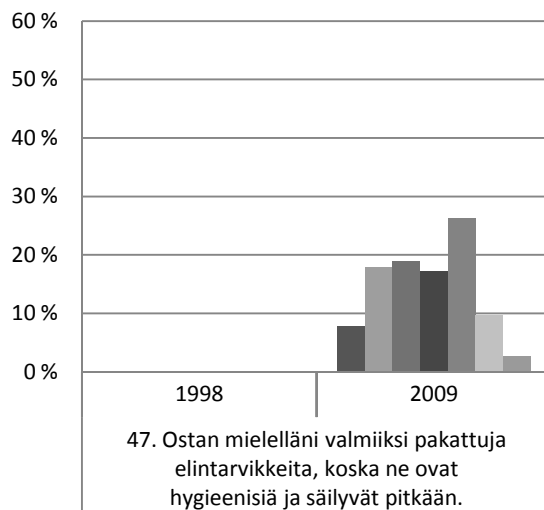
■ 1=täysin eri mieltä	27 %	25 %	39 %	38 %
■ 2=melko eri mieltä	24 %	29 %	22 %	27 %
■ 3=hieman eri mieltä	15 %	19 %	15 %	16 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	17 %	10 %	12 %	9 %
■ 5=hieman samaa mieltä	9 %	9 %	5 %	7 %
■ 6=melko samaa mieltä	4 %	5 %	2 %	1 %
■ 7=täysin samaa mieltä	4 %	3 %	4 %	2 %

Väittämät 45 ja 46



■ 1=täysin eri mieltä	13 %	7 %	0 %	24 %
■ 2=melko eri mieltä	13 %	12 %	0 %	23 %
■ 3=hieman eri mieltä	14 %	16 %	0 %	8 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	20 %	18 %	0 %	9 %
■ 5=hieman samaa mieltä	18 %	22 %	0 %	22 %
■ 6=melko samaa mieltä	12 %	12 %	0 %	9 %
■ 7=täysin samaa mieltä	10 %	11 %	0 %	4 %

Väittämä 47



■ 1=täysin eri mieltä	0 %	8 %
■ 2=melko eri mieltä	0 %	18 %
■ 3=hieman eri mieltä	0 %	19 %
■ 4=ei samaa eikä eri mieltä	0 %	17 %
■ 5=hieman samaa mieltä	0 %	26 %
■ 6=melko samaa mieltä	0 %	10 %
■ 7=täysin samaa mieltä	0 %	3 %

Liite 4. Asenneväittämien keskiarvot sukupuolen ja iän mukaan

Asenneväittäjä	Vuosi	Kaikki	Sukupuoli		p-arvo (t-testi)	Ikäryhmä				p-arvo (ANOVA)
			Miehet	Naiset		Lukio	19-29	30-49	50+	
1. Mielestäni suomalaiset elintarvikeviranomaiset pitävät huolen siitä, että kaikki kaupoissa myytävät elintarvikkeet ovat turvallisia nauttia niiden viimeiseen käyttöpäivään saakka.	1998	5,18	5,14	5,19	0.76	5,17	5,31	4,90	5,42	0.08
	2009	5,77	5,94	5,71	0.10	6,01	5,61	5,70	5,74	0.14
2. Värikkäät ja näyttävät pakkaukset saavat minut usein kokeilemaan uusia tuotteita.	1998	3,83	3,27	4,01	0.00	3,71	3,85	3,84	3,92	0.87
	2009	4,23	3,66	4,43	0.00	4,25	4,63	4,04	3,86	0.01
3. Jos metallisille säilyketölkeille ei saada kattavaa kierrätysjärjestelmää, tulee niiden käyttö mielestäni kieltää elintarvikkeiden pakkaamisessa.	1998	4,73	4,33	4,86	0.01	4,46	4,54	5,08	4,93	0.01
	2009	4,54	4,14	4,69	0.01	4,53	4,54	4,55	4,64	0.98
4. Luotan enemmän tehdaspakatun kuin irtomyytävän tuoreen lihan laatuun ja puhtauteen.	1998	2,96	3,34	2,84	0.01	3,16	2,93	2,63	3,24	0.05
	2009	3,24	3,45	3,16	0.14	3,62	3,11	3,11	3,03	0.06
5. Maito- ja mehutölkkien huuhtelu ja kierrätys on mielestäni ympäristön kannalta välttämätöntä.	1998	5,69	5,06	5,90	0.00	5,43	5,60	5,90	5,95	0.03
	2009	5,47	4,84	5,70	0.00	4,89	5,76	5,57	5,80	0.00
6. Ostan aina kahdesta tasavertaisesta tuotteesta edullisemman riippumatta siitä, onko sen pakkaus ympäristöystävällinen.	1998	4,22	4,25	4,22	0.89	4,34	4,29	4,07	4,18	0.67
	2009	4,31	4,82	4,14	0.00	4,95	4,44	3,71	3,86	0.00
7. Mielestäni kaupat pakottavat asiakkaansa roskaamaan ympäristöä vähentämällä palvelua ja myymällä vain valmiiksi pakattuja elintarvikkeita.	1998	5,25	4,98	5,34	0.04	4,85	5,07	5,50	5,85	0.00
	2009	4,74	4,31	4,90	0.00	3,95	4,53	5,20	5,80	0.00
8. Lasitölkkien ja kertakäyttöisten lasipullojen heittäminen jäteastiaan on mielestäni täysin edesvastuutonta.	1998	5,78	5,30	5,95	0.00	5,50	5,83	5,79	6,20	0.01
	2009	5,52	4,99	5,71	0.00	5,00	5,41	5,68	6,38	0.00
9. Elintarvikepakkaaminen ei ole mielestäni niin suuri ympäristöongelma, että sen vuoksi pitäisi ryhtyä rajoittamaan pakattujen elintarvikkeiden myyntiä.	1998	3,11	3,61	2,94	0.00	3,51	2,91	2,87	3,16	0.01
	2009	3,25	3,91	3,01	0.00	3,69	3,09	2,99	3,11	0.01
10. Metallisten säilyketölkkien huuhtelu ja kierrätys olisi mielestäni vähäinen vaiva sen ympäristövaikutuksiin nähden.	1998	5,60	4,94	5,82	0.00	5,50	5,63	5,58	5,73	0.76
	2009	5,76	5,21	5,95	0.00	5,62	5,64	5,84	6,09	0.12

Asenneväittäjä	Vuosi	Kaikki	Miehet	Naiset	p-arvo (t-testi)	Lukio	19-29	30-49	50+	p-arvo (ANOVA)
11. On mielestäni epätodennäköistä, että jokin rikollisjärjestö tai häirikkö myrkyttäisi elintarvikkeita Suomessa.	1998	5,14	5,37	5,06	0.07	5,45	5,39	4,86	4,70	0.00
	2009	5,51	5,79	5,41	0.03	5,98	5,59	5,16	5,05	0.00
12. En luota siihen, että kaikki kauppoissa myytävät elintarvikkeet olisivat viimeisenä myyntipäivänä syötäväksi kelpaavia.	1998	3,98	3,86	4,02	0.45	3,73	3,74	4,12	4,62	0.01
	2009	2,99	2,71	3,09	0.07	2,95	2,77	2,82	3,67	0.01
13. Suomalainen elintarviketeollisuus huomioi riittävästi pakkauksissaan niiden ympäristövaikutukset.	1998	3,36	3,68	3,25	0.01	3,50	3,24	3,10	3,70	0.02
	2009	3,63	3,97	3,51	0.01	3,97	3,37	3,38	3,77	0.01
14. Haluaisin, että makeisia pakattaisiin uusiomateriaaleista valmistettuihin pakkauksiin.	1998	5,65	5,18	5,80	0.00	5,55	5,77	5,84	5,27	0.03
	2009	5,57	5,02	5,77	0.00	5,24	5,74	5,84	5,48	0.01
15. Irtomyytävät elintarvikkeet ovat mielestäni tuoreempia ja siten parempilaatuisia kuin valmiiksi pakatut.	1998	5,30	5,11	5,36	0.11	5,24	5,16	5,55	5,19	0.14
	2009	4,97	4,88	5,01	0.48	5,06	4,90	4,95	4,91	0.85
16. Mielestäni kuluttajien tulisi olla valmiita maksamaan korkeampi hinta tuotteista, joilla on ympäristöä mahdollisimman vähän kuormittavat pakkaukset.	1998	4,29	4,08	4,36	0.15	4,18	4,29	4,13	4,77	0.09
	2009	4,20	3,70	4,37	0.00	3,84	4,16	4,26	4,71	0.01
17. Maitotölkkien kierrätys on mielestäni liian vaivalloista, jotta tavallisen kuluttajan kannattaisi tehdä sitä.	1998	2,51	3,04	2,33	0.00	2,31	2,25	2,52	3,22	0.00
	2009	2,17	2,64	2,00	0.00	2,34	1,91	2,16	2,35	0.21
18. Kertakäyttölasin heittäminen silloin tällöin jäteastiaan on mielestäni hyväksyttävää.	1998	3,50	3,97	3,34	0.00	3,95	3,53	3,42	2,74	0.00
	2009	3,42	3,64	3,34	0.15	3,96	3,51	3,22	2,65	0.00
19. Valitsen aina kaupan kylmältaasta alimmaisen tuotteen varmistuakseni siitä, että se on säilytetty riittävän alhaisessa lämpötilassa.	1998	3,97	3,64	4,08	0.04	3,32	3,52	4,60	4,73	0.00
	2009	3,74	2,89	4,05	0.00	3,42	3,43	3,99	4,52	0.00
20. Pidän siitä, että makeispakkaukset ovat muita pakkauksia näyttävämpiä.	1998	3,52	3,74	3,44	0.14	3,83	3,34	3,25	3,74	0.04
	2009	3,62	3,43	3,69	0.18	3,85	3,79	3,29	3,47	0.06
21. Metalliset säilyketölkit eivät ole mielestäni niin suuri ympäristöongelma, että niille pitäisi perustaa koko maan kattava kierrätysjärjestelmä.	1998	2,57	3,18	2,37	0.00	2,38	2,48	2,73	2,81	0.22
	2009	2,54	3,10	2,34	0.00	2,95	2,26	2,56	2,26	0.00
22. Mielestäni kaikkien kotitalouksien ehdoton velvollisuus on lajitella biojätteensä, jos siihen on annettu mahdollisuus.	1998	5,82	5,32	5,98	0.00	5,46	5,77	5,87	6,41	0.00
	2009	5,75	5,09	5,99	0.00	5,39	5,74	5,89	6,21	0.00

Asenneväittäjä	Vuosi	Kaikki	Miehet	Naiset	p-arvo (t-testi)	Lukio	19-29	30-49	50+	p-arvo (ANOVA)
23. En usko (1998)/Uskon (2009), että ympäristöystävällisen pakkauksen valmistaminen voi maksaa enemmän kuin tavallisen pakkauksen.	1998	5,00	4,57	5,14	0.00	4,31	4,83	5,49	5,62	0.00
	2009	4,70	4,88	4,64	0.21	5,25	4,71	4,55	4,02	0.00
24. Mielestäni kauppoihin voi luottaa siinä, että myytävät elintarvikkeet on säilytetty oikeassa lämpötilassa.	1998	4,22	4,44	4,14	0.11	4,70	4,09	3,83	4,26	0.00
	2009	4,88	5,22	4,76	0.00	5,04	4,81	4,95	4,62	0.29
25. Haluan ostaa mieluummin pakattuja kuin irtomyytäviä elintarvikkeita, koska niiden päiväysmerkinnöistä voi varmistaa, milloin tuote on valmistettu.	1998	3,45	3,73	3,36	0.03	3,49	3,47	3,12	3,84	0.02
	2009	3,65	3,71	3,63	0.67	3,98	3,43	3,60	3,58	0.08
26. Elintarvikepakkausten varustaminen koskemattomuussineiteillä on mielestäni hätävarjelijun liioittelua.	1998	4,09	4,44	3,98	0.01	3,95	3,96	4,15	4,39	0.30
	2009	3,97	3,93	3,99	0.79	3,45	3,90	4,24	4,55	0.00
27. Ympäristöystävällisistä pakkauksista ei tulisi mielestäni aiheutua ylimääräisiä kustannuksia kuluttajille.	1998	5,47	5,18	5,57	0.03	5,34	5,42	5,59	5,55	0.62
	2009	5,39	5,47	5,36	0.54	5,55	5,45	5,37	5,03	0.20
28. En ole huolestunut suomalaisten elintarvikkeiden turvallisuudesta.	1998	5,03	5,20	4,98	0.21	5,28	5,11	4,68	5,12	0.03
	2009	5,48	5,73	5,39	0.04	5,91	5,25	5,40	5,18	0.00
29. Biojätteen lajittelulla ei ole mielestäni riittävän suuria ympäristövaikutuksia sen keräilystä aiheutuviin kustannuksiin nähden.	1998	3,04	3,34	2,94	0.03	3,13	2,89	2,93	3,40	0.18
	2009	2,71	3,14	2,56	0.00	2,90	2,63	2,63	2,64	0.47
30. Olen ehdottomasti sitä mieltä, että kaikkiin taloyhtiöihin ja omakotitaloalueille tulisi järjestää maito- ja mehutölkkien kierrätysastia.	1998	5,73	5,21	5,89	0.00	5,58	5,82	5,74	5,73	0.72
	2009	5,76	5,27	5,94	0.00	5,40	6,07	5,89	5,62	0.01
31. En todennäköisesti viitsisi huuhdella ja kierrättää metallisia säilyketölkkejä, vaikka niille tulisi oma kierrätyslaatikko lähikaupan nurkalle.	1998	2,56	3,35	2,32	0.00	2,94	2,30	2,37	2,70	0.03
	2009	2,39	3,11	2,14	0.00	2,92	2,09	2,39	2,06	0.00
32. Valitsen mieluummin kierrätysmateriaalista tehdyn pakkauksen, vaikka se olisi hieman muita tuotteita kalliimpi.	1998	4,16	3,86	4,26	0.03	3,88	3,99	4,30	4,75	0.00
	2009	4,05	3,56	4,23	0.00	3,69	3,80	4,36	4,56	0.00
33. Kiiltävät ja kauniit pakkaukset ovat minulle tärkeitä ostaessani makeisia.	1998	2,50	2,31	2,56	0.15	2,35	2,46	2,61	2,62	0.61
	2009	2,66	2,56	2,69	0.47	2,66	2,83	2,48	2,58	0.47

Asenneväittäjä	Vuosi	Kaikki	Miehet	Naiset	p-arvo (t-testi)	Lukio	19-29	30-49	50+	p-arvo (ANOVA)
34. Kauppojen kylmäsäilytysalaiden lämpötilat tuntuvat mielestäni aina epäilyttävän korkeilta.	1998	3,59	3,58	3,59	0.97	3,30	3,34	3,90	3,96	0.00
	2009	2,92	2,66	3,01	0.03	2,96	2,75	2,83	3,26	0.13
35. Pidän biojätteen lajittelua liian vaivalloisena, jotta viitsisin tehdä sitä säännöllisesti.	1998	2,63	3,21	2,45	0.00	2,93	2,74	2,53	2,03	0.01
	2009	2,45	3,06	2,23	0.00	2,88	2,23	2,61	1,83	0.00
36. Ostan tuoreen lihan ja kalan aina palvelutiskistä, koska tällöin saan valita mieleiseni kokoisen ja näköisen palan.	1998	4,87	4,66	4,94	0.16	4,78	4,24	5,16	5,62	0.00
	2009	4,17	4,40	4,09	0.11	4,34	3,41	4,11	5,17	0.00
37. Kaikki makeiset ovat mielestäni ylipakattuja.	1998	4,72	4,70	4,73	0.88	4,77	4,50	4,70	5,11	0.13
	2009	4,59	4,22	4,72	0.00	4,44	4,41	4,49	5,32	0.00
38. Olen valmis maksamaan lisähintaa pakkauksesta, josta voi varmasti havaita, ettei kukaan ole avannut sitä ennen minua.	1998	3,35	3,35	3,35	0.98	3,19	3,17	3,30	4,07	0.00
	2009	3,33	3,33	3,32	0.99	3,52	2,89	3,17	3,89	0.00
39. Biojätteen lajittelua on mielestäni järkevää toteuttaa vain suurissa kotitalouksissa ja suurkeittiöissä.	1998	2,45	2,88	2,32	0.00	2,74	2,18	2,34	2,53	0.08
	2009	2,21	2,94	1,96	0.00	2,55	2,02	2,20	1,95	0.03
40. Mielestäni maito- ja mehutölkkien kierrätys on sen ympäristövaikutuksiin nähden varsin vaivatonta.	1998	5,64	5,12	5,80	0.00	5,53	5,83	5,54	5,69	0.40
	2009	5,65	5,08	5,85	0.00	5,32	5,79	5,68	6,00	0.02
41. Ostan kaikki elintarvikkeeni mahdollisimman vähän pakattuina.	1998	4,82	4,43	4,94	0.00	4,41	4,47	4,96	5,84	0.00
	2009	4,53	3,92	4,75	0.00	4,05	4,35	4,76	5,33	0.00
42. Likaisimpien lasitölkkien ja -pullojen peseminen on mielestäni liian vaivalloista, jotta viitsisin palauttaa ne keräyslaatikkoon.	1998	2,99	3,53	2,81	0.00	3,25	2,80	2,95	2,85	0.24
	2009	2,69	3,15	2,53	0.00	3,05	2,61	2,76	2,14	0.01
43. Mielestäni ekopakkausten käytön ensisijaisena tarkoituksena on rahastaa kuluttajia eikä suojella ympäristöä.	1998	2,84	3,36	2,68	0.00	3,00	2,68	2,69	3,18	0.10
	2009	2,75	3,34	2,54	0.00	3,00	2,48	2,73	2,77	0.12
44. Kierrätysmateriaalien käyttö elintarvikkeiden pakkaamisessa on mielestäni epähygieenistä.	1998	2,43	2,70	2,35	0.05	2,62	2,04	2,27	3,09	0.00
	2009	2,31	2,61	2,21	0.02	2,64	2,01	2,24	2,35	0.01
45. Ostaisin kaikki elintarvikkeeni omiin pusseihini ja rasioihini säästääkseni ympäristöä, jos se olisi mahdollista.	1998	3,94	3,81	3,98	0.40	4,03	3,86	3,83	4,16	0.58
	2009	4,17	3,73	4,32	0.00	4,22	4,15	3,87	4,45	0.21

Asenneväittäjä	Vuosi	Kaikki	Miehet	Naiset	p-arvo (t-testi)	Lukio	19-29	30-49	50+	p-arvo (ANOVA)
46. Ostan joskus tuotteita kauniissa pakkauksissa hemmotellakseni itseäni.	1998	
	2009	3,26	2,47	3,54	0.00	3,38	3,23	3,22	3,20	0.90
47. Ostan mielelläni valmiiksi pakattuja elintarvikkeita, koska ne ovat hygieenisinä ja säilyvät pitkään.	1998	
	2009	3,76	3,90	3,71	0.28	4,27	3,71	3,62	3,21	0.00

Liite 5. Kuluttajapalautetta pakkauksista 2009

Avattavuus ja suljettavuus

Kartonkiset jäätelöpakkaukset eivät toimi, eivät avaudu, eivätkä sulkeudu uudestaan hyvin.

Lasipurkkien kannet liian tiukasti kiinni, ei meinaa saada auki edes nahkakäsine kädessä!

– nainen, 34 v

Liian tiukat muovipakkaukset ovat joskus ongelmallisia valmisruuissa. – nainen, 40 v

Cashew -jogurttipähkinät eivät auenneet pari viikkoa sitten millään, eikä ollut sillä hetkellä saksia saatavilla. –nainen, 50 v

Pakkauksessa on tärkeää avaamisen helppous, suljettavuus ja säilöittävyys. – nainen, 53 v

Monia lasipurkkeja on vaikea saada auki, vanhanaikaiset litran pahviset jäätelöpakkaukset ovat epäsiistejä ja sotkevia, niiden uudelleen sulkeminen on hankalaa. – nainen, 37 v

Varsinkin pakkaus, joka on vaikea avata, muistetaan. Se jää seuraavalla kerralla kaupan hyllylle. Ekologisuus on hyvä asia mutta siinäkin ei kannata mennä liian pitkälle. – nainen, 36 v

Helppo avattavuus on tärkeää. Makeispussien avaussysteemi on huono, vanha oli parempi jolloin pussin sai nätisti auki. Nykyään kun avataan kulmasta yleensä koko pussi hajoaa jossain vaiheessa. Vaihtoehtona olen ruvennut avaamaan karkkipussit saksilla, aina ei vain ole saksia paikalla. Pienet pakkaukset ovat ihania, kaikkea ei tarvitse saada paljon, arvostan myös sitä, että tuote on pakattu tiiviisti, puolityhjät pakkaukset inhottavat ja tuntee itsensä petetyksi. Leivissä ja pullapusseissa parasta ennen –leimat ovat yleensä huonosti näkyvissä, sen takia metalliklipit ovat hyviä, kun päiväys löytyy aina. Uudelleensuljettavat pakkaukset ovat hyviä: Säilyvyys paranee ja tuote pysyy pussissa. – nainen, 28 v

Kovaan muoviin pakatut, jotka eivät aukea millään ja jos aukeaa, tekee melkein haavoja käsiin. Pakkausten tulisi olla mahdollisimman yksinkertaisia ja ympäristöystävällisiä. Varmasti useimmat kuluttajat olisivat valmiita maksamaan sen 5 snt/pakkaus. – mies, 22 v

Jotkut pakkaukset ovat ikäihmisten vaikeita avata lapsilukkojen takia. – nainen, 70 v

Jäätelöpakkaukset hankalia, paitsi muovirasiat, mutta ovat isoja sinkkotalouteen. Liian tiukkaan liimatut jauho- ja sokeripaketit. – nainen, 54 v

Turhat tiiviit muovipakkaukset pois ja pahvilaatikoita tilalle. Pidän laatikoista, jotka ovat ylhäältä avattavia ja saa ne mielellään olla kauniin näköisiäkin! – mies, 46 v

Pahvirasioiden purkaminen on jopa mielenkiintoista, muovi-ikkunat pahvirasiassa ovat turhat. – mies, 68 v

Jotkut metvurstipakkaukset mahdoton saada auki. Maito- ja mehutölkit ovat hyviä pakkauksia ja helppo avata. – nainen, 70 v

Huonoja pakkauksia: hammasharjat, CD-pakkaus, sakset. – nainen, 66 v

Mikroruuissa on joskus liian tiukka pakkauskalvo, joka on vaikea repiä irti. Turha pakkaaminen ärsyttää, vievät paljon tilaa kun kuljettaa, materiaalia menee hukkaan, koska se joutuu yleensä kaatopaikalle. Ei kannata pakata liian hyvin, jos ei ole vaaraa, että tuote menee pilalle muuten tai esimerkiksi menisi rikki. Jos ostaa vaikka pienen lampun, niin sen ympärillä voi olla iso muovipakkaus, jota ei saa auki ilman saksia. Se on jo liioittelua. – nainen, 43 v

Sellaisia pakkauksia, jotka voi avata ja sulkea uudelleen. Pienempiä pakkaukkoja. – mies, 54 v

Pakkaukset, joissa muovi liimataan kiinni pahviin - esim. hammasharjat - avausviivat eivät koskaan toimi, jos niitä edes on. – nainen, 52 v

Auki repäistävät karkkipussit hajoavat yleensä kokonaan. Lääkepurkit vaikeita avata (repäisy nauha katkeaa usein). – nainen, 60 v

Hyvä pakkaus on helppo avata ja sulkea. Toimii sen aikaa kun elintarvike on käytetty oikeassa ajassa. Muotoilultaan hyvä kuljettaa ja säilyttää sille kuuluissa säilytystiloissa, kuten jääkaappi ja pakastin. – nainen, 65 v

CD- ja DVD-muovit vaikea avata koteloista. Multapussi repeää. – nainen, 57 v

Pakkaus voi olla tyylikäs myös yksinkertaisena. Uudelleensuljettavuus on todella tärkeää. Pakkauksen tulee olla siisti loppuun asti. – nainen, 51 v

Mikroaterioiden pakkausten muovinen repäisykansi ollut liian tiukka (työpaikkaruokailu), ruoat roiskuu, kun joutuu käyttämään voimaa. – nainen, 46 v

Jotkut pakkaukset vaikeita avata reumaatikoille ja vanhuksille. – nainen, 68 v

Helposti avattavuus tärkeää ja pakkauksen käyttökelpoisuus. Kauniista pakkauksesta ei ole mitään iloa, jos sitä ei saa auki ja kiinni. – nainen, 21 v

Uudelleen suljettavat pakkaukset ovat hyviä, koska ostan isoja pakkauksia (ovat kilohinnaltaan halvempia), mutta en käytä niitä kerrallaan. – nainen, 21 v

Markkinoille lisää helposti avattavia pakkauksia vanhoille ja rajoittuneille. Innovatiivisuutta ja tyyliä! – mies, 22 v

Voisitteko kehittää oikeasti hyvän CD-levykotelon jostain muovia fiksummasta materiaalista. – mies, 28 v

Pakkauksen uudelleensuljettavuus tärkeää. – mies, 22 v

Pakkaukset jotka aukeavat ilman saksia kätevimpiä, turvallisempia lapsillekin. – nainen, 34 v

Pakkausten avaamismekanismit ovat usein huonokätiselle vaikeita, lisäksi pakettien ylimuovittamisesta pitäisi luopua. – nainen, 48 v

Suljettavuus on tärkeä. Jos paketti vaikea avata, jää tuotteesta negatiivinen kuva. ”Parasta ennen” irrallisella osalla (esim. jotkut leipäpaketit) jotka hukkuu kauan ennen kuin tuotetta käytetään. – nainen, 42 v

Pastilliaskit ovat nykyisin täysin onnettomia. Kerran avattuaan ei rasiaa pysty sulkemaan riittävän tiiviisti, pastillit purkautuvat taskun pohjalle. – nainen, 40 v

Liikaa käsivoimia tarvitsevat pakkaukset ärsyttävät. Kurkku pakattuna kutistemuoviin hankalin pakkaus. Toiseksi hankalin avata ja sulkea viinirypäleet valmiissa rasiassa. Säilyketölkkit vetolenkillä vaativat ensin veitsen käyttöä. – nainen, 48 v

Pakkaus voisi olla helposti avattava ja jälleen suljettava. Turhaa pakata tuotteita moninkertaisesti ja pistää se vielä kassalla muovipussiin: lasipurkki+pahvirasia+pussi. – nainen, 63 v

No ottaa päähän kun ne jotkut karkkipussit ”räjähtää” kun ne yrittää avata. – nainen, 21 v

Parasta pakkaussuunnittelua on edelleen vanha kunnan maitotölkki: helppo avata ja sulkea, helppo säilyttää jääkaapissa, helppo kierrättää: helppo huuhdella, painella kokoon ja sisäkkäin ja helppo lajitella. – nainen, 24 v

Arvostan helppokäyttöisyyttä, tuote pitää olla helposti avattava ja suljettava. – nainen, 24 v

Huono pakkaus: ei saa selvää mistä tarkoitus avata, ei pysy pystyssä hyllyllä, valuttaa tuotetta. Hyvä pakkaus: tiivis, kätevä, ympäristöystävällinen. – nainen, 32 v

Jotkut lasipurkit on lähes mahdotonta saada auki. Purkin kyljessä voisi olla vinkkejä siitä kuinka purkin saa auki. Esim. kansi kuuman veden alle tms. – mies, 46 v

Hyviä ovat pakkaukset, jotka voi sulkea uudelleen. Juustopakkaukset ovat mielestäni huonoja. – nainen, 23 v

Valmisruokapakkaukset, joissa on repäistävät kannet, on vaikeita avata. Purkkapussit, jotka suljetaan minigrip-systeemillä, ovat käteviä. – nainen, 20 v

Olisi mukavaa, jos pakkausten suljentamekanismeihin panostettaisiin enemmän! Esimerkiksi juustopakkaukset jäävät aina repsottamaan auki; tarra/liima/mikalie menetelmä toimii korkeintaan sen pari kertaa ja kappas, pettää heti. – nainen, 21 v

Pakkausten tulisi olla helposti uudelleen suljettavia. Ympäristöystävällisyys on tärkeää. Useat makeiset ja varsinkin keksit on pakattu turhan huolellisesti. – nainen, 24

Pakkaus täytyy saada kätevästi suljettua ja kannettua! – nainen, 20 v

Kartonkisten mehu- ym. pakkausten avaaminen ilman saksia on joskus turhan hankalaa -> repäisykohdan tulisi olla toimivampi. Leikkelepakkausten uudelleensuljettavuus on hieno asia, mutta pakkauksesta voisi tehdä helpommin kierrätettävän. – mies, 23 v

Pakkauksissa ratkaisee kuinka houkuttelevasti tuote tulee esille ja pakkaus on helppo avata ja sulkea. Muu koreilu on mielestäni turhaa ja arvostan usein tarjoushintoja. – mies, 22 v

Huono pakkaus on mm. Eloveena-puuron uusi pakkaus. Enää ei pysty kaatamaan puurohiutaleita suoraan desimitaan, vaan on ”ronkittava” pakkauksen sisältä. Vaikeaa ja epähygieenistä! Parhaita ovat pakkaukset (kartonki), joissa on sivussa ylhäällä ”kolot”, jotka saa auki, ja extramahtavia sellaiset ”kolot” joissa on sellainen ”vipa”. Kartonkipakkaukset ovat hyviä, ekologisista ja usein onnistuneita ulkomuodoltaan muutenkin. Mielestäni kaikki pakkaukset tulisi olla mahdollista kierrättää, asuinseudullani lähes mahdotonta kierrättää metallijätettä (olen yrittänyt joka puolelta onkia tietooni mihin voin metallijätteeni viedä, vieläkin en olen selvillä täysin...), joten vältän säilyketölkkien yms. ostamista. Olisi myös kiva, jos pakkauksissa lukisi miten ne kierrätetään. Aina en ole varma meneekö jokin tuote energijätteisiin vai sekajätteisiin. Jonkinmoiset symboli-indikaattorit olisivat hyvät. Olisi myös loistava, jos meille ympäristöstä huolestuneille kuluttajille olisi jonakin päivänä mahdollista käydä kaupoissa täyttämässä esim. ketsuppullot niin että vanhaan purkkiin voisi kaupan isosta saavista tms. lorauttaa täytteet vanhaan purkkiin. Utopististako? – nainen, 25 v

Pahimpia ovat mielestäni pakkaukset, jotka on hankala avata ja joita ei voi sulkea. Myös rasian/pakkauksen koolla kikkailu häiritsee. Pakkauksessa on esim. puolet tyhjää tilaa. Myös muovin turha käyttö häiritsee sekä se, että karkkeja usein pakataan turhaan. – mies, 23 v

Jotkut pakkaukset ovat järjettömiä, esim. karkkipussissa olevien karkkien kääriminen uudelleen vielä papereihin tms. Turhaa roskaa. Varsinkin jotkut yskänpastillit ovat loistava esimerkki. Joidenkin leikkeleiden, meetvurstien ym. pakkaukset ovat naurettavan hankalia avata, eivätkä avaudu todellakaan kohdasta ”avaa tästä” ilman saksia. Juustopakkausten esim. Valion Edam-juuston pakkaus on mukamas uudelleen suljettava, muttei todellakaan pysy kiinni enää avaamisen jälkeen. Sama ongelma on monien muiden uudelleen suljettavien tuotteiden kohdalla. – nainen, 21 v

Keksipakettien yms. repäisynauha toimii kunnolla tuskin koskaan. Samoin jäätelöpakkausten repäisynauha, jonka avaamisessa menee maltti, tunnustan häpeäkseni, jo kauan ennen kuin sen saa auki. Myös erilaisten katkoviivoin merkityt avauskohdat (hiutalepaketit, suola- ym. pahvipakkaukset) toimivat melko huonosti tai niitä on hankala painaa auki. – nainen, 48 v

Monet mm. elektroniikkatarvikkeet pakataan pakkauksiin, jotka on äärimmäisen vaikea avata. Esim. vanhuksille näiden avaaminen on lähes mahdotonta ilman apua. – nainen, 26 v

Pidän kauniista pakkauksista, jotka on helppo avata. – nainen, 22 v

Korppujauhopussit todella huonoja. Uudelleen avattavat ja suljettavat leikkelepaketit ovat hyviä. – nainen, 29 v

Pahviset riisipakkaukset, aukko huono kaikissa vastaan tulleissa (muka helppo kaataa). Pakastekeittopakkaukset repeävät auki 100 osassa. Broilerijauheliha yms. valmiiksi pakatut lihatuotepakkaukset aukeavat huonosti (aina tarvitsee veistä tai saksia). – nainen, 29 v

Toimivuus

Soikeat salaattirasiat (punajuuri-peruna-italiansalaatti) hyviä voileipälaatikoita ja eväsrasioita. Erilaiset isosuiset jogurttijuomapullot hyviä eväspulloja. – nainen, 56 v

Hyvät pakkaukset ovat kauniisti muotoiltuja ja ne voi uusiokäyttää. – nainen, 21 v

Hyvä pakkaus vie vähän tilaa esim. jääkaapissa, korkeakaulainen ketsuppipullo on kamala. Hyvän pakkauksen voi käyttää uudelleen eli täytyy olla pestävä ja vaikka pakastamista kestävä. Pakkaus ei saa hajota kauppareissulla kuten esim. heikot muovit ja alumiinikannet. – nainen, 42 v

Esim. riisi- tai puuropakkausten ns. kaatonokat yleensä repeävät miten sattuu, jolloin siististi kaataminen ei onnistu. – nainen, 39 v

Pakkausmateriaalin määrää tärkeämpänä pitäisin pakkauskokoa. Esim. juustoa on vaikea saada riittävän pienissä pakkauksissa, jolloin suuri osa tuotteesta joutuu roskakoriin (menee vanhaksi). – mies, 22 v

Salaattipakkaukset (esim. Saarioinen, muovikansi) aivan loistavia uudelleenkäytön kannalta. – mies, 25 v

Esim. liian suuret pakkaukset muroissa, esim. Kellogs. Turhaa kannettavaa sekä vievät kaapissa tilaa. Tällöin pitää tyhjentää toiseen astiaan. Spagetti leviää hyllylle, kun paketti on kerran avattu. Tetra-pakkaus sopii moneen tuotteeseen. Hyvä avata ja sulkea, myös hygieeninen. Mausteissa pitäisi olla selvästi päivämäärä. Tuotteissa ei saisi olla liian pitkiä päivämääriä. – nainen, 52 v

Hyviä ns. täyttöpakkaukset (kartonkiset). Perunasalaattipakkaukset (muoviset) pystyy käyttämään monta kertaa. Pumpupullot esim. kosmetiikassa hygieenisia – mutta pohjalle jää aina osa käyttämättä. Nykyisiä hammastahnatuubeja ei saa puristettua tyhjäksi (leikattava auki että saa kaiken käytettyä). Isompi pakkaus ei aina olekaan halvempi, pitää olla tarkkana kg/litra-hinnan kanssa. – nainen, 53 v

Mehutölkit, esim. 1 litran täysmehut isommiksi ja hana mukaan niin kuin viinitölkeissä. Olisi helppo ja mukava käyttää. – nainen, 40 v

Muotoilu on tärkeä, tuotteen näytettävä hyvältä jo omassa pakkauksessaan (juoma- ja öljypullot). – mies, 25 v

Kannelliset rasiat jotka sulkeutuvat hyvin jatkokäytössä herättävät aina mielenkiintoa. Keräilijälle pakkaukset ovat innovatiivisia löytöjä joita muut perheenjäsenet eivät ymmärrä. – nainen, 62 v

Makkarapaketit, siis sellaiset missä voileivälle laitettava makkara on ”jonossa”, ovat aivan uskomattoman huonoja. Edessä oleva viipale kuivuu aina, joten makkaraviipaleet on pakko siirtää johonkin toiseen rasiaan omasta pakkauksesta huolimatta. Mistä tällaiset pakkaukset kuuluu edes avata? – nainen, 23 v

Ekologisuus, ylipakkaaminen

Vähemmän päällekkäisiä pakkauksia, enemmän kartonkia ja paperia. – nainen, 35 v

Hienoa, kun juotavista jogurteista on poistettu muovikorkit tarpeettomina, koska vielä ”sinetti” alla. –nainen, 42 v

Salaattipakkaus, joka on biohajoava, on aivan erinomainen. – nainen, 38 v

Oleellista on, että pakkauksessa on ohje mihin lajitellaan: aina ei ollenkaan selvää saako tai kuuluuko muovi laittaa energijakeeseen vai ei, tai saako esim. vahvasti värillisen pakkauksen laittaa kartonkeihin. Jos ei ole tietoa saatavilla, voi ihmisiltä jäädä lajittelematta. Kaikki keräyslaatikot tulisi olla samassa paikassa. Tällä hetkellä alueellamme energijaepiste on toisessa paikassa; valitettavasti tästä syystä muovit jäävät lajittelematta. Tähän vaikuttaa myös tiedon puute siitä mitä sinne kuuluu. Sekajättemaksujen nostoa voisi harkita ihmisten patistamiseksi lajitteluun, lajittelupisteitä tulisi lisätä lähemmäs ihmisiä, kaikki lajittelu pitäisi olla mahdollista samassa pisteessä. Valtio voisi tukea biojätekompostorin hankintaa yksityisille poistamalla kompostorin hinnasta (430 euroa) verot. – nainen, 34 v

Joskus tuotteet on pakattu useaan kertaan monen muovikerroksen alle. Mielestäni se on tarpeetonta. – nainen, 26 v

Hyvää on kaikki mahdollisimman vähäinen ja kierrätyskelpoinen pakkaaminen. Huonoa esim. muovipulloihin pakatut ruokakermat tms. ostaisin tuotteita jos ne olisivat kierrätettävissä kartonkipakkauksissa. Leipä enemmän paperipusseihin. Olisiko leikkeleiden tms. muovipakkauksille vaihtoehtoja? – nainen, 36 v

Ei turhia muoveja enää kartonkipakkausten päälle, muutenkin liikaa kerrospakkausta. – nainen, 34v

Minkä takia luomutuotteet ovat niin ylipakattuja? Ja monet muutkin tuotteet? – nainen, 33 v

Nyt kovassa nousussa tosiaan ympäristöystävälliset pakkaukset, niitä ei kuitenkaan ole tarpeeksi. Kaikkiin tuoteryhmiin pitäisi saada pakkauksia, jotka voi kierrättää. – nainen, 20 v

Lisää uudelleenkäyttöpakkauksia, ei kertakäytölle! – mies, 27 v

Monet tuotteet on pakattu niin tiiviisti, että niitä on todella vaikea saada auki ilman työvälineitä. Yksittäispakatut (esim. keksit) ovat mielestäni täysin ”liikaa” pakattuja. – nainen, 54 v

Hyvässä pakkauksessa on ehdottomasti tuotteen aineluettelo, muuten tuskin ostan tuotetta (ei saa sisältää EXXX koodiaineita eikä lisäaineita mielellään). Ympäristöystävällinen pakkausmateriaali saa

hurjat bonukset, tekee mieli jopa ostaa sellainen rinnakkaistuote, josta en muuten edes niin pidäkään. Pakatkaa tyyllillä, mutta kevyesti ja ympäristöystävällisesti = voittamaton yhdistelmä. Muovipakkauksia ja alumiini etc. muita ei-hajoaviin materiaaleihin pakattuja vältän ostamasta jos mahdollista. Turha sitä ”sotkee” enemmän kuin pakko. – nainen, 29 v

Tarpeeton, moninkertainen pakkaaminen turhaa! – nainen, 64 v

Enemmän kierrätyspisteitä lasi- ja alumiinitölkeille, nyt niitä ei pysty kierrättämään ja ne menee suoraan roskiin. Varsinkin elektroniikkatavaroiden pakkaukset (muovi) ovat lähes mahdottomia avata. – nainen, 24 v

Moninkertaiset pakkaukset harmittavat sekä vaikeasti avattavat tölkit. Liian paljon käytetään muovia pakkauksissa. – nainen, 60 v

Pieni on kaunista! Helpottakaa kuluttajien kierrätysmahdollisuuksia. – nainen, 22 v

Yleisesti pakkaukset ovat liian pakattuja ja se tekee kuluttajavalinnasta vaikeaa. Ruoan säilyvyyteen kiinnitetään jo liikaa huomiota. – nainen, 26 v

Vähemmän muovia ja vähemmän yksittäispakattuja tuotteita. – mies, 25 v

Helposti kierrätettävyyden on aina parempi! Eli samassa pakkauksessa mahdollisimman vähän materiaaleja. – nainen, 20 v

Ulkonäkö ei ole niin tärkeää. Jos siinä jotain korostatte, niin sitä, että pakkaus on kierrätettävissä! – nainen, 22 v

Jätehuollossa saksalainen tapa ”gelbe sack” johon kierrätetään lähes kaikki (ei lasi, paperi) kierrätettävä jäte on kätevä, helppo tapa kierrättää. Jätehuoltolaitoksessa kierrätettävät jätteet erotellaan. Sai ainakin minut kierrättämään paremmin. – nainen, 55 v

Ympäristöystävällisyyttä voi korostaa pakkauksessa, sekin voisi vaikuttaa valintapäätökseen, mutta usein sitä ei tajua. – nainen, 29 v

Kannustaisin mahdollisimman ympäristöystävällisiin ja vähämateriaalisiin pakkauksiin. – nainen, 21 v

Mielestäni tuotteita pakataan aivan liikaa, esim. yksittäispakatut karkit karkkipussissa. Muovin käyttöä tulisi vähentää selvästi. – nainen, 27 v

Viinirypäleitä, mansikoita jne. ei saisi pakata sellaisiin muovirasioihin. Ihan turhaa jätettä. – nainen, 31 v

Ympäristöystävällisyys kunniaan! Pois turhat muovit! – nainen, 21 v

Lisää ekologisia pahvipakkauksia, joiden kierrättäminen on vaivatonta. Ei moninkertaista pakkaamista (muovipussit pahvirasiassa). – nainen, 21 v

Vähemmän pakkausmateriaalia! – nainen, 42 v

Pakkauksissa on liikaa päällekkäisiä kuoria – on paperipussi, jonka päällä on pahvikääre, jonka päällä on vielä muovi. Älytöntä! Perusturvallisuuden vuoksi pakataan aivan liian hygieenisesti, kun sen katsotaan olevan ihmisten hyvinvoinnille oleellinen asia. Miksi kuluttajat arvostavat pakattuja elintarvikkeita irtomyyntiä enemmän? Pakkausten kierrätystä ja uusiokäyttöä pitäisi tehostaa. Monet muovipullot kuten kauneudenhoito- ja kodinhoitotuotteet voisi täyttää uudestaan. Jos pulloja voisi palauttaa kauppaan, tekisin sen ilman muuta. Inhoan ajatusta kasvavista jätevuorista. – nainen, 49 v

Pakkauksessa voisi olla selkeä symboli, jos se on esim. kartonkia (esim. biohajoava muovirasia hämmensi, koska sitä ei tajua kierrättää, koska se näyttää tavalliselta muovilta). Materiaalin kestävyys on myös tärkeää, paperiset sokeripussit hajoavat aika usein. Biohajoava muovi voisi olla ”tulevaisuuden pakkausmateriaali”. Helsingin kierrätysjärjestelmä pitäisi tosin ensin saada kuntoon. Luin, että biojättekaatis on täynnä ja kuljetus kauas on järjettömän kallista. – nainen, 36 v

Moninkertaiset päällykset turhia. Kartonki on parempi kuin metalliastia. – nainen, 58 v

Avattavuus tärkeä, mutta myös ympäristöystävällisyys ja turhien moninkertaisten pakkausten välttäminen. – nainen, 44 v

Keskimmäarin ylipakkaamista on liikaa! – nainen, 53 v

Vähän materiaalia ja kierrätettävää sellaista, pantillisia pulloja ja muovijätteen kierrätyspisteitä tai edes energiajätepisteitä kaivataan. – nainen, 29 v

Joskus ihmettelen kuinka jotkut tuotteet ovat niin ylipakattuja, muovia on joskus käytetty ihan tarpeettomasti. – nainen, 20 v

Pahvisia ja paperisia pusseja kaappoihin – muovia aivan liikaa yök! – mies, 28 v

Liian suuria pakkauksia -> jätettä tulee paljon, kierrätysmateriaalit suotavia. – mies, 51 v

Miksi 4 x jogurtit (lasten) on pakattu vielä pahviin. Turhaa. – nainen, 40 v

Liikaa kovamuovia, vaikea avata ja myös epäekologisia! – nainen, 25 v

Ympäristöystävällisemmät pakkaukset ja hinta vähän korkeammaksi. Kaikki tuotteet tulisi pakata ympäristöystävällisesti. Kaupassa asiakas kiinnittää huomiota useimmiten ainoastaan hintaan. Uudelleen suljettavat pakkaukset hyvä! – nainen, 26 v

Olisi kiva kierrättää jos mahdollisuuksia olisi. – mies, 21 v

Ikeassa myydään helposti avattavia ja suljettavia muovirasioita elintarvikkeiden säilytykseen. Tosi käteviä eikä maksa paljon. – nainen, 26 v

En hyväksy moninkertaista pakkaamista. – nainen, 62 v

En luule, että pakkaaminen tapahtuu oikealla lailla. Biopakkauksia pitää tutkia. Uudelleenkäytettävät pakkaukset käteviä. – nainen, 25 v