

Lectio praecursoria

Leipää vai hävikkiä? Tutkimus ruokahävikistä

Lotta Alhonnoro

Ruokahävikin valtava haaste

Kuinka paljon sinä heität leipää roskiin? Et ole yksin. Kolmasosa maailman ruoasta joutuu hävikkiin. Tilanne on niin ekologisesti, taloudellisesti kuin sosiaalisestikin kestämaton.

Ruokahävikillä on valtava vaikutus ympäristöön ja ilmastoon. Metsää hakataan peltojen ja laitumien tieltä. Pelloilla käytetään lannoitteita, ja niiden kasteluun tarvitaan makeaa vettä. Maatalouskoneet ja logistiikka syövät polttoainetta. Kulutettujen resurssien myötä saamme vatsamme täyteen – tai ruokaa roskiin. Roskista ruoka päätyy taas osaksi logistista järjestelmää, jonka päätepiste on pahimmassa tapauksessa kaatopaikka. Kun ruoka mätänee, se tuottaa metaania ja hiilipäästöjä.

YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAO arvioi jo vuonna 2013, että ruokahävikki aiheuttaa vuosittain yhtä paljon hiilidioksidipäästöjä kuin Japani ja Venäjä yhteensä. Entä paljonko hävikiksi päätyvän ruoan tuotannossa hukataan energiaa? FAO:n arvion mukaan yli 10 prosenttia *maailman* yhteenlasketusta energiakulutuksesta johtuu ruokahävikistä.

Ruokahävikin taloudelliset vaikutukset ovat valtavat. Kun heitämme ruokaa pois, hukkaamme samalla valtavan määrän resursseja, työtä, aikaa ja lopulta rahaa. Maataloustukien ja erialisten ruoantuotannon etuuksien kautta ruokahävikki maksaa yhteiskunnalle – ja veronmaksajille. Kaupan ruokahävikistä maksaa lopulta kuluttaja. Ympäristön ja talouden lisäksi ruokahävikkiin liittyy sosiaalisia kysymyksiä. Ruokaturva, ravitsevan ruuan saatavuus ja riittävyys ovat suuria haasteita. Heitämme ruokaa roskiin samaan aikaan kun 800 miljoonaa ihmistä ympäri maailman kärsii köyhyydestä ja aliravitsemuksesta. Kehittyneissä valtioissa 15 miljoona ihmistä kärsii aliravitsemuksesta.

Miten on mahdollista, että luonnon resurssien ehtyessä, ja miljoonien ihmisten kokiessa nälkää, kaikesta tuotetusta ruoasta yksi kolmasosa päätyy roskiin? Missä on se yritys, joka heittää yhden kolmasosa tuotannostaan hukkaan? Aivan. Sellaista ei ole. Tai jos on joskus ollut, se on ollut jo pitkään entinen yritys.

Ruokajärjestelmämme on useista toimijoista koostuva, monimutkainen kokonaisuus. Järjestelmässä jokainen on keskittynyt toimimaan omista lähtökohdistaan, kukaan ei ole vastannut kokonaisuudesta.

Tutkimus on nostanut ruokajärjestelmämme ja sen tuottaman ruokahävikin ekologiset, taloudelliset ja sosiaaliset haasteet esiin. Esimerkiksi Hallitustenvälinen ilmastonmuutospaneeli IPCC on nostanut ruokahävikin esiin raporteissaan. Myös lainsäätäjät ovat heränneet. YK:n kestävän kehityksen tavoiteohjelman (Agenda 2030) tavoitteisiin kuuluu ruokahävikin puolittaminen kaupan ja kuluttajien osalta 2030 mennessä. Samalla halutaan vähentää ruokahävikkiä koko ruokaketjussa. Ruokahävikin puolittaminen 2030 mennessä on tavoitteena myös Euroopan Unionin kiertotalouden toimintasuunnitelmassa.

Miten tämä sitten tehdään? Miten vähentää hävikkiä?

Meistä jokainen on lukenut lehdistä vinkkejä ruokahävikin vähentämiseksi. Kuinka toimia suunnitelmallisesti, kuinka pakastaa ylijäänyt ateria tai kuinka loihkia kaappiin kertyneistä ruoan jämistä ateria. Kaikki hyviä neuvoja, mutta kyse ei kuitenkaan ole vain siitä, mitä me kuluttajina teemme.

Hävikkiä syntyy ruokajärjestelmän kaikissa vaiheessa. Haaste on yhteinen. Kaikkien on kannettava vastuunsa.

Itseasiassa, kauppoilla voi olla jopa paremmat mahdollisuudet puuttua ruokahävikkiin kuin yksittäisillä kuluttajilla. Kaupan toimintaa ohjaavat strategiset tavoitteet, joihin myös kestävyys ja vastuullisuustavoitteet kuuluvat. Kun kauppa on keskittynyt muutamien toimijoiden varaan, kauppaketjut käytännössä päättävät mitä, miten paljon ja miten kuluttajille myyvät. Toisaalta ruokakaupassa syntyvä ruokahävikki tarkoittaa myös resurssien näkökulmasta kaikkein suurinta hukkaa, kun pitkän tuotantoketjun loppupäässä ruoka päättyykin hävikkiin.

Kaupan ruokahävikkiin pureutuva tutkimus on tähän mennessä keskittynyt paljolti mittaamiseen, eli hävikin määrään. Vaikka hävikin mittaaminen auttaa todentamaan ongelman, se ei kuitenkaan kykene tarjoamaan ratkaisuita tilanteeseen.

Kaupan ruokahävikkiä on tutkittu myös paljon johtamisen näkökulmasta, johtajia haastatteleamalla. Sen sijaan käytännön lattiataason havainnointi ja syvempi ymmärrys siitä, kuinka ruoasta tulee hävikkiä, on jäänyt puutteelliseksi. Tarvetta lattiataason ymmärryksestä havainnollistaa hyvin aineistoesimerkki, jossa havainnointini kohteenani olleeseen kauppaan tuli tuotteita, joista oli jostain syystä jäänyt parasta ennen päiväys pois. Ilmiö oli arkinen havainto työntekijöille, mutta tilannetta ei oltu saatu korjattua.

Kaupan johdossa on usein selkeä näkemys hävikin syistä, mutta yllättäviä tekijöitä on paljon. Hävikin vähentämiseksi tarvitaan ymmärrystä siitä, miten hävikki syntyy. Tähän haasteeseen tartun omassa tutkimuksessani.

Leipähävikkiä tutkimassa

Tutkimukseni tavoitteena on rakentaa systeminen näkökulma siihen, kuinka ruoasta tulee hävikkiä vähittäiskaupassa. Tavoitteeni rakentuu siis paitsi ymmärryksen rakentamiseen tutkimuksen kiinnostuksen kohteena olevasta ilmiöstä, ruokahävikistä, myös teoreettis-metodologisiin tavoitteisiin. Rakennan tutkimuksellani uusia keinoja hahmottaa ruokahävikin kaltaista monimutkaisia ongelmia.

Tarkastelen kaupan ruokahävikkiä leivän kautta. Aineistoa kerättiin kaupassa havainnoimalla ja keskustelemalla, jonka lisäksi seurasi leipää ruokaketjussa leipomoon ja toisaalta roskeen ja ruokajonoihin. Lisäksi keräsin muun muassa ruokahävikkiin liittyvää media-aineistoa, kuten Ylen uutisartikkeleita.

Miksi leipähävikki? Ruokakaupoissa leipä on yksi niistä tuoteryhmistä, joissa syntyy eniten hävikkiä. Leipomoteollisuus on yritysten määrässä mitattuna Suomen suurin ruokateollisuuden ala. Paikallisia, pieniä leipomoita on paljon. Myös leipäkulttuuri on rikas paikallisista ja alueellisista perinteistä. Suomessa on tummaa ja vaaleaa leipää, ja kaikkea siltä väliltä. Eriaiset erityisruokavaliot ja trendit tunnustetaan ja hyödynnetään uusien tuotteiden kehittämisessä. Jokaisella leipomolla on omat leipäbrändinsä, ja niiden ympärille rakentuvat tuoteperheet. Rinnalle ovat tulleet kaupan omat merkit, ja ulkomaiset kilpailijat. Leipää myydään eri pakkauskoossa, ja joskus samaa leipää erilaisissa pakkauksissa: paperi- ja muovipussissa. Kauppoihin on rakennettu paistopisteitä. Paistopisteessä voi olla tarjolla samaa leipää, kuin kaupan muussa valikoimassa.

Yksi tutkimukseni havainnoista onkin kaupan leipäosaston yltäkylläisyys. Leipää ei vain ole tarjolla röykkiöittäin, vaan sitä on tarjolla myös todella laaja valikoima, joka hankaloittaa hävikin hallintaa. Tämä näkyy suoraan avustusjärjestöjen työssä. Leipäjonoissa leipää on tarjolla niin paljon, ettei kaikkea saada aina jaettua. Leipää viedään sukulaisille, ystäville, talleille ja eläimille. Silti kaikesta leivästä on vaikea päästä eroon. Leipää voisi pitää jopa ongelmajätteenä. Uutiset ovatkin välittäneet kuvia metsiin heitetyistä leipäpusseista – joissa parasta ennen -päivämääräkään ei välttämättä ole umpeutunut.

Tarvitsemmeko kaiken tämän? Tutkimusten perusteella kaupan on mahdollista karsia valikoimaa, asiakkaat silti huomioiden.

Markkinoinnin ja kulutustutkimuksen näkökulma luovatkin hyvän pohjan syvemmän ymmärryksen saavuttamiseksi ruokahävikistä. Siitä, miten ruoasta tulee – tai toisaalta ei tule hävikkiä.

Tarkastelen tutkimuksessani ruokahävikkiä jaetun toimijuuden näkökulmasta. Kuten aiemmin toin esiin, ruokahävikki on kaikkien ruokatoimijoiden yhteinen haaste. Tutkimukseni näkökulmasta mielenkiintoista ei kuitenkaan ole vain ihmisten tai yritysten toiminta, vaan se miten ruokahävikki syntyy erilaisten, sekä

inhimillisten että ei-inhimillisten toimijoiden välisissä suhteissa. Siinä miten erilaiset esineet, tietojärjestelmät tai vaikkapa luonto ottavat osaa ruokahävikin muodostumiseen. Esimerkiksi se, miten ruttuinen pakkaus jää hyllyyn, vaikka leivässä itsessään ei ole mitään vikaa. Tai miten suurikokoinen, ruokamarketin käytävän valloittava hävikkikärry kutsuu heittämään paljon leipää pois, ja koollaan normalisoi suuren hävikkimäärän.

Kun aiemman tutkimuksen perusteella teknologia on nähty pääasiallisesti keinona vähentää ruokahävikkiä, voi teknologialla, kuten tilaus- ja tietojärjestelmillä ja niiden hallinnointiin liittyvillä laitteilla, olla myös vastakkaisia vaikutuksia. Tutkimukseni perusteella on tärkeä varmistaa, että käytössä olevaa tekniikkaa osataan käyttää ja laitteistoa on riittävä määrä. Ruokakaupassa osastojen työntekijöillä on usein kova kiire, ja jos tilausmuutosta ei heti pääse tekemään, voi muutos jäädä kokonaan tekemättä.

Tutkimuksen perusteella myös esimerkiksi säätila, palkkapäivä ja loma-ajat vaikuttavat leivän kysyntään ja hävikin määrään. Nämä ovat tekijöitä, joiden huomioiminen tilausten suunnittelussa olisi mahdollista jättää tekniikan huoleksi.

Ruokahävikkiä nujertamassa

Mutta mistä me oikeastaan puhumme kun puhumme ruokahävikistä?

Tutkimuksen perusteella vanhan sanonta ”toisen roska on toisen aarre” pätee edelleen. Se mikä ei kaupalle kelpaa, kelpaa avustusjärjestöille, kuluttajille, dyykkaajille. Myös eläimille. Tämän muille niin hyvin kelpaavan tavaran arvoa olisikin syytä tarkastella kaupassa uudestaan.

Se miten kutsumme asioita ohjaa ajatteluamme. Ruokahävikin sijaan pitäisikin puhua ylijäämästä. Kauppojen leipähävikki on hyvin harvoin syömäkelvotonta. Kyse on ylijäämän, tai potentiaalisen ruokahävikin johtamisesta, tahdosta ja tavoitteista.

Ylijäämäruokaa voidaan vähentää esimerkiksi luovuudella ja markkinoinnin keinovalikoimalla. Integroimalla tilausjärjestelmään säätietoja tai juhlapäiviin liittyviä tietoja jotka vaikuttavat leivän menekkiin voidaan ylijäämäruokaa vähentää ennen kuin alehinnoitteluun tarvitsee turvautua. Jos tuotteiden laatu suhteessa muihin on laskenut -esimerkiksi jos tuotteen pakkaus ei ole priimakunnossa, tai jos tuotteen sisältö ei vastaa odotusta, kuten sämpyläpussi jossa on kuuden sämpylän sijaan viisi, hinnoittelemalla tuotteet alhaisemmilla hinnoilla voi ostaja löytyä.

Toisaalta, luovaa ajattelua hyödyntämällä ylijäämäruoasta voikin syntyä houkutteleva uusi tuote. Martat ovat aina osanneet tehdä kuivuneesta leivästä korppuja ja köyhiä ritareita. Kauppojen ylijäämää hyödyntää yhteistyössä ravintoloiden kanssa? Mitä sanotte hävikkileivästä valmistetusta oluesta? Vaasan Bocksissa sitä kokeiltiin nyt aloitteestani. On muuten hyvää! Ruokahävikki ei synny lineaarisesti, vaan ruoalla voi olla useampi elämä, ja uusi muoto.

Bisneksen näkökulmasta vanhan sanonnan voisi muuttaa muotoon "roskasi on aarteesi". Toisaalta samaan aikaan kyse on valtavasta ympäristö- ja ilmastoteosta. Vastuullisuudesta, joka on kirjattu jokaisen kaupan strategiaan.

Kirjoittajatiedot

KTT Lotta Alhonnoron markkinoinnin alaan kuuluva väitöskirja "Turning Points of Food/Waste: Tracing Actors, Relations and Practice-networks in a Retail Setting" tarkastettiin 28.2.2020 Vaasan yliopistossa. S-posti: lotta.alhonnoro@gmail.com