



Kulutuksen vähentämisen tavat kestävässä kuluttamisessa

Roosa Luukkonen

ABSTRAKTI

Kulutuksen vähentäminen on keskeinen kestävästä kuluttamisesta muoto. Tämä artikkeli tarkastelee suomalaisten kuluttajien kulutuksen vähentämisen tapoja. Empiirinen aineisto kerättiin haastattelemalla ja aineistosta tunnistettiin yhteensä seitsemänkymmentä vähentämisen tapaa, jotka liittyivät arkipäiväisiin kulutuskohteisiin, kuten ruokaan, vaatteisiin, liikkumiseen ja kodintarvikkeisiin. Aineistosta tunnistetut vähentämisen tavat luokiteltiin aiemman tutkimuksen pohjalta ja tunnistettiin, että kulutuksen vähentäminen tarkoittaa harvoin jostain kulutuskohteesta luopumista. Kuluttajat useammin rajoittavat kulutuksensa määrää tai etsivät vaihtoehtoisia keinoja vähentää kulutusta. Artikkelissa määritellään vaihtoehtoisten keinojen tarkoittavan kiertotalouden tukemista, kestävämpien tuotteiden tai palveluiden hyödyntämistä ja ennakoivaa kuluttamista. Erityisesti nämä vaihtoehtoiset keinot kuvastavat sitä, kuinka kulutustaan vähentävä kuluttaja tarkastelee kaikkia kuluttamisen vaihteita uudella tavalla.

Johdanto

Kotitalouksien kulutuksella on merkittävä rooli maapallon kasvihuonepäästöjen syntymisessä: noin 72 % maailman kasvihuonepäästöistä on yhteydessä suorasti tai epäsuorasti kotitalouksien kuluttamiseen (Hertwich & Peters, 2009). Suomen ympäristökeskuksen (2019) raportin mukaan suomalaisten kotitalouksien kulutuksen määrä on yhä kasvussa. Vuonna 2016 suomalaisten kotitalouksien hiilijalanjäljestä 30 % muodosti liikkuminen, 29 % asuminen ja siihen liittyvä energian käyttö, 19 % elintarvikkeet (sis. alkoholittomat juomat) ja 22 % muut tavarat ja palvelut (Suomen ympäristökeskus, 2019).

Suomen ilmastopaneeli (2020) ehdottaa kotitalouksien hiilijalanjäljen pienentämiseen ratkaisuksi kohtuullisuusnäkökulmaa: kohtuullisuutta voi toteuttaa esimerkiksi vähentämällä yksityisautoilua, vähentämällä hiili-intensiivisten elintarvikkeiden, kuten lihan ja maitotuotteiden kulutusta tai ostamalla pitkäikäisiä tai käytettyjä tavaroita. Suomalaiset kotitaloudet voisivat kulutustaan vähentämällä sekä pienentää aiheuttamiaan hiilidioksidipäästöjä että samalla säästää rahaa (Claudelin ym., 2020). Claudelinin ym. (2018) mukaan verrattain pienten muutosten avulla suomalaiset voisivat säästää noin 9 miljardia euroa vuodessa. Näiden säästöjen sijoittaminen kestäviin investointeihin pienentäisi edelleen kotitalouksien hiilijalanjälkeä (Claudelin ym., 2020).

Hiilijalanjäljen pienentäminen on keskeinen ympäristöön liittyvä syy vähentää kulutusta. On kuitenkin tunnistettu, että kulutustaan vähentävät kuluttajat haluavat ilmastokriisin lisäksi vaikuttaa myös muihin yhteiskunnallisiin epäkohtiin: esimerkiksi halvan työvoiman käyttöön tai suurten yritysten valta-asemaan yhteiskunnassa (Sudbury-Riley & Kohlbacher, 2018; Hoffman ym., 2018). Ympäristöön liittyviä, sosiaalisia ja eettisiä syitä vähentää kulutusta kutsutaan yhteiskunnallisiksi syiksi (Makri ym., 2020). Kuluttajilla on tunnistettu olevan yhteiskunnallisten syiden lisäksi myös yksilöön liittyviä syitä vähentää kulutusta (Makri ym., 2020). Esimerkiksi taloudellisuus, henkinen hyvinvointi ja onnellisuuden tavoittelu voivat yhtä lailla motivoida kuluttajaa vähentämään kulutustaan (Balderjahn ym., 2018; Lee & Ahn, 2016; Kuanr ym., 2020).

Kulutuksen vähentäminen tarkoittaa käytännössä monia eri asioita. Kulutustutkimuksen alan kirjallisuudessa vähentämistä tarkasteltiin ensin pitkään jostain tuotteesta tai palvelusta luopumisena (Lim, 2017). Kulutuksen vähentäminen ei kuitenkaan tarkoita ainoastaan jostain kulutuskohteesta kieltäytymistä – kuluttajat voivat myös rajoittaa kulutuksensa määrää tai etsiä vaihtoehtoisia kulutuksen kohteita vähentääkseen kulutustaan. Esimerkiksi sähkön kuluttamisesta kokonaan kieltäytyminen olisi Suomessa hankalaa, mutta sähkön kulutustaan voi pienentää monilla arkisilla teoilla, esimerkiksi matalammalla sisälämpötilalla (Matschoss ym., 2019). Ruoasta kieltäytyminen on luonnollisesti mahdotonta, mutta kuluttaja voi pienentää hiilijalanjälkeään esimerkiksi vaihtamalla punaisen lihan kasviproteiinin lähteeseen (de Bakker & Dagevos, 2012). Näin ollen, kulutuksen vähentäminen voi tapahtua sekä määrällisen että laadullisen muutoksen kautta. Makrin ym. (2020) mukaan kuluttajilla on tunnistettu olevan monimuotoisia kulutuksen vähentämisen tapoja, mutta näistä tavoista ei ole tehty vielä tarpeeksi tutkimusta.

Mitä on kestävä kulutuksen vähentäminen?

Kestävää kuluttamista (sustainable consumption) tarkastellaan usein eettisten tuotteiden tai palveluiden kuluttamisena, jolloin tarkastelun ulkopuolelle jää kulutuksen vähentäminen kestävästä kuluttamisesta muotona (Cherrier ym., 2011). Kulutuksen vähentäminen on yksi keskeisimmistä kestävästä kuluttamisesta muodoista, jonka avulla nykyinen länsimainen kulutuskulttuuri voi muuttua oleellisesti kestävämmäksi: niin ympäristöllisesti, sosiaalisesti kuin taloudellisestikin (Ortega Egea & García De Frutos, 2020). Kulutuksen vähentäminen voi käytännössä olla esimerkiksi energiankulutuksen vähentämistä (Matschoss ym., 2019), ruokahävikin vähentämistä (Lehtokunnas ym., 2020; Närvänen ym., 2020) tai muovinkulutuksen vähentämistä (Heidbreder, 2020). Kestävää kulutuksen vähentämisestä tällöin tekee se, että kulutuksen vähentämisen tavoitteena on optimoida kuluttamiseen liittyvät ympäristölliset, sosiaaliset ja taloudelliset seuraukset kestävästä yhteiskunnan tavoitteiden mukaisiksi (Balderjahn ym., 2018).

Kulutuksen vähentämistä ilmiönä on tutkittu ja teoreettisesti mallinnettu eniten kulutuksen vastaisuuden (anti-consumption) tutkimuksen parissa (Lee ym., 2020;

Peifer ym., 2020). Osittain kulutuksen vastaisuuden tutkimus ei kuitenkaan lukeudu kestävästä kuluttamisesta teoreettisen sateenvarjon alle (Makri ym., 2020). Esimerkiksi minimalistisen elämäntavan, kuten konmarituksen, taustalla ei välttämättä ole pyrkimys yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen, vaan yksilön henkilökohtaiseen hyvinvointiin. Konmarituksella tarkoitetaan Marie Kondōn luomaa karsimisen menetelmää, jossa kuluttajaa motivoi tavaroiden karsimisesta syntyvä hyvinolon ja kontrollin tunne (Khamis, 2019).



Kuvio 1. Kestävästä kulutuksesta vähentämisen, kestävästä kuluttamisesta ja kulutuksen vastaisuuden suhteesta tutkimuksessa.

Kestävä kuluttaminen ja kulutuksen vastaisuus asettuvat tässä tutkimuksessa limittäin, kun niiden avulla määritellään tutkimuksen empiirinen ilmiö, kestävä kulutuksen vähentäminen (kuvio 1). Kuten yllä on todettu, kestävästä kuluttamisesta alle lukeutuu myös kulutuskäyttäytymistä, joka ei ole kulutuksen vähentämistä (Cherrier ym., 2011) ja kulutuksen vastaisuuden alle lukeutuu kulutuskäyttäytymistä, joka ei ole kestävästä kehityksen mukaisesti motivoitunutta (Makri ym., 2020). Näin ollen kestävä kulutuksen vähentäminen on ilmiö, joka muodostuu silloin kun nämä kaksi kulutuskäyttäytymisen muotoa kohtaavat. Seuraavaksi tässä artikkelissa pureudutaan tarkemmin kulutuksen vastaisuuden tutkimuskenttään, jossa suurin osa aiemmasta kulutuksen vähentämisen tutkimuksesta on tehty (Lee ym., 2020; Peifer ym., 2020).

Kulutuksen vastaisuus

2000-luvun alussa kulutuksen vastaisuuden tutkimus keskittyi tutkimaan radikaalien kuluttajaryhmien, kuten vapaaehtoisten yksinkertaistajien ja kuluttaja-aktivistien käyttäytymistä (Craig-Lees & Hill, 2002; Rumbo, 2002; Shaw & Newholm, 2002). Sittemmin tutkimuksissa on siirrytty tarkastelemaan valtavirtaisen kuluttajan yksittäisiä kulutuksen vastaisuuden tekoja (Lee ym., 2020). Tästä muutoksesta huolimatta on tutkimuksen alan keskeinen ajatus säilynyt samana: perinteisen kulutustutkimuksen keskittyessä tutkimaan kuluttajien syitä kuluttaa, on kulutuksen vastaisuuden tutkimus kiinnostunut siitä, miksi kuluttajat välttävät tiettyjen tuotteiden, palveluiden tai brändien kuluttamista (Lee ym., 2009a).

Kulutuksen vastaisuus on käsitteenä edelleen vailla yhtenäistä määritelmää. Kulutuksen vastaisuutta on tarkasteltu aiemmissa tutkimuksissa esimerkiksi käyttäytymisenä, asenteena ja motivaatio- tai käytännönriippuna (Makri ym., 2020, 178). Vaikka yhtenäistä määritelmää ei ole, on kulutuksen vastaisuudelle tunnistettu keskeisiä piirteitä. Ensinnäkin kulutuksen vastaisuus on aina päätös. Lee ym. (2011) määrittelevät kulutuksen vastaisuuden olevan aina tahallista ja merkityksellistä. Kulutuksen vastaisuus on toisin sanoen tarkoituksenmukaista (Cherrier ym., 2011). Toisekseen Leen ym. (2011) mukaan kulutuksen vastaisuus tarkoittaa käytännössä jonkin kulutuskohteen hankinnasta tai käytöstä kieltäytymistä (rejection), sen kuluttamisen rajoittamista (restriction) tai vaihtoehtoisen kulutustavan etsimistä (reclamation), jolloin tarkoituksena on vaihtoehtojen avulla vähentää kulutusta. Myös Makri ym. (2020) korostavat, että kulutuksen vastaisuuden perimmäisenä tarkoituksena on aina kulutuksen vähentäminen. Tässä tutkimuksessa kulutuksen vastaisuus määritellään tarkoituksenmukaiseksi kulutuksen vähentämiseksi, joka on käytännössä joko kieltäytymistä, rajoittamista tai vaihtoehtojen etsimistä (Cherrier ym., 2011; Lee ym., 2011).

Kulutuksen vastaisuuden tutkimuksesta on tunnistettu kaksi suuntausta, jotka tarkastelevat vastaisuutta eri tavoin (Lim, 2017). Ensimmäisessä suuntauksessa kulutuksen vastaisuus on aktivismia, joka kritisoi instituutioiden ja kuluttajien välistä voimasuhdetta. Tässä tutkimussuunnassa on tutkittu ilmiöitä kuten brändien välttely (brand avoidance), boikotointi ja kulttuurihäirintä (culture jamming). Brändien välttely on Leen ym. (2009b) mukaan ideologisesti tai poliittisesti motivoitunutta brändin kuluttamisesta kieltäytymistä. Boikotoinnin avulla kuluttajat ilmaisevat kritiikkinsä yritysten vastuutonta toimintaa kohtaan (Hoffman ym., 2018). Kulttuurihäirinnällä tarkoitetaan kuluttaja-aktivismia, jossa aktivistit pyrkivät vaikuttamaan muihin kuluttajiin esimerkiksi 'älä osta mitään'-kampanjoiden avulla (Sandlin & Callahan, 2009). Nämä ilmiöt kuvastavat aktiivista kuluttamisen, kapitalismin ja brändien vastustamista (Lee ym., 2011).

Toinen kulutuksen vastaisuuden tutkimussuuntaus argumentoi sitä vastaan, että vastaisuuteen liittyisi voimasuhteiden kritisointia (Lee ym., 2011). Cherrier ym. (2011) erottavat tutkimussuunnat toisistaan määrittelemällä voimasuhteiden kritisoinnin kuluttajavastarinnaksi (consumer resistance), joka eroaa käsitteellisesti kulutuksen vastaisuudesta. Nämä kaksi ovat kuitenkin lähekkäisiä ja ilmenevät usein samanaikaisesti kuluttajien toiminnassa (Cherrier ym., 2011). Kulutuksen vastaisuus ei tämän määritelmän mukaan ole ulkopuolisten tekijöiden motivoimaa, kuten kuluttajavastarinta, vaan kumpuaa kuluttajan subjektiivisuudesta. Kulutuksen vastaisuutta ei tällöin nähdä niinkään kuluttaja-aktivisminä, vaan ennemminkin kuluttajan henkilökohtaisena identiteettiprojektina.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan kulutuksen vähentämistä kestävästi kuluttamisen muotona. Vaikka kulutustaan vähentäviä kuluttajia voivat motivoida useat yksilölliset tekijät, kuten taloudellisuus, oma hyvinvointi tai antimaterialistinen ideologia, rajautuu tämän tutkimuksen näkökulma niihin kuluttajiin, jotka ovat

motivoituneet kulutuksen vähentämisestä sen kestävyys takia. Tämä vaatimus ei kuitenkaan rajaa ulkopuolelle kuluttajien muita syitä vähentää kulutustaan. Kulutuksen vähentäminen onkin usein yhtä aikaa sekä yhteiskunnallisten että yksilöllisten tekijöiden motivoimaa (Makri ym., 2020).

Kulutuksen vähentämisen muodot

Kulutuksen vähentämisen muotoja on jäsennelly kulutuksen vastaisuuden tutkimuksessa eri tavoin. Iso osa tutkimuksista määrittelee vähentämisen ainoastaan jonkin kulutuskohteen hankkimisesta tai käyttämisestä kieltäytymisenä, jolloin päätös olla kuluttamatta on lopullinen ja ehdoton (Hogg ym., 2009). Tämä jäsennys on kuitenkin rajoittunut (Lim, 2017; Makri ym., 2020). Lee ym. (2011) tunnistavat vähentämisen tarkoittavan muutakin kuin ehdotonta kieltäytymistä, ja että vähentäminen voi tapahtua missä tahansa kulutuksen vaiheessa: hankittaessa, käyttäessä tai käytöstä poistaessa. Lee ym. (2011) määrittelevät kolme kulutuksen vähentämisen muotoa, jotka ovat kieltäytyminen, rajoittaminen ja vaihtoehdon etsiminen.

Kieltäytymisellä tarkoitetaan tuotteen, palvelun tai brändin hankkimisesta tai käytöstä kokonaan kieltäytymistä (Lee ym., 2011). Kuluttaja voi esimerkiksi kieltäytyä lihansyömisestä tai lentämisestä. Kieltäytyminen tarkoittaa tällöin kyseisen kulutuskohteen poistamista kokonaan henkilön kulutusympyrästä (Lee ym., 2011). Kieltäytyminen voi koskea sekä suuria, radikaalisti elämään vaikuttavia kulutusvalintoja, että pienempiä, helposti toteutettavia kulutusvalintoja (Black & Cherrier, 2010).

Rajoittaminen tarkoittaa kulutuksen vähentämistä siltä osin, kuin se on kuluttajalle mahdollista. Esimerkiksi veden tai sähkön kulutuksesta on vaikea kieltäytyä kokonaan, mutta niiden kuluttamista voi rajoittaa (Lee ym., 2011). Myös muiden kuin elintärkeiden kulutuskohteiden, kuten sähkön, veden tai ruoan kulutusta voi rajoittaa ehdottoman kieltäytymisen sijaan. Kuluttaja voi esimerkiksi rajoittaa lihansyöntiään sen sijaan että lopettaisi lihansyönnin kokonaan. Tällöin kyse on kuluttajan valinnasta siinä, ettei halua kieltäytyä lihansyönnistä kokonaan, vaikka se olisi käytännössä mahdollista.

Vaihtoehdon etsiminen on kulutuksen vähentämisen muodoista laajin, sillä se kattaa useita erilaisia tapoja vähentää kulutusta. Vaihtoehdon etsimisen tarkoituksena on aina vähentää kulutusta kyseisen vaihtoehdon avulla. Leen ym. (2011) mukaan tällä tarkoitetaan ideologista muutosta siinä, kuinka kuluttaja tarkastelee kaikkia kuluttamisen vaiheitaan. Tutkimuksessaan Black ja Cherrier (2010) tarkastelivat tätä muotoa ainoastaan uusiokäyttämisenä, esimerkiksi vaatteiden loppuun käyttämisenä. Näkökulma on kuitenkin laajentunut kattamaan useita erilaisia vaihtoehtoja vähentää kulutusta, silloin kun kuluttaja ei ole valmis täysin kieltäytymään kuluttamisesta tai rajoittamaan sitä (Lim, 2017). Monet kiertotalouden sovellukset, kuten kirpputorit, edustavat vaihtoehdon etsimisen muotoa. Tällöin kuluttaja ei välttämättä kieltäydy kuluttamisesta tai rajoita sitä,

vaan hyödyntää vaihtoehtoisia tapoja hankkia tavaroita hankkimalla ne käytettynä.

Kulutuksesta kieltäytymiseen tai sen rajoittamiseen voi liittyä emotionaalisia ja taloudellisia uhrauksia, joita vaihtoehdon etsiminen helpottaa (Lim, 2017). Kulutuksen vähentämisen muodot eivät myöskään ole toisiaan poissulkevia, vaan voivat toteutua myös samanaikaisesti (Lee ym., 2011). Näin ollen, esimerkiksi kieltäytyessään lentämisestä kuluttaja voi etsiä vaihtoehtoisia tapoja matkustaa maa- tai merireitein. Tai rajoittaessaan lihansyöntiään voi kuluttaja vaihtoehtoisesti päättää syödä riistalihaa, koska ajattelee sen olevan eettisempää. Nämä vaihtoehtoiset keinot helpottavat yksilön päätöstä vähentää kulutustaan, koska niiden avulla poistetaan tai pehmitetään vähentämiseen liittyviä uhrauksia.

Tutkimusasetelma

Tutkimuksen empiiriseksi ilmiöksi määriteltiin kestävä kulutuksen vähentäminen. Kestävässä kulutuksen vähentämisessä kuluttaja optimoi kuluttamiseen liittyvät ympäristölliset, sosiaaliset ja taloudelliset seuraukset kestävän yhteiskunnan tavoitteiden mukaisiksi (Balderjahn ym., 2018). Kestävä kulutuksen vähentäminen on myös kulutuksen vastaisuutta. Kulutuksen vastaisuus määriteltiin tutkimuksessa tarkoituksenmukaiseksi kulutuksen vähentämiseksi, joka on käytännössä joko kieltäytymistä, rajoittamista tai vaihtoehdon etsimistä (Cherrier ym., 2011; Lee ym., 2011). Artikkelin kirjallisuuskatsaus tarkasteli kulutuksen vastaisuuden tutkimuskenttää ja kulutuksen vähentämisen muotoja.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on tunnistaa, millä tavoin kuluttajat vähentävät kulutustaan. Tutkimusta varten haastateltiin suomalaisia kuluttajia. Haastatteluaineisto analysoitiin tunnistamalla haastateltavien puheessa esiintyviä kulutuksen vähentämisen tapoja. Aineistolähtöisen tunnistamisen jälkeen tavat luokiteltiin aiemman tutkimuksen perusteella kolmeen vähentämisen muotoon (Lee ym., 2011). Tämän luokittelun jälkeen kulutuksen vähentämisen kolmatta muotoa, vaihtoehdon etsimistä, tarkasteltiin uudelleen ja sille tunnistettiin kolme alakategoriaa. Nämä alakategoriat tarkentavat, miten kulutusta vähennetään vaihtoehtojen avulla.

Tutkimus vastaa aiemmasta kirjallisuudesta tunnistettuun tutkimusaukkoon tunnistamalla kuluttajien monimuotoisia kulutuksen vähentämisen tapoja. Makrin ym. (2020) kirjallisuuskatsauksen mukaan useimmat tutkimukset ovat keskittyneet tarkastelemaan kulutuksen vähentämistä ainoastaan kieltäytymisenä. Kun kulutuksen vähentäminen nähdään ainoastaan jonkin kulutuskohteen hankinnasta tai käytöstä kieltäytymisenä, jää tarkastelun ulkopuolelle monia vähentämisen tapoja, joita kuluttajat toteuttavat. Tavat voivat liittyä kaikkiin kuluttamisen vaiheisiin: tavaroita voi esimerkiksi ylläpitää ja korjata tai niitä voi myydä eteenpäin vähentääkseen kulutustaan (Makri ym., 2020). Myös Lee ym. (2011) korostavat, että kulutustaan vähentävä kuluttaja tarkastelee kaikkia kulutuksensa vaiheita uudella tavalla: esimerkiksi säästöpakkausten ostaminen hankintavaiheessa auttaa kuluttajaa vähentämään jätettä käytöstä poistamisen vaiheessa.

Aineisto ja menetelmät

Tämä tutkimus asettuu maltillisen konstruktionismin perinteeseen, jonka mukaan todellisuuteen ja tietoon voidaan päästä käsiksi yksilöiden subjektiivisten tulkintojen kautta (Moisander & Valtonen, 2006; Tuomi & Sarajärvi, 2018). Tutkimuksen aineisto kerättiin haastattelemalla. Vaikka haastattelumenetelmän käyttöä kulutuskäytänteiden tutkimuksessa on kritisoitu, nähtiin se tähän tutkimukseen sopivana. Hitchingsin (2012) mukaan haastattelu on kriittistä huolimatta menetelmänä yhdenmukainen käytänneteoreettisten oletusten kanssa. Kuluttajat tulevat tietoisiksi kulutuskäytänteistään erityisesti silloin, kun ne ovat jollain tavalla tavallisesta poikkeavia, jolloin he myös pystyvät kuvailemaan omia käytänteitään (Hitchings, 2012). Kulutuksen vähentäminen perustuu yksilön tietoisuudelle siitä, että jonkin käytänteensä avulla hän on vähentänyt kulutustaan. Kulutuksen vähentämisen tapoja voidaan näin ollen perustellusti tutkia haastattelemalla.

Haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna, jossa haastattelukysymyksiä ei suunnitella etukäteen, vaan haastattelu muodostuu ennalta valittujen teemojen perusteella (Eriksson & Kovalainen, 2008). Haastattelun alussa haastateltavien kanssa keskusteltiin kestävästä kuluttamisesta: siitä mitä kestävä kuluttaminen heidän mielestään on ja mitä se ei ole. Kestävä kuluttaminen on yhteiskunnallinen ilmiö, josta ihmiset muodostavat henkilökohtaisen näkemyksensä riippuen siitä ympäristöstä, jossa he elävät, puhuvat ja toimivat (Black & Cherrier, 2010). Tämän teeman tarkoituksena oli johdattaa haastateltava aiheeseen yleisellä tasolla. Seuraavaksi haastattelussa siirryttiin yksityiselle tasolle: haastateltavaa pyydettiin kertomaan, millaisin keinoin hän on itse vähentänyt kulutustaan. Hänelle esitettiin myös tilannekohtaisia jatkokysymyksiä. Teemahaastattelun etuna onkin joustavuus, jolloin haastateltavan oma ääni pääsee parhaiten esille (Hirsjärvi & Hurme, 2008).

Tutkimuksen aineisto koostuu seitsemästä haastattelusta, joista yksi oli pilottihaastattelu. Taulukossa 1 on eritelty jokaisen haastateltavan ja haastattelun tiedot. Anonymiteetin säilymiseksi haastateltaville on annettu pseudonyymit, joilla heihin viitataan tekstissä. Kaikki haastattelut tehtiin haastateltavien kotona ja nauhoitettiin heidän luvallaan. Koti valikoitui haastattelupaikaksi, koska sen koettiin olevan sopivan rauhallinen ympäristö, jossa haastateltavan olisi helppo muistella kulutuskokemuksiaan. Haastateltavat alkoivatkin spontaanisti kertomaan lähellään olevista esineistä: esimerkiksi Eevan luona keskustelu ajautui kestovaippoihin, joten Eeva myös esitteli yhtä kestovaippaa ja sen kokoamista tutkijalle.

Haastateltavia etsittiin tutkimukseen tutkijan tuttavapiiristä ja haastateltavat valittiin mukaan tarkoituksenmukaisesti. Tämä on perusteltua silloin, kun pyrkimyksenä on löytää tutkimukseen henkilöitä, jotka ilmentävät jotakin käyttäytymistä tarpeeksi vahvasti (Fournier, 1998). Tavoitteena oli löytää erilaisia kuluttajia ja tässä onnistuttiin kahdella tavalla. Ensinnäkin haastateltavista toiset olivat muuttaneet elämäntapaansa enemmän ja toiset vähemmän. Esimerkiksi Elli kuvasi omaa elämäntapaansa kaiken kuluttamisen totaalisenä minimoimisena, kun

taas Laura oli vähentänyt kulutustaan vähemmän radikaalisti, esimerkiksi vähentämällä pikamuodin ostamista. Toisekseen haastateltavat olivat vähentäneet kulutustaan ajallisesti eri verran. Esimerkiksi Matti ja Eeva olivat muuttaneet tapojaan yli kymmenen vuotta sitten, kun taas Toivo oli muuttanut käyttäytymistään viimeisen vuoden sisällä.

Taulukko 1. Haastateltavien ja haastattelujen tiedot.

Haastateltava, ikä	Elämäntilanne	Haastattelun ajankohta	Haastattelun kesto
Alma, 32 (pilottihaastattelu)	Opiskelija ja osa-aikaisesti töissä, asuu kämppäkavereiden kanssa	12.11.2019	33 min
Matti, 29	Töissä, asuu puolison kanssa	31.1.2020	59 min
Elli, 26	Töissä, asuu puolison kanssa	3.2.2020	46 min
Laura, 24	Töissä, asuu puolison kanssa	4.2.2020	47 min
Eeva, 33	Opiskelija, äitiysvapaalla, asuu puolison ja kahden lapsen kanssa	6.2.2020	55 min
Liisa, 26	Opiskelija, asuu kämppäkavereiden kanssa	14.2.2020	64 min
Toivo, 26	Opiskelija, asuu puolison kanssa	20.2.2020	60 min

Haastatteluaineisto käsiteltiin litteroimalla ja koodaamalla tutkijan toimesta. Haastattelun toisessa teemaosiossa haasteltavia pyydettiin kertomaan esimerkkejä asioista, joiden kuluttamista he ovat vähentäneet tai joita he ovat jättäneet kokonaan hankkimatta. Tässä osiossa haastateltavat kuvasivat vähentämisen tapojaan. Käytännössä vähentämisen tavat koodattiin aineistosta käymällä läpi jokainen haastattelu kerrallaan ja merkitsemällä esimerkit, joiden avulla haastateltavan tulkittiin vähentäneen kulutustaan. Nämä esimerkit kerättiin lopulta taulukkoon ja niiden kirjaamisessa hyödynnettiin haastateltavien käyttämiä ilmaisuja kuten ”lehmän maito” tai ”halpavaatteet”.

Seuraavassa analyysin vaiheessa hyödynnettiin Lee ym. (2011) luomaa jaottelua kulutuksen vähentämisen kolmesta muodosta. Jokainen tapa käytiin läpi siitä näkökulmasta, mihin muotoon se kuuluu. Samalla jaottelun toimivuutta tarkasteltiin aineiston valossa. Tunnistettujen tapojen jaottelua näihin kolmeen muotoon ohjasivat Leen ym. (2011) määritelmät sille, mitä kieltäytymisellä, rajoittamisella ja vaihtoehdon etsimisellä tarkoitetaan. Tavot, jotka luokiteltiin kieltäytymisen muotoon, olivat sellaisia, joissa haastateltava kertoi luopuneensa jostain kulutuskohteesta (esim. lehmän maito). Rajoittamisen muotoon luokiteltiin sellaiset tavot, joissa kuluttaja oli osittain vähentänyt jonkin kulutuskohteen kuluttamista (esim. lentämisen vähentäminen). Vaihtoehdon etsimisen muotoon luokiteltiin ne tavot, joissa kuluttaja hyödynsi jotain vaihtoehtoista kulutuskohdetta (esim. kasvipohjamaidot, tuulisähkö) tai kulutuskäytännettä (esim. vaatehuolto, tavaroiden myyminen). Leen ym. (2011) mukaan vähentämisen muodot eivät ole toisiaan poissulkevia ja tämä näkyi myös aineistossa: esimerkiksi haastateltavan mainitsema tapa saattoi sisältää lehmän maidosta kieltäytymisen, mutta samalla

kasvipohjaisten juomien kuluttamisen. Tämän analyysin tulokset on tuotu läpinäkyviksi artikkelin liitteessä 1.

Tutkimuksessa tehty analyysi on luonteeltaan tulkinnallista ja näin ollen analyysin tekijän kokemusmaailman mukaan väritynyttä (Kastarinen, 2017). Toisaalta tutkijan esiymmärryksestä voi olla myös hyötyä aineiston analyysissä: jaettu kulttuuri sekä haastattelijan ja haastateltavan aiempi suhde voivat edesauttaa aineiston tulkintaa ja ymmärrystä (Shankar ym., 2001). Analyysissä tehtyjä tulkintoja on tuotu läpinäkyväksi artikkelin liitteessä sekä haastattelusitaattien avulla artikkelin seuraavassa osiossa.

Kulutuksen vähentämisen tavat

Vähentämisen tapoja tunnistettiin aineistosta yhteensä seitsemänkymmentä kappaletta. Mikäli haastateltavilla oli keskenään täysin samoja vähentämisen tapoja, kuten kierrättäminen, luokiteltiin tämä tapa ainoastaan kerran. Haastateltavia ei pyydetty etukäteen listaamaan kulutuksen vähentämisen tapojaan ja ainoastaan yksi haastateltavista oli oma-aloitteisesti tehnyt niin. Kaikki aineistosta tunnistetut kulutuksen vähentämisen tavat löytyvät tutkimuksen liitteestä 1.

Haastateltavien kulutuksen vähentämisen tavat liittyivät pääosin arkisiin kulutuskäytänteisiin. Erilaisia vähentämisen kohteita olivat esimerkiksi vaatteet, ruoka, liikkuminen, matkustaminen, huonekalut, kodintavarat, lastentarvikkeet, hygieniatuotteet, kosmetiikka ja jäte. Selkeästi suurimmat yksittäiset kulutusluokat olivat vaatteet ja ruoka, joista jokainen haastateltava nosti esiin omia vähentämisen tapojaan. Esimerkiksi vaatteisiin liittyviä vähentämisen tapoja olivat vaatehankintojen vähentäminen, vaatteiden ostaminen kirpputorilta, epäeettisten vaatealiikkeiden boikotointi, vaatteiden lainaaminen ja ajattomien, laadukkaiden tai kestävien vaatehankintojen tekeminen. Haastateltava saattoi noudattaa myös useampaa vaatteisiin liittyvää vähentämisen tapaa, esimerkiksi ostamalla ainoastaan kirpputoreilta, mutta samalla pyrkien vähentämään myös kirpputoreilta tekemiään vaatehankintoja.

Taulukkoon 2 on poimittu esimerkkejä haastateltavien kulutuksen vähentämisen tavoista. Taulukko kertoo, mihin kulutusluokkaan tapa liittyy ja/tai mikä on vähentämisen kohde. Taulukossa kuvataan myös sitä, mihin kulutuksen vähentämisen muotoon tai muotoihin kyseessä oleva vähentämisen tapa kuuluu. Tutkimuksessa määriteltiin kulutuksen vähentämisen tapojen lukeutuvan johonkin kolmesta vähentämisen muodosta, jotka ovat kieltäytyminen, rajoittaminen ja vaihtoehdon etsiminen (Lee ym., 2011). Eniten tapoja lukeutui kulutuksen vähentämisen muotoon vaihtoehdon etsiminen. Seuraavaksi käydään läpi taulukossa 2 esitettyjä esimerkkejä kulutuksen vähentämisen tavoista, jotka ilmentävät kulutuksen vähentämisen eri muotoja.

Taulukko 2. Esimerkkejä haastateltavien kulutuksen vähentämisen tavoista.

Vähentämisen tapa	Kulutusluokka/ vähentämisen kohde	Vähentämisen muoto		
		Kieltäytyminen	Rajoittaminen	Vaihtoehdon etsiminen
pikamuodin ostamisen vähentäminen	vaatteet		X	
vaatteiden lainaaminen kämppiksen kanssa	vaatteet			X
halpavaatteiden ostamisesta kieltäytyminen	vaatteet	X		
lihansyönnin vähentäminen, riistan syöminen	ruoka, liha		X	X
kasvisruokavalio	ruoka, liha	X		X
suunnitelmallisuus ruokaostoksissa	ruoka, ruokahävikki		X	
auton yhteiskäyttö	liikkuminen			X
lentämisen vähentäminen: 1 matka/vuosi	matkustaminen		X	
käytetyn sohvan hankkiminen	huonekalut			X
ajaton sisustus, vähemmän uusia sisustustavaroita	kodintavarat		X	X
kestovaipat	lastentarvikkeet, jäte			X
kuukuppi	hygieniatuotteet, jäte			X
kierrättäminen	jäte, sekajäte			X

Aineisto osoittaa, että kulutuksen vähentäminen tarkoittaa harvoin kieltäytymistä (taulukko 2, liite 1). Esimerkkejä kieltäytymisestä silti löytyy. Haastateltavista Elli kertoo kieltäytyneensä halpavaatteiden ostamisesta täysin, koska pitää yrityksiä epäeettisinä:

Kun asuin Ausseissa, niin muistelen, et olin siellä niin innoissani ku siellä oli kaikkia vaateketjuja, mitä ei Suomessa ollut, ja vitsi ne oli halpoja. Ja ostin sieltä varmaa 20 eri toppii -- se oli varmaan vikoja kertoja ku holtittomasti ostin silleen mitään: tajusin, et ei oo mitään järkee ostaa niitä H&M:n vaatteita, ku tietää myöskin miten ne on tuotettu ja missä oloissa. (Elli, 26)

Liisa kertoo kieltäytyneensä lihansyönnistä ja siirtyneensä kasvisruokavalioon. Kieltäytyminen oli selkeästi vähentämisen muodoista harvinaisin.

Olin sillee, no mää kokeilen pystysinkö olla kasvissyöjä, jätin takaportin, että

saan syödä lihaa jos haluan. Ja sit vaan niinku aloin, huomasin että mulla ei tehny mieli lihaa ollenkaan. (Liisa, 26)

Haastateltavat vähensivät kulutustaan useammin rajoittamalla kuin kieltäytymällä. Rajoittamisella tarkoitetaan kulutuksen määrän vähentämistä niin, että kuluttamisesta ei kokonaan luovuta. Esimerkiksi Toivo kertoi rajoittaneensa pikamuodin kulutustaan, mutta ei kuitenkaan ollut kokonaan kieltäytynyt siitä:

No yks ainakin semmonen mitä pyrkii, tai on pyrkiny tietosesti tekemään sellasia valintoja, että vaatehankinnat on kestäviä ja just vähentää näitä pikamuotiliikkeitä, mitkä on tosi suosittuja Suomessa ja ympäri maailman. (Toivo, 26)

Laura rajoitti uusien sisustustavaroiden ostamista sillä, että pyrki ylläpitämään sisustuksessa ajatonta tyyliä:

Nyt kun tässä kotona on, niin mietin kaikkee tämmöstä sisustamista, että ehkä oma semmonen tyylikin on hyvin -- ajaton tai neutraali -- ja vaikka välillä tuntuis siltä, että oispa kiva laittaa kesäverhot tai oispa kiva tehdä sitä, tätä ja tota, mut se ei välttämättä oo sitä tarvetta. -- Niin sit ehkä tiedostetumpia valintoja sen suhteen et voisko nää nyt olla hyvät myös joskus muulloin. (Laura, 24)

Eeva kertoi rajoittaneensa lihansyöntiä, mutta tekevänsä poikkeuksia esimerkiksi syömällä riistalihaa tai syömällä lihaa kyläpaikoissa:

Sama sit lihansyömisessä, siinä oon tosi pikkuhiljaa siirtynyt kasvisruokaan. En miellä itteeni kasvissyöjäksi tai vegaaniksi, mää syön riistalihaa. Ja sit jos mää nyt kylään meen, riippuu kyläpaikasta, mut en mää kehtaa ihan kaikille ladella hirveen tarkkoja ruokavalioita, että mikä mulle kelpaa. Niin siellä kylässä sit voin syödä lihaa. (Eeva, 33)

Elli kertoi pyrkivänsä minimoimaan ruokahävikkiä olemalla suunnitelmallinen ruokaostoksissa:

Me mietitään tarkemmin, että mitä me ostetaan kaupasta ja millon mitäkin syödään. Niin sillon pystyy hyödyntään ne kaikki raaka-aineet ja tulis mahdollisimman vähän hävikkiä. (Elli, 26)

Liisa oli rajoittanut lentämistään niin, että matkustaa ainoastaan kerran vuodessa, kun aiemmin hän oli saattanut matkustaa lentämällä kolme tai neljä kertaa vuodessa:

Oon ensinnäkin vähentäny ulkomailla matkustamista ihan mielettömästi. -- Mulla on nyt ollu semmosia, että yks matka per vuosi. (Liisa, 26)

Vaihtoehdon etsiminen oli keino, jolla jokainen haastateltava vähensi kulutustaan. Useimmiten haastateltavat vähensivät kulutustaan niin, että siihen liittyi jokin vaihtoehto. Esimerkiksi Liisa kuvasi vähentävänsä kulutustaan niin, että lainaa

kämppekaverinsa kanssa vaatteita keskenään. Hän myös kertoi käyttävänsä kuukuppia, jonka avulla hänellä ei kerry kuukautustuotteisiin liittyvää jätettä.

No meillä on tosi usein tapana kämppiksen kaa lainata vaatteita. Ku sillä on ihania vaatteita. Ja määhän lainasin sille yhtiin hautajaisiin mekkoa. -- Toi kuukuppi, otin käyttöön joskus kaks vuotta sitten. Tosi helppo tapa vähentää kulutusta. (Liisa, 26)

Liisa myös noudattaa kasvisruokavaliota, jolloin hän etsii vaihtoehtoja lihan kuluttamiselle. Eeva vähentää kulutustaan vaihtoehtoisilla tavoilla syömällä riistalihaa, liikkumalla yhteiskäyttöisellä autolla ja käyttämällä lapsillaan kestovaippoja.

Autoahan me ei tällä hetkellä omisteta ite, mut mun äidin omistama auto on meidän käytössä. Mut sitten ku valmistutaan niin kyllä meillä auto tulee olemaan. Et ei periaatteessa ilman autoo eläis. Ja oon miettiny ja toivonu ettei tarvittais kahta autoo, mutta riippuu mistä ne työtkin sitten löytyy. -- Ja tietysti se, että käytetään kestovaippoja. (Eeva, 33)

Elli hankki tarvitsemansa uuden sohvan käytettynä netistä. Käytettyjen tavaroiden hankkiminen ja muu kiertotalouden tukeminen lukeutuvat vaihtoehdon etsimisen muotoon.

Me itseasiassa just viikonloppuna ostettiin Tori.fi:stä uusivanha sohva. (Elli, 26)

Laura vähentää epäsuorasti omien sisustustavaroidensa ostamista sillä, että ylläpitää ajatonta sisustusta. Lisäksi kaikki haastateltavat kertoivat kierrättävänsä ja vähentävänsä näin sekajätteen syntymistä, joka myös lukeutuu vaihtoehdon etsimisen muotoon.

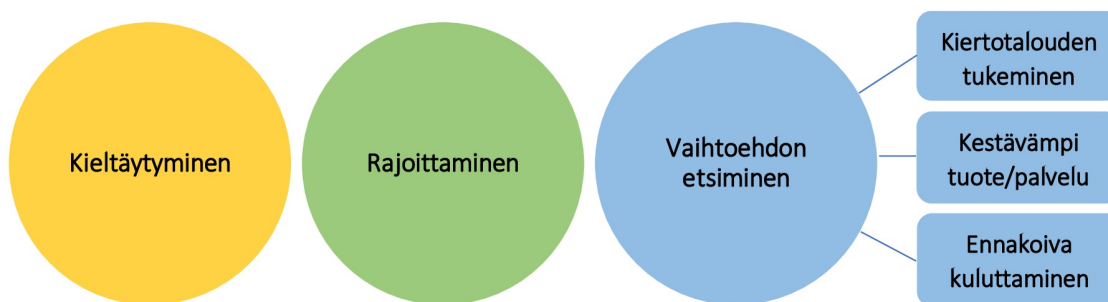
No kierrätyskin on lisääntynyt tietysti, siinä saattaa tietysti olla muitakin faktoreita. Tässä kun on muuttanu tällaseen yhteiseen asuntoon niin sit on helpompi, jätettäki syntyy erilailla, silloin ku asu yksin se oli vähän pienempää. Mutta pyrkii nyt kierrättään sen minkä pystyy. (Toivo, 26)

Aineiston perusteella voidaan tunnistaa, että vaihtoehdon etsiminen on tärkeää kulutuksen vähentämisessä. Vaihtoehdot tarjoavat joustavuutta kulutuksen vähentämiseen. Tämä kolmas muoto kuvastaa sitä, miten kulutusta voidaan vähentää silloin, kun kieltäytyminen tai rajoittaminen ei ole mahdollista tai kun kieltäytymiseen ja rajoittamiseen liittyy liian suuria uhrauksia (Lim, 2017). Kolmannen muodon merkityksen korostuessa, päädyttiin tähän muotoon kuuluvia tapoja tarkastella vielä tarkemmin. Kyseiset tavat jaettiin kolmeen alakategoriaan, jotka esitellään seuraavassa osiossa.

Vaihtoehdon etsimisen alakategoriat

Vaihtoehdot liittyivät suurimpaan osaan tunnistetuista vähentämisen tavoista: yhteensä 48 tapaa seitsemästäkymmenestä lukeutui vaihtoehdon etsimisen

muotoon (liite 1). Analysoimalla näitä 48 kulutuksen vähentämisen tapaa, voitiin tunnistaa vaihtoehdon etsimiselle kolme alakategoriaa, jotka ovat kiertotalouden tukeminen, kestävämpi tuote tai palvelu ja ennakoiva kuluttaminen. Kuvio 2 kuvastaa näiden alakategorioiden asettumista aiemmassa tutkimuksessa tunnistettuihin kulutuksen vähentämisen muotoihin. Artikkelin liitteeseen 1 on tarkennettu jokaisen vaihtoehdoisen vähentämisen tavan kohdalle, mihin alakategoriaan mikäkin tapa kuuluu.



Kuvio 2. Kulutuksen vähentämisen muodot ja tunnistetut alakategoriat.

Ensimmäinen alakategoria pitää sisällään kulutuksen vähentämisen kiertotalouden avulla. Kiertotalouden tukemisella tarkoitetaan tässä kohtaa kuluttamisen tapaa, jossa jo talouden kierrossa olevia esineitä ja materiaaleja pyritään uusiokäyttämään mahdollisimman kauan. Kiertotaloutta tukevia vähentämisen tapoja ovat käytettyjen tavaroiden ostaminen, saaminen ja lainaaminen sekä vaihtaminen, myyminen tai antaminen. Lisäksi muita kiertotaloutta tukevia vähentämisen tapoja ovat kierrättäminen (jolloin jäte siirtyy talouden uusiokäyttöön) sekä hävikkiruuan ostaminen (jolla ehkäistään jätteen syntymistä). Kiertotalouden tukemisen avulla kuluttajat vähentävät kulutusta epäsuorasti – hankkimalla käytettyjä tuotteita ja antamalla eteenpäin vanhat tuotteensa, he eivät luo markkinoille kysyntää uusia tuotteita kohtaan, ja kierrättämällä he ylläpitävät materiaalien kiertokulkua.

Kestävämpään tuotteeseen tai palveluun vaihtaminen on kuluttajan tapa vähentää kulutusta pitkällä aikavälillä. Vaikka kestävämmän tuotteen voi joutua erikseen hankkimaan, näkivät tutkimuksen haastateltavat tämän valinnan vähentävän heidän kulutustaan pitkäjänteisesti. Kestävyydellä voidaan tarkoittaa aineiston perusteella ainakin kolme asiaa: tuotteen tai palvelun ympäristöystävällisyyttä/eettisyyttä, pidempää käyttöikää tai ajatonta suunnittelua, josta kuluttaja uskoo nauttivansa mahdollisimman pitkään. Kestäviä palveluita, joiden avulla haastateltavat vähensivät kulutustaan, olivat esimerkiksi asumisen ympäristöystävällisempi energiamuoto, julkisen liikenteen käyttö, pyöräily ja kotimaan matkailu. Palvelu voi siis tarkoittaa myös kuluttajan itse tuottamaa palvelua, kuten pyöräilemistä. Kestäviä tuotteita olivat esimerkiksi palasaippua, kuukuppi, itse tehty hoitoaine, kestovaipat, ekopesuaineet, kasvisruoka ja tyylliltään klassiset tai ajattomat vaatehankinnat. Myös tuote voi tarkoittaa tässä

tapauksessa kuluttajan itse tekemää tuotetta, kuten itse tehtyä hoitoainetta.

Ennakoivassa kuluttamisessa kuluttaja pyrkii ennakoimaan tulevia kulutustarpeitaan tai -halujaan. Tämä tarkoittaa kuluttamisen tapoja, joilla kuluttaja vaikuttaa kulutuksensa määrään etukäteen, jotta mahdollisia hankintoja ei tarvitsisi tehdä. Tällaisia vähentämisen tapoja ovat esimerkiksi tavaroiden käyttäminen loppuun, vaatehuolto, ajattoman sisustuksen ylläpito, ruokaostosten suunnittelu etukäteen, puhelimen korjaaminen ja vaatehankinta, joka sopii monen muun vaateen kanssa. Ennakoiva kuluttaminen eroaa kestävien tuotteiden tai palveluiden hankkimisesta siinä, että ennakoivassa kuluttamisessa tärkeintä ei välttämättä ole itse tuotteen kestävyys, vaan se tapa, jolla tuotetta käytetään, jonka tarkoituksena on minimoida tulevaisuuden kulutustarpeita tai -haluja. Kuluttaja voi esimerkiksi ostaa laadukkaat kengät, joiden haluaa kestävän mahdollisimman pitkään. Vaihtoehtoisesti kuluttaja voi ostaa kengät, joiden ajattelee sopivan moneen tilanteeseen ja erilaisten vaatteiden kanssa, minkä myötä hänen ei tarvitse hankkia tulevaisuudessa useampia kenkiä. Luonnollisesti kuluttaja voi etsiä näitä molempia ominaisuuksia myös samalta kenkäparilta.

Johtopäätökset ja pohdinta

Tässä artikkelissa on eritelty ja analysoitu sitä, millä tavoin kuluttajat vähentävät kulutustaan. Tutkimuksessa tunnistettiin yhteensä seitsemänkymmentä vähentämisen tapaa, jotka luokiteltiin aiemman tutkimuksen perusteella kolmeen muotoon. Aineiston perusteella tunnistettiin, että vaihtoehtojen etsiminen on kulutuksen vähentämisessä keskeistä. Tätä kolmatta muotoa tarkennettiin tunnistamalla sille kolme alakategoriaa: kiertotalouden tukeminen, kestävämpi tuote tai palvelu ja ennakoiva kuluttaminen.

Tutkimus vastaa kirjallisuudesta tunnistettuun tutkimusaukkoon, mikä on sen keskeisin kontribuutio. Makrin ym. (2020) kirjallisuuskatsauksessa tunnistettiin, että valtaosa tutkimuksista on keskittynyt kulutuksen vähentämiseen, jossa kuluttaja kieltäytyy jonkin kulutuskohteen hankinnasta tai käytöstä. Tämä tutkimus argumentoi, että todellisuudessa kulutuksen vähentäminen on monimuotoisempaa, ja kulutusta voidaan vähentää sekä määrällisin että laadullisin keinoin. Erityisesti vaihtoehdon etsimisen muotoon luokitellut vähentämisen tavat ja muodolle tunnistetut alakategoriat kuvastavat vähentämisen monimuotoisuutta ja sitä, miten kuluttaja tarkastelee kaikkia kuluttamisen vaihteita uudella tavalla (Lee ym., 2011).

Voidaan tulkita, että haastateltavat vähensivät kulutustaan vaihtoehtojen avulla erityisesti siksi, että vähentämisen kohteena olivat arkipäiväiset kulutuskohteet. Vaatteet, ruoka, liikkuminen, huonekalut, hygieniatuotteet ja muut arkiset kulutuskohteet ovat välttämättömyyksiä, joiden kuluttamisesta luopuminen on käytännössä mahdotonta tai vähintäänkin vaikeaa. Toisaalta vaihtoehdon etsiminen on tyypillistä siksi, että kulutuksen vähentämiseen liittyy uhrauksia (Lim, 2017). Esimerkiksi haastateltavat, jotka olivat rajoittaneet ulkomaan matkailuaan, kertoivat

nyt kiinnostuneensa kotimaan matkailusta. Voidaan tulkita, että matkustamisesta kokonaan luopuminen olisi kuluttajalle liian suuri uhraus ja siksi kotimaan matkailu kestävämpänä vaihtoehtona kiinnostaa. Vaihtoehtojen avulla kuluttajat voivat tasapainottaa kokemiaan hyötyjä ja uhrauksia.

Tässä tutkimuksessa kulutuksen vähentämistä ei rajattu mihinkään tiettyyn kulutuskategoriaan, kuten useissa aiemmissa tutkimuksissa (Balderjahn ym., 2018). Näin ollen tutkimuksessa pystyttiin tarkastelemaan yhden kuluttajan käyttäytymistä kokonaisuudessaan ja tunnistamaan kulutuskategorioiden välisiä yhtäläisyyksiä. Tutkimuksen tulokset ovat yhtenäiset muiden suomalaisessa kontekstissa tehtyjen tutkimusten kanssa, jotka ovat sijoittuneet tarkempiin kulutuskonteksteihin (ks. Matschoss ym., 2019; Lehtokunnas ym., 2020; Claudelin ym., 2020). Tutkimuksessa tunnistetut kulutuksen vähentämisen tavat ovat yhtenäiset myös Suomen ilmastopaneelin (2019) raportin tunnistamien kohtuullistaminen keinojen kanssa.

Tutkimuksen pohjalta voidaan esittää useita uusia tutkimuksen avauksia. Tämä tutkimus rajoittui nuorten suomalaisten aikuisten kulutuksen vähentämiseen. Aineiston kerääminen erilaisesta kulttuurisesta kontekstista tai eri ikäluokasta olisi mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe. Esimerkiksi olisi mielenkiintoista tutkia vanhemman väestön, kuten Suomessa suurten ikäluokkien kulutuksen vähentämistä, koska ikäryhmä on ostovoimainen ja heidän hiilijalanjälkensä on Suomen kotitalouksista kaikkein korkein (Suomen ympäristökeskus, 2019). Tämän tutkimuksen aineisto kerättiin haastattelemalla marras-helmikuussa 2019–2020, jolloin COVID-19 pandemian vaikutukset eivät vielä näkyneet Suomessa. Kiinnostava jatkotutkimuksen aihe olisikin tarkastella kuluttajien suhtautumisen ja käyttäytymisen muutosta pandemian jälkeisessä ajassa. Jatkotutkimuksissa voitaisiin myös tarkastella kuluttajien ajallista siirtymää kulutuksen vähentämisen muodosta toiseen: esimerkiksi Liisa kuvasi ensin rajoittaneensa lihansyöntiään, minkä jälkeen hän päätti lopulta luopua siitä kokonaan (ks. s. 16). Hitchingsin (2012) mukaan haastattelu on perusteltu menetelmä kulutuskäytänteiden tutkimiseen, mutta vain yksi menetelmä muiden joukossa. Jatkotutkimuksissa olisi kiinnostava hyödyntää esimerkiksi etnografisia menetelmiä kulutuksen vähentämisen käytänteiden tunnistamisessa.

Lähteet

- Balderjahn, I., Peyer, M., Seegebarth, B., Wiedmann, K., & Weber, A. (2018). The many faces of sustainability-conscious consumers: A category-independent typology. *Journal of Business Research*, 91, 83-93. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.022>
- Black, I. R., & Cherrier, H. (2010). Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: Daily practices, contextual motivations and subjective values. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 437-453. <https://doi.org/10.1002/cb.337>
- Cherrier, H., Black, I. R., & Lee, M. (2011). Intentional non-consumption for sustainability: Consumer resistance and/or anti-consumption? *European Journal of Marketing*, 45(11), 1757-1767. <https://doi.org/10.1108/03090561111167397>
- Claudelin, A., Järvelä, S., Uusitalo, V., Leino, M., & Linnanen, L. (2018). The economic potential to support sustainability through household consumption choices. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 10(11), 3961-. <https://doi.org/10.3390/su10113961>
-

- Claudelin, A., Uusitalo, V., Hintukainen, I., Kuokkanen, A., Tertsunen, P., Leino, M., & Linnanen, L. (2020). Increasing positive climate impact by combining anti-consumption and consumption changes with impact investing. *Sustainable Development* (Bradford, West Yorkshire, England). Ennakkojulkaisu verkossa. <https://doi.org/10.1002/sd.2117>
- Craig-Lees, M., & Hill, C. (2002). Understanding voluntary simplifiers. *Psychology & Marketing*, 19(2), 187-210. <https://doi.org/10.1002/mar.10009>
- de Bakker, E., & Dagevos, H. (2012). Reducing meat consumption in today's consumer society: Questioning the citizen-consumer gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25(6), 877-894. <https://doi.org/10.1007/s10806-011-9345-z>
- Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative methods in business research*. Los Angeles: Sage.
- Fournier, S. (1998). Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *The Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-353. <https://doi.org/10.1086/209515>
- Heidbreder, L. M., Steinhorst, J., & Schmitt, M. (2020). Plastic-free july: An experimental study of limiting and promoting factors in encouraging a reduction of single-use plastic consumption. *Sustainability* (Switzerland), 12(11), 4698-. <https://doi.org/10.3390/su12114698>
- Hertwich, E. G., & Peters, G. P. (2009). Carbon footprint of nations: A global, trade-linked analysis. *Environmental Science & Technology*, 43(16), 6414-6420. <https://doi.org/10.1021/es803496a>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2008). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hitchings, R. (2012). People can talk about their practices. *Area* (London 1969), 44(1), 61-67. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2011.01060.x>
- Hoffmann, S., Balderjahn, I., Seegebarth, B., Mai, R., & Peyer, M. (2018). Under which conditions are consumers ready to boycott or buycott? the roles of hedonism and simplicity. *Ecological Economics*, 147, 167-178. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.01.004>
- Hogg, M. K., Banister, E. N., & Stephenson, C. A. (2009). Mapping symbolic (anti-) consumption. *Journal of Business Research*, 62(2), 148-159. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.022>
- Kastarinen, A. (2017). *Narratives of Grandparental Consumption*. Tampere University Press. Saatavilla: Trepo.
- Khamis, S. (2019). The aestheticization of restraint: The popular appeal of de-cluttering after the global financial crisis. *Journal of Consumer Culture*, 19(4), 513-531. <https://doi.org/10.1177/1469540519872071>
- Kuanr, A., Pradhan, D., & Chaudhuri, H. R. (2020). I (do not) consume; therefore, I am: Investigating materialism and voluntary simplicity through a moderated mediation model. *Psychology & Marketing*, 37(2), 260-277. <https://doi.org/10.1002/mar.21305>
- Lee, M. S. W., & Ahn, C. S. Y. (2016). Anti-consumption, materialism, and consumer well-being. *Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 18-47. <https://doi.org/10.1111/joca.12089>
- Lee, M. S. W., Fernandez, K. V., & Hyman, M. R. (2009a). Anti-consumption: An overview and research agenda. *Journal of Business Research*, 62(2), 145-147. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.021>
- Lee, M. S. W., Motion, J., & Conroy, D. (2009b). Anti-consumption and brand avoidance. *Journal of Business Research*, 62(2), 169-180. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.024>
- Lee, M. S. W., Ortega Egea, J. M., & García De Frutos, N. (2020). Anti consumption beyond boundaries: From niche topic to global phenomenon. *Psychology & Marketing*, 37(2), 171-176. <https://doi.org/10.1002/mar.21330>

- Lee, M., Roux, D., Cherrier, H., & Cova, B. (2011). Anti-consumption and consumer resistance: Concepts, concerns, conflicts and convergence. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1680-1687. <https://doi.org/10.1108/ejm.2011.00745kaa.001>
- Lehtokunnas, T., Mattila, M., Närvänen, E., & Mesiranta, N. (2020). Towards a circular economy in food consumption: Food waste reduction practices as ethical work. *Journal of Consumer Culture*. Ennakkajulkaisu verkossa. <https://doi.org/10.1177/1469540520926252>
- Lim, W. M. (2017). Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. *Journal of Business Research*, 78, 69-80. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.001>
- Makri, K., Schlegelmilch, B. B., Mai, R., & Dinhof, K. (2020). What we know about anticonsumption: An attempt to nail jelly to the wall. *Psychology & Marketing*, 37(2), 177-215. <https://doi.org/10.1002/mar.21319>
- Matschoss, K., Kajoskoski, T., Laakso, S., Apajalahti, E. L., Heiskanen, E., & Luomaniemi, V. (2019). Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin – yksin vai yhdessä? *Kulutustutkimus. Nyt*, 13(2), 6-29.
- Moisander, J., & Valtonen, A. (2006). *Qualitative marketing research: A cultural approach*. London: Sage.
- Närvänen, E., Mesiranta, N., Mattila, M. & Heikkinen, A. (toim.) (2020). *Food waste management: Solving the Wicked Problem*. Cham: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-20561-4>
- Ortega Egea, J. M., & García De Frutos, N. (2020). Behavioral prediction of environmentally oriented anticonsumption and consumption: A multilevel study of five eurobarometer surveys. *Psychology & Marketing*, 37(2), 308-325. <https://doi.org/10.1002/mar.21302>
- Peifer, J. L., Chugani, S., & Roos, J. M. (2020). The ethical underpinnings of nonmaterialistic values and voluntary simplicity behavior in the United States. *Psychology & Marketing*, 37(2), 232-249. <https://doi.org/10.1002/mar.21277>
- Rumbo, J. D. (2002). Consumer resistance in a world of advertising clutter: The case of adbusters. *Psychology and Marketing*, 19(2), 127-148. <https://doi.org/10.1002/mar.10006>
- Sandlin, J. A., & Callahan, J. L. (2009). Deviance, dissonance, and détournement: Culture jammers` use of emotion in consumer resistance. *Journal of Consumer Culture*, 9(1), 79-115. <https://doi.org/10.1177/1469540508099703>
- Shankar, A., Elliott, R., & Goulding, C. (2001). Understanding consumption: Contributions from a narrative perspective. *Journal of Marketing Management*, 17(3-4), 429-453.
- Shaw, D., & Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology and Marketing*, 19(2), 167-185. <https://doi.org/10.1002/mar.10008>
- Sudbury-Riley, L., & Kohlbacher, F. (2018). Moral avoidance for people and planet: Anticonsumption drivers. *Management Decision*, 56(3), 677-691. <https://doi.org/10.1108/MD-12-2016-0907>
- Suomen ilmastopaneeli (2020). *The Sufficiency Perspective in Climate Policy: How to Recompose Consumption*. Haettu https://www.ilmastopaneeli.fi/wp-content/uploads/2020/09/Sufficiency-in-climate-policy_2020-09-25.pdf
- Suomen ympäristökeskus (2019). *Julkisten hankintojen ja kotitalouksien kulutuksen hiilijalanjälki ja luonnonvarojen käyttö - ENVIMAT-mallinnuksen tuloksia*. Haettu <http://hdl.handle.net/10138/300737>
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Kirjoittajatiedot

KTK Roosa Luukkonen viimeistelee kauppatieteiden maisterin tutkintoaan ja työskentelee tutkimusapulaisena asiakaslähtöisen markkinoinnin tutkimusryhmässä Tampereen yliopistossa. Sähköposti: roosa.luukkonen@tuni.fi

Liite 1. Aineistosta tunnistetut kulutuksen vähentämisen tavat.

Kulutuksen vähentämisen tapa	Kulutuskategoria/ vähentämisen kohde	Vähentämisen muoto		
		Kieltäytyminen	Rajoittaminen	Vaihtoehdon etsiminen alakategoria
kerrostaloasuminen	energian kulutus			✗ kestävä palvelu
maalämpö	energian kulutus			✗ kestävä palvelu
tuulisähkö	energian kulutus			✗ kestävä palvelu
valojen ja suihkun sammuttaminen	energian kulutus, veden kulutus		✗	
lyhyemmät suihkut	veden kulutus		✗	
käytetyn sohvan hankkiminen	huonekalut			✗ kiertotalous
huonekalujen saaminen, vaihtaminen, ostaminen käytettynä	huonekalut			✗ kiertotalous
ei uusia huonekaluja uuteen asuntoon	huonekalut	✗		
kuukautispikkuhousut	hygieniatuotteet, jäte			✗ kestävä tuote
kokonaan metallinen karvanajohöylä	hygieniatuotteet, sekajäte			✗ kestävä tuote
palasaippuat	hygieniatuotteet, muovi			✗ kestävä tuote
kuukuppi	hygieniatuotteet, jäte			✗ kestävä tuote
itse tehty hoitoaine	hygieniatuotteet, muovi	✗		✗ kestävä tuote
jätteen kierrättäminen	jäte, sekajäte			✗ kiertotalous
ei osta kertakäyttöasioita	jäte	✗		
ei ylimääräisiä muovipusseja tai pakkausmateriaaleja	jäte		✗	
tavaroiden loppuun käyttäminen	kodintavarat			✗ ennakoiva kuluttaminen
tavaroiden myyminen	kodintavarat, jäte			✗ kiertotalous
ajaton sisustus, vähemmän uusia sisustustavaroita	kodintavarat		✗	✗ ennakoiva kuluttaminen
tavaroiden etsiminen ensin käytettynä	kodintavarat			✗ kiertotalous
tavaroiden uudelleen sijoittaminen	kodintavarat, jäte			✗ kiertotalous
ajaton, kestävä maljakko	kodintavarat			✗ kestävä tuote
kosmetiikkatuotteiden ostamisen vähentäminen	kosmetiikka		✗	
luonnonkosmetiikka	kosmetiikka, kemikaalit			✗ kestävä tuote
itse tehty deodorantti	kosmetiikka, kemikaalit	✗		✗ kestävä tuote
kookosöljyn hyödyntäminen, vähemmän kosmetiikkatuotteita	kosmetiikka		✗	✗ kestävä tuote
lasten hankinnat käytettyinä ostettuja tai saatuja	lastentarvikkeet			✗ kiertotalous
kestovaipat	lastentarvikkeet, jäte			✗ kestävä tuote
kertakäyttöisten tuotteiden välttely	lastentarvikkeet, jäte		✗	
julkisilla liikkuminen, ei autoa	liikkuminen, päästöt			✗ kestävä palvelu
julkisilla liikkuminen, on auto	liikkuminen, päästöt		✗	✗ kestävä palvelu
autojunalla Lappiin autolla ajamisen sijaan	liikkuminen, päästöt			✗ kestävä palvelu
julkisten käyttö, kimpakyydit	liikkuminen, päästöt			✗ kestävä palvelu
pyöräily	liikkuminen, päästöt		✗	✗ kestävä palvelu
auton yhteiskäyttö	liikkuminen			✗ kestävä palvelu

lentämisen vähentäminen	matkustaminen		✗	
ulkomaan matkailun vähentäminen, kotimaan matkailu	matkustaminen		✗	✗ kestävä palvelu
lentämisen vähentäminen: 1 matka/vuosi	matkustaminen		✗	
ekopyykinpesuaineet, ei tavallisia	pesuaineet, vesistöön joutuvat kemikaalit	✗		✗ kestävä tuote
ekopyykinpesuaineet, ei tavallisia	pesuaineet, kemikaalikuorma ihmisille	✗		✗ kestävä tuote
lihansyönnin vähentäminen	ruoka, liha		✗	
juuston syömisen vähentäminen	ruoka, juusto		✗	
lihaton, pääosin vegaaninen ruokavalio	ruoka, liha, eläinperäiset tuotteet	✗	✗	✗ kestävä tuote
suunnitelmallisuus ruokaostoksissa	ruoka, ruokahävikki		✗	
lihansyönnin vähentäminen	ruoka, liha		✗	
lihansyönnin vähentäminen, riistan syöminen	ruoka, liha		✗	✗ kestävä tuote
kasvipohjamaidot	ruoka, lehmänmaito	✗		✗ kestävä tuote
Hävikkiruokien osto (esim. leipäkassi tai päiväystuotteet)	ruoka, ruokahävikki			✗ kiertotalous
ruokien suunnittelu	ruoka, ruokahävikki		✗	✗ ennakoiva kuluttaminen
kasvisruokavalio	ruoka, liha	✗		✗ kestävä tuote
yhteiset ruokatarvikkeet kämppisten kanssa	ruoka, ruokahävikki		✗	✗ ennakoiva kuluttaminen
kahvinjuonin vähentäminen	ruoka, kahvi		✗	
harvemmin ulos syömään	ruoka		✗	
puhelimien korjaaminen	teknologia	✗		✗ ennakoiva kuluttaminen
käytetyn puhelimen ostaminen	teknologia			✗ kiertotalous
epäeettisten yritysten boikotointi	vaatteet	✗		
ostaminen kirpputorilta	vaatteet			✗ kiertotalous
laadukkaiden ja kestävien vaelluskenkien ostaminen	vaatteet			✗ kestävä tuote
vaatteiden ostamisen vähentäminen	vaatteet		✗	
halpavaatteiden ostamisesta kieltäytyminen	vaatteet	✗		
laadukkaat, kestävät vaatteet	vaatteet			✗ kestävä tuote
kirpputoreilta ostamisen vähentäminen	vaatteet		✗	
vaatteiden lainaaminen kämppiksen kanssa	vaatteet			✗ kiertotalous
mustien kenkien hankkiminen, jotka sopivat monen kanssa	vaatteet		✗	✗ ennakoiva kuluttaminen
pikamuodin ostamisen vähentäminen	vaatteet		✗	
ajaton vaate, joka menee monen kanssa	vaatteet		✗	✗ kestävä tuote/ ennakoiva kuluttaminen
shoppailun vähentäminen esim. nettikaupoista	vaatteet		✗	
vaatehuolto	vaatteet			✗ ennakoiva kuluttaminen
"Kiina-kaupoista" tilaamisen vähentäminen	vaatteet ja asusteet, meikit, tavarat		✗	
aineettomien palvelujen, elämysten kulutus	materia			✗ ennakoiva kuluttaminen