

TAMPEREEN YLIOPISTO  
Johtamistieteiden laitos

**ELINTARVIKKEIDEN PÄIVÄYSMERKINTÖIHIN  
LIITETYT MERKITYKSET**

Yrityksen taloustiede, markkinointi  
Pro gradu -tutkielma  
Huhtikuu 2008  
Ohjaaja: Hannu Kuusela

Juulia Mäkipää

# TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto Johtamistieteiden laitos, yrityksen taloustiede, markkinointi

Tekijä: MÄKIPÄÄ, JUULIA  
Tutkielman nimi: Elintarvikkeiden päiväysmerkintöihin liitetyt merkitykset  
Pro gradu -tutkielma: 67 sivua, 1 liitesivu  
Aika: Huhtikuu 2008  
Avainsanat: Päiväysmerkinnät, elintarvikkeet, merkitys, eläytymismenetelmä, markkinointi

---

Päiväysmerkinnät ovat olleet viime aikoina paljon esillä mediassa Ruotsissa ja Suomessa tapahtuneiden jauhelihan päiväysmerkintähuijausten takia. Luottamus suomalaiseseen elintarvikejärjestelmään on kohun yhteydessä haastettu. Päiväysmerkintöjen suhteen saatetaan olla entistä varovaisempia samalla, kun nopeasti pilaantuvien elintarvikkeiden hävikki tuottaa huomattavat tappiot elintarvikekaupalle vuosittain. Siksi on tärkeää ymmärtää, mitä merkityksiä päiväysmerkintöihin liitetään. Tutkimuksen tavoitteena on rakentaa laadullisen aineiston pohjalta kuvaus siitä, mitä merkityksiä kuluttajat antavat elintarvikkeiden parasta ennen -merkinnälle ja viimeinen käyttöpäivä -merkinnälle.

Kirjallisuuskatsauksessa tutustutaan päiväysmerkintöjen näkökulmasta elintarvikkeiden kuluttamisen suuntauksiin, elintarvikkeisiin liitettyihin riskeihin ja kuluttajien luottamukseen elintarvikejärjestelmää kohtaan. Päiväysmerkintöjen tarkastelua ohjaa tutkimuksessa merkityksen käsite. Parasta ennen -merkinnän ja viimeinen käyttöpäivä -merkinnän käsitteitä tarkastellaan ensin teksteinä, ja pohditaan käsitteiden konteksteja. Tutkimuksen tavoitteen kannalta keskeisintä on kuitenkin käsitteiden kulttuuriset käytännöt: kuluttajan emootiot, intressit, arkielämä, toimintakyky ja valta sekä päiväysmerkintöjen efektit.

Tutkimusmenetelmänä käytetään eläytymismenetelmää, jonka avulla analysoidaan lyhyitä vastaajien kirjoittamia tarinoita. Osa tarinoista kertoo jauhelihasta ja osa maidosta, mikä mahdollistaa myös näistä tuotteista kirjoitettujen tarinoiden vertailun. Analyysissa tarkastellaan tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen mukaisesti erilaisten kulttuuristen käytäntöjen esiintymistä tarinoissa. Tarinoita kerättiin yhteensä 57 kappaletta.

Tutkimuksen tulosten mukaan päiväysmerkintöihin liittyy erityisen tiiviisti emootiot sekä toimintakyky ja valta. Mielipahan lähteitä ovat suunnitelmien ja toimintakyvyn rajoittuminen, kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu sekä ajan, vaivan ja rahan tuhlaantuminen. Mielihyvää esiintyy taas tilanteissa, joissa kuluttaja omalla aktiivisella toiminnallaan ratkaisee ongelmatilanteita ja pystyy lisäämään vapauttaan elintarvikkeiden käytössä, saa erilaisia hyvytyksiä ja anteeksipyyntöjä kaupalta tai säästää aikaa, rahaa tai vaivaa. Maidosta ja jauhelihasta kertovissa tarinoissa on jonkin verran erilaisia painotuksia. Tutkimuksen erityinen lisäarvo olemassa olevaan päiväysmerkintäkeskusteluun on se, että se tuo esiin kuluttajan aktiivisuuden ja päiväysmerkintöjen emotionaalisen puolen.

# SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	<b>5</b>
1.1	PÄIVÄYSMERKINNÄT AJANKOHTAISENA KESKUSTELUN AIHEENA.....	5
1.2	TUTKIMUKSEN MERKITYS .....	7
1.3	TUTKIMUKSEN TAVOITE, TUTKIMUSKYSYMYKSET JA RAJAUKSET .....	8
1.4	KESKEISIÄ KÄSITTEITÄ .....	9
1.5	TUTKIMUKSEN RAKENNE .....	10
<b>2</b>	<b>PÄIVÄYSMERKINNÄT KIRJALLISUUDESSA</b> .....	<b>12</b>
2.1	ELINTARVIKKEIDEN KULUTTAMISEN SUUNTAUKSIA .....	12
2.2	PÄIVÄYSMERKINNÄT JA KULUTTAJAN KOKEMA RISKI.....	15
2.2.1	<i>Kuluttajan kokeman riskin ominaisuudet</i> .....	15
2.2.2	<i>Kuluttajan kokema riski käytännössä</i> .....	17
2.3	KULUTTAJAN LUOTTAMUS ELINTARVIKEJÄRJESTELMÄÄN .....	20
<b>3</b>	<b>MERKITYKSEN KÄSITE JA PÄIVÄYSMERKINNÄT</b> .....	<b>24</b>
3.1	MERKITYKSEN RAKENTUMINEN .....	24
3.2	PÄIVÄYSMERKINNÄT KÄSITTEINÄ.....	27
3.2.1	<i>Päiväysmerkinnät teksteinä</i> .....	27
3.2.2	<i>Päiväysmerkintöjen kontekstit</i> .....	28
<b>4</b>	<b>MENETELMÄLLISET VALINNAT</b> .....	<b>33</b>
4.1	SUBJEKTIIVISEN MAAILMAN PARADIGMA.....	33
4.2	NARRATIIVISUUS.....	33
4.3	ELÄYTYMISMENETELMÄ .....	35
4.4	TEEMOITTELU, KATEGORIOINTI JA VARIAATION ANALYYSI .....	37
4.5	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS .....	38
<b>5</b>	<b>PÄIVÄYSMERKINTÖJEN MERKITYKSET AINEISTOSSA</b> .....	<b>40</b>
5.1	TARINOISSA KÄYTETYT TERMIT .....	40
5.2	TEEMOJEN ESIINTYMINEN AINEISTOSSA .....	41
5.2.1	<i>Ruumis, affektit ja mielihyvä</i> .....	41
5.2.2	<i>Intressit</i> .....	43
5.2.3	<i>Toimintakyky ja valta</i> .....	46
5.2.4	<i>Efektit</i> .....	48
5.2.5	<i>Arkielämä</i> .....	50
5.3	TEEMOJEN PAINOTUKSET KEHYSKERTOMUSVERSIOISSA .....	51
5.3.1	<i>Jauhelihan ja maidon päiväysmerkinnät ostotilanteessa</i> .....	52
5.3.2	<i>Jauhelihan ja maidon päiväysmerkinnät tuotteen käytön yhteydessä</i> .....	54
<b>6</b>	<b>TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET</b> .....	<b>56</b>
6.1	EMOITIOT JA AKTIIVISUUS PÄIVÄYSMERKINTÖJEN MERKITYSTEN PERUSTANA .....	56
6.2	TULOSTEN MERKITYS .....	58
6.3	JATKOTUTKIMUSMAHDOLLISUUDET.....	61
	<b>LÄHTEET</b> .....	<b>63</b>
	<b>LIITE 1: KEHYSKERTOMUKSEN VARIAATIOT</b> .....	<b>68</b>

## **TAULUKOT**

Taulukko 1 Päiväysmerkintöjen merkityksen rakentuminen	26
Taulukko 2 Päiväysmerkinnän umpeutumisen ilmaiseminen	40
Taulukko 3 Teemojen esiintyminen kussakin kehyskertomusversiossa	52
Taulukko 4 Ruumis, affektit ja mielihyvä teemojen keskiössä	56
Taulukko 5 Esimerkkejä emootioiden dynamiikasta	58

## **KUVIOT**

Kuvio 1 Tutkimuksen rakenne	11
Kuvio 2 Päiväysmerkintöihin liittyvien emootioiden dynamiikka	57

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Päiväysmerkinnät ajankohtaisena keskustelun aiheena

Elintarvikkeiden päiväysmerkinnät ovat olleet viime aikoina paljon esillä mediassa Ruotsissa ja Suomessa tapahtuneiden jauheliuhaijausten takia. Esimerkiksi Ruotsissa suuren vähittäiskauppakettu ICA:n työntekijät ovat tahallisesti vaihtaneet viimeistä käyttöpäivämäärää osoittavaa tarraa jauheliuhapaketteihin, joiden säilymisaika on ollut umpeutumassa (Kelola 2007, B 7). Myös Yhdysvalloissa seitsemän suurta vähittäiskaupan ketjua on myöntänyt vaihtaneensa päiväysmerkintää sellaisille liha- ja kalatuotteille, jotka ovat jo saavuttaneet alkuperäisen viimeisen myyntipäivänsä (Harcar & Karakaya 2005, 357). Muutama vuosi sitten julkaistun tutkimuksen mukaan Suomessa päiväysmerkintöihin kuitenkin luotetaan ja perusteluissa vedotaan kuluttajia suojelemaan ”suomalaiseen systeemiin” (Järvelä 2004, 57).

Luottamus suomalaiseen elintarvikejärjestelmään on kuitenkin elintarvikkeiden päiväysmerkintöihin liittyvän kohun yhteydessä haastettu esimerkiksi Taloussanomien Internet-keskustelupalstalla, jossa usea kirjoittaja on kertonut kokemuksiaan ruokakauppaketuista, jotka heidän mukaansa ovat huijanneet päiväyksissä, erityisesti juuri lihatuotteissa (Taloussanomien a, www). Myös esimerkiksi aiheeseen liittyvässä Suomi24-internet-keskustelussa on esitetty näkemyksiä siitä, että huijaaminen lihatuotteiden päiväysmerkinnöissä on arkipäivää myös Suomessa (suomi24, www).

Epäilivät kuluttajat päiväysmerkintöjen luotettavuutta sitten tai eivät, niiden tulkinta on joka tapauksessa moniselitteistä. Elintarvikkeiden päiväysmerkintöihin liitetään erilaisia merkityksiä. Merkitysten tunnistaminen on tärkeää, jotta voidaan ymmärtää paremmin kuluttajan kulutuskäyttäytymistä nopeasti pilaantuvia elintarvikkeita ajatellen.

Elintarvikkeiden pakkausmerkinnät voidaan nähdä kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavana tekijänä. Yleisesti elintarvikkeita ostavan asiakkaan ostopäätökseen vaikuttaa neljä keskeistä pakkauselementtiä. Visuaalisina elementteinä ovat paketin grafiikka sekä koko ja muoto, informatiivisina elementteinä pakkausinformaatio ja

pakkaukseen käytetty teknologia (Silayoi & Speece 2004, 610). Visuaalisiin elementteihin liitetään yleisesti emotionaalinen ja informatiivisiin elementteihin rationaalinen päätöksenteko. Tämän käsityksen mukaan esimerkiksi päiväysmerkintä liittyy siis nimenomaan rationaaliseen päätöksentekoon. Tässä tutkimuksessa päiväysmerkinnät nähdään kuitenkin ostotilanteessa monisyisenä ilmiönä, josta ei suljeta pois esimerkiksi päiväysmerkintöjen herättämiä emootioita tai kulttuurisia tapoja ja tottumuksia. Joku voi esimerkiksi vahvistaa järkevän kuluttajan minäkäsitystään tai saada pelillisiä haasteita etsiessään hyllystä pakettia parhaalla mahdollisella päiväyksellä (Arnold & Reynolds 2003, 81).

Ostopäätökseen liittyvään tutkimukseen kietoutuu tiiviisti myös pakkausmerkintöjen tutkimuksessa paljon käytetty riskin näkökulma (esim. Tsiros & Heilman 2005; Yeung & Morris 2001; Mitchell 1998). Kyseisissä tutkimuksissa päiväysmerkintä nähdään yksinomaan erilaisten ruoan ostamiseen, syömiseen ja tarjoamiseen liittyvien riskien pienentäjänä. Myös tästä näkökulmasta kuluttaja nähdään rationaalisen toimijana, joka laskelmoi kuluttamansa rahan järkevästi ruoan käyttökelpoisuuden keston mukaan. Aikaisempi tutkimus on esimerkiksi osoittanut, että kuluttajien maksuhalukkuus vähenee tuotteen käyttöpäivien vähentyessä (Tsiros & Heilman 2005, 115). Alennettu hinta saattaa kuitenkin viestiä kuluttajalle tuotteen huonommasta laadusta, jolloin päiväysmerkintään liitetty merkitys on keskeisessä osassa (Acebrón & Dopico 2000, 236).

Monet kaupat ovat hyvin varovaisia vanhenevien tuotteiden pitämisessä hyllyillään. Esimerkiksi Stockmann-tavaratalojen ruokaosastoilla ei myydä mitään elintarvikkeita enää niiden viimeisenä käyttöpäivänä, ja imagosyiden vuoksi tuotteita ei myöskään koskaan myydä alennushintaan pian umpeutuvan päiväyksen takia (Kaaria 2008, D2). Stockmannin imagon varjelu koki kuitenkin kolauksen, kun Helsingin Sanomat uutisoi Stockmann-tavaratalon päivänneen Stockmann meals -eineslihapullia uudelleen (Toivanen 2008, B5). Artikkelissa päiväysvirheen löytänyt tavaratalon asiakas kaiken lisäksi kertoo, että Stockmannin henkilökunta pyysi asiakasta olemaan kertomatta tapauksesta lehdistölle välttääkseen skandaalin. Imagon varjelun tärkeydestä kertoo myös se, että vielä samana päivänä Helsingin Sanomien artikkelin julkaisemisen kanssa Taloussanomien internetsivuston etusivulla oli ensimmäisenä uutisena Stockmannin varatoimitusjohtajan anteeksipyyntö (Taloussanomien b, www).

Vanhenevien elintarvikkeiden poisheittäminen käytäntö on ristiriidassa sen kanssa, että erilaisten elintarvikkeiden turvallisuuteen liittyvien skandaalien seurauksena ihmiset ovat alkaneet vaatia elintarvikkeilta yhä enemmän ekologista ja eettistä laatua (Mononen & Silvasti 2006, 10). Lisäksi kauppojen biojättemaksu on kallistunut huomattavasti vuoden 2008 alusta, mikä on osaltaan rohkaissut esimerkiksi S-ryhmää myymään vanhenevia tuotteita alennuksella (Kaaria 2008, D2). Siwa-ketjun johtaja Veijo Heinonen taas kertoo Helsingin sanomissa, että Tradeka harkitsee pian vanhenevien tuotteiden alennusten lopettamista ja kyseisten tuotteiden lahjoittamista hyväntekeväisyyteen (Kaaria 2008, D2).

## 1.2 Tutkimuksen merkitys

Päiväysmerkinnät ovat keskeisiä elintarvikkeiden toimitusketjuille, koska nopeasti pilaantuvat elintarvikkeet asettavat niille haasteita lyhyellä hyllyiällään. Nopeasti pilaantuvien elintarvikkeiden hävikki tuottaa huomattavat tappiot elintarvikekaupalle vuosittain. Vähittäiskauppa voi lisätä tuottoaan jopa 15 prosenttia minimoimalla tuotteiden pilaantumisesta johtuvan hävikin (Hennessy 1998, 63). Siksi toimitusketjun toimijoille on tärkeää ymmärtää kuluttajan ostokäyttäytymistä päiväysmerkityissä tuotteissa. Tässä tutkimuksessa tutkitaan kuluttajien päiväysmerkintöihin liittämiä merkityksiä eläytymismenetelmällä kerättyjen tarinoiden avulla.

Kun viimeiseen käyttöpäivään tai parasta ennen -merkinnän päiväykseen on jäljellä vähän aikaa, on mahdollista, että kuluttajat ajattelevat tuotteen laadun olevan heikentynyt. He eivät välttämättä ole enää halukkaita maksamaan tuotteesta täyttä hintaa. Jos hinnanalennusta ei ole, he saattavat jättää tuotteen kokonaan ostamatta. Vähittäiskauppaa kiinnostaakin se, missä vaiheessa alennusta pitäisi antaa ja kuinka paljon (Ramanathan 2006, 172). Tsirosin ja Heilmanin (2005, 128) mukaan kuluttajien maksuhalukkuus laskee esimerkiksi maidossa lineaarisesti hyllyajan mukaan, ja lihassa maksuhalukkuus laskee jopa eksponentiaalisesti.

Aikaisemmassa tutkimuksessa on osoitettu, että vähittäiskaupalle on kannattavampaa tarjota alennuksia vanheneville tuotteille kuin pitää vanhenevat tuotteet täysissä hinnoissaan niiden myyntikelpoisuusajan loppuun saakka (Ramanathan 2006, 182). Toisaalta on kuitenkin havaittu hinnan positiivinen yhteys ruoan odotettuun laatuun,

minkä takia osa vähittäiskaupoista ei halua alentaa vanhenevien tuotteiden hintoja (Acebrón & Dopico 2000, 236). Ymmärtämällä paremmin sitä, miten päiväysmerkinnät näyttävät tavallisille kuluttajille, ja millainen osa niillä on elintarvikkeiden kuluttamisessa, voidaan päiväysmerkintöihin liitettäviä mahdollisia myönteisiä merkityksiä korostaa ja kielteisiä vähentää. Keinona siinä voidaan käyttää esimerkiksi viestintää ja pakkaussuunnittelua.

Päiväysmerkintöjä tarkastellaan tässä tutkimuksessa kuluttajien muodostamien merkitysten ohjaamana. Yhtäältä, kuluttajat saattavat liittää päiväysmerkintöihin monia muita merkityksiä kuin ruoan pilaantumiseen liittyvät erilaiset riskit, jolloin päätöksenteko ei ole suoraviivaista ja järkipäistä laskelmointia. Toisaalta, kuluttajille ei välttämättä ole selvää, mitä eri päiväysmerkinnät, kuten parasta ennen -merkintä ja viimeinen käyttöpäivä -merkintä, käytännön tasolla tarkoittavat. Suomessa lainsäädäntö ohjaa päiväysmerkintäkäytäntöjä, mutta esimerkiksi Yhdysvalloissa vastaavaa käytäntöä ei ole. Esimerkiksi äidinmaidonkorviketta lukuun ottamatta viimeisen käyttöpäivän merkitseminen on Yhdysvalloissa vapaaehtoista (Gogoi 2006, www). Päiväysmerkintöjen tulkinnassa on epäselvyyttä, ja siksi onkin tuotu esiin tarve tutkia sitä, miten kuluttajat ymmärtävät ja tiedostavat eri päiväysmerkinnät (Harcar & Karakaya 2005, 369; Tsiros & Heilman 2005, 115).

### **1.3 Tutkimuksen tavoite, tutkimuskysymys ja rajaukset**

Tutkimuksen tavoitteena on muodostaa tutkimusaineiston pohjalta kuvaus siitä, millaisia merkityksiä kuluttajat antavat jauhelihan viimeinen käyttöpäivä -merkinnälle ja maidon parasta ennen -merkinnälle. Tavoitteena on saada tietoa elintarvikkeiden päiväysmerkinnöistä kulttuurisena ilmiönä ja hahmottaa viitekehyksessä määriteltävien kulttuuristen käytäntöjen rooli päiväysmerkintöihin liittyvissä käytännön tilanteissa.

Tutkimuksen pääkysymyksenä on:

Mitä merkityksiä kuluttajat liittävät nopeasti pilaantuvien elintarvikkeiden päiväysmerkintöihin?



Pääkysymystä lähestytään seuraavan alakysymyksen avulla:

Millä tavoilla emootiot, intressit, valta ja toimintakyky, efektit sekä arkielämä ilmenevät kulttuurisina käytäntöinä elintarvikkeiden päiväysmerkinnöissä?

Tutkimuksen tarkoituksena on tarjota työkaluja kuluttajille suunnatun viestinnän suunnitteluun sekä apuvälineitä elintarvikkeiden valmistajille ja vähittäiskaupan toimijoille tuotteiden vanhenemisesta johtuvan hävikin vähentämiseen.

Tässä tutkimuksessa pakkausmerkinnöistä käsitellään parasta ennen -merkintää ja viimeinen käyttöpäivä -merkintää, jolloin muu pakkausinformaatio ja esimerkiksi viimeinen myyntipäivä- ja pakkauspäivä -merkinnät rajataan pois tutkimuksesta. Tutkimuksessa keskitytään elintarvikkeiden kauppaan, joten tutkimuksesta rajataan pois päiväysmerkinnät esimerkiksi lääkkeissä.

#### **1.4 Keskeisiä käsitteitä**

Nopeasti pilaantuvalla elintarvikkeelle ei ole yhtä yhtenäistä määrittelyä. Van Donselaar, van Woensel, Broekmeulen ja Fransoo (2006, 463–464) määrittelevät pilaantuviksi tai häviäviksi tuotteiksi sellaiset tuotteet, joiden hyllyaika on korkeintaan 30 päivää. Lisäksi he jakavat häviävät tuotteet DL- (päiviä jäljellä) ja WL-tuotteiksi (viikkoja jäljellä). DL-tuotteita ovat ne, joiden hyllyaika on korkeintaan 9 päivää ja WL-tuotteita ne, joiden hyllyaika on 10–30 päivää. Tässä tutkimuksessa esimerkkituotteina käytetyt jauheliha ja maito ovat molemmat DL-tuotteita. Kaupassa jauhettua jauhelihaa saa myydä valmistuspäivän lisäksi vain yhden vuorokauden ajan (Tuoreen lihan ja raakavalmisteiden säilyvyysmerkinnät ..., 5). Vaikka pastöroitu maito voi säilyä useitakin vuorokausia parasta ennen -merkinnän ajan umpeuduttua, yleensä parasta ennen -päiväyksen ohittaneita tuotteita ei myydä imagosyistä.

Elintarvikejärjestelmä kuvaa elintarvikkeiden tuottamista ja kuluttamista kokonaisuutena. Sen osia ovat alkutuotanto, tiede ja maatalousteknologia, jatkojalostus, jakelu, elintarvikkeiden kauppa ja kulutus (Mononen & Silvasti 2006, 12). Elintarvikejärjestelmä koostuu eri tuotteiden elintarvikeketjuista.

Paikallisella ruoalla tarkoitetaan ensisijaisesti sellaista ruokaa, jonka valmistaja toimii ja myy tuotteitaan vain paikallisesti, esimerkiksi yhden tai muutaman kunnan alueella. Laajemmassa merkityksessään paikallinen ruoka voi olla myös suomalaisen yrityksen valmistamaa ruokaa erotuksena kansainvälisille brändeille.

Ruokaan liittyvällä riskillä tarkoitetaan sellaista ihmisen subjektiivisesti kokemaa riskiä, joka liittyy ruokaan. Tavallisella kuluttajalla on harvoin tarpeeksi tietoa arvioida objektiivisesti tietyn tuotteen riskien suuruutta, jolloin kuluttajan toimintaa motivoi tämä subjektiivinen näkemys kyseisistä riskeistä (Mitchell 1999, 164). Riski määritellään tässä tutkimuksessa kuluttajan omaksi näkemykseksi siitä, millä todennäköisyydellä hänelle koituu tuotteen ostamisesta tai käyttämisestä haittaa tai erilaisia menetyksiä.

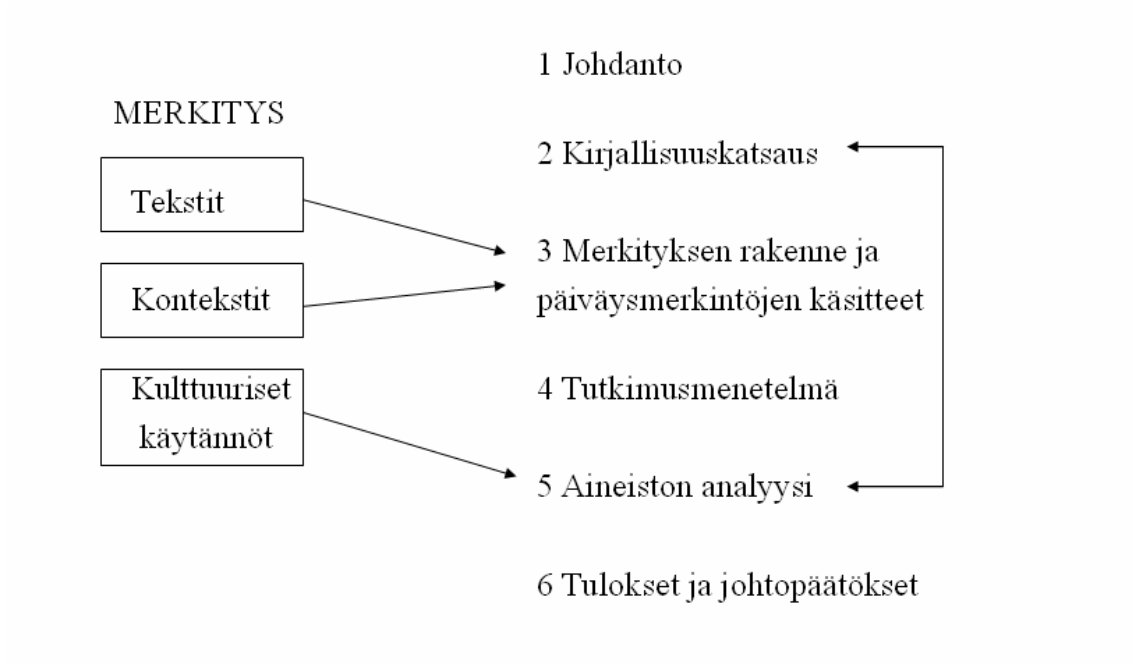
Termiä asiakas käytetään tutkimuksessa synonyymina kuluttajalle, joka asioi ruokakaupassa. Kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelulla tarkoitetaan samaa kuin kuluttajan ja kaupan vastakkainasettelulla.

## **1.5 Tutkimuksen rakenne**

Päiväysmerkintöihin liittyvään kirjallisuuteen tehdään katsaus luvussa 2. Kirjallisuuskatsaus on muodostettu vuorovaikutteisesti aineiston analyysin kanssa: kirjallisuuteen tutustuminen loi tutkijalle ennakkokäsityksen aiheesta, ja aineistoon tutustuminen ohjasi tutkijaa lisäkirjallisuuteen tutustumisessa. Tutkimuksen rakennetta ja aineiston analyysia ohjaa merkityksen käsite. Viitekehyyksiksi valittu merkityksen käsitteen erittely jakaa sen kolmeen osaan: teksteihin, konteksteihin ja kulttuurisiin käytäntöihin. Luvussa 3 tarkastellaan parasta ennen -merkintä ja viimeinen käyttöpäivä -merkintää teksteinä ja konteksteina. Merkityksen jaottelun kolmas osa, päiväysmerkintöihin liitetyt kulttuuriset käytännöt, on kuitenkin tämän tutkimuksen varsinainen kiinnostuksen kohde ja painopiste.

Luvussa 4 kuvataan tutkimuksen lähestymistapaa, tiedonkeruumenetelmää ja analysointimenetelmiä. Luku 5 sisältää merkityksen jaottelun kolmanteen osaan, kulttuurisiin käytäntöihin, pohjautuvan aineiston analyysin. Luvussa 6 esitellään analyysin tulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset. Johtopäätöksissä hahmotellaan

päiväysmerkintöjen teemojen dynamiikka yhtenä kokonaisuutena. Lisäksi pohditaan tutkimuksen teoreettista ja käytännöllistä merkitystä. Tutkimuksen rakenne on esitetty kuviossa 1.



**Kuvio 1 Tutkimuksen rakenne**

## 2 PÄIVÄYSMERKINNÄT KIRJALLISUUDESSA

### 2.1 Elintarvikkeiden kuluttamisen suuntauksia

Massan, Lillusen ja Kariston (2006, 162–163) mukaan tällä hetkellä Suomessa tapahtuvaa ruokakäsitysten muuntumista kuvaavat käsitteet medikalisoituminen, ekologisoituminen, moralisoituminen, kosmetisoituminen ja uusnuukuus. Medikalisoitumisella tarkoitetaan sitä, että ruoka nähdään terveyttä edistävänä asiana eikä pelkästään sairauden ehkäisijänä. Ekologisoituminen tarkoittaa sitä, että ruokavalinnoissa otetaan entistä enemmän huomioon ympäristön hyvinvointi. Moralisoituminen puolestaan yhdistää ruokavalintoihin eettisen näkökulman, ja kosmetisoitumisella tarkoitetaan sitä, että ruoka nähdään kauneuden aikaansaajana ja merkinä muodikkuudesta. Uusnuukuus viittaa siihen, että vaikka kuluttajat pitäisivätkin korkeassa arvossa esimerkiksi ruoan ympäristöystävällisyyttä ja eettisyyttä, usein kuitenkin hinta ratkaisee elintarvikkeiden valinnassa.

Elintarvikkeiden kuluttamisen suuntauksista erityisesti ekologisuus ja uusnuukuus liittyvät myös päiväysmerkintöihin. Ekologisuus tulee esille esimerkiksi tilanteessa, jossa kauppa heittää pois vanhentuneita, myymättä jääneitä elintarvikkeita. Tuotteiden tuoreus on myyntivaltti kaupalle, ja päiväyksensä ylittäneiden tuotteiden myynti vähentää kuluttajan luottamusta kyseiseen brändiin ja koko kauppaan (Harcar & Karakaya 2005, 354). Monet kaupat heittävätkin pois tuotteet, joiden päiväys on umpeutumassa sen sijaan, että myisivät tuotteet alennushinnalla. Ekologisuuden korostuessa tuotteiden pois heittäminen päiväyksen lähestyessä ei siis välttämättä ole enää myönteinen merkki myytävien tuotteiden tuoreudesta vaan merkki kaupan epäekologisuudesta.

Käsite uusnuukuus liittyy päiväysmerkinnöistä puhuttaessa myös vanhentuviin elintarvikkeisiin. Vaikka elintarvikkeiden tuoreutta pidettäisiin suuressa arvossa, alennushinnalla voidaan vaikuttaa kuluttajan valintaan niin, että tämä ostaa tuoreemman tuotteen asemesta pian vanhenevan. Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan (2002, 25–26) tutkimuksessa kuluttajat arvioivatkin hinnan olevan tärkein ruoan ostamiseen vaikuttava

kriteeri. Samassa tutkimuksessa kuitenkin todetaan, että yhden hengen talouksissa kiinnitettiin kaikkein vähiten huomiota hintoihin ostettaessa elintarvikkeita. Toisaalta elintarvikkeen arvioinnissa tärkeintä oli sen hinta-laatu-suhde, ja tutkimuksessa vastaajat olivat valmiita näkemään vaivaa selvittääkseen, mikä vaihtoehto on paras hinta-laatu-suhteessa (Laaksonen, Laaksonen & Leipämaa 2002, 27). Myös Houghton, van Kleef, Rowe ja Frewer (2006, 172) toteavat hinnan olevan rutiinien, kätevyyden, sosiaalisten näkökohtien ja laadun ohella tärkein kuluttajien ruoan valintaperuste.

Päiväysmerkintöihin liittyy myös elintarviketeollisuuden globalisoituminen, mikä tarkoittaa kuluttajille enemmän valinnanvaraa ja tuotteiden vakioitumista. Tällöin kotimaisuudella ja ympäristöystävällisyydellä pystytään erottumaan kilpailijoista (Mononen 2006, 26). Kuluttajat ovat nousseet vastarintaan globaalia elintarvikejärjestelmää kohtaan sitä viime vuosina ravistelleiden ruokakriisien, elintarvikkeiden pitkien kuljetusmatkojen sekä elintarvikeketjun läpinäkymättömyyden takia (Mononen 2006, 40). Vaikka päiväysmerkintöjen yksi tehtävä on ruoan turvallisuudesta viestiminen, niistä ei ole hyötyä, mikäli toimitusketjun vilpittömyyteen ei luoteta. Ulkomaisten tuotteiden päiväysmerkintöjä ei välttämättä pidetä luottamuksen puutteen takia uskottavina.

Tuontiruokaan liitetään terveysvaaroja, sillä kuluttajat eivät tiedä, miten ja missä olosuhteissa ruoka on valmistettu, mitä se sisältää ja mistä se on lopulta peräisin (Järvelä 1998, 8). Ulkomaisissa tuotteissa ajatellaan olevan epäilyttäviä lisäaineita ja niiden käsittely sekä kuljetus herättävät epäilyksiä etenkin pitkillä kuljetusetäisyyksillä, jolloin kylmäketju helposti voi katketa (Järvelä 1998, 8). Kuluttajat haluavat elintarvikkeilta tuoreutta ja entistä pidempää hyllyikää, joiden esteinä juuri pitkät kuljetusmatkat ovat (Ahmed, Ahmed & Salman 2005, 777). Järvelän (1998, 8) tutkimuksessa tavallista oli myös, että vastaajat epäilivät ulkomaisissa elintarvikkeissa olevan erilaisia myrkyjä ja jäämiä tai erilaisia epähygieenisestä käsittelystä johtuvia bakteereja. Samoin ulkomaisia elintarvikkeita epäiltiin usein vanhentuneiksi tai pilaantuneiksi ulkomaiden puutteellisen omavalvonnan takia.

Ruoan laatu ja ympäristökriteerit ovat nousseet ylikansallisen ruokajärjestelmän vastavoimaksi. Julkisessa keskustelussa ja poliittisissa ohjelmissa paikalliselle ruoalle annetaankin ekologista ja sosiaalista kestävyyttä korostavia merkityksiä (Jokinen &

Puupponen 2006, 113). Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan (2002, 31) tutkimuksessa yli kaksi kolmasosaa vastaajista ei ostaisi yhtä mielellään tunnettujen kansallisten tai kansainvälisten yritysten tuotteita kuin pienten paikallisten yritysten.

Mitchellin (1998, 180) mukaan tunnettu brändi kuitenkin yleensä vähentää kuluttajan kokemaa riskiä elintarvikkeessa. Myös Silayoiin ja Speecen (2004, 615) tutkimuksessa todetaan, että kuluttajat ostavat usein tunnettuja ruokabrändejä, koska he pitävät niitä luotettavina. Ilmeisesti kotimaisuus ja tuotannon läheisyys kuitenkin tekee ainakin Suomessa paikallisten elintarvikeyritysten tuotteista kilpailukykyisiä myös tunnetun brändituotteen rinnalla. Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan tutkimuksen mukaan vastaajat eivät myöskään näe monia eroja luomuruoassa ja perinteisessä suomalaisessa ruoassa, ja he ajattelevat useimmin, että suomalainen perusruooka on terveellisempää kuin luomuruoka (Laaksonen et al. 2002, 28). Kotimaisuus on siis selkeä myyntivaltti elintarvikkeissa.

Monille kuluttajille ruoan maku on tärkein seikka, jolloin muut tuotteen hyödyt eivät voi korvata sen puutteellista makua (Laaksonen et al. 2002, 29). Ensisijaisesti tämä tarkoittaa sitä, että valitaan esimerkiksi ravintoarvoiltaan heikompi tuote paremman maun takia, mutta päiväysmerkintöjen yhteydessä se voi tarkoittaa sitä, että kuluttaja valitsee tuotteen mahdollisimman pitkällä päiväyksellä. Pitkälle ulottuva päiväysmerkintä voi olla varmistus siitä, että tuote on varmasti yhä tarkoitetun kaltainen. Toisaalta pitkä päiväys saattaa viestiä myös suuresta määrästä säilöntäaineita. Kuluttajat pitävät etenkin pitkään lämpimässä säilyviä tuotteita epäilyttävinä, ja säilymisajan lyheneminen vaikka vain muutamalla viikolla voisi tehdä kyseisistä tuotteista houkuttelevampia (Järvelä 2004, 56). Pian umpeutuva päiväysmerkintä taas voi olla vihje siitä, että tuotteen ominaisuudet ovat muuttuneet, vaikka todellisuudessa näin ei olisikaan.

Ruoan ostamiseen ja ruokailuun liittyvään suunnitelmallisuuteen voi olla useita selityksiä. Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan (2002, 35) tutkimuksessa 64,3 prosenttia vastaajista päätti usein hetken mielijohteesta, mitä perheessä syötäisiin kyseisenä päivänä, ja 42,3 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että ruoanlaiton pitää olla ennalta suunniteltua. Impulsiivinen päätöksenteko voi tuoda ruoan ostamiseen ja kuluttamiseen jännitystä ja toisaalta vapauttaa kuluttajan esimerkiksi hyödyntämään tarjouksia

kaupassa. Myös kiire voi olla syynä siihen, ettei ruoanvalmistuksesta tehdä suunnitelmaa etukäteen (Mitchell 1998, 180). Lisäksi eri ikäryhmien välillä on havaittu erilaisia painotuksia. Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan (2002, 35) tutkimuksesta ilmeni, että melkein neljännes yli 45-vuotiaista vastaajista suunnitteli ruokailunsa aina pari päivää etukäteen, ja vastaavasti alle 25-vuotiaista vastaajista jopa 33,1 prosenttia vastasi, ettei koskaan suunnittele syömisiään etukäteen.

Suunnitelmallisuus tulkittiin Järvelän (1998, 25) tutkimuksessa liittyvän terveysvaarojen pienentämiseen. Tällöin kuluttajat halusivat ostaa elintarvikkeita kerrallaan vain 1–2 päivän tarpeeksi välttääkseen pitkän varastointiajan kotona, mikä vaati suunnitelmallisuutta. Suunnitelmallisuus ruoanlaitossa voi myös vahvistaa mielikuvaa arjen hallinnasta tai nopeuttaa kaupassa käyntiä.

## **2.2 Päiväysmerkinnät ja kuluttajan kokema riski**

### **2.2.1 Kuluttajan kokeman riskin ominaisuudet**

Kuluttajan riskin kokemisen ymmärtäminen on tärkeää, sillä päiväysmerkintöjen keskeinen tarkoitus on pienentää asiakkaan riskiä vanhentuvia tuotteita ajatellen. Ruokaa pidetään alhaisen sitoutumisen tuotteena, jolloin myös siihen liittyvät riskit nähdään pieninä verrattuna korkean sitoutumisen tuotteisiin kuten esimerkiksi autoihin ja kodinkoneisiin (Mitchell 1999, 175). Kuitenkin erilaiset ruoan turvallisuuteen liittyvät skandaalit ja elintarviketeollisuuden globalisoituminen ovat saaneet kuluttajien keskuudessa aikaan epäilyä ruoan turvallisuuden suhteen, minkä seurauksena myös ruoan riskit tiedostetaan aiempaa vahvemmin. Lisäksi pakkausinformaatioon kiinnitetään entistä enemmän huomiota, koska ollaan aiempaa kiinnostuneempia terveydestä ja ravitsemuksesta (Coulson 2000, 662). Silayoin ja Speecen (2004, 615) tutkimuksessa osa kuluttajista näki paljon vaivaa ruokien valitsemisessa, koska ruoka vaikuttaa suoraan terveyteen. Esimerkiksi pesuaineita pidettiin matalamman sitoutumisen tuotteina.

Pakkauksesta ja pakkausinformaatiosta on tullut yhä tärkeämpi myyntivaltti vähittäiskaupassa asioinnin muututtua pitkälti itsepalveluksi (Silayoi & Speece 2004,

607). Vaikka pakkauksen grafiikka ja muoto yleensä ensin kiinnittävät kuluttajan huomion, pakkausmerkintöjä luetaan ostotilanteessa yhä enemmän (Silayoi & Speece 2004, 619). Elintarvikepakkauksen informaatiosta on tulossa koko ajan tärkeämpi osa kuluttajan valintaa (Silayoi & Speece 2004, 624). Pakkauksen tarjoaman tiedon on todettu olevan kiinteästi sidoksissa koettuun turvallisuuteen (Järvelä 2004, 83).

Kuluttajien ei kuitenkaan aina pidä olettaa olevan rationaalisia päätöksentekijöitä, jotka optimoivat ruokahankintansa harkiten riskejään systemaattisesti ja järkevästi. Pakkausmerkintöjen informaatiota pidetään nimenomaan ostopäätösprosessin kognitiiviseen osaan vaikuttavana tekijänä vähentäen ruokaan liittyviä riskejä (esim. Ahmed, Ahmed & Salman 2005; Peters-Teixeira & Badrie 2005), mutta päiväysmerkinnät saattavat viestiä tuotteista myös muuten kuin rationaalisella tasolla, ilman että kuluttaja itse välttämättä edes tiedostaa toimintansa riskien punnitsemiseksi. Esimerkiksi päiväysmerkinnät voivat viestiä tuotteen laadusta ja koko kaupan tuotteiden tuoreudesta kuluttajan ajattelematta asiaa tietoisesti.

Mitchell (1998, 172–174) luettelee kuluttajan näkökulmasta ruoan riskeiksi suoritusriskin sekä fyysisen, rahallisen, psykososiaalisen ja ajallisen riskin. Suoritusriski esiintyy tuotteissa uhkana siitä, etteivät ne saavutakaan niihin kohdistettuja odotuksia. Fyysinen riski tarkoittaa terveyteen ja kuluttajan ulkonäköön liittyviä riskejä samoin kuin tuotteisiin kulutettua energiaa. Rahallisella riskillä tarkoitetaan kuluttajan huolta siitä, kuinka paljon rahaa kuluu ja kuinka paljon sitä menee hukkaan, jos tuote ei vastaakaan odotuksia. Psykososiaalinen riski taas on riski siitä, että ystävät ja perhe saattavat ajatella kuluttajan tehneen huonon päätöksen, ja tämä saattaa hävetä sitä sosiaalisesti tai jopa menettää itseluottamustaan pettyessään itseensä ja valintaansa. Ajallinen riski tarkoittaa tuotteen ostamisen vaatimaa aikaa tai riskiä ajan hukkaamisesta, jos tuote ei vastaakaan asiakkaan odotuksia.

Riskin osa-alueiden osuutta kokonaisriskissä on myös tutkittu. Mahon ja Cowan (2004, 308) ovat valinneet tutkimukseensa riskiosa-alueiksi suoritusriskin, fyysisen, rahallisen, ajallisen, psykologisen sekä sosiaalisen riskin ja tutkineet niiden osuutta kokonaisriskin kokemisessa. Tutkimuksessa kaikki osa-alueet korreloivat positiivisesti kokonaisriskin kanssa, mutta merkitsevä korrelaatio oli vain fyysisen, psyykkisen ja suoritusriskin kohdalla. Toisin sanoen ajallinen, sosiaalinen ja rahallinen riski eivät tutkimuksen



mukaan ole merkitseviä kokonaisriskiä ajatellen. Fyysinen riski osoittautui tutkimuksessa kaikkein merkittävimmäksi riskin osa-alueeksi kokonaisriskissä. Fyysisen riskin keskeisyys onkin ilmeinen päiväysmerkintöjen yhteydessä, sillä päiväysmerkinnät, etenkin viimeinen käyttöpäivä, on merkki elintarvikkeen mahdollisesta pilaantumisesta. Pilaantuneen ruoan syömiseen liittyy tietävästi sairastumisen riski.

Tsiros ja Heilman (2005, 127) ovat puolestaan tutkineet riskin osa-alueiden vaikutusta siihen, kuinka usein kuluttajat tarkistavat elintarvikkeen päiväysmerkinnän. Tulosten mukaan riskin osa-alueista toiminnallisen, suoritus- ja fyysisen riskin korostuessa päiväysmerkintöjä luettiin enemmän. Kyseisessä tutkimuksessa toiminnallinen riski tulkitaan riskiksi siitä, että tuote ei toimi odotetulla tavalla ja suoritusriski puolestaan riskiksi siitä, että tuote ei täytä sille asetettuja laatuodotuksia (Tsiros & Heilman 2005, 117). Psykkinen, sosiaalinen ja rahallinen riski sen sijaan eivät näyttäneet lisäävän päiväysmerkintöjen tarkistamista. Rahallisen riskin merkityksettömyyttä selittää oletettavasti se, että elintarvikkeiden hinnat ovat suhteellisen alhaisia verrattuna vaikkapa vaatteiden tai kodinkoneiden hintoihin.

Mitchellin (1998, 172) mukaan kullakin kuluttajalla on oma sietorajansa kullekin riskin osa-alueelle, jolloin yhdenkin riskin rajan ylittyessä otetaan käyttöön riskejä vähentäviä keinoja. Kuluttajat vähentävät riskiä joko vähentämällä riskialttiin tuotteen ostoa, vaihtamalla tuotteen johonkin toiseen tuotteeseen tai lykkäämällä sen ostoa (Yeung & Morris 2001, 182). Päiväysmerkinnöistä puhuttaessa se voi tarkoittaa sitä, että ostetaan usein kyseistä tuotetta harvemmin, ostetaan samaa tuotetta kaivaen kaupan hyllyn takaosasta tuorempi pakkaus, valitaan toinen, vaihtoehtoinen tuote tai ostetaan tuote vasta vaikkapa seuraavalla kauppakäynnillä, jolloin kauppaan on ehkä tullut uusi, tuorempi erä kyseistä tuotetta.

### **2.2.2 Kuluttajan kokema riski käytännössä**

Elintarvikkeiden turvallisuuteen liittyviä keskeisimpiä puheenaiheita ovat Suomessa viime aikoina olleet muun muassa salmonellan, listerian ja EHEC-bakteerin aiheuttamat ruokamyrkytykset ja Itämeren kalojen dioksiinipitoisuudet (Massa, Lillunen & Karisto 2006, 161). Samoin pelkoja ovat herättäneet kananrehujen dioksiinit, suu- ja

sorkkatautiepidemiat, ruoan lisäaineet, ympäristömyrkyt ja torjunta-aineet (Massa et al. 2006, 161). Etenkin ruokamyrkytykset ja elintarvikkeiden lisäaineet liittyvät läheisesti päiväysmerkintöihin. Ruokamyrkytyksen riski liittyy pilaantuneen ruoan syömiseen, jonka ehkäisemistä päiväysmerkinnät tukevat. Lisäaineet taas helpottavat kiireisten kuluttajien arkea pidentämällä elintarvikkeiden säilyvyyttä samalla kuitenkin herättäen epäilyä turvallisuudestaan. Pitkä säilyvyysaika voi olla yhtä hyvin merkki tuotteen kätevydestä kuin myös epäilyn herättäjä.

Järvelän (1998, 4) tutkimuksessa ilmeni, että jopa 97,5 prosenttia tutkimuksen vastaajista piti elintarvikkeita yleensä melko tai täysin turvallisina. Ruoan turvallisuuskysymykset jäivätkin ruoan valinnassa yleensä taka-alalle, kun esimerkiksi rutiinit ja ruoan hinta sekä laatu dominoivat valintaperusteina (Houghton et al. 2006, 172). Järvelän (1998, 4) tutkimuksessa ruoan vanheneminen kuitenkin huolestutti jopa 82 prosenttia vastaajista, salmonella-, listeria- ja EHEC-bakteerit huolestuttivat myös 82 prosenttia vastaajista ja ruokamyrkytykset 76 prosenttia vastaajista. Useimmiten terveysvaaroja arvioitiin olevan tuontiruoassa, kun taas kotimaiseen ruokaan ei tutkimuksessa koettu liittyvän juurikaan terveysvaaroja (Järvelä 1998, 7). Tutkimuksessa broileriin ja jauhelihaan koettiin sisältyvän kaikista elintarvikkeista eniten terveysvaaroja. Jauhelihan terveysvaarana oli kuluttajien näkemysten mukaan sen pilaantumisherkkyys. Jauhelihan ajateltiin voivan olla pilaantunutta jo ostettaessa (Järvelä 1998, 7–8). Vaikka jauhelihan terveysvaaroista ja käsittelyohjeista ollaan hyvin tietoisia, tutkimuksen mukaan esimerkiksi lihaa pakastettaessa ohjeita ei kuitenkaan usein noudateta (Damen & Steenbekkers 2007, 516). Yksi selitys ohjeiden laiminlyönnille voi olla kuluttajien ajan puute.

Pastöroitu maito taas oli yksi harvimmin Järvelän (1998, 9) tutkimuksessa mainituista terveysvaarojen aiheuttajista. Kun tutkimuksessa kysyttiin, ovatko vastaajat erityisen tarkkoja jonkin tietyn elintarvikkeen kanssa siitä, että tuotteen käyttöajankohta ei ole ylittynyt, useimmin mainittiin erilaiset lihatuotteet, ja jopa puolet vastaajista mainitsi myös maidon ja maitotaloustuotteet (Järvelä 1998, 33). Tuoteryhmät erottuivat selkeästi, sillä seuraavan tuoteryhmän, kalan ja kalajalosteiden, kanssa vain viidennes vastaajista kertoi olevansa erityisen varovainen päiväysmerkintöjen ylittymisessä.

Kuluttajat kokevat pienemmän ruokaan liittyvän riskin sellaisissa tilanteissa, joissa he tuntevat itse pystyvänsä hallitsemaan tilannetta, verrattuna sellaisiin tilanteisiin, joissa he näkevät tilanteen hallinnan olevan jonkun muun käsissä (Yeung & Morris 2001, 176). Kuluttajat vähentävät ruoan pilaantumiseen liittyviä riskejään muun muassa omien aistiensa avulla (Järvelä 2004, 58). Lihan laatua arvioidessaan kuluttajat käyttävät tutkimuksen mukaan keskeisimpinä vihjeinä sen väriä, tuoreutta, näkyvää rasvaa, hintaa ja esillepanoa (Acebrón & Dopico 2000, 236). Päiväysmerkintä on kuluttajan apuna juuri tuotteen tuoreuden arvioinnissa. Kuitenkin omien aistien käyttö tuotteen laadun ja riskien arvioinnin apuna voi pienentää kuluttajan kokemaa riskiä, sillä tehdessään päätöksiä elintarvikkeen käyttämisestä pelkän päiväysmerkinnän perusteella he eivät hallitse tilannetta itse, vaan he joutuvat luottamaan päiväysmerkinnän kirjoittajaan.

Tilanteen hallintaan liittyy myös kuluttajien kyky vaikuttaa elintarvikkeen pilaantumisnopeuteen esimerkiksi pakastamalla. Kuluttajien maksuhalukkuus on pian vanhenevissa tuotteissa suurempi, jos he tietävät jo tuotetta ostaessaan hidastavansa tuotteen vanhenemisprosessia pakastamalla sen (Tsiros & Heilman 2005, 128). Voidaan ajatella, että silloin tuotteeseen ei liity niin suurta riskiä. Esimerkiksi taloudellinen riski pienenee, koska tuotteen käyttöaika pitenee ja se ehditään todennäköisemmin käyttää ennen sen pilaantumista. Toisaalta monet yritykset myyvät alennushinnoin sellaisia tuotteita, joihin kuluttajilla on huono luottamus, koska kuluttajat saattavat sietää paremmin riskiä saadessaan tuotteen alennetulla hinnalla (Yeung & Morris 2001, 180). Myös tällöin kuluttajien taloudellinen riski pienenee yhdessä rahallisen uhrauksen kanssa.

Riskiä arvioidaan enemmän sen perusteella, kuinka vakavia seurauksia riskin toteutumisella on kuin sen perusteella, kuinka todennäköisesti riski toteutuu (Mitchell 1998, 172; Yeung & Morris 2001, 176). Riski voidaan arvioida suuremmaksi esimerkiksi silloin, kun pilaantuneen elintarvikkeen syömisestä seuraa sairastuminen kuin silloin, jos siitä seuraa vain epämiellyttävä makuelämys, vaikka jälkimmäinen tapahtuisi aiempaa todennäköisemmin. Hyvin usein ihmiset liittävätkin suuren riskin ruokiin, joiden kemiallisesta tai teknologisesta prosessista heillä ei ole tietoa, kun taas ruoat, joiden valmistamisprosessi on tuttu, näyttävät kuluttajille pienempänä riskinä (Yeung & Morris 2001, 176).

Aikaisemmassa tutkimuksessa on todettu, että kokeneemmat kuluttajat lukevat päiväysmerkintöjä enemmän kuin kokemattomammat kuluttajat (Tsiros & Heilman 2005, 127). Voi olla, että kokeneemmat kuluttajat ovat esimerkiksi aiemmin ostaneet vahingossa pian vanhentuvia tuotteita, minkä takia he osaavat olla tarkkaavaisempia tuotteiden valinnassa. Kokeneemmat kuluttajat saattavat myös saada mielihyvää vahvistaessaan järkevän kuluttajan minäkuvaansa valitessaan tuotteita pitkällä säilyvyysajalla. Eräissä tutkimuksissa ilmeni, että kuluttajat ajattelevat kuitenkin liian elintarvikkeiden turvallisuudesta huolehtimisen olevan pahaksi kuluttajille itselleen (Houghton et al. 2006, 172). Kuluttajien muistissa saattaa olla aika, jolloin elintarvikkeisiin ei merkitty päiväysmerkintöjä ja ruoan säilyvyyden arvioinnissa luotettiin menestyksekkäästi omiin aisteihin. Siinä valossa liika pakkausmerkintöjen tarkkailu saattaa tuntua turhalta stressin lähteeltä, vaikkakin etenkin valmisruoissa pilaantuminen voi olla vaikeasti aistein havaittavaa lisäaineiden ja voimakkaan maustamisen takia.

### **2.3 Kuluttajan luottamus elintarvikejärjestelmään**

Luottamuksella elintarvikejärjestelmään on keskeinen rooli päiväysmerkintöjen yhteydessä. Vaikka tutkimuksessa on esiintynyt joitakin päiväysmerkintöjen paikkansapitävyyttä kyseenalaistavia seikkoja kuten haastateltavien omakohtaisia huonoja kokemuksia, kysymyksiä merkintöjen tarkkuudesta, elintarvikeketjun inhimillisistä erehdyksistä ja jopa sen vilpistä, yleisesti tuotteisiin ja elintarvikeketjun toimijoihin luotettiin paljon Suomessa ainakin vielä muutama vuosi sitten (Järvelä 2004, 57). Aiemmassa Järvelän (1998, 26) tutkimuksessa kuitenkin jopa 60 prosenttia vastaajista toivoi elintarvikkeisiin enemmän viranomaisten valvontaa, ja toivotun lisävalvonnan täsmennettiin usein kohdistuvan kaappoihin. Kyseisessä tutkimuksessa haluttiin myös tiukentaa ulkomaisten tuotteiden valvontaa, missä näkyy aiemmin käsitelty ulkomaisiin elintarvikeketjuihin liittyvä epäily.

Päiväysmerkintä on yksi tärkeimmistä ruokaan liittyvien terveystarvikkeiden riskien pienentäjistä (Järvelä 1998, 24). Se on yksi ruoan riskienhallinnan työkaluista; luottamus päiväysmerkintöihin on osa luottamusta koko ruoan riskienhallinnan järjestelmään. Tutkimuksissa, joissa on tutkittu yleistä luottamusta elintarvikkeiden riskienhallintaa kohtaan, on käsitelty toisaalta luottamusta informaatiolähteisiin ja niiden uskottavuutta,

toisaalta luottamusta valvoviin instituutioihin, niin sanottua yhteiskunnallista luottamusta (van Kleef, Houghton, Krystallis, Pfenning, Rowe, van Dijk, van der Lans & Frewer 2007, 1567). Informaatiolähteiden uskottavuudella tarkoitetaan ihmisten näkemystä tietoa tarjoavan instituutioiden tai yksilöiden motiiveista (Frewer, Scholderer & Brendahl 2003, 1118). Yhteiskunnallisella luottamuksella taas tarkoitetaan ihmisten halua luottaa niihin, jotka ovat vastuussa riskienhallinnan ja teknologian päätöksistä ja toimenpiteistä (Siegrist & Cvetkovich 2000, 714). Esimerkiksi epäilyt erilaisista ruoan riskienhallinnan valvojien taloudellisista motiiveista voivat heikentää kuluttajien näkemystä ruoan riskienhallinnasta (Houghton et al. 2006, 175). Siitä, että Suomessa on toivottu lisää viranomaisvalvontaa elintarvikeketjun omavalvonnassa, voidaan päätellä Suomessa yhteiskunnallisen luottamuksen olevan suhteellisen korkealla. Toisaalta viranomaisvalvonnan kaipuu tarkoittaa sitä, että informaatiolähteisiin kuten vähittäiskauppaan ja mediaan ei täysin luoteta.

Asiantuntijoilla ja tavallisilla kuluttajilla on todettu olevan erilainen näkemys ruoan riskienhallinnasta. Kun asiantuntijat luottavat rationaalsiin perusteisiin, faktoihin ja tieteeseen, tavalliset kuluttajat käyttävät riskienhallinnan arvioimisessa luottamuksen määrää yhteiskunnallisiin toimijoihin, riskin valvojien uskottavuutta ja arviotaan riskin kontrolloitavuudesta (De Boer, McCarthy, Brennan, Kelly & Ritson 2005, 243–244). Kuluttajilla ei ole mahdollisuutta arvioida kaikkea riskien arviointiin tarvittavaa informaatiota, joten heidän arvionsa perustuu usein luottamukseen ruokaketjun toimijoita kohtaan (van Kleef et al. 2007, 1567).

Kuluttajat ovat epävarmoja siitä, millaista hyvä ruoan riskienhallinta on, minkä seurauksena kuluttajien käsitys riskienhallinnasta perustuu yhteiskunnan ja instituutioiden tarjoamaan intuitioon (van Kleef, Frewer, Chryssochoidis, Houghton, Korzen-Bohr, Krystallis, Lassen, Pfenning & Rowe 2006, 60). Jos kuluttajilla on luotettava mielikuva elintarvikejärjestelmästä, he luottavat myös elintarvikkeiden päiväysmerkintöjen oikeellisuuteen. Lisäksi medialla on todettu olevan merkittävä vaikutus kuluttajien näkemukseen ruokariskien hallinnasta (van Kleef et al. 2007, 1568).

Luottamus ruoan riskien hallintahenkilöstön rehellisyyteen ei van Kleefin ja kumppaneiden (2007, 1576) mukaan ole selvässä yhteydessä kuluttajien luottamukseen ruoan riskien hallintaa kohtaan; luottamus ruoan riskien hallintahenkilöstön

asiantuntijuuteen sen sijaan edesauttaa kuluttajien luottamusta. Toisen tutkimuksen mukaan luottamus asiantuntijoihin voi riippua siitä, työskentelevätkö he yliopistoille vai ruokateollisuudelle (Houghton et al. 2006, 179). Ruokateollisuudelle työskentelevillä asiantuntijoilla voidaan ajatella olevan motiiveja, jotka asettavat kyseenalaiseksi heidän esittämänsä tiedon. Kuluttajien luottamus ruoan riskien hallinnan henkilöihin liittyy ensisijaisesti arvojen samankaltaisuuteen (van Kleef et al. 2006, 61). Kuluttajille suunnatun viestinnän suunnittelussa onkin tärkeää tietää, millaiset elintarvikkeisiin liittyvät arvot ovat kuluttajille keskeisiä.

Van Kleefin ja kumppaneiden (2007, 1574–1575) tutkimuksessa kävi ilmi, että kuluttajien arviot ruoan riskien hallinnasta olivat huomattavasti parempia silloin, kun kuluttajien suojele oli ennaltaehkäisevää kuin silloin, kun se oli reagoivaa. Ennaltaehkäisevään kuluttajien suojeleeseen kuului esimerkiksi se, että kuluttajille viestitään aktiivisesti ruoan riskejä pienentävistä toimenpiteistä jo ennen kuin varsinaisia terveysvaaroja esiintyy. Samassa tutkimuksessa todettiin, että toimenpiteistä informoiminen on tehokkaampaa luottamuksen kasvattamisessa kuin se, että kuluttajille kerrottaisiin jo tapahtuneista onnistumisista. Tavallisen kuluttajien mahdollisuus saada tietoa ja tehdä informoituja valintoja on myös pidetty hyvän ruoan riskienhallinnan merkinä (Houghton et al. 2006, 177). Päiväysmerkintöjen yhteydessä merkitsemiskäytäntöjen läpinäkyvyys siis todennäköisesti edesauttaa kuluttajien luottamusta elintarvikeketjuun ja päiväysmerkintöihin.

Vaikka ruoan laatu ja paikallisuus ovat myös kuluttajille tärkeitä asioita, Jokisen ja Puupposen (2006, 117) mukaan he vakuuttavat niistä helposti markkinoinnin luomien mielikuvien perusteella. Kuitenkin esimerkiksi Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan (2002, 22) tutkimuksessa jopa 47,8 prosenttia vastaajista arvioi, että mainonnan antama informaatio ei auta heitä tekemään parempia valintoja elintarvikkeiden ostamisessa. Kuluttajat saattavat siis huomaamattaan nojata markkinointiviestinnän välittämään tietoon.

Kansainvälisessä kalaan liittyvässä tutkimuksessa tutkittiin kuluttajien tietolähteiden käyttöä, ja tärkeimmiksi tietolähteiksi osoittautuivat henkilökohtaiset ja kaupalliset lähteet kuten perhe, ystävät ja supermarketit (Pieniak, Verbeke, Scholderer, Brunso & Olsen 2007, 1056). Tutkimuksessa luotettiin eniten henkilökohtaisiin lähteisiin, ja

luottamus oli selkeästi alhaisinta joukkotiedotusvälineitä, vähittäiskauppaa ja tuottajien mainoksia kohtaan. Kyseisessä tutkimuksessa luottamus niihinkään ei kuitenkaan ollut hälyttävän alhaista. On osin ristiriitaista, että luottamus esimerkiksi vähittäiskaupan ja tuottajien mainontaa kohtaan on alhaista samaan aikaan, kun supermarketit lukeutuvat yhdeksi tärkeimmistä kuluttajan tietolähteistä.

Myös luottamus terveyteen liittyviin lähteisiin kuten lääkäreihin, ravintoasiantuntijoihin ja yleisiin ravintosuosituksiin oli Pieniakin ja kumppaneiden (2007, 1060) tutkimuksessa korkea. Tulosten perusteella päiväysmerkinnöistä viestiminen joukkotiedotusvälineiden, vähittäiskaupan tai tuottajien kautta ei ole paras mahdollinen tapa valistaa kuluttajia. Sen sijaan kuluttajien keskinäisiin keskusteluihin mukaan pääseminen ja vaikkapa Kansanterveyslaitoksen julkaisuihin ja kampanjoihin osallistuminen voisivat olla tuloksekkaita tapoja kehittää kuluttajien päiväysmerkintätietoutta ja -luottamusta.

### 3 MERKITYKSEN KÄSITE JA PÄIVÄYSMERKINNÄT

#### 3.1 Merkityksen rakentuminen

Eskola ja Suoranta (1998, 45) kuvaavat merkityksiä sosiaalisen todellisuuden rakennusaineiksi, jotka mahdollistavat ennakkokäsityksen maailmasta ihmisen kohdatessa eri tapahtumia. Ilman merkityksiä kulttuurissa ei olisi lainkaan yhtenäistä tapaa hahmottaa asioita. Vaikka kulttuurin sisälläkin eri yksilöt voivat liittää tiettyyn asiaan keskenään erilaisia merkityksiä, hahmottamistavoissa on oltava myös paljon yhteistä, jotta ihmisten keskinäinen vuorovaikutus on mahdollista (Eskola & Suoranta 1998, 45). Kulttuurit sisältävät niin sanottuja merkityskarttoja, jotka auttavat ihmisiä ymmärtämään ympäröivää maailmaa (Lehtonen 1996, 17). Vaikka maailmassa on muutakin kuin kieltä, tietomme on välttämättä kielellistä (Lehtonen 1996, 20).

Yksi lähestymistapa merkityksiä tarkastellessa on semiotiikka. Siinä kieltä lähestytään merkitsijän ja merkityksen käsitteiden kautta. Esimerkiksi sana päiväysmerkintä on kirjainjonona merkitsijä sille elintarvikepakkauksiin painetulle päivämäärälle, joka ohjaa kuluttajia ja kaupaa tuotteen laadun arvioimisessa ja käsittelyssä. Ilman tätä päivämäärää, merkittyä, pelkkä kirjainjono olisi siis merkityksetön. Semiotiikan perusajattelun tunteminen helpottaa merkitysten tunnistamista ja analysointia (Eskola ja Suoranta 1998, 49). Keinotekoisien, vakaan merkkijärjestelmän toimintaperiaatteiden tutkiminen sivuuttaa kuitenkin suuren osan merkityksen ymmärtämisestä. Merkitys on usein jaoteltu esimerkiksi kirjalliseen, tiedolliseen, emotionaaliseen, toiminnalliseen ja kuvalliseen merkitykseen (Cooper 2003, 23). Merkkijärjestelmän tutkiminen voidaan tulkita pelkästään käsitteiden kirjallisen merkityksen tutkimiseksi, jolloin muut osa-alueet unohdetaan. Tässä tutkimuksessa ei rajoituta tietylle merkityksen alueelle, vaan päiväysmerkintöjen merkitystä analysoidaan laajemmin.

Vaikka päiväysmerkintöjen yhteydessä tekstin lukija ei ole suorassa vuorovaikutuksessa tekstin kirjoittajan kanssa, niissäkin kyse on ihmisten välisestä välillisestä kanssakäymisestä, jossa osapuolilla on tietyt roolit (Lehtonen 1996, 34). Päiväysmerkintöjen merkityksistä puhuttaessa lukijan lukutilanteessa itselleen ottama



asema on tärkeä kysymys, ja se onkin keskeinen tarkastelun kohde tässä tutkimuksessa. Lehtosen (1996, 114) mukaan sen sijaan, että tutkittaisiin vain tekstejä ja lukijoita ikään kuin tekstit olisivat paljaita merkityksen välittäjiä ja lukijat aina päteviä ymmärtämään ne kirjoittajan tarkoittamalla tavalla, pitäisi tutkia kirjoittamista ja lukemista, koko luennan prosessia. Viestin onnistuneen välittymisen edellytyksenä on esimerkiksi se, että viestin lähettäjällä ja vastaanottajalla on samanlainen käsitys lähettäjän tarkoitusperistä (McDowell 1998, 41). Lehtosen (1996, 114) mukaan merkitystä ei ole koskaan kirjoitettu tekstin sisään, vaan merkitys muodostuu tekstin luentatilanteessa tekstin, kontekstin ja kulttuuristen käytäntöjen yhdistelmänä.

Tässä tutkimuksessa Lehtosen (1996, 214) jäsentely on kattavuutensa vuoksi valittu päiväysmerkinnän käsitteiden analyysin perustaksi, sen teoreettiseksi viitekehyykseksi. Se esitellään mukailtuna taulukossa 1. Teksti on siinä itse tekstiä, kontekstit tekstiin liittyviä, sitä täydentäviä tietoja ja kulttuuriset käytännöt henkilökohtaisempia ja kulttuurikohtaisempia tapoja tulkita tietyn tekstin merkitystä.

**Taulukko 1 Päiväysmerkinnät teksteinä, konteksteina ja kulttuurisina käytäntöinä****Kohteet      Keskeiset käsitteet      Päiväysmerkinnät kuluttajanäkökulmasta**

tekstit	fyysinen olomuoto	pakkauksissa, vakiintuneet lailla säädetty kirjoitusmuodot
	merkit	parasta ennen ja viimeinen käyttöpäivä lakiin perustuvien ohjeiden merkitsijöinä
	denotaatio ja konnotaatio	denotaationa ohje tuotteen käyttöajankohdasta , konnotaationa esim. ruokamyrkytyksen riski
	metaforat	esim. parasta ennen -termin käyttö vitsailtaessa asioiden vanhenemisesta ja vanhanaikaistumisesta
kontekstit	luettava teksti	päiväysmerkintä maitotölkissä tai jauhelihapaketissa
	kirjoittaja	elintarvikkeen valmistaja
	historialliset tapahtumat	päiväysmerkintöjen historia
	luentatilanne	kaupassa ostoksilla tai kotona ruokaa käytettäessä
	tekstin funktio	viestiä elintarvikkeen laadusta ja turvallisuudesta
	genre	ohje, kehotus
	muut intertekstit	pakkausdesign, tuotetiedot (alkuperämaa, valmistaja, ainekset, ravintoarvot...)
	lukijat	asiakas, kuluttaja
kulttuuriset käytännöt	ruumis, affektit, mielihyvä	<p style="text-align: center;">perehdytään luvussa 5.2</p>
	intressit	
	toimintakyky ja valta	
	efektit	
	arkielämä	

(Lähde: Mukailten teoksesta Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma. Tampere: Vastapaino, 214.)

## 3.2 Päiväysmerkinnät käsitteinä

### 3.2.1 Päiväysmerkinnät teksteinä

Päiväysmerkintöjen *fyysinen olomuoto* on hyvin vakioitu, sillä niiden merkitsemistä ohjaa lainsäädäntö. Ne on kirjoitettu elintarvikepakkauksiin niin, että ne ovat nähtävillä pakkausta avaamatta. Päiväysmerkinnöissä on vähän merkintävirheitä. Korven (2000, 14–15) tutkimuksessa sekä parasta ennen -merkintä että viimeinen käyttöpäivä -merkintä oli säädöstenmukainen 94 prosentissa tarkistetuista tuotteista. Merkintöjä ei kuitenkaan aina ole helppo löytää pakkauksista. Tuotepakkaukset ovat usein täynnä pienikokoista kirjoitusta, mistä voi seurata hämmennystä ja vaikeutta löytää etsittyä tietoa (Silayoi & Speece 2004, 612).

Päiväysmerkinnöissä *merkkeinä* ovat kirjaimet ja numerot. Merkinnät tulee kirjoittaa suomen ja ruotsin kielellä, joskin ruotsin kielen sijasta voi käyttää myös norjaa tai tanskaa (Korpi 2000, 20). Päiväysmerkintöjä pidetään Suomessa sopivan informoivina (Järvelä 2004, 56). Järvelän (2004) tutkimuksessa eriteltiin kuluttajien suhtautumista päiväysmerkinnöille vaihtoehtoista tai niitä täydentävää laatuindikaattorijärjestelmää kohtaan. Tutkimuksen indikaattori tarkoitti elintarvikepakkauksiin sijoitettavaa koodijärjestelmää, joka teknisesti tunnistaa esimerkiksi säilytysolosuhteet, jolloin indikaattori kertoo värillään, onko tuote vielä käyttökelpoinen. Kun tuote on mennyt vanhaksi, indikaattorin väri muuttuu. Indikaattoria kohtaan oltiin tutkimuksessa kuitenkin erittäin varauksellisia. Sen ajateltiin teknisyytensä takia olevan altis virheille ja toisaalta pelättiin sitä, että kuluttajista tulisi kyseisen järjestelmän myötä vielä avuttomampia, ja he luottaisivat sokeasti indikaattoriin käyttämättä omaa harkintaansa. Uudenlaisella indikaattorilla ei ajateltu voitavan tuoda oleellista lisähyötyä elintarvikkeiden turvallisuuden arviointiin.

Päiväysmerkintöjen *denotaatio* tarkoittaa merkintöjen suoraan ilmaisemia kehotuksia tai varoituksia. Esimerkiksi viimeisen käyttöpäivän denotaatio on, että tuotetta ei tule käyttää kyseisen päivämäärän jälkeen. Parasta ennen -merkinnän denotaationa on, että tuote on parhaimmillaan ennen merkinnän osoittamaa päivämäärää. Päiväysmerkintöjen *konnotaatio* taas tarkoittaa asioita, jotka ihmiset yhdistävät merkintöihin ilman, että

merkinnät suoraan ilmaisisi niitä. Esimerkiksi viimeiseen käyttöpäivään liittyy ajatus ruokamyrkytyksen mahdollisuudesta, jos kuluttaja ei toimi päiväysmerkinnän ohjeen mukaan. Pitkä säilyvyysaika taas voi saada aikaan konnotaation suuresta määrästä lisäaineita. Konnotaationa voidaan myös pitää päiväysmerkintöjen ja pian umpeutuvista päiväyksistä johtuvien hinnanalennusten antamia vihjeitä tuotteen huonommasta laadusta.

Etenkin parasta ennen -merkintä on esiintynyt myös muissa yhteyksissä kuin tuotepakkauksissa *metaforan* muodossa. Metaforien esiintyminen osoittaa, että päiväysmerkinnät ovat yleistyneet tutuiksi käsitteiksi suomen kielessä. Parasta ennen -merkintää käytetään esimerkiksi ironisesti alkuperäisestä tarkoituksesta poikkeavissa yhteyksissä viestimään tavaran, asian tai ihmisen vanhentumisesta tai vanhanaikaistumisesta. Vaikkapa pois muodista siirtyneestä vaatteesta voidaan vitsaillen sanoa, että se on parasta ennen 2000-lukua.

### 3.2.2 Päiväysmerkintöjen kontekstit

Päiväysmerkintöjen yhteydessä *luettavana tekstinä* tässä tutkimuksessa on parasta ennen -merkintä ja viimeinen käyttöpäivä -merkintä. Parasta ennen -merkintä on viimeistä käyttöpäivää yleisempi, ja se viittaa tuotteen ominaisuuksien kuten ulkonäön, hajun, maun ja rakenteen vähittäiseen heikkenemiseen valmistusvaiheesta alkaen (Elintarvikelain mukainen omavalvonta 1998, 11). Laissa määritellään tarkasti parasta ennen -merkinnän kirjoitusmuoto. Kun elintarvikkeen säilyvyys on enintään kolme kuukautta, ajankohta merkitään päivänä ja kuukautena, kun säilyvyys on yli kolme mutta enintään 18 kuukautta, ajankohta merkitään kuukautena ja vuotena, ja kun tuotteen säilyvyys on yli 18, ajankohta merkitään vuoden tarkkuudella (Korpi 2000, 14). Laissa on määritelty myös joukko elintarvikkeita, joihin poikkeuksellisesti ei tarvitse merkitä vähimmäissäilyvyysajan osoittamaa parasta ennen -merkintää eikä viimeistä käyttöpäivää. Niihin kuuluvat esimerkiksi tuoreet, käsittelemättömät marjat, hedelmät ja kasvikset, suurtalouksien mehut, yli 10 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävät juomat sekä suola, sokeri ja etikka (Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus... 2004, 2923–2924).

Viimeinen käyttöpäivä -merkintä viittaa pilaantumiseen, joka tekee elintarvikkeesta ihmisravinnoksi sopimatonta. Viimeinen käyttöpäivä merkitään aina päivänä ja kuukautena, ja halutessaan merkitsijä voi ilmoittaa myös vuoden (Korpi 2000, 15). Viimeisen käyttöpäivän ohessa valmistajan on lain mukaan ilmoitettava myös säilytysohje (Korpi 2000, 15). Viimeisen käyttöpäivän vaihtoehtoinen kirjoitusmuoto on viimeinen käyttöajankohta (Korpi 2000, 15).

Kaikissa mikrobiologisesti helposti pilaantuviissa elintarvikkeissa kuten maito ja kerma, kypsytämätön juusto, munavalmisteet, tuore liha, elimet, veri ja tuore plasma, jauheliha ja muut kypsentämättömät lihavalmisteet, tuore kala, mäti ja äyriäiset, tuoresuolattu, savustettu ja hiillostettu kala sekä lämpökäsittämättömät ainekset, jälkiruoat ja konditoriavalmisteet, on oltava viimeinen käyttöpäivä -merkintä tai viimeinen käyttöajankohta -merkintä, ellei niitä ole erityisesti käsitelty säilyviksi (Elintarvikelain mukainen omavalvonta 1998, 11; Kauppa... 2004, 2924). Esimerkiksi tavallinen maito on kuitenkin käsitelty pastöroimalla, jolloin sitä ei lasketa helposti mikrobiologisesti hajoavaksi ja siihen riittää parasta ennen -merkintä. Viimeisen käyttöpäivän umpeuduttua merkittyä elintarviketta ei saa enää myydä tai käyttää elintarvikkeiden valmistuksessa (Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus... 2004, 2924).

Päiväysmerkintöjen *kirjoittaja* on elinkeinonharjoittaja, jonka vastuulla on selvittää, mihin asti valmistetut elintarvikkeet säilyttävät niille tyypilliset ominaisuudet. Valmistajan on tarkistettava, onko elintarvikelainsäädännössä säädetty elintarvikkeen säilytyslämpötilasta, ja määritettävä parasta ennen- tai viimeinen käyttöpäivä -merkintä säilytyslämpötilan perusteella (Elintarvikelain mukainen omavalvonta 1998, 11–13). Jos kuluttajalle aiheutuu vahinkoa puutteellisista pakkaustiedoista, vastuu on elinkeinonharjoittajalla (Lähteenmäki-Uutela 2007, 157). Päiväysmerkintöjen merkitseminen on osa lakisääteistä elintarvikkeiden omavalvontaa, joka tarkoittaa juuri yritysten itse toteuttamaa elintarvikkeiden turvallisuuden ja määräystenmukaisuuden valvontaa (Hirn, Poutiainen-Lindfors, Niemi & Pakkala 2005, 211).

Elintarvikkeiden ja niiden tuotannon valvonta perustuu Suomessa pääosin kolmeen lakiin: lakiin eläimistä saatavien elintarvikkeiden elintarvikehygieniasta, elintarvikelakiin ja terveydensuojelulakiin, joista keskimäinen koskee päiväysmerkintöjä (Hirn et al. 2005, 208–209). Yhteiskunnan elintarvikkeiden

valvontatehtävät on jaettu valtiolle ja kunnalle, ja valtiolle kuuluu valvonnan johto ja ohjaus, kun taas kunnat hoitavat paikallisen valvonnan lukuun ottamatta esimerkiksi luomutuotteiden valvontaa ja lihantarkastusta, jota ovat valtion vastuulla (Hirn et al. 2005, 209).

Ihmiset ovat tottuneet näkemään parasta ennen- tai viimeinen käyttöpäivä -merkinnän elintarvikkeissa. Päiväysmerkintöjen *historia* on kuitenkin suhteellisen lyhyt: Suomessa päiväysmerkintöjä alettiin käyttää elintarvikkeissa vasta 1980-luvulla (Merkintäauutiset 2006, 8). Siihen asti niiden merkitseminen oli vielä vapaaehtoista. Lakisääteiseksi päiväysmerkintöjen merkitseminen tuli vuonna 1995 (Elintarvikelain mukainen omavalvonta 1998, 1). Samoihin aikoihin, kun elintarvikkeiden omavalvonta tuli Suomessa lakisääteiseksi, myös Euroopan unionissa kehitettiin omaa hygieniadirektiiviä, joka velvoitti toiminnanharjoittajat toteuttamaan omavalvontaa (Hirn et al. 2005, 211).

Euroopan unionin hygieniadirektiivi perustui Yhdysvaltojen avaruusohjelmaa varten kehitettyyn järjestelmään, jonka tarkoituksena oli taata astronautille ehdottoman turvalliset elintarvikkeet (Hirn et al. 2005, 211–212). Järjestelmä velvoittaa elintarvikeketjun jokaisen yrityksen selvittämään kaikki elintarviketurvallisuutta vaarantavat tekijät toiminnoissaan ja arvioimaan niiden vakavuutta ja todennäköisyyttä. Lisäksi yritysten on löydettävä keinot kyseisten vaarojen hallitsemiseksi sekä laadittava suunnitelma vaarojen valvonnalle ja toteutettava se. Järjestelmää pidetään parhaana toistaiseksi kehitettynä elintarvikkeiden turvallisuutta edesauttavana järjestelmänä, ja se nähdään Suomessa yhä osana hyvää omavalvontaa.

Päiväysmerkintöjen *luentatilanne* on yleensä kuluttajan näkökulmasta joko kaupassa tai kotona. Järvelän (1998, 31–32) tutkimuksessa kysyttiin kuluttajien suhtautumista elintarvikkeeseen, jonka viimeinen käyttöajankohta on ylitetty sekä kaupassa että kotona. Kaupassa tuotteen kanssa yleensä toimittiin niin, että sitä ei ostettu ja asiasta ilmoitettiin kaupan myyntihenkilökunnalle. Kuitenkin riippuen tuotteesta, se saatettiin myös ostaa, jos siihen liittyi hinnanalennus. Osa vastaajista myös kertoi aikovansa vastaisuudessa välttää kyseisessä liikkeessä asiointia, ja osa mainitsi kertovansa tuttavilleen tapauksesta. Kotona taas yli puolet yleensä käytti tuotteen päiväysmerkinnästä huolimatta, ja 41 prosenttia jätti tuotteen käyttämättä. Vain 3

prosenttia vastaajista kertoi palauttavansa kyseisenlaisen tuotteen takaisin kauppaan, kun vuoden 1991 vastaavassa tutkimuksessa niin teki 12 prosenttia vastaajista.

Päiväysmerkintöjen ensisijainen *funktio* on varoittaa kuluttajia tuotteen laadun heikkenemisestä ja sen pilaantumisesta. Järvelän (1998, 24) mukaan päiväysmerkinnät ovat kuluttajien tärkein keino, jolla yritetään konkreettisesti välttää terveysvaaroja. Laaksosen, Laaksosen ja Leipämaan (2002, 21) tutkimuksessa 53,7 prosenttia vastaajista piti elintarvikepakkauksen tuoteinformaatiota merkityksellisenä elintarvikkeiden ostossa. Saman tutkimuksen mukaan 65-vuotiaat tai vanhemmat vastaajat pitivät tuoteinformaatiota tärkeänä itselleen useimmin.

Päiväysmerkintöjen *genreinä* voidaan pitää ohjetta, kehotusta tai vaikkapa käyttöohjetta. Päiväysmerkintöjen *interteksteinä* ovat esimerkiksi muut pakkauksen ominaisuudet ja tiedot. Kuluttaja ei mielessään erottele tuotteen eri elementtejä kuten pakkauksen designia, pakkausinformaatiota ja itse tuotetta, vaan kuluttaja näkee tuotteen yhtenä kokonaisuutena (Ahmed, Ahmed & Salman 2005, 760). Päiväysmerkintöjen intertekstejä ovat siis esimerkiksi tuotteen ulkonäkö, pakkaus kokonaisuudessaan, brändi, muut pakkaustiedot kuten tuotteen sisältö ja alkuperä sekä tuotteen hinta.

Päiväysmerkintöjen *lukijoina* pidetään tässä tutkimuksessa ensisijaisesti kuluttajia. Toisaalta päiväysmerkinnät toimivat kaupoissa osana omavalvontaa, joten lukijoita ovat myös kauppojen henkilökunta. Kuluttajat eivät kuitenkaan ole lukijoina passiivisia vastaanottajia, vaan myös heillä on oma vastuunsa elintarvikkeiden turvallisuudesta huolehtimisessa. Heidän vastuullaan on säilyttää tuotteet oikein ja käsitellä niitä asianmukaisesti sekä tiedottaa puutteista valvonnassa, elintarvikkeissa tai elinkeinonharjoittajan toiminnassa (Hirn et al. 2005, 213).

Whitworth (2001, 10) kirjoittaa, että isobritannialaisen Food Standard Agencyn tekemän tutkimuksen mukaan 60 prosenttia kuluttajista sanoo tarkistavansa elintarvikkeiden päiväysmerkinnät, mutta vain kolmannes kuluttajista tietää mitä tehdä elintarvikkeelle sen ylitettyä viimeisen käyttöpäivänsä. Harcarin ja Karakayan (2005, 362–363) tutkimuksesta ilmeni, että päiväysmerkintöjen lukeminen ruoan osto- ja käyttötilanteessa vaihtelee suuresti eri kulttuureissa: Yhdysvalloissa ja Kanadassa päiväysmerkintöjä lukee 62–65 prosenttia kuluttajista, mutta Turkissa niitä lukee vain

42 prosenttia kuluttajista. Suomalaisessa tutkimuksessa taas peräti 95 prosenttia vastaajista kertoi lukevansa tavallisesti elintarvikkeiden päiväysmerkinnät (Järvelä 1998, 28). Se, miten tarkasti kuluttaja lukee kaupassa elintarvikkeiden pakkausmerkintöjä, riippuu osaltaan kuluttajan aikapaineesta (Silayoi & Speece 2004, 625). Kun henkilöllä on kiire, hän ei välttämättä ehdi paneutua päiväysmerkintöihin lainkaan.

Järvelän (1998, 30) tutkimuksessa kysyttiin päiväysmerkintöjen merkityksestä tuotteen myynnin kannalta. 59 prosenttia vastaajista ajatteli, ettei parasta ennen -merkinnällä varustettua tuotetta saisi myydä, kun päiväys on ylittynyt, kun taas viimeinen käyttöpäivä -merkinnästä oli sitä mieltä 85 prosenttia vastaajista. Tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että vanhemmat kuluttajat olivat alttiimpia antamaan palautetta vanhentuneista ostoksistaan kuin nuoremmat (Järvelä 1998, 36).

Suomalaisessa kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksessa haastatellut korostivat sitä, että eri päiväysmerkintöjä, kuten parasta ennen- ja viimeinen käyttöpäivä -merkintää, on opittu käyttämään (Järvelä 2004, 56). Järvelän toisessa, hieman vanhemmassa (1998, 29) tutkimuksessa vastaajat kuitenkin tulkitsivat parasta ennen -merkinnän tiukemmin kuin mitä merkintä todellisuudessa tarkoittaa ja ajattelivat, että tuotetta ei voi enää kyseisen päiväyksen jälkeen käyttää. Samassa tutkimuksessa todettiin vastaajien pitävän viimeistä käyttöpäivää huomattavasti tiukempana ohjeena kuin parasta ennen -merkintää, mutta silti melkein neljännes vastaajista oli sitä mieltä, että tuotteita voi käyttää vielä kyseisen päiväyksen jälkeenkin.



## 4 MENETELMÄLLISET VALINNAT

### 4.1 Subjektiivisen maailman paradigma

Päiväysmerkintöjä on lähestytty usein loogis-empiristisen paradigman avulla, tutkimalla esimerkiksi säännönmukaisuuksia kuluttajien ostokäyttäytymisessä ja mallinnuksia pakkausinformaation riskejä vähentävistä vaikutuksista (esim. Mitchell 1998; Silayoi & Speece 2004). Tässä tutkimuksessa päiväysmerkintöjä kuitenkin lähestytään puhtaasti kuluttajan näkökulmasta ja sallitaan myös yllättävien teemojen esiin nouseminen tutkimusaineistosta. Lähestymistapa on siis aineistolähtöinen. Tieteellisenä lähestymistapana on Arndtin (1985, 16) termein sosiaaliseen konstruktivismiin perustuva subjektiivisen maailman paradigma, ja tutkimus nojautuu kielen ja kirjoituksen metaforaan. Siinä olettamuksena on, että spontaani kirjoitettu ja puhuttu kieli paljastaa enemmän vallitsevasta kulttuurista sekä ideaaleista, havainnoista ja turhautumista kuin loogis-empiristisen paradigman valmiiksi jäsenneetyt todellisuuden esitykset.

Arkikeskustelussa pakkausmerkintöihin harvoin tiedostetaan liittyvän moniulotteisia merkityksiä. Ne ajatellaan helposti vain käytännön apuvälineiksi, joita jotkut vilkaisevat ollessaan ruokaostoksilla, ja jotka toisille ruoan ostajille ovat samantekeviä. Termit parasta ennen ja viimeinen käyttöpäivä ovat lähes kaikille tuttuja, ja ne ovat tyypillinen esimerkki kielellisistä konstruktioista, jotka opitaan huomaamatta sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja joita helposti sosiaalisen oppimisen johdosta pidetään itsestäänselvyyksinä. Kieltä analysoimalla voidaan päästä käsiksi näihin kielellisiin rakenteisiin ja jopa itsestään selvinä pidettyihin merkityksiin.

### 4.2 Narratiivisuus

Merkitykset saattavat olla ihmisille paitsi itsestään selviä ja osin tiedostamattomia, niitä ei myöskään välttämättä haluta sanoa ääneen. Tällöin projektiiviset tekniikat sopivat hyvin tutkimusmenetelmäksi. Ne soveltuvat tutkimuksiin, joiden tutkittavat eivät halua kertoa jotakin tietoa, koska kertominen saattaisi vahingoittaa heidän itsetuntoaan tai koska he saattaisivat menettää jotakin, esimerkiksi kasvonsa haastattelijan edessä (Sayre

2001, 170, 176). He saattaisivat kertoa esimerkiksi sellaisen näkemyksen, jonka he ajattelevat saavan heidät vaikuttamaan järkevämiltä. Kuluttaja ei esimerkiksi välttämättä halua myöntää olevansa erityisen pihi ruokaostoksissaan. Merkitysrakenteiden tiedostamattomuus taas voi tarkoittaa sitä, että henkilö ei ole edes pohtinut asiaa aiemmin, jolloin hänelle ei tulisi mieleenkään mainita haastattelussa joistakin itsestään selvistä merkityksistä. Kun halutaan paljastaa itsestänselvyydet ja piilevät merkitysrakenteet kuluttajien ajatusmalleissa, on hyvä keino saavuttaa ne analysoimalla kertomuksia, joiden aineksena on kulttuuria kuvastava kieli.

Narratiivisessa tutkimuksessa on kaksi pääsuuntausta: narratiivianalyysi ja narratiivien analyysi. Narratiivianalyysissä aineistona voi olla myös muuta dataa kuin varsinaisia tarinoita, mutta narratiivisuus korostuu analyysissä ja raportoinnissa, jolloin saatu tieto järjestellään ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi tarinan muodossa (Polkinghorne 1995, 12). Narratiivien analyysissä taas analyysin kohteena on tarinoita, mutta aineistoa käsitellään ja analysoidaan perinteisellä tavalla paradigmaattisesti, esimerkiksi teemoittelemalla ja kategorioimalla (Polkinghorne 1995, 12). Tämä tutkimus sijoittuu lähemmäs narratiivien analyysiä, sillä aineistona on juonellisia tarinoita ja sitä analysoidaan teemoittelun ja kategorioinnin avulla.

Juonella on tarinassa ainakin neljä tehtävää: se rajaa tarinan ajallisesti määrittelemällä sen alun ja lopun, se määrittelee, mitä tapahtumia tarinaan valitaan otettavaksi mukaan, se järjestää tapahtumat ketjuksi, joka päättyy lopputulokseen ja se tekee ymmärrettäväksi sen, mikä merkitys yksittäisillä tapahtumilla on tarinalle kokonaisuudessaan (Polkinghorne 1995, 7). Analysoimalla tarinoiden juonenkäännteitä voidaan päästä käsiksi tarinan elementtien merkityksiin. Toisaalta on tärkeää miettiä, miksi tarinan juoni on juuri sellainen kuin on, ja miksi tarinalla on juuri tietynlainen lopputulos. Pohtimalla syitä, miksi tietyt tapahtumat johtivat tiettyyn lopputulokseen, voidaan tarinan ilmiöistä löytää niissä piileviä merkityksiä, vaikka ilman tarinaa ja sen juonta ilmiöt vaikuttaisivatkin merkitysten kannalta mitättömältä.

Tarinoita ei narratiivien analyysissä pidetä kertomuksina, jotka yksinkertaisesti kuvastaisivat faktoja, vaan esimerkiksi Lawler (2002, 242) kuvaa kertomuksia sosiaalisiksi tuotteiksi, jotka ihmiset ovat tuottaneet tietyissä sosiaalisessa, historiallisessa ja kulttuurisessa kontekstissa. Tässä tutkimuksessa aineistona on

mielikuvitukseen perustuvia tarinoita, joiden ei ole tarkoituskaan kuvata todellisuudessa tapahtuneita tapahtumia.

Puhtaasti mielikuvituksen avulla tuotettujen tarinoiden informaatioarvoa saatetaan kyseenalaistaa. Tarinoiden analysoinnin puolustuksena kuitenkin voidaan ajatella, että jos keksityt tarinat eivät millään tavoin olisi sopusoinnussa laajempien sosiaalisten kertomusten kanssa, eivät ne olisi ollenkaan ymmärrettävissä (Lawler 2002, 251). Tutkijan onkin tärkeää pohtia, mitä taustaolettamuksia hän itse käyttää hyväkseen tulkitessaan tarinoita. Daiute (2004, 114) esittää käsitettä sosiobiografinen toiminta hälventämään erontekoa fiktion ja todellisten omakohtaisten kokemuksen kerronnan, autobiografian, välillä. Hänen mukaansa oletetusti todellisten tapahtumien kuvaaminen ja mielikuvituksen avulla tuotettu kerronta kuvaavat yhtä hyvin sosiaalista todellisuutta. Koska tarinat ovat kuvastus merkitysrakenteista, merkitysrakenteisiin voidaan päästä käsiksi analysoimalla vastaajien kirjoittamia tarinoita.

### **4.3 Eläytymismenetelmä**

Eläytymismenetelmä tulee tulkita ennemminkin tiedonhankintamenetelmänä kuin varsinaisena tutkimusmetodina, sillä eläytymismenetelmän avulla saatua aineistoa voidaan analysoida useilla laadullisen aineiston analyysitavoilla (Eskola 1998, 17). Eläytymismenetelmä ei kahlitse tutkijaa valitsemaan juuri tiettyä lähestymistapaa, joten sitä voidaan käyttää hyvin monenlaisissa tutkimuksissa. Alun perin menetelmä kehitettiin eettisemmäksi vaihtoehdoksi kokeelliselle tutkimukselle, ja sen tarkoitus ei ole tarjota valmiita ratkaisuja, vaan se pakottaa tutkijan aineistolähtöisesti teoreettiseen työhön (Eskola 1998, 64, 78).

Eläytymismenetelmän periaatteena on, että vastaajat kirjoittavat lyhyitä tarinoita tutkijan antamien ohjeiden mukaisesti (Eskola 1998, 59). Vastaajalle annetaan kehyskertomus, tarinan alku, jonka perusteella hän kirjoittaa kertomukselle kuvitteellisen jatkos. Olennaista on, että kehyskertomuksesta on useampi kuin yksi versio, ja eri versioissa on varioitu yhtä tai useampaa kehyskertomuksen keskeistä osaa. Tällöin voidaan analysoida, miten tietyn osan muuttaminen kehyskertomuksessa muuttaa vastaajien kirjoittamien tarinoiden sisältöä. Kukin vastaaja vastaa vain yhteen kehyskertomuksen versioon.

Tutkimuksessa käytettiin yhteensä neljää eri kehyskertomusversiota, joissa varioitiin kahta kertomuksen elementtiä. Varioitavat elementit olivat tapahtumapaikka (kauppa / koti) ja tuote (jauheliha, jossa viimeinen käyttöpäivä -merkintä / maito, jossa parasta ennen -merkintä). Esimerkkelintarvikkeet valittiin niiden tuttuuden takia ja siksi, että ne ovat tyypillisiä kaupassa vanhentumisen takia alennushintaan myytäviä tuotteita. Lisäksi jauhelihan valintaa tukee viimeaikainen jauhelihan päiväysmerkintöihin liittyvä kohu. Vastaajan tuli kuvitella tarinan henkilö joko ostamassa tuotetta tai valmistamassa siitä ruokaa, ja kyse oli joko parasta ennen -merkinnällä tai viimeinen käyttöpäivä -merkinnällä varustetusta tuotteesta. Vastaajan tehtävänä oli kuvitella tarinan tilanne ja kirjoittaa sille jatko. Lyhyen alkuohjeistuksen jälkeen vastaajille esitettiin yksi seuraavista tarinan aluista:

*Henkilö on ostoksilla ruokakaupassa. Hän ottaa hyllyltä paketin jauhelihaa. Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että*

*Henkilö on ostoksilla ruokakaupassa. Hän ottaa hyllyltä tölkin maitoa. Hän vilkaisee tölkin parasta ennen -merkintää ja huomaa, että*

*Henkilö on kotona laittamassa ruokaa. Hän ottaa jääkaapista paketin jauhelihaa. Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että*

*Henkilö on kotona laittamassa ruokaa. Hän ottaa jääkaapista tölkin maitoa. Hän vilkaisee tölkin parasta ennen -merkintää ja huomaa, että*

Pilottitutkimuksessa tarinan päähenkilölle annettiin miehen nimi minämuodossa kerrotun tarinan paineiden välttämiseksi. Tieto päähenkilön sukupuolesta voi kuitenkin antaa vastaajalle ennakkokäsityksiä ja ohjata vastausta tiettyyn suuntaan. Sukupuoli ei tässä tutkimuksessa ole olennainen tieto, joten varsinaisen tutkimuksen tarinassa oli toimijana nimetön henkilö. Muuten pilotoinnissa käytetty kehyskertomus tuotti hyvin värikästä ja monipuolista aineistoa, ja saadut tarinat sisälsivät paljon tutkittavan aiheen kannalta mielenkiintoisia seikkoja. Siksi kehyskertomus säilytettiin päähenkilöä lukuun ottamatta varsinaisessa tutkimuksessa ennallaan.

Vastaajina oli yhteensä kolme kurssiryhmää Helsingin kaupungin työväenopistosta ja Tampereen avoimesta yliopistosta. Työväenopiston kurssit olivat kotitalouteen liittyviä kursseja, mutta ryhmissä ei ollut puhuttu aiemmin päiväysmerkinnöistä, joten tuore tieto niistä ei vaikuttanut vastauksiin. Kotitalousryhmät koostuivat oletettavasti ruoanlaitosta

kiinnostuneista kuluttajista, joten niiden osallistujien katsottiin olevan hyvin tutkimukseen sopivia vastaajia. Myös avoimen yliopiston kurssin opiskelijat olivat aikuisia, työssäkäyviä kuluttajia eri aloilta, joten he sopivat hyvin kuluttajatutkimuksen vastaajiksi. Työväenopiston kurssilaisilta saatiin yhteensä 20 vastausta ja avoimen yliopiston kurssilaisilta 37 vastausta. Vastaukset kerättiin helmikuussa 2008.

Ryhmätilanne sopii hyvin eläytymismenetelmäaineiston keräämiseen, sillä silloin postitettaville tehtäväpapereille ominainen huonon vastausprosentin riski poistuu (Eskola 1997, 20). Myös vastaajien nimettömyys säilyy paremmin kerätessä vastaukset suurelta ryhmältä kuin silloin, jos vastaukset olisi kerätty kahdenkeskisesti kasvotusten. On todettu, että yleensä 10–15 kertomusta kehyskertomusversiota kohden riittää aineiston kylläntymiseen (Eskola 1998, 75). Tässä tutkimuksessa saatiin kertomuksia kolmeen kehyskertomusversioon 14 ja yhteen 15 kappaletta. Määrät havaittiin riittäviksi aineiston kylläntymisen perusteella.

#### **4.4 Teemoittelu, kategoriointi ja variaation analyysi**

Aineiston analysoinnissa käytettiin teema-analyysia, jossa tutkija tarkastelee aineistossa esiintyviä teemoja (Sayre 2001, 212). Aineiston analysointi aloitettiin ilman ennalta määrättyä analysointia rajoittavaa viitekehystä. Luvussa 3 esitelty merkityksen rakenteen erittely havaittiin kuitenkin hyvin aineistosta nousseiden teemojen kanssa yhteensopivaksi, joten merkityksen rakenne päätettiin ottaa päiväysmerkintäkäsitteiden ja aineiston analyysin rungoksi. Kutakin rakenteen kulttuurista käytäntöä käsitellään yhtenä teemana, jolloin aineiston analyysi perustuu yhteensä viiden teeman esiintymisen analysointiin.

Kunkin teeman alle muodostetaan aineiston perusteella kategorioita. Eri teemojen kategorioissa löydetään keskinäisiä yhtenäisyyksiä, jolloin saadaan käsitys teemojen välisistä suhteista ja voidaan tuloksena rakentaa hahmotelma päiväysmerkintöjen keskeisten teemojen dynamiikasta.

Myös pelkän teemoittelun ja kategorioinnin perusteella aineistosta voi löytyä mielenkiintoisia seikkoja, mutta eläytymismenetelmän erityisyys liittyy eri kehyskertomusvariaatioiden tuottamien kertomusten vertaamiseen, varioinnin

merkityksen selvittämiseen (Eskola 1998, 60). Analyysivaiheessa eri kehyskertomusversioiden tuottamia kertomuksia verrattiin keskenään varioinnin aiheuttamien painotusten löytämiseksi. Tarinoiden analyysissa tarkasteltiin myös niiden juonta. Se, miten jonkin teeman ilmeneminen vaikutti tarinoissa juonen etenemiseen, ohjasi myös osaltaan esiteltävän päiväysmerkintöjen teemojen dynamiikan hahmottamista.

#### **4.5 Tutkimuksen luotettavuus**

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa käytetään usein käsitteitä uskottavuus, siirrettävyys, varmuus ja vahvistuvuus (Eskola & Suoranta 1998, 212–213). Kyseisiä käsitteitä käytettäessä kuitenkin oletetaan, että on olemassa yksi oikea todellisuus, jota yritetään kuvata tutkimuksessa mahdollisimman totuudenmukaisesti. Tällöin käytössä on realistinen luotettavuusnäkemys. Tässä tutkimuksessa käytetään kuitenkin relativistista luotettavuusnäkemystä. Siinä tutkimusraporttia arvioidaan omana tekstinään, eikä sen oletetakaan kuvaavan todellisuutta selkeästi ja suoraviivaisesti (Eskola & Suoranta 1998, 221). Siksi myöskään luotettavuutta ei tavoitella tekstin ulkopuolelta, vaan tutkimusprosessin läpinäkyvyys, esimerkiksi filosofisten lähtökohtien, havaintojen tekemisen, analysoinnin ja tulkintojen raportointi, toimivat vakuuttavuuden keinoina (Eskola & Suoranta 1998, 221–222).

Tässä tutkimuksessa on esitelty metodologiset valinnat ja tieteenfilosofiset lähtökohdat laajasti, jotta lukijan on helpompi ymmärtää tehtyjä valintoja ja tulkintoja. Aineiston käsittely ja analysointi sekä siitä tehdyt havainnot on raportoitu monivaiheisesti. Analyysi alkaa kunkin teeman esiintymisen yksityiskohtaisella tarkastelulla, ja vähitellen edetään kategoriointien kautta yleisempiin tulkintoihin, jolloin lukijan on helppo seurata aineistosta tehtyjen johtopäätösten rakentumista tutkimusprosessin aikana. Tehtyjä tulkintoja perustellaan myös runsaalla aineistolainauksen käytöllä.

Silvermanin (2006, 286) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuus perustuu valituille analysoinnissa käytetyille kategorioille, ja keskeistä on valittujen kategorioiden oleellisuus juuri kulloinkin kyseessä olevassa aineistossa. Tässä tutkimuksessa käytetyt teemat, kulttuuriset käytännöt, valittiin vasta aineistoon

tutustumisen jälkeen. Valinta perustui niiden yhteensopivuuteen aineistosta tehtyjen havaintojen kanssa, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta.

## 5 PÄIVÄYSMERKINTÖJEN MERKITYKSET AINEISTOSSA

### 5.1 Tarinoissa käytetyt termit

Kehyskertomuksissa oli jätetty kirjoittajalle vapaus valita, mihin ajankohtaan paketin tai tölkin päiväysmerkintä viittaa. Niin jauhelihasta kuin maidosta kertovissa tarinoissa ajankohta vaihtelee niin, että joissain tarinoissa päiväys on esimerkiksi viikkoa aiemmin ja joissain vasta viikon päästä kertomishetkestä. Myös se, millä termeillä päiväysmerkinnästä ja sen osoittamasta ajankohdasta kirjoitetaan, oli jätetty kehyskertomuksessa avoimeksi. Sille, että päiväyksen osoittama aika menee umpeen, onkin kertomuksissa hyvin erilaisia ja mielenkiintoa herättäviä ilmaisutapoja. Käytettyjä termejä ja niiden esiintymiskertoja kuvaa taulukko 2, jossa on muutama huomiota herättävä luku lihavoituna. Taulukon vasemmassa reunassa on käytetty termi, keskimmaisessä sarakkeessa termin esiintymiskerrat maidosta kertovissa tarinoissa ja oikeanpuoleisessa sarakkeessa termin esiintymiskerrat jauhelihasta kertovissa tarinoissa.

**Taulukko 2 Päiväysmerkinnän umpeutumisen ilmaiseminen aineistossa (N=57)**

Käytetty termi	maito / parasta ennen	jauheliha / viimeinen käyttöpäivä
päiväys on	6	13
päiväys on voimassa	3	1
käytettävä ennen	<b>4</b>	3
tuote on käyttökelpoista	<b>3</b>	2
tuote on kunnossa	1	2
tuote on tuoretta	3	2
tuote on pakattu	0	2
tuote säilyy	1	1
tuote on hyvää	1	0
päiväys menee vanhaksi	2	5
päiväys menee umpeen	4	2
tuote menee vanhaksi	<b>10</b>	4
tuotteen eräpäivä on	1	0

Useimmat ilmaisutavat esiintyvät suhteellisen tasaisesti niin parasta ennen -merkinnän kuin viimeinen käyttöpäivä -merkinnän kertomuksissa. Se, että myös parasta ennen -



merkinnästä kirjoitetaan niin, että tuote on käytettävä ennen päiväyksen umpeutumista, viittaa siihen, ettei parasta ennen -merkinnän ja viimeinen käyttöpäivä -merkinnän välille tehdä puheessa suurta eroa. Samoin parasta ennen -merkinnällä varustetusta maidosta kirjoitetaan niin, että se on käyttökelpoista päiväysmerkintään saakka ja että päiväysmerkinnän osoittaman päivämäärän jälkeen tuote menee vanhaksi. Kuitenkin tarinoiden tapahtumien perusteella tuotteen vanhentuminen tulkitaan erilailla riippuen siitä, onko kyseessä parasta ennen -merkintä vai viimeinen käyttöpäivä -merkintä.

Vanha ei selvästikään ainakaan maitoon liittyvissä tarinoissa ole synonyymi pilaantuneelle, vaan pikemminkin vastakohta tuoreelle. Tarinoissa parasta ennen -merkinnän osoittaman ajan umpeutuminen ei yhdessäkään tarinassa automaattisesti johda tuotteen pois heittämiseen, vaan pelkästään juoksettunut maito kaadetaan viemäriin. Jauhelihan viimeinen käyttöpäivä -merkintä sen sijaan on selkeä merkki tuotteen käyttökelpoisuudesta tai käyttökelvottomuudesta. Se, että tarinoissa käytetään esimerkiksi termejä ”käyttökelpoinen” ja ”vanhentunut” parasta ennen -merkinnän ja viimeinen käyttöpäivä -merkinnän yhteydessä eri merkityksissä, voi olla yksi syy epäselvyyteen ja hämmennykseen eri päiväysmerkintöjen välillä. Suomen kielessä ei selvästi ole varsinaisia sanoja parasta ennen -merkinnän päivämäärän ylittämiseksi, jolloin tuote voidaan samassa virkkeessä todeta sekä vanhentuneeksi että käyttökelpoiseksi.

## **5.2 Teemojen esiintyminen aineistossa**

### **5.2.1 Ruumis, affektit ja mielihyvä**

Useimmat vastaajilta saaduista tarinoista ovat hyvin emotionaalisesti latautuneita, ja emootiot ovat tiiviisti kytköksissä myös muihin käsiteltäviin teemoihin. Tarinoissa on esillä niin mielihyvää kuin mielipahaakin. Mielihyvä ilmenee esimerkiksi suoraan niin, että päähenkilön sanotaan olevan tyytyväinen tai iloinen tai kertomalla henkilön hymyilevän. Samoin mielipahaa ilmaistaan harmittamisella tai verenpaineen nousemisella. Mielipahaa ja mielihyvää ilmaistaan tarinoissa myös välihuudahduksin kuten ”yes!”, ”himskatti!” tai ”huh!”.

Mielihyvä ja affektit liittyvät tarinoissa neljänlaisiin tilanteisiin. Mielihyvää tai mielipahaa aiheuttavat suunnitelmien rajoittuminen tai vapautuminen, ongelmanratkaisukyky, kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu sekä ajan, vaivan ja rahan säästäminen tai tuhlaantuminen. Ruoanlaittosuunnitelman yllättävä muuttuminen koetaan tarinoissa kielteisenä, jos se johtuu päiväysmerkinnän umpeutumisesta. Päiväysmerkinnät tuottavat kuitenkin myös mielihyvää ja iloa sellaisissa tilanteissa, joissa ne yllättävät lukijansa myönteisesti.

Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että päiväys on vanhentunut eilen. Hän miettii uskaltaako enää käyttää jauhelihaa. Harmittavaa, kun ruoanlaittosuunnitelmat menivät pieleen.

(tarina 40, koti / jauheliha)

... viimeinen päiväys ei olekaan vielä. Hän laittaa sen takaisin jääkaappiin ja kaivaa kaapista tonnikalaa. Päivä on pelastettu. Päivällä söin juuri lihaa. Vaihtelu on hyväksi.

(tarina 39, koti / jauheliha)

Toinen mielihyvän lähde on kuluttajan ongelmanratkaisutaidot pulmatilanteessa. Tarinoissa, joissa ongelmanratkaisutaidot tuottavat mielihyvää, päiväysmerkintöjen rajoittavuus on ennemminkin myönteinen haaste kuluttajalle. Kun tarinan henkilö keksii hyvän ja järkevän käyttötarkoituksen esimerkiksi jääkaapista löytyneelle pian vanhenevalle tuotteelle, hän kokee mielihyvää.

Pasta kiehumaan ja avot, vanhaksi mennyt maito sai uuden muodon ja herkku valmis!

(tarina 49, koti / maito)

... parasta ennen päivä oli kolme päivää sitten. No ei hän moisesta pelästy, kun tietää, että Suomessa elintarvikkeet ovat turvallisia ja hygieenisesti valmistettuja. Pian hän muistaa, että jääkaapissa on myös vajaa kananmunakenno. –Jep! Tänään meillä syödään lettuja jälkiruuaksi. Hyvillä mielin hän tarjoilee perheelle lounaan ja kylläisinä kaikki istahtavat muhkealle jenkkisohvalle.

(tarina 47, koti / maito)

Aika, vaiva ja raha herättävät myös tarinoissa mielihyvää ja mielipahaa.

... maidolla on vielä monta käyttöpäivää jäljellä. Hän päättääkin ostaa sitten pari purkkia, ettei seuraavana päivänä tarvitse tulla uudestaan kauppaan. Tyytyväisenä hän kävelee kassalle ja maksaa ostoksensa.

(tarina 18, kauppa / maito)

Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että se oli jo eilen. Hän ei halua ottaa mitään riskejä ruokamyrkytyksestä vaan päättää heittää pakkauksen pois. (...) Henkilöä harmittaa kun melkein 3 euroa menee suoraan roskiin ja kiinnittää jatkossa tarkemmin huomiota myynti-päiväyksiin ruoka-ostoksilla.

(tarina 38, koti / jauheliha)

Viimeisenä mielipahaa ja mielihyvää herättävänä ryhmänä ovat kertomukset, joissa korostuu kaupan ja kuluttajan vastakkainasettelu. Ikävien päiväysmerkintöihin liittyvien tilanteiden syylliseksi leimataan usein kauppa. Vastakkainasettelu vaikuttaa herättävään jo itsessään tarinoihin kielteisen sävyn, vaikkakin usein kauppiiaan tarjoama hyvitys tai anteeksipyyntö yleensä tekee tarinoiden henkilöt tyytyväisiksi.

Himskatti, etten huomannut kaupassa vilaista päivämäärää! Se pihi kauppias taas yrittää myydä vanhaa lihaa! Lähden tältä istumalta takaisin kauppaan palauttamaan ostoksen. Ruoanlaitto saa jäädä! Että harmittaakin tällainen ylimääräinen työ ja vaiva. Olen lopulta tyytyväinen, kun kauppias pyytää anteeksi ja hyvittää jauhelihan.

(tarina 37, koti / jauheliha)

Affekteihin liittyvä mielenkiintoinen tarinoiden piirre on, että kun asiakas on tarinoissa löytänyt vanhentuneen tuotteen ja huomauttanut tapahtuneesta myyjälle tai kauppiaille, käyttäytyy myyjä tai kauppias silloin hyvin jännittyneesti ja alistuvasti. Kauppiaat ja myyjät yrittävät kaikin voimin suojata kaupan mainetta.

Kauppias antaa uuden paketin jauhelihaa ilmaiseksi henkilölle (asiakkaalle) ja vannoo, että tapaus ei tule kaupassani toistumaan ja puhuttelee vielä muun kaupan henkilökunnan. Huh, huokaa kauppias – olipas tipalla mennä maine ja kunnia. Onneksi oli ymmärtäväinen asiakas joka ajatteli yksinkertaisesti kaupan parasta.

(tarina 7, kauppa / jauheliha)

### 5.2.2 Intressit

Tarinoissa esiintyvät intressit voidaan jakaa viiteen osaan: asiakkaan oikeuksien intressiin, kotimaisuuden ja ekologisuuden intressiin, suunnitelmallisuuden intressiin, helppouden, kätevyyden ja edullisuuden intressiin sekä perhekeskeiseen intressiin. Asiakkaan oikeuksien intressi liittyy asiakkaiden ja kaupan vastakkainasetteluun, jossa asiakas yleensä ottaa uhrin aseman. Vastakkainasettelun toinen osapuoli, asiakkaat,

esitetään usein yhtenä oikeuksiaan puolustavana ryhmänä, kun taas tietyt kaupat leimataan pahantahtoisiksi. Tiettyä kauppaa pidetään usein asiakkaan vastapuolena, jonka tulkitaan toimivan tietyllä tavalla melkeinpä asiakkaan kiusaksi:

Henkilö haluaa viedä jauhelihapaketin pois, koska hän ei halua että kukaan muukaan ostaa huomaamatta vanhentunutta jauhelihaa.

(tarina 9, kauppa / jauheliha)

Himskatti, etten huomannut kaupassa vilaista päivämäärää! Se pihi kauppias taas yrittää myydä vanhaa lihaa!

(tarina 37, koti / jauheliha)

Harvoin jauhelihassa on niin monta päivää käyttöaika. Hän on tyytyväinen, kerrankin saa tuoretta jauhelihaa. (...) Tähän kauppaan voisikin tulla käymään useammin jos täällä on muutkin tuotteet tuoreita.

(tarina 13, kauppa / jauheliha)

Samalla tarinoissa näkyy vahvasti tavoitteellisuus ja pelillisuus. Vaikka tarinoissa ollaan tuohtuneita vanhentuneen tuotteen löytämisestä kaupasta, tilanteen tarjoama hyöty tiedostetaan hyvin. Parhaan mahdollisen päiväyksen ja hinnan löytäminen voi olla pelailunomaista toimintaa, jonka vastapuolena on kauppa.

Mikä bakteeripesä! Huokaa henkilö ja vinkkaa kauppiiaan paikalle – tavoitteenaan saada hyvitystä itselleen kun löysi moisen vanhentuneen jauheliha pakkauksen.

(tarina 7, kauppa / jauheliha)

Hän vilkaisee tölkin parasta ennen -merkintää ja huomaa, että kyseinen päiväys umpeutuu huomenna. Päätäväisesti hän marssii lähimmän henkilökuntaan kuuluvan luokse vaatien alennusta miltei pilalle menneestä tuotteesta, jonka hän sattumalta huomasi. Hän vetoaa kaupan velvollisuuteen tarkkailla myytävien tuotteiden laatua. Pienen keskusteluhetken jälkeen myyjä lyö maitotölkkiin alennustarran. Ostaja kävelee hymyillen kaupasta ulos, käytyään kuitenkin piilottamassa ensin pari tölkkiä hyllyn takaosaan. Puoli-ilmainen maito kelpaisi hänelle jatkossakin...

(tarina 23, kauppa / maito)

... käyttöaika on vielä paljon jäljellä. Hän vertaa vielä kädessään olevan tölkin päivämäärämerkintää hyllyssä olevien tölkkien merkintöihin ja toteaa, että pvm on paras mahdollinen.

(tarina 22, kauppa / maito)

Kotimaisuuden ja ekologisuuden intressit näkyvät tarinoissa selvästi:

Koska hän ostaa aina vain Suomessa tuotettuja elintarvikkeita, hän luottaa niihin ja tietää, että yleensä elintarvikkeet ovat käyttökelpoisia vielä ko. päivämäärän jälkeenkin.

(tarina 41, koti / jauheliha)

... parasta ennen päivä oli kolme päivää sitten. No hän ei moisesta pelästy, kun tietää, että Suomessa elintarvikkeet ovat turvallisia ja hygieenisesti valmistettuja.

(tarina 47, koti / maito)

Olisihan se hukkaan heitettyä maitoa, jos näitä ei saataisi normaalihinnalla myydyksi. Ajatella vielä, kuinka paljon tässä ketjussa on ollut ihmisiä takana, että nämä on tänne saatu. Ja liikennettä!

(tarina 21, kauppa / maito)

Tarinoissa mainitaan myös säilyvyysaikaa pidentävistä lisäaineista. Niiden tuoma kätevyys on ristiriidassa elintarvikkeiden puhtauden arvostamiseen nähden. Tarinoissa elintarvikkeiden kotimaisuus vaikuttaa olevan korvaamaton laadun tae. Tarinoissa, joissa tuotteiden käyttöaikaa on pidennetty lisäaineiden avulla, henkilön iloa värittää yleensä sarkasmi. Lisäaineita kohtaan on selvästi varauksellisuutta, ja tarinoiden sarkasmi voi juontua elintarvikkeiden ekologisuuden, paikallisuuden ja eettisyyden vähenemisen pelosta.

Hän katsoo tarkemmin tuoteselostusta ja huomaa, että tuote on tavallista maitoa, johon on lisätty monta E kirjainta, jolla on numero perässä. Tämäpä oiva tuote, tuumaa henkilö. Nyt ei tarvitse miettiä onko maito ehtinyt hapantua kun lorottelee sitä kahviin.

(tarina 20, kauppa / maito)

... päiväystä on jäljellä vielä yli 3 vuotta. Henkilö päättelee, että kyseessä on ultramoderni GMO-tuote. Tämä tekee hänestä hyvin iloisen ihmisen. Mutta miksi?

(tarina 5, kauppa / jauheliha)

Tarinoissa näkyy monin tavoin suunnitelmallisuuden arvostaminen. Ruoanlaittosuunnitelmasta halutaan pitää kiinni usein ajanpuutteen vuoksi. Toisaalta suunnitelman muutoksesta aiheutuu usein tarinan henkilölle mielipahaa, ja toisaalta jos on löydetty esimerkiksi jauhelihapaketti erityisen pitkällä päiväysmerkinnällä, ruoanlaittosuunnitelman vaihtoehtojen lisääntyminen tuottaa mielihyvää.

... viimeinen käyttöpäivä on huomenna. Hän oli ajatellut tekevänsä murekkeen ylihuomenna, ja miettii nyt muuttaisiko ruoanlaittosuunnitelmiaan vai siirtäisikö jauhelihan ostoa seuraavaan päivään. Hän toteaa että ei ehdi seuraavana päivänä kauppaan ja alkaa penkoa alimmaisista jauhelihapaketteja...

(tarina 3, kauppa / jauheliha)

Kätevyyden ja edullisuuden intressi näkyy tarinoissa hyvin selvästi:

...maidolla on vielä monta käyttöpäivää jäljellä. Hän päättääkin ostaa sitten pari purkkia, ettei seuraavana päivänä tarvitse tulla uudestaan kauppaan.

(tarina 18, kauppa / maito)

Tämän pikku kaupan kauppialla on tapana silloin tällöin pitää vanhaa maitoa myynnissä. Henkilö kuitenkin mieluiten käy juuri tässä kaupassa kauppiaan unohtelusta huolimatta, koska kauppa sijaitsee ihan kodin nurkilla ja sen edessä on aina parkkipaikka.

(tarina 16, kauppa / maito)

Runsas euron 1,5 l purkista tulee täyttävä ja nopeatekoinen päivällinen viisihenkiselle perheelle.

(tarina 45, koti / maito)

Perhekeskeinen intressi näkyy kertomuksissa erityisesti, kun tarinan henkilö ratkaisee pulmallisen tilanteen ja saa siten valmistettua perheelleen ruoan. Henkilön tavoitteena on tällöin saada perhe kylläiseksi ja tyytyväiseksi.

Paketti on ainoa, joten vaihtoehtoa ei ole. Illalla kotona paketti päätyy paistinpannulle sipulin ja tomaattimurskan kanssa. Seuraavana ja sitä seuraavana päivänä siitä saavat tytär ja isi ruokaa.

(tarina 1, kauppa / jauheliha)

Koska on vielä aamupäivä, hyllyssä ei ole tuoreempaa lihaa ja hän päättää ottaa sen, koska lapsille tuli luvattua, että päivälliseksi tehdään lihamakaronilaatikkaa, esikoisen herkkua...

(tarina 14, kauppa / jauheliha)

### 5.2.3 Toimintakyky ja valta

Toimintakyky ja valta esiintyvät tarinoissa karkeasti jaoteltuna kolmella tavalla. Toimintakyky korostuu ensinnäkin sellaisissa tilanteissa, joissa tarinan henkilö kykenee omilla aisteillaan tai arviointikyvyllään tekemään päätöksen elintarvikkeen käyttökelpoisuudesta tai -kelvottomuudesta. Toiseksi toimintakyky korostuu tarinoissa, jotka liittyvät aiemmin käsiteltyyn suunnitelmallisuuden intressiin. Kyseisissä tarinoissa

päiväysmerkintä joko rajoittaa henkilön toimintakykyä tai antaa henkilölle vapautta muuttaa suunnitelmaansa. Kun tarinoita tarkastellaan vallan näkökulmasta, aineistossa painottuu selkeästi asiakkaan ja kaupan valtataistelu.

Tarinoissa, joissa henkilöt pystyvät oman toimintakykynsä avulla ratkaisemaan ongelmatilanteen, tilanteissa ilmaistaan usein samalla myönteisiä tunteita.

Hän katsoo pakettia epäluuloisena ja avaa sen. Hän katsoo lihaa tarkemmin, nuuhkaiseekin. Tyytyväinen ilme nousee hänen kasvoilleen. Hiljaa itsekseen hän toteaa: ”Tämähän on ihan aitoa tavaraa”.

(tarina 34, koti / jauheliha)

... päivämäärä osuu samalle päivälle, pieni tarkistus ja hän päättää nuuhkaista, onko maito vielä hyvää. Asian todettuaan, hän jatkaa ruuan valmistamista ja on tällä kertaa tyytyväinen.

(tarina 53, koti / maito)

Myönteiset emootiot liittyvät myös kertomuksiin, joissa henkilön toimintakyky lisääntyy elintarvikkeen pitkän säilyvyysajan johdosta. Vastakkaisesti silloin, kun päiväysmerkintä rajoittaa henkilön toimintakykyä ja valinnanvapautta, tilanteesta seuraa mielipahaa. Emootioiden yhteys henkilön toimintakykyyn vahvistaa huomiota, jonka mukaan asiakkaan oma aktiivisuus eri muodoissaan tuottaa asiakkaalle mielihyvää.

Harvoin jauhelihasa on niin monta päivää käyttöaikaa. Hän on tyytyväinen, kerrankin saa tuoretta jauhelihaa. Hän päättää ostaa myös kanaa ja tekeekin tänään kanaruokaa ja jauhelihasta voikin tehdä ruokaa joko huomenna tai ylihuomenna.

(tarina 13, kauppa / jauheliha)

... viimeinen päiväys ei olekaan vielä. Hän laittaa sen takaisin jääkaappiin ja kaivaa kaapista tonnikalaa. Päivä on pelastettu. (...) Ehtiihän sen jauhelihan viikonloppunakin syödä. Silloin voisi tehdä vaikka pizaa. Aikaa on enemmän ja jauheliha sopii pizzaan. Kannatti siis valita paketti pitkällä päiväyksellä.

(tarina 39, koti / jauheliha)

... päivä on jo tänään, joten jauhelihasta on valmistettava jotain. Tuntuu hänestä hassulta, sillä juurihan hän pari päivää sitten osti jauhelihan kaupasta. Niissä kun ei montaa päivää ole pakkaus- ja viimeinen käyttöpäivä välissä. Olisi taas kerran pitänyt pakastaa liha.

(tarina 42, koti / jauheliha)

Vallan näkökulma on tarinoiden tarkastelussa hyvin antoisa. Kaupan rehellisyyttä epäillään jonkin verran. Myös yleinen keskustelu siitä, että kaupoilla on tapana marinoida vanhentuneet lihat maustekastikkeella peittääkseen vanhentuneen lihan tuoksun ja värin, voidaan tulkita välittyvän eräässä kertomuksessa humoristisella tavalla:

Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että se olikin jo viikko sitten. Perheen nirso kissa ei siis enää vilkaisisikaan tuon jauhelihan nokareeseen, joten se olisi kaikki muun perheen käytössä. Hän nuuhkaisi lihapakettia. Vielä ihan käyttökelpoista mutta vaatisi ehkä hieman voimakkaampia mausteita... Tex mexiä ei olekaan syöty pitkään aikaan.

(tarina 31, koti / jauheliha)

Henkilö pohtii edelleen, onkohan tämä jauheliha nyt ehdottomasti tuoretta? Mitä jos se onkin pakattu eilen ja tähän laitettu väärä päivämäärä.

(tarina 15, kauppa / jauheliha)

Vaistomaisesti hän vilkaisee kylmähyllyn lämpömittaria, joka aikakin sillä hetkellä näyttää plus 6 astetta.

(tarina 14, kauppa / jauheliha)

Tarinoiden henkilöillä on kuitenkin useita keinoja käyttää valtaansa suhteessa kauppaan:

Koska henkilö on nälkäinen, ja pitkästä aikaa kiireiltään ruokaostoksille ehtinyt, hän päättää jättää lihan ostamatta ja asian sikseen. Henkilö vaeltaa einesosastolle, valitsee lihaisimman ja täyttävimmän näköisen valmisaterian, tekee loput ostokset – ja päättää vastedes kiertää kyseisen kaupan kaukaa.

(tarina 11, kauppa / jauheliha)

... se on päivätty huomiselle, mutta paketissa ei ole mitään alennusmerkintää. Ihan periaatteesta henkilö etsii hyllystä tuoreemman paketin, vaikka jauheliha on tarkoitus käyttää vielä samana iltana. Hänen mielestään tuotteissa, joiden viimeinen käyttöpäivä on seuraavana päivänä hintaa tulee alentaa edes 20 % korvauksena siitä, että tuote tulisi käyttää heti, eikä vaikka muutaman päivän kuluttua.

(tarina 6, kauppa / jauheliha)

Kotona asiakas kirjoittaa sähköpostin kauppaketjulle ja saa palkkioksi aktiivisuudesta lahjakortin ketjun kauppoihin.

(tarina 8, kauppa / jauheliha)

#### 5.2.4 Efektit

Päiväysmerkinnöillä voidaan tulkita olevan tarinoissa useita efektejä, vaikutuksia toimintaan tai tapahtumien kulkuun. Päiväysmerkintään liittyvistä efekteistä ehkä



selvimpiä ovat se, että kauan sitten umpeutunut tuotteen käyttöaika johtaa tuotteen poistamiseen ja se, että hinnanalennus tekee pian vanhenevasta tuotteesta houkuttelevamman ostoksen. Myös useissa tarinoissa esiintyvä hyllyjen takaosasta tuoreempien tuotteiden etsiminen on päiväysmerkintöjen tarkastamisen efekti. Päiväysmerkinnän efektinä voidaan pitää myös sitä, että tarinoissa oletetaan saatavan palkkio esimerkiksi silloin, jos löytää myymälästä vanhentuneen tuotteen. Kuitenkin vanhentuneen tuotteen löytämisellä on myös varjopuolensa, sillä vanhentunut tuote vaikuttaa mielikuvaan koko kaupasta. Lisäksi päiväysmerkinnöillä on tarinoissa vaikutus myös vastaisuuden toimintaan:

Jos taaempana olisi tuoreempia maitoja. Kaikissa oli kuitenkin sama päivämäärä. Hän otti purkit, mutta ihmetteli asiaa vielä kotona ja päätti että siihen kotikulman pikkukauppaan hän ei enää kovinkaan usein tule käymään maito-ostoksilla. Minkähänlaista siellä sitten muu tavara onkaan?

(tarina 27, kauppa / maito)

Henkilö ajattelee, että hyvä kun tuli vilkaistua päiväystä, muistaa tästä lähin aina tarkistaa jokaisen tuotteen päivämäärän.

(tarina 9, kauppa / jauheliha)

Päiväysmerkintöihin liittyvien efektien tarkastelu nostaa tarinoista esiin myös riskin näkökulman. Luvun 2.2 kirjallisuuskatsauksessa käsitellyt riskin osa-alueet suoritusriski, fyysinen riski, rahallinen riski, psykososiaalinen riski ja ajallinen riski esiintyvät jokainen aineistossa.

Päivämäärä on kahden päivän päästä, mutta henkilö käyttäisi lihaa vasta viikonloppuna, kolmen päivän kuluttua. Henkilö päättää kuitenkin ostaa lihan ja toivoo, että se on kunnossa vielä käyttöpäivänäkin.

(tarina 10, kauppa / jauheliha)

... parasta ennen päivä oli kolme päivää sitten. No hän ei moisesta pelästy (...) Hyvillä mielin hän tarjoilee perheelleen lounaan ja kylläisinä kaikki istahtavat muhkealle jenkkisohvalle. Ilta kuluukin mukavasti TV:n ääressä, kunnes perheen pienin alkaa valittamaan vatsaansa.

(tarina 47, koti / maito)

Henkilöä harmittaa kun melkein 3 euroa menee suoraan roskiin ja kiinnittää jatkossa tarkemmin huomiota myynti-päiväyksiin ruokaostoksilla.

(tarina 38, koti / jauheliha)

... se on vanhentunut. Hän on ostanut maidon juuri hetki sitten viikonlopun ostosreissullaan. Ketä tästä syyttää. On lauantapäivä ja vieraita tulossa, mutta ei ole maitoa. Kiukun laannuttua...

(tarina 50, koti / maito)

... merkinnän mukaan parasta ennen päivään on enää kaksi päivää. Henkilö ei suostu ostamaan ko. maitoa, vaan pyrkii etsimään hyllystä pidemmälle menevää päiväystä, koska ei halua juosta maitokaupassa saman viikon aikana.

(tarina 19, kauppa / maito)

### 5.2.5 Arkielämä

Päiväysmerkinnät näkyivät tarinoiden henkilöiden arjessa rutiineina ja erilaisina rajoitteina. Päiväysmerkinnän vilkaisu on osa kehyskertomusta, joten tarinoista ei voi päätellä, kuinka pitkälle rutinoitua itse päiväysmerkintöjen tarkistaminen on ostoksilla ruokakaupassa tai kotona ruoan käyttötilanteessa. Päiväysmerkintöjen tarkistamisen tilanteisiin yhdistyy tarinoissa hyvin usein rutiininomaisesti omien aistien käyttö, on päiväys umpeutunut tai ei:

No joka tapauksessa päiväys kunnossa, paketti auki, nuuhkaisu ja ruoan laittoon.  
(tarina 33, koti / jauheliha)

... maitohan on mennyt eilen vanhaksi. Hän tuoksuttelee maitoa ja toteaa sen olevan kunnossa.

(tarina 49, koti / maito)

... maito on vanhentunutta. Hän avaa tölkin ja haistaa miltä maito haisee. Vaikuttaa normaalilta, joten hlö päätyy siihen tulokseen, että tuotetta voi käyttää.  
(tarina 48, koti / maito)

Tarinoiden henkilöt ovat tottuneet siihen, että päiväysmerkinnät rajoittavat heidän arkielämäänsä. He ovat sopeutuneet siihen, että he voivat joutua muuttamaan ruoanlaittosuunnitelmaansa tai muuta toimintaansa, vaikka se heitä usein harmittaaakin.

Pitäisiköhän vaihtaa maitolaatua, olisiko jokin muu maito tuoreempaa. No oli niin tai noin maito toimi, ja tuli käytettyä nopeammin kuin ehkä muuten.  
(tarina 27, kauppa / maito)

Koska päiväysmerkintöihin on tarinoissa totuttu arjen rajoittajina, päiväysmerkinnän ollessa esimerkiksi odotettua pidempi koetaan myös myönteisiä emootioita:

... yllätys yllätys, tavara oli vastoin normaalia käyttökelpoista. Onneksi ei tarvinnut lähteä kauppaan hakemaan lisää.

(tarina 46, koti / maito)

Hän vilkaisee tölkin parasta ennen -merkintää ja huomaa, että yes, vielä ei ole päiväys vanha. Voi tehdä lättöjä, lasten herkkua.

(tarina 57, koti / maito)

### **5.3 Teemojen painotukset kehyskertomusversioissa**

Teemat ilmenevät erilaisin painotuksin maidosta ja jauhelihasta kertovissa tarinoissa. Taulukkoon 3 on koottu teemojen keskeisimpiä ilmenemismuotoja kehyskertomusversioittain.

Taulukko 3 Teemojen esiintyminen kussakin kehyskertomusversiossa

	kauppa / jauheliha	kauppa / maito	koti / jauheliha	koti / maito
<b>Ruumis, affektit, mielihyvä</b>	mielihyvää vanhentuneen paketin löytämisestä saadusta palkkiosta  tuotumista vanhentuneen paketin löytämisestä	mielihyvää hyvästä säilyvyydestä ja alennushinnasta  tuotumista alennushinnan puuttuessa	mielihyvää pitkän päiväyksen tuomasta vapaudesta  mielipahaa päiväksestä arjen rajoitteena	mielihyvää päiväyksen ylittäneen maidon hyödyntämisestä
<b>Intressit</b>	ruoanlaiton suunnitelmallisuus  pelillisuus palkkion odottamisessa	kätevyys ja ajansäästö  pelillisuus parhaan päiväyksen etsinnässä  edullisuus	kotimaisuus  ruoanlaiton suunnitelmallisuus	kotimaisuus  perheen ilahduttaminen  edullisuus
<b>Toimintakyky, valta</b>	tuoreemman paketin etsiminen hyllyn takaosasta  kauppiaan ahdingon hyödyntäminen  kaupan rehellisyyden epäily  kaupan vaihtaminen	vaihtoehtoisten tuotteiden valinta  alennushinnan neuvottelu  kaupan vaihtaminen	päiväys toiminnan rajoittajana  epävarmuus käyttökelpoisuuden arvioinnissa  lihan ruskistaminen etukäteen	päiväys toiminnan rajoittajana  varmuus käyttökelpoisuuden arvioinnissa
<b>Efektit</b>			vanhentunut jauheliha riski terveydelle	
<b>Arkielämä</b>			päiväysmerkintä määrää ruoanlaittoa	päiväysmerkintä määrää ruoanlaittoa

### 5.3.1 Jauhelihan ja maidon päiväysmerkinnät ostotilanteessa

Jauhelihasta on kirjoitettu maitoon verrattuna huomattavasti useammin sellaisia kertomuksia, joissa päiväysmerkinnän osoittama aika on jo umpeutunut. Myös mielihyvän ja mielipahan kokeminen painottuu erilaisiin tilanteisiin jauhelihasta ja maidosta kertovissa tarinoissa. Jauhelihan yhteydessä mielipahaa herättää tilanne, jossa kaupasta löytyy päiväyksen ohittanut jauhelihapakkaus ja mielihyvää saadaan

tilanteessa odotetusta ja saadusta palkkiosta. Maidon yhteydessä taas mielihyvä ja mielipaha liittyy enemmänkin hintaan ja pitkään säilyvän maitotölkin löytämiseen.

Mielihyvä ja mielipaha ovat kytköksissä kuluttajien toimintakykyyn ja valtaan. Jauhelihaa pidetään kaupan ja kauppiaan kunniakysymyksenä, mikä näkyy asiakkaan valtana. Vastakkainasettelua ruokkii kaupan rehellisyyden epäily, jonka yhtenä vaikuttajana ovat luultavimmin viimeaikaiset jauhelihaskandaalit. Kun kaupan päiväysmerkintöihin ei luoteta, heikkenee kuluttajan toimintakyky tuotteen käyttökelpoisuuden arvioinnissa. Maitoon ei tarinoissa liity vastaavaa epäilyä, vaan kuluttajan valta ilmenee ennemminkin kykynä neuvotella alennushinta pian päiväysmerkintänsä ohittaville tuotteille.

Sekä maidon että jauhelihan kanssa valtaa käytetään niin, että päähenkilö valitsee pian vanhenevan tuotteen tilalle toisen tuotteen tai paketin. Useissa maidosta kertovissa tarinoissa siirrytään vaihtoehtoiseen tuotteeseen, esimerkiksi vähälaktoosiseen maitoon tai maitojuomaan. Jauhelihasta kertovissa tarinoissa taas kaivetaan hyllyn takaosasta pakkaus paremmalla päiväysmerkinnällä. Myös maidossa kertovissa tarinoissa hyllyn takaosasta yritetään löytää tölkkiä paremmalla päiväyksellä, mutta yhdessäkään tarinassa sellaista ei kuitenkaan löydy. Kummastakin tuotteesta kertovissa tarinoissa valtaa käytetään myös vaihtamalla kauppa.

Pelillisuus painottuu erilaisiin tilanteisiin eri tuotteista kertovissa tarinoissa. Jauhelihan ostamisen pelillisuus kytkeytyy ajatukseen kauppiaan ahdingosta maineensa varjelussa. Vaikka vanhentuneen jauhelihapaketin löytämiseen kaupasta liittyy tuhtumista, tiedostetaan kauppiaan paine varjella mainettaan. Kuluttajat tietävät odottaa palkkiota kyseisessä tilanteessa. Maidon yhteydessä taas pelillisuus liittyy ennemminkin hyvän hinnan neuvotteluun silloin, kun maitotölkin päiväyksen ajankohta on lähellä. Toisaalta sen varmistaminen, että ostoskorissa olevan maitotölkin päiväys on varmasti paras mahdollinen, vaikuttaa tuottavan mielihyvää. Kun kaupassa ei ole tarjolla kuin pian vanhenevia kappaleita tiettyä tuotetta, maidossa ja jauhelihassa näyttää vaikuttavan erilaiset intressit. Jauhelihan yhteydessä vaikuttaa selvästi ruoanlaittosuunnitelma, josta ei mielellään poiketa. Maitoon ei liity vastaavaa suunnitelmallisuutta, vaan siinä painottuu kätevyys ja ajansäästö. Kaupassa ei haluta tulla käymään pian uudelleen pelkän maidon takia, mutta kuitenkin maitoa pitäisi olla aina jääkaapissa kotona.

### 5.3.2 Jauhelihan ja maidon päiväysmerkinnät tuotteen käytön yhteydessä

Maidon käyttöön liittyy tarinoissa mielihyvää erilaisissa tilanteissa kun jauhelihan käyttöön. Jauhelihasta kertovissa tarinoissa mielihyvää tuottavat tilanteet, joissa paketissa huomataan olevan odotettua pidempi päiväys. Tällöin ruoanlaittosuunnitelmaa voi vielä muuttaa ilman, että jauhelihan päiväysmerkintä pakottaa henkilön käyttämään lihan vaikkapa juuri samana päivänä. Myös maidossa päiväysmerkintä saattaa kahlita kuluttajaa käyttämään maidon vaikkapa samana päivänä, mutta maitoon ei liity tarinoissa samanlaisia kielteisiä tunteita kuin jauhelihaan. Pikemminkin henkilön kekseliäisyys ja perheen ilahduttaminen esimerkiksi letuilla tilanteissa, joissa maito on käytettävä pian, tuottavat tarinoiden kuluttajille mielihyvää.

Päiväysmerkintä muokkaa kuluttajan arkipäivää niin jauhelihan kuin maidonkin yhteydessä, mutta vain jauhelihaan liittyvissä tarinoissa päiväysmerkinnän rajoittavuus on erityisen kielteinen asia. Yksi eron syy voi olla maidon ja jauhelihan hintaero. Jos maito pilaantuu ja joudutaan kaatamaan viemäriin, rahallinen menetys on pienempi kuin jauhelihan kanssa. Maitoon liittyvissä tarinoissa kuluttajan intressinä korostuu usein maidon edullisuus. Toisaalta jauhelihan päiväysmerkinnän aiheuttamat kielteiset tunteet voivat olla yhteydessä erityisesti jauhelihasta kertovissa tarinoissa korostuvaan terveysriskiin. Jauhelihasa pelätään huomattavasti enemmän esimerkiksi ruokamyrkytystä. Sen vuoksi jauhelihan viimeinen käyttöpäivä on ehdottomampi takaraja tuotteen käytölle kuin maidon parasta ennen -merkintä.

Kotiin sijoittuvissa tarinoissa korostuneet intressit liittyvät usein mielihyvää herättäviin tapahtumiin. Jauhelihasta kertovissa tarinoissa korostuu selkeästi ruoanlaiton suunnitelmallisuuden intressi ja maidosta kertovissa tarinoissa perheen ilahduttaminen. Kotimaisuus on intressi, joka korostuu molemmissa tuotteissa: edes umpeutunut viimeinen käyttöpäivä ei ole ehdoton tuotteen käytön takaraja, kun kyseessä on kotimainen tuote.

Kotiympäristöön sijoittuvissa jauhelihasta kertovissa tarinoissa toimintakyky on erilaista kuin maidosta kertovissa tarinoissa. Parasta ennen -merkintä on ensimmäinen vihje maidon käyttökelpoisuudesta, mutta umpeutunut päiväys voidaan helposti sivuuttaa, jos maito tuoksuu vielä käyttökelpoiselta. Jauhelihan käyttökelpoisuuden

arviointiin liittyy huomattavasti enemmän epävarmuutta. Vaikka päiväys ei olisi vielä umpeutunut, tarinoissa tarkastellaan ja haistellaan jauhelihaa huolellisesti sekä pohditaan oman jääkaapin lämpötilan sopivuutta ja päiväysmerkinnän paikkansapitävyyttä. Toimintakykyä osoittaa se, että monissa tarinoissa henkilö päättää ruskistaa jauhelihan valmiiksi esimerkiksi ruoanlaittoa edeltävänä päivänä estääkseen bakteerien leviämisen lihassa. Jauheliha saatetaan myös pakastaa. Tällainen tilanteiden ratkaisukyky johtaa ruoanlaittosuunnitelman vapautumiseen ja sitä kautta myönteisiin emootioihin.

## 6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Emootiot ja aktiivisuus päiväysmerkintöjen merkitysten perustana

Tietyt kategoriat toistuvat teemojen käsittelyssä hyvin usein. Keskeisiä, toistuvia kategorioita ovat suunnitelmallisuus sekä suunnitelmien ja toiminnan rajoittuminen, kuluttajan ongelmanratkaisukyky ja arviointikyky, kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu sekä aika, vaiva ja raha. Taulukossa 4 on tiivistettynä tutkimuksessa aiemmin käsiteltyjen teemojen esiintyminen tarinoissa. Keskeisiä, eri teemoissa toistuvia kategorioita on korostettu siinä tummemmalla värityksellä.

**Taulukko 4 Ruumis, affektit ja mielihyvä teemojen keskiössä**

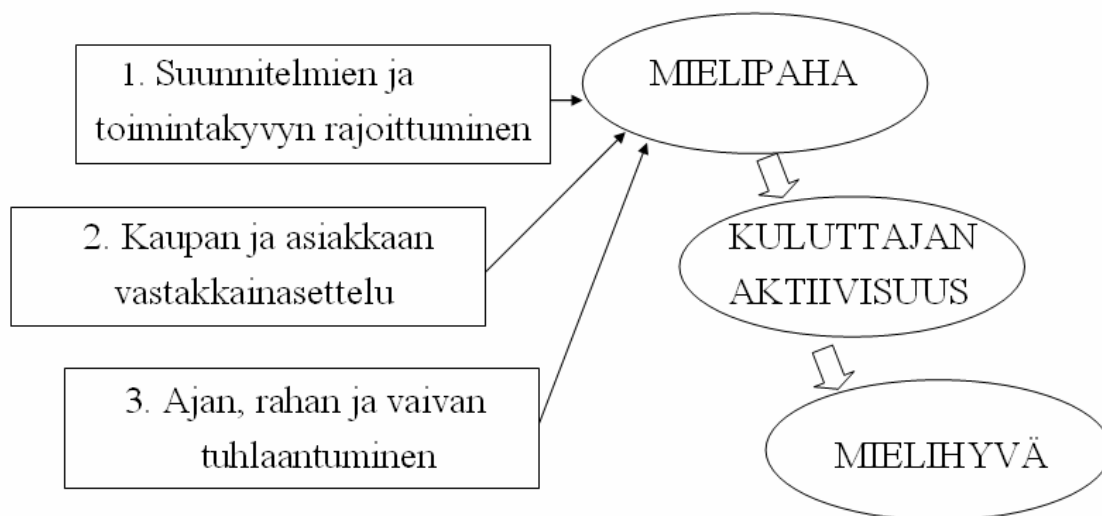
Ruumis, affektit ja mielihyvä	Intressit	Toimintakyky ja valta	Efektit	Arkielämä
suunnitelmien rajoittuminen tai vapautuminen	asiakkaan oikeudet	oman arviointikyvyn käyttäminen	tuotteen pois heittäminen	rutiinit
	kotimaisuus ja ekologisuus	suunnitelmien rajoittuminen	hinnanalennuksen seuraukset	toiminnan rajoitteet
ongelmanratkaisukyky	suunnitelmallisuus	kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu	kaupan hyllyjen kaivaminen	
kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu	helppous, kätevyys ja edullisuus		palkkion odotus	
	aika, vaiva ja raha		perhe	
			riskit	

Taulukon 4 perusteella voidaan todeta, että ruumis, affektit ja mielihyvä ovat teemojen keskiössä, sillä niitä kuvaavassa sarakkeessa kulminoituvat kaikkien muiden sarakkeiden tummennetut kategoriat. Myös tummentamattomat kategoriat kytkeytyvät niihin. Intresseistä kotimaisuus ja ekologisuus liittyvät suunnitelmien vapautumiseen, kun ne tekevät päiväysmerkinnöistä joustavampia kuluttajien mielessä. Kun kaupan toimintaa pian vanhenevien mutta vielä käyttökelpoisten tuotteiden pois heittäminen



yhteydessä arvostellaan, kyse on kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelusta. Perhekeskeinen intressi kytkeytyy tarinoissa toimintakykyyn ja ongelmanratkaisukykyyn, sillä siihen liittyy perheen ilahduttamisen ja siitä huolehtimisen kyky.

Efektit taas kuvaavat lähinnä käytännön toimintaa ja ovat muiden teemojen esiintymisen seurauksia tai edeltävät niitä. Tuotteen pois heittämisestä seuraa hukattua rahaa, hinnanalennuksesta säästettyä rahaa, kaupan hyllyjen kaivaminen on esimerkki omasta ongelmanratkaisukyvyvystä ja palkkion odotus on osa kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelua. Vaikutus vastaisuuden toimintaan on osa kuluttajan vallankäyttöä ja kuluttajan kokemat riskit taas ovat kuluttajan toiminnan rajoittajia ja voivat johtaa esimerkiksi rahallisiin menetyksiin, jos tuote on riskin takia heitettävä pois. Kuluttajien omien aistien käyttö on päiväysmerkintöihin liittyvä arkielämän rutiini, joka liittyy selkeästi kuluttajan toimintakykyyn.



**Kuvio 2 Päiväysmerkintöihin liittyvien emootioiden dynamiikka**

Kun tarinoita tarkastellaan juonen etenemisen kannalta, niissä edetään usein ongelmatilanteesta ja mahdollisesta suuttumuksesta ratkaisun kautta tyytyväisyyteen. Tarinoiden perusteella kuluttajat saavat mielihyvää tilanteista, joissa he aktiivisuudellaan ja toimintakykynsä käyttämisellä kykenevät ajamaan omia oikeuksiaan kuluttajana tai ratkaisemaan pulmatilanteita. Kuvio 2 kuvaakin pelkistetysti päiväysmerkintöihin liittyvän mielihäpän ja mielihyvän kokemiseen. Siinä keskeiset

mielipahan lähteet, suunnitelmien rajoittuminen, kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu sekä ajan, vaivan ja rahan tuhlaantuminen, muuttuvat kuluttajan aktiivisen toiminnan ansiosta mielihyväksi. Taulukossa 5 havainnollistetaan dynamiikan ilmenemistä tarinoissa esimerkein.

**Taulukko 5 Esimerkkejä emootioiden dynamiikasta**

		MIELIPAHA	AKTIIVISUUS	MIELIHYVÄ
kauppa	1.	hyllyssä ei tarjolla tarpeeksi tuoreita pakkauksia, häittää ruoanlaittosuunnitelmaa	toisen tuotteen valinta tai hyllyjen kaivaminen	pitkään säilyvän tuotteen löytäminen, ruoanlaittosuunnitelman säilyminen
	2.	hyllyssä vanhentunut tuote	myyjän etsiminen	palkkion ja anteeksipyyntönsä saaminen
	3.	hyllyssä ei tarjolla tarpeeksi tuoreita pakkauksia, täytyy tulla kauppaan pian uudelleen	toisen tuotteen valinta tai hyllyjen kaivaminen	pitkään säilyvän tuotteen löytäminen, ruoanlaittosuunnitelman säilyminen
koti	1.	pakko käyttää tuote esim. samana päivänä päiväyksen takia	tuotteen pakastaminen tai ruskistaminen etukäteen, tuotteen kekseliäs käyttö	ruoanlaittosuunnitelman vapautuminen, perheen ilahduttaminen, ruoan onnistuminen
	2.	kaupassa myyty vanhentunut tuote	tuotteen palauttaminen tai palautteen antaminen	palkkion ja anteeksipyyntönsä saaminen
	3.	vanhentunut tuote heitettävä pois, palattava kauppaan tai tehtävä muuta ruokaa	toisen ruokalajin keksiminen	ruoan onnistuminen

1. = suunnitelmien ja toimintakyvyn rajoittuminen

2. = kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelu

3. = ajan, rahan ja vaivan tuhlaantuminen

Esimerkkituotteissa mielipahan, kuluttajan aktiivisuuden ja mielihyvän ilmenemistavoilla on erilaisia painotuksia. Painotukset huomioon ottamalla voidaan kaupan ja elintarvikevalmistajien toimintaa suunnitella juuri tietyille tuotteille oikealla tavalla.

## 6.2 Tulosten merkitys

Tutkimuksen keskeisin havainto niin alan tutkimuksen kuin käytännönkin kannalta on kuluttajan oman aktiivisen toiminnan korostuminen päiväysmerkintöjen herättämissä tunteissa. Päiväysmerkintöihin liittyy paljon kielteisiä tunteita, mutta kuluttajan oma

aktiivisuus on avain niiden muuttamiseen myönteisiksi. Jos päiväysmerkintöjen kielteisiä mielikuvia pystytään viestinnällä ja kuluttajan aktivoinnilla vähentämään, voidaan parantaa pian vanhenevien tuotteiden myyntiä ja vähentää hävikkiä. Kirjallisuuskatsauksessa esitellyistä elintarvikkeiden kuluttamisen suuntauksista esimerkiksi uusnuukuuteen liittyen näyttää tämän tutkimuksen perusteella liittyvän selvästi kuluttajan oma toiminta: alennushinnan neuvottelu itse tai jokin muu kustannustehokkaan ratkaisun keksiminen ovat keskeisiä mielihyvän lähteitä. Ekologinen suuntaus taas korostuu kaupan ja kuluttajan vastakkainasetteluna.

Vastakkainasettelun asetelma ei kuitenkaan ole paras mahdollinen kuluttajan luottamuksen vahvistamisen kannalta, koska kuluttajien luottamus riskienhallintaan kytkeytyy kuluttajan ja elintarvikkeiden riskien hallinnan henkilöiden arvojen samankaltaisuuteen (van Kleef et al. 2006, 61). Kaupan tulisi siis viestiä samankaltaisia arvoja ja intressejä kuin kuluttajilla yleisesti on. Asiakkaan oikeudet, tuotteiden kotimaisuus ja kaupan ekologisuus, ruoanlaiton suunnitelmallisuus, elintarvikkeiden ja niiden ostamisen helppous, kätevyys ja edullisuus sekä perhe ovat aiheita, joita tulee korostaa elintarvikkeisiin ja niiden päiväysmerkintöihin liittyvässä viestinnässä.

On hyvä muistaa, että esimerkiksi suunnitelmallisuuteen liittyä tämän tutkimuksen perusteella runsaasti emootioita, kun aiemmin sen on tulkittu liittyvän esimerkiksi järkipäiseen terveysvaarojen välttämiseen (Järvelä 1998, 25). Kun kuluttajan ruoanlaittosuunnitelma muuttuu yllättäen vaikkapa siksi, ettei kaupassa myydä tarpeeksi tuoretta jauhelihaa, tilanteeseen voi liittyä huomattavaa harmistumista. Esimerkiksi tällaisessa tilanteessa on tärkeää, että kuluttajalle annetaan mahdollisuus ratkaista tilanne antamalla vaihtoehtoisia ruokaideoita tai vinkkejä tuotteiden säilyvyyden pidentämiseksi, mikäli kyseisen tuotteen kohdalla varsinaisen hyllyajan pidentäminen ei ole mahdollista. Tämä antaa kuluttajalle ongelmanratkaisukyvyyn kautta mielihyvän tunteen.

Kuluttajien kokemus siitä, että he pystyvät itse hallitsemaan ruokaan liittyviä riskejä, saavat ruokaan liittyvät riskit vaikuttamaan kuluttajan näkökulmasta pienemmiltä (Yeung & Morris 2001, 176). Samoin kuluttajien aktivointi tuo kuluttajille tämän tutkimuksen perusteella mielihyvää. On siis todella tärkeää, että kuluttajaa tiedotetaan elintarvikkeiden päiväysmerkintäkäytännöistä elintarvikeketjussa ja että heille saadaan

aikaan vahva tunne heidän omasta arviointikyvystään. Kuluttajille tulee viestinnässä antaa vinkkejä mahdollisten päiväysmerkintöihin liittyvien pulmatilanteiden ratkaisemiseksi. Kuluttajalle tulee antaa keinot arvioida itse tuotteen käyttökelpoisuutta entistä paremmin. Kun vinkit yhdistetään kuluttajien intressejä tukeviin viesteihin, saadaan kuluttajille sekä mielihyvää heidän omasta toimintakyvystään että mielikuva siitä, että kauppa on samalla puolella kuluttajan kanssa, ei tätä vastaan.

Kirjallisuuskatsauksessa esiteltiin kuluttajien keinoja vähentää riskejä. Yeungin ja Morrisin (2001, 172) mukaan keinoja ovat tuotteen ostamisen vähentäminen, sen korvaaminen toisella tuotteella tai tuotteen oston lykkääminen. Tämän tutkimuksen perusteella keinojen käyttö voi olla kuluttajille hyvin emotionaalisesti palkitsevaa. Silloin he ratkaisevat tilanteen käyttämällä omaa ongelmanratkaisukykyään. Esimerkiksi tuoreemman pakkauksen kaivaminen hyllyn takaosasta tai pidempään säilyvän vaihtoehdoisen tuotteen valitseminen voi tuottaa kuluttajalle mielihyvää. Kun halutaan välttää sitä, että aiemmin vanhenevat paketit jäävät kaupan hyllyille tuoreempien kadotessa hyllyn takaosasta, myös hyllyn etuosan paketeista on tehtävä houkuttelevia. Niistä tulee tehdä ratkaisuja kuluttajan pulmatilanteisiin sen sijaan että niiden päiväysmerkinnät olisivat pelkkiä toiminnan rajoitteita.

Tuotteiden hinnanalennusten lisäksi kuluttajan riskin kokemista voidaan pienentää esimerkiksi antamalla ohjeita tuotteiden pakastamiseen tai ideoita pian vanhenevien tuotteiden käyttämiseen. Kauppa voi myös vedota vaikkapa ekologisuuteen, jolloin kuluttajat voisivat esimerkiksi kerätä ekologisuuspisteitä aina ostaessaan pian vanhenevia tuotteita. Tietystä pistemäärästä kuluttaja saisi palkkion. Tällainen kampanja antaisi kuluttajalle mahdollisuuden vaikuttaa aktiivisesti ympäristönsuojeluun ja vähentäisi kaupan ja kuluttajan vastakkainasettelua. Kuluttajan ei myöskään tarvitsisi maksaa ylimääräistä ekologisemmasta kuluttamisesta, mikä usein on tilanne esimerkiksi luomutuotteissa.

Ruokavinkkien ja säilytysohjeiden antaminen on erityisen keskeistä jauhelihan kanssa, koska ruoanlaiton suunnitelmallisuus painottuu erityisesti jauhelihasa. Jauhelihaan liittyy myös erityisesti kaupan rehellisyyden epäily, joten kaupan on tärkeää lisätä kuluttajan luottamusta. Vanhentuneen paketin löytäminen aiheuttaa erityisen paljon tuotumista juuri jauhelihasa, ja toisaalta kaupan ja kuluttajan vastakkainasettelu

vahvistaa pelillisyyttä vanhentuneen paketin löytämisessä. Kauppiaan ajatellaan olevan ahdingossa maineensa varjelemisessa. Kaupan tulee viestiä avoimesti jauhelihan käsittelykäytännöistä ja hyllyajoista, jotta kuluttajien luottamus kauppaa kohtaan lisääntyy.

Vanhentuneen paketin löytämisestä olisi hyvä tehdä myönteinen asia lupaamalla avoimesti asiakkaille korvaus päiväyksen ylittäneen jauhelihapaketin löytyessä. Kun kuluttajat eivät saa mielipahaa vanhentuneen paketin löytämisestä, jännite kuluttajan ja kaupan välillä pienenee eikä kuluttajalla ole tarvetta nähdä kauppaa vastustajanaan. Jauhelihan kohdalla korostuu myös epävarmuus sen käyttökelpoisuuden arvioinnissa. Terveysriskit ovat keskeisiä nimenomaan jauhelihan käyttökelpoisuuden arvioinnissa. Kuluttajien valistus jauhelihan käytöstä onkin ensiarvoisen tärkeää, jotta heille saadaan luotua toimintakyvyn ja tilanteen hallinnan tunnetta.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että maidon ja jauheliijan päiväysmerkintöihin liitetään osittain erilaisia merkityksiä, joten myös kaupan on hyvä korostaa viestinnässään eri asioita niiden yhteydessä. Toisin kuin jauhelihassa, maidossa korostuu intressinä ja mielihyvän lähteenä hinta. Alennetun hinnan puute tuottaa kuluttajalle mielipahaa, ja sen saaminen puolestaan mielihyvää. Järjestelmällinen alennushinnoittelu onkin erityisen tärkeää pian päiväyksensä ylittävissä maitotölkeissä. Toisaalta erityisesti maitoon liittyen mielihyvää tuottaa jo päiväyksen ylittäneen tai sen pian ylittävän maidon kekseliäs hyödyntäminen. Kuluttajille tuleekin antaa vinkkejä myös päiväyksensä ylittäneen maidon käyttömahdollisuuksista. Maidon kohdalla voitaisiin esimerkiksi antaa alennusta useamman tölkin ostajalle samalla, kun tarjotaan vinkkejä maidon kekseliäiseen käyttöön. Tällöin kuluttaja kokee jälleen vahvaa toimintakykyä sekä mielihyvää saamastaan edullisesta hinnasta.

### **6.3 Jatkotutkimusmahdollisuudet**

Tutkimus tarjoaa useita mahdollisuuksia jatkotutkimukselle. Tutkimus on laadullinen, ja tehdyt johtopäätökset pätevät ensisijaisesti vain analysoituun aineistoon. Aineiston keskeiset merkitykset, päiväysmerkintöihin liittyvät emootiot ja niiden yhteys kuluttajan omaan aktiivisuuteen, vaativatkin lisätutkimusta. Niiden keskeisyyttä kuluttajan

käyttäytymistä olisi hyvä tutkia tilastollisesti. Esimerkiksi kuluttajan kokema arvo voisi olla jatkotutkimuksessa antoisa näkökulma.

Tässä tutkimuksessa on tutkittu elintarvikkeista vain jauhelihaa ja maitoa, joten päiväysten merkitysten painotukset muissa tuotteissa, esimerkiksi leivässä tai valmisruoissa, on kiinnostava tutkimuskohde. Erityisesti jauhelihassa tulee esiin se, että kaupoissa on sekä kaupan itse jauhamaa jauhelihaa että toimittajan valmiiksi jauhamaa ja pakkaamaa jauhelihaa. Kaupassa jauhettuun jauhelihaan lisää päiväysmerkinnän kauppa ja valmiiksi pakattuun jauhelihaan sen valmistaja. Hyvä tutkimuksen kohde olisi verrata kuluttajien ajatuksia valmiiksi tehtaalla pakatun ja kaupan pakkaaman ruoan päiväysmerkinnöistä ja turvallisuudesta. Lisäksi tutkimus eri ikäryhmien päiväysmerkintöihin liittämistä merkityksistä toisi hyödyllisen näkökulman aiheeseen. Myös eri-ikäisten lasten käsitysten tutkiminen toisi ymmärrystä siihen, miten ja mistä päiväysmerkinnät opitaan.

Mielenkiintoista olisi tutkia kuluttajien käsityksiä päiväysmerkintäkäytännöistä esimerkiksi ryhmähaastattelun keinoin, mikä sallisi odottamattomienkin asioiden esille tulon. Lisäksi olisi hyödyllistä tutkia päiväysmerkintöjä kauppojen henkilökunnan näkökulmasta, jolloin voitaisiin hahmottaa kuluttajien ja kaupan henkilökunnan päiväysmerkintäkäsitysten eroja ja löytää työkaluja kaupan ja asiakkaan vastakkainasettelun purkamiseksi. Kaupan imagon varjelu esiintyy tutkimuksessa selvästi. Koska aihe on ollut myös mediassa vahvasti esillä viime aikoina, vanhenevien tuotteiden suhde kaupan imagoon on myös relevantti jatkotutkimuksen aihe.

## LÄHTEET

### Kirjallisuus

- Acebrón, L. B. & Dopico, D. C. 2000. The importance of intrinsic and extrinsic cues to expected and experienced quality: an empirical application for beef. *Food Quality and preference*, 11, 229–238.
- Ahmed, A., Ahmed, N. & Salman, A. 2005. Critical issues in packaged food business. *British Food Journal*, 107 (10), 760–780.
- Arndt, J. 1985. On making marketing science more scientific: Role of orientations, paradigms, metaphors, and puzzle solving. *Journal of Marketing*, 49 (Summer 1985), 11–23.
- Arnold, M. J. & Reynolds, K. E. 2003. Hedonic shopping motivations. *Journal of retailing*, 79 (2), 77–95.
- Cooper, D. E. 2003. *Meaning*. Chesham: Acumen Publishing Limited.
- Coulson, N. S. 2000. An application of the stages of change model to consumer use of food labels. *British Food Journal*, 102 (9), 661–668.
- Daiute, C. 2004. Creative uses of cultural genres. Teoksessa Daiute, C. & Lightfoot, C. (toim.) *Narrative analysis: studying the development of individuals in society*. Thousand oaks, California: Sage publications, Inc., 111–133.
- Damen, F. W. M. & Steenbekkers, L. P. A. 2007. Consumer behaviour and knowledge related to freezing and defrosting meat at home. *British Food Journal*, 109 (7), 511–518.
- De Boer, M., McCarthy, M., Brennan, M., Kelly, A. L. & Ritson, C. 2005. Public understanding of food risk issues and food risk messages on the island of Ireland: The views of food safety experts. *Journal of food safety*, 25 (4), 241–265.
- Eskola, J. 1997. *Eläytymismenetelmäopas*. Tampere: Taju.
- Eskola, J. 1998. *Eläytymismenetelmä sosiaalitutkimuksen tiedonhankintamenetelmänä*. Tampere: Taju.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Frewer, L. J., Scholderer, J. & Bredahl, L. 2003. Communicating about the risks and benefits of genetically modified foods: The mediating role of trust. *Risk analysis*, 23 (6), 1117–1133.
- Harcar, T. & Karakaya, F. 2005. A cross-cultural exploration of attitudes toward product expiration dates. *Psychology & Marketing*, 22 (4), 353–371.

- Hirn, J., Poutiainen-Lindfors, U., Niemi, V. & Pakkala, P. 2005. Elintarvikkeiden turvallisuus. Teoksessa Turunen, S., Sario, T., Tainio, R., Luukko, M. & Leino, T. (toim.) Kuluttajan käsikirja. Helsinki: Edita, 208–215.
- Houghton, J. R., van Kleef, E., Rowe, G. & Frewer, L. J. 2006. Consumer perceptions of the effectiveness of food risk management practices: A cross-cultural study. *Health, Risk & Society*, 8 (2), 165–183.
- Jokinen, P. & Puupponen, A. 2006. Paikallisuus kestävän ruoantuotannon perustana? Teoksessa Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) Ruokakysymys: näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 113–130.
- Järvelä, K. 1998. Kuluttajien mielipiteet elintarvikkeisiin liittyvistä terveysvaaroista ja elintarvikevalvonnasta. Helsinki: Edita.
- Järvelä, K. 2004. Yksinkertaista ja toimivaa – Kuluttajien näkemyksiä päivittäistavarapakkauksista. Helsinki: Pakkausteknologia –PTR ry.
- Korpi, J. 2000. Kuluttajan tarvitseman oleellisen tiedon varmistaminen. Helsinki: Edita.
- Laaksonen, P., Laaksonen, M. & Leipämaa, H. 2002. Consumers' orientation to food and eating. Vaasa: University of Vaasa / Publications Unit.
- Lawler, S. 2002. Narrative in social research. Teoksessa May, T. (toim.) *Qualitative research in action*. London: Sage publications Ltd, 242–258.
- Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma. Tampere: Vastapaino.
- Lähteenmäki-Uutela, A. 2007. Elintarviketurvallisuus. Helsinki: Edita.
- Mahon, D. & Cowan, C. 2004. Irish consumers' perception of food safety risk in minced beef. *British Food Journal*, 106 (4), 301–312.
- Massa, I., Lillunen, A & Karisto, A. 2006. Ruokaan liittyvät uudet merkitykset. Teoksessa Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) Ruokakysymys: näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 156–182.
- May, T. (toim.) 2002. *Qualitative research in action*. London: Sage publications Ltd.
- McDowell, J. 1998. *Meaning, knowledge and reality*. Cambridge, Massachusetts: Harvard university press.
- Mitchell, V-W. 1998. A role for consumer risk perceptions in grocery retailing. *British Food Journal*, 100 (4), 171–183.
- Mitchell, V-W. 1999. Consumer perceived risk: conceptualisations and models. *European Journal of Marketing*, 33 (1/2), 163–195.



- Mononen, T. 2006. Yhteiskuntatieteellisen elintarviketutkimuksen linjoja. Teoksessa Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) *Ruokakysymys: näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 26–52.
- Mononen, T. & Silvasti, T. 2006. *Ruokakysymys: näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Peters-Teixeira, A. & Badrie, N. 2005. Consumers' perception of food packaging in Trinidad, west Indies and its related impact on food choices. *International Journal of Consumer Studies*, 29(6), 508–514.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Scholderer, J., Brunso, K. & Olsen, S. O. 2007. European consumers' use of and trust in information sources about fish. *Food Quality and Preference*, (18), 1050–1063.
- Polkinghorne, D. E. 1995. Narrative configuration in qualitative analysis. Teoksessa Hatch, J. A. & Wisniewski, R. (toim.) *Life history and narrative*. London: The Falmer Press, 5–24.
- Ramanathan, R. 2006. Stocking and discounting decisions for perishable commodities using expected profit approach. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34 (2), 172–184.
- Sayre, S. 2001. *Qualitative methods for marketplace research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Siegrist, M. & Cvetkovich, G. 2000. Perception hazards: The role of social trust and knowledge. *Risk analysis*, 20 (5), 713–719.
- Silayoi, P. & Speece, M. 2004. Packaging and purchase decisions: An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*, 106 (8), 607–628.
- Silverman, D. 2006. *Interpreting qualitative data*. London: Sage publications Ltd.
- Tsiros, M. & Heilman, C. M. 2005. The effect of expiration dates and perceived risk on purchasing behavior in grocery store perishable categories. *Journal of Marketing*, 69 (2), 114–129.
- Van Donselaar, K., van Woensel, T., Broekmeulen, R. & Fransoo, J. 2006. Inventory control of perishables in supermarkets. *International Journal of Production Economics*, 104 (2), 462–472.
- Van Kleef, E., Frewer, L. J., Chryssochoidis, G., Houghton, J. R., Korzen-Bohr, S., Krystallis, T., Lassen, J., Pfenning, U. & Rowe, G. 2006. Perceptions of food risk management among key stakeholders: Results from a cross-European study. *Appetite*, 47 (1), 46–63.

Van Kleef, E., Houghton, A., Krystallis, A., Pfenning, U., Rowe, G., van Dijk, H., van der Lans, I. A. & Frewer, L. J. 2007. Consumer evaluations of food risk management quality in Europe. *Risk analysis*, 27 (6), 1565–1580.

Yeung, R. M. W. & Morris, J. 2001. Food safety risk: Consumer perception and purchase behaviour. *British Food Journal*, 103 (3), 170–186.

#### Muut painetut lähteet

Elintarvikelain mukainen omaoivalvonta 1998. Elintarvikeviraston julkaisu. Helsinki.

Hennessy, T. 1998. Where category management really counts. *Progressive grocer* 77 (2), 63–66.

Kaaria, S. 2008. Roskikseen, alennusmyyntiin vai hyväntekeväisyyteen? Helsingin sanomat 20.2.2008, D2.

Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä 2004. Suomen säädöskokoelma, 13.12.2004, 2916–2930. Helsinki: Edita prima oy.

Kelola, K. 2007. Suomessakin on yritetty huijata jauhelihallalla. Helsingin Sanomat 13.12.2007, B7.

Merkintä uutiset, Meckelborg Oy:n asiakaslehti 2/2006. Meckelborgin neljä vuosikymmentä – merkinnät kiinteästi mukana elämänmenossa.

Tuoreen lihan ja raakavalmisteiden säilyvyysmerkinnät ja säilyvyyden varmistaminen. Päivittäistavarakauppa ry:n, Elintarviketeollisuusliiton ja Suomen kalakauppiasliitto ry:n julkaisu 2007. Helsinki.

Toivanen, J. 2008. Stockmann päiväsi lihapullapaketit uudelleen. Helsingin Sanomat 22.4.2008, B5.

Whitworth, M. 2001. Shoppers in a mix over ‘best before’ dates. *Food Manufacture* 76 (3), 10.

#### WWW-sivut

Gogoi, P. 2006. The truth about food expiration dates. *Business Week Online*. 00077135, 10/4/2006. Tulostettu 18.12.2007. <[http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/content/oct2006/db20061002\\_959305.htm?campaign\\_id=rss\\_topStories](http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/content/oct2006/db20061002_959305.htm?campaign_id=rss_topStories)>.

Suomi24. Internet-keskustelua Suomi24-sivustolla. Tulostettu 22.4.2008. <[http://keskustelu.suomi24.fi/show.fcgi?category=5000000000000002&conference=664&posting=22000000031284090&view\\_mode=threaded](http://keskustelu.suomi24.fi/show.fcgi?category=5000000000000002&conference=664&posting=22000000031284090&view_mode=threaded)>.

Taloussanomat a. Suomessakin on huijattu jauhelihalla. Taloussanomien internetsivusto 13.12.2007. Uutiset, lukijoiden kommentit. Tulostettu 4.1.2008. <<http://www.taloussanomat.fi/kauppa-ja-kulutustavarat/2007/12/13/Suomessakin+on+huijattu+jauhelihalla/200731679/382>>.

Taloussanomat b. Stockmann pyytää anteeksi. Taloussanomien internetsivusto 22.4.2008. Etusivu, pääuutiset. Tulostettu 22.4.2008. <[http://www.taloussanomat.fi/sivu.php?page\\_id=1](http://www.taloussanomat.fi/sivu.php?page_id=1)>.

## **LIITE 1: Kehyskertomuksen variaatiot**

### **Variaatio 1:**

Alla on lyhyt tarinan alku. Käytä vapaasti mielikuvitustasi ja kirjoita tarinalle jatko!

*Henkilö on ostoksilla ruokakaupassa. Hän ottaa hyllyltä tölkin maitoa. Hän vilkaisee tölkin parasta ennen -merkintää ja huomaa, että*

### **Variaatio 2:**

Alla on lyhyt tarinan alku. Käytä vapaasti mielikuvitustasi ja kirjoita tarinalle jatko!

*Henkilö on ostoksilla ruokakaupassa. Hän ottaa hyllyltä paketin jauhelihaa. Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että*

### **Variaatio 3:**

Alla on lyhyt tarinan alku. Käytä vapaasti mielikuvitustasi ja kirjoita tarinalle jatko!

*Henkilö on kotona laittamassa ruokaa. Hän ottaa jääkaapista tölkin maitoa. Hän vilkaisee tölkin parasta ennen -merkintää ja huomaa, että*

### **Variaatio 4:**

Alla on lyhyt tarinan alku. Käytä vapaasti mielikuvitustasi ja kirjoita tarinalle jatko!

*Henkilö on kotona laittamassa ruokaa. Hän ottaa jääkaapista paketin jauhelihaa. Hän vilkaisee paketin viimeinen käyttöpäivä -merkintää ja huomaa, että*