



Take away -pakkausratkaisun tulevaisuuden ominaisuudet

TP 1 taustakartoitus: kuluttajakysely ja innovointityöpaja

Nina Kukkasniemi

RAPORTTI (TP1, osa b)
Tammikuu 2022

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	3
2	KULUTTAJAKYSELY	4
2.1	Menetelmä	4
2.2	Osallistujat.....	5
2.3	Kuluttajakyselyn tulokset.....	6
2.3.1	Noutoruoan tilausprosessi ja kuluttajan ruokailutottumukset	7
2.3.2	Pakkausten ominaisuudet ja käyttäjälähtöisyys.....	11
2.3.3	Pakkausten lajittelu ja kiertotaloutta edistävät ratkaisut.....	20
2.3.4	Pakkausten älyominaisuudet.....	25
3	INNOVATIONITYÖPAJA 1	28
3.1	Menetelmä ja osallistujat.....	28
3.2	Tuotokset vai tulokset.....	28
4	POHDINTA	30
	LIITTEET.....	34
	Liite 1. Kuluttajakysely: Minä take away -ruokapakkausten kuluttajana, kyselylomake.....	34

1 JOHDANTO

Tämä raportti on yhteenveto työpakettiin 1 (TP1) kuuluvasta taustakartoituksesta (Q2-Q4/2021), sen kuluttajakyselyn ja innovointityöpaja 1 osalta. RUOKO-hankkeessa toteutettiin kuluttajakysely e-kyselynä otsikolla ”Minä take away -ruokapakkausten kuluttajana” 27.9.2021-31.10.2021 välisenä aikana. Kuluttajakyselyn tarkoituksena oli kerätä tietoa take away- pakkauskokemuksista sekä kuluttajien toiveista ja tarpeista. Tulosten analysoinnilla on tarkoitus kartoittaa pakkausten hyviä ja huonoja ominaisuuksia take away-ruokien pakkaamisessa ja toimittamisessa, yrityksen ja kuluttajan näkökulmista. 13.12.2021 järjestettiin innovointityöpaja 1, jonka taustamateriaalina kuluttajakyselyn tuloksia käytettiin. Pirkanmaalla huonontuneen COVID-19 tilanteen vuoksi TP 1 taustakartoituksen toimenpiteet toteutettiin etätyökaluja hyödyntämällä.

RUOKO-hankkeen tavoitteena on laajalla yritysysteistyöllä kehittää take away -ruokapakkauksille ympäristöystävällisiä pakkausmateriaaleja ja uusia kierrätysratkaisuja. Hankkeeseen on saatu rahoitusta Euroopan aluekehitysrahastosta (EAKR) 2014-2020 (Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020, Suomen rakennerahasto-ohjelma). Kuluttajakyselyn ja erillisessä raportissa raportoitujen yrityshaastatteluiden tulosten pohjalta luodaan viitekehys, joka ohjaa hankkeen toimenpiteitä sekä laaditaan yhteenveto, jossa pyritään löytämään kustannusten ja kiertotalouden tavoitteiden sekä loppukäyttäjätöimivuuden kannalta optimaalisimpia take away -pakkausratkaisuja.

Raportti esittelee sekä kuluttajakyselyn että innovointityöpajan tuloksia. Luvussa kaksi esitellään kyselytutkimuksen menetelmä, osallistujat ja tulokset. Luvussa kolme esitellään innovointityöpajan menetelmä, osallistujat ja tulokset. Luku neljä kokoaa yhteen kyselytutkimuksen ja innovointityöpajan tulokset ja johtopäätökset. Osallistujien ja heidän yritystensä nimiä ei julkaista raportissa.

2 KULUTTAJAKYSELY

Tässä osiossa esitellään ja vedetään yhteen kuluttajakyselyn tuloksia. 382 kuluttajaa vastasi ” Minä take away -ruokapakkausten kuluttajana” e-lomakkeella syys-lokakuussa 2021 toteutettuun kyselyyn. Kyselyssä huomioitiin hankkeen tavoitteet liittyen käyttäjälähtöisiin pakkauksiin, älyominaisuuksiin, tuoteturvallisuuteen ja kestäviin kiertotaloutta edistäviin pakkausratkaisuihin.

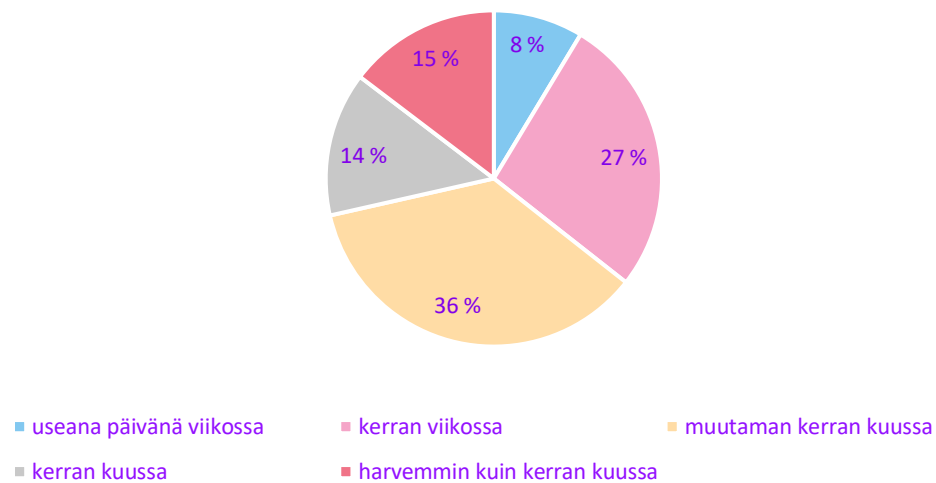
2.1 Menetelmä

Kyselyn sekä erillisessä raportissa raportoitujen yrityshaastatteluiden tavoitteena oli selvittää käytössä olevista pakkausratkaisuista niiden nykyisiä ominaisuuksia ja toiminnallisuutta. Tarkoituksena oli selvittää vastaajien mielikuvia siitä, mistä materiaaleista pakkaus koostuu, miten se kierrätetään, millaisia merkintöjä tai tietoja pakkauksessa on kuluttajan ohjeistamiseen. Lisäksi kysyttiin, miten pakkaus säilyttää toimitettavan elintarvikkeen lämpötilan, tarkoituksen mukaisesti joko kylmänä tai kuumana. Kysyttiin, miten helposti pakkaus on avattavissa tai tarvittaessa uudelleen suljettavissa tai litistettävissä tulevaa kierrätystä odottamaan. Taustakartoituksessa otettiin huomioon, näkyykö pakkauksessa myös tiedot sisällöstä, ainesosaluettelo sekä allergeenit.

Kysely laadittiin hanketyöntekijöiden yhteistyönä. Kyselylomake toteutettiin e-lomakkeena. Kysely jaettiin hankkeessa mukana olevien yritysten edustajille sekä hankkeen nettisivuilla ja Tampereen korkeakouluyhteisön intra-tiedotteessa. Kyselylomaketta jaettiin myös hanketoimijoiden toimesta sekä sosiaalisen median kanavissa kuten Linked-in ja Facebook.

Vastaajia pyydettiin kertomaan kuinka usein he ostavat take-away ruokaa keskimäärin. Vastausten relevanssista RUOKO-hankkeen taustadatan puoltaa se, että kuluttajaryhmästä yli 70 % vastaajista nauttii noutoruokaa useana päivänä viikossa, kerran viikossa tai muutaman kerran kuussa. Kuvio 1 esittää suurimman osan vastaajista ostavan take-away ruokaa muutaman kerran kuussa (36 %) tai kerran viikossa (27 %).

Vastaajien take-away ruoan keskimääräinen ostotiheys



KUVIO 1. Vastaajien take-away ruoan keskimääräinen ostotiheys.

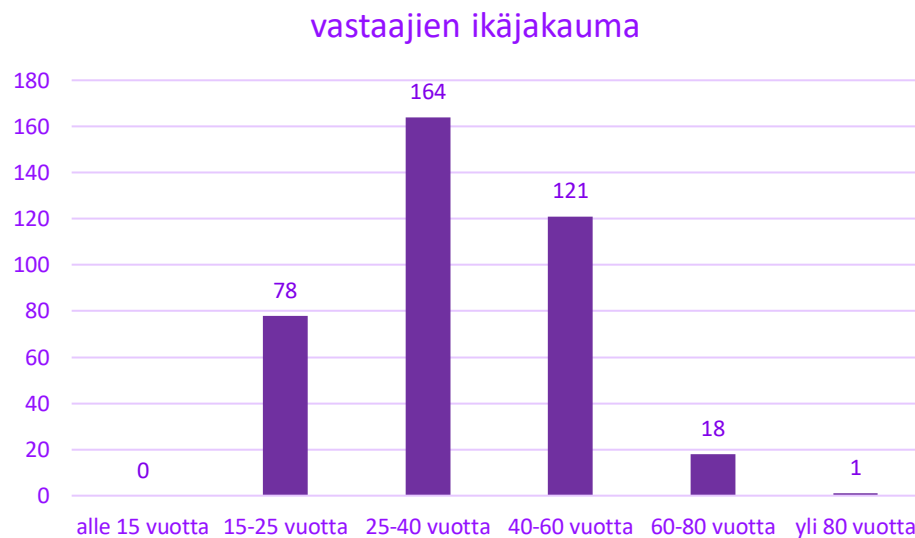
2.2 Osallistujat

Kuluttajakyselyyn osallistui 382 kuluttajaa. Kyselyn e-lomakkeella oli mahdollista vastata sekä suomeksi että englanniksi. Kyselyä jaettiin lähinnä Pirkanmaalaisille kuluttajille (Tamkin intran kautta sekä Tamkin nettisivujen ja hankkeen nettisivujen kautta), mutta varsinaista alueellista rajausta kyselyyn ei tehty. Kuviossa 2 on esitetty vastaajan elämäntilanne. Suurin osa vastaajista oli joko opiskelijoita tai työssäkäyviä kuluttajia. 61 % vastaajista oli työssäkäyviä ja 34 % opiskelijoita.



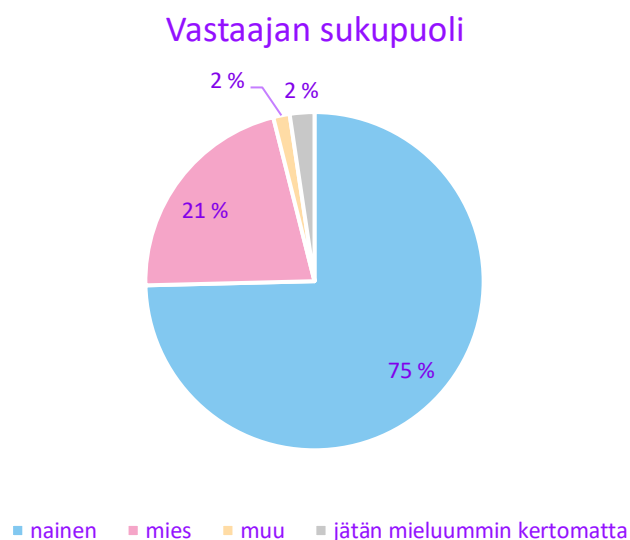
KUVIO 2. Vastaajan elämäntilanne.

Kuviossa 3 on esitetty vastaajien ikä. Kyselyyn vastanneista suurin osa asettui iältään 15-60 vuotiaisiin. Vastaajista 25-40 vuotiaita oli 43 % , 40-60 vuotiaita 32 %, 15-25 vuotiaita 20 %, 60-80 vuotiaita 5 %. Alle 15 vuotiaita ei vastannut kyselyyn ja yli 80 vuotiaita vastasi yksi.



KUVIO 3. Vastaajien ikäjakauma.

Suuriosa vastaajista kertoi sukupuolekseen nainen (75%). Vastaajien sukupuolijakauma on esitetty kuviossa 4.



KUVIO 4. Vastaajan sukupuoli.

2.3 Kuluttajakyselyn tulokset

Kyselyssä keskityttiin kuluttajan tilausprosessiin ja noutoruoan ruokailutottumuksiin, pakkausten ominaisuuksiin ja käyttäjälähtöisyyteen, pakkausten lajitteluun ja pakkausten kiertotalouteen, pakkauksen välittämään informaatioon sekä pakkausten älyominaisuuksiin.

2.3.1 Noutoruoan tilausprosessi ja kuluttajan ruokailutottumukset

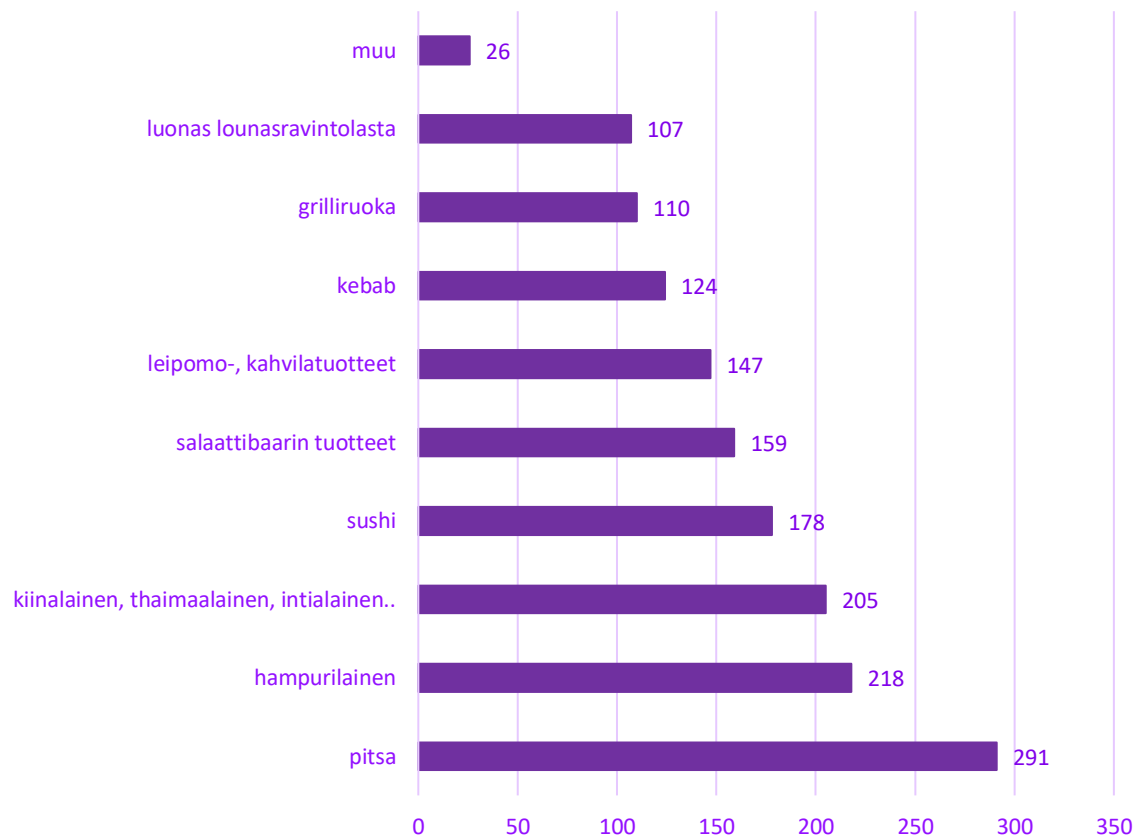
Kuvio 5 esittelee vastaajien tottumukset tilanteista, joissa he ostavat take away -ruokaa, vastaajilla oli mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja. Noudettuna kotiin (281 kpl), kotiin kuljetettuna (191 kpl), matkalla jonnekin (176 kpl) ja kiireessä (146 kpl) ovat yleisimmät syyt noutoruoan ostamiseen.



KUVIO 5. Miten tai millaisessa tilanteessa ostat ja syöt take away -ruokaa? (Voit valita useita vaihtoehtoja).

Kuvio 6 esittelee vastaajien tyypillisimmin ostamia noutoruokavaihtoehtoja, vastaajilla oli mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja. Suosituimpien ruokien joukossa ovat pizza (291 kpl), hampurilaiset (218 kpl), sushi (178 kpl) sekä kiinalainen, intialainen tai thaimaalainen ruoka (205 kpl).

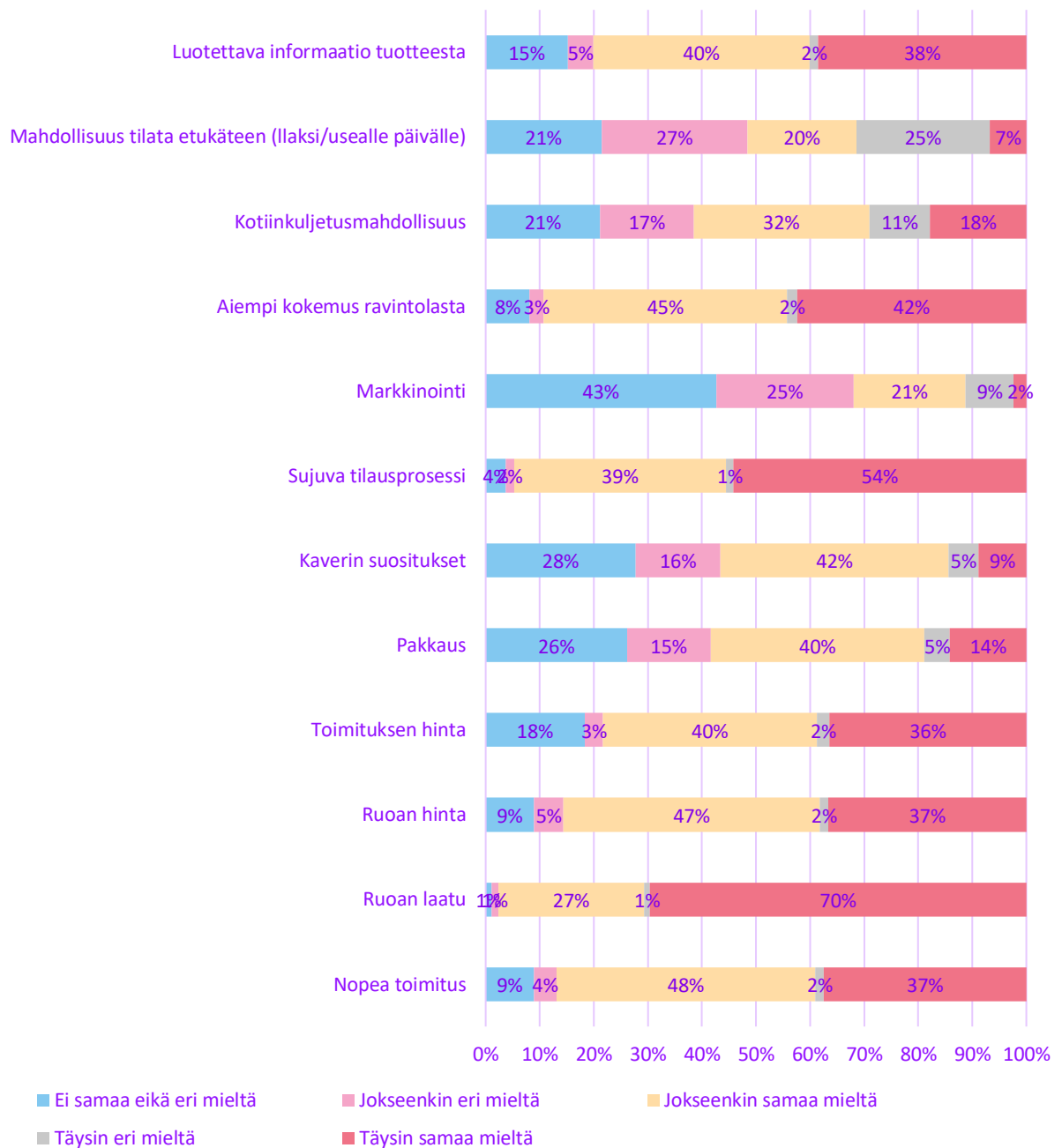
Vastaajien suosimat noutoruokakategoriat



KUVIO 6. Take away ruoista ostan... (Voit valita useita vaihtoehtoja).

Vastaajia pyydettiin arvioimaan likert-asteikolla (täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä) mikä heille on tärkeää take away -ruokaa ostettaessa (kuvio 7). Mieliäpidettä kysyttiin nopeasta toimituksesta, ruoan laadusta, ruoan hinnasta, toimituksen hinnasta, pakkauksesta, kaverin suosituksista, sujuvasta tilausprosessista, aiemmasta kokemuksesta, kotiinkuljetusmahdollisuudesta, mahdollisuudesta tilata etukäteen sekä luotettavasta informaatiosta tuotteesta. Tärkeimmiksi vaikuttaviksi tekijöiksi vastaajat kokivat ruoan laadun (70 % täysin samaa mieltä), sujuvan tilausprosessin (54 % täysin samaa mieltä), sekä aiemman kokemuksen ravintolasta (42 % täysin samaa mieltä). Vähiten merkitystä koettiin olevan markkinoinnilla, kaverin suosituksilla sekä pakkauksella.

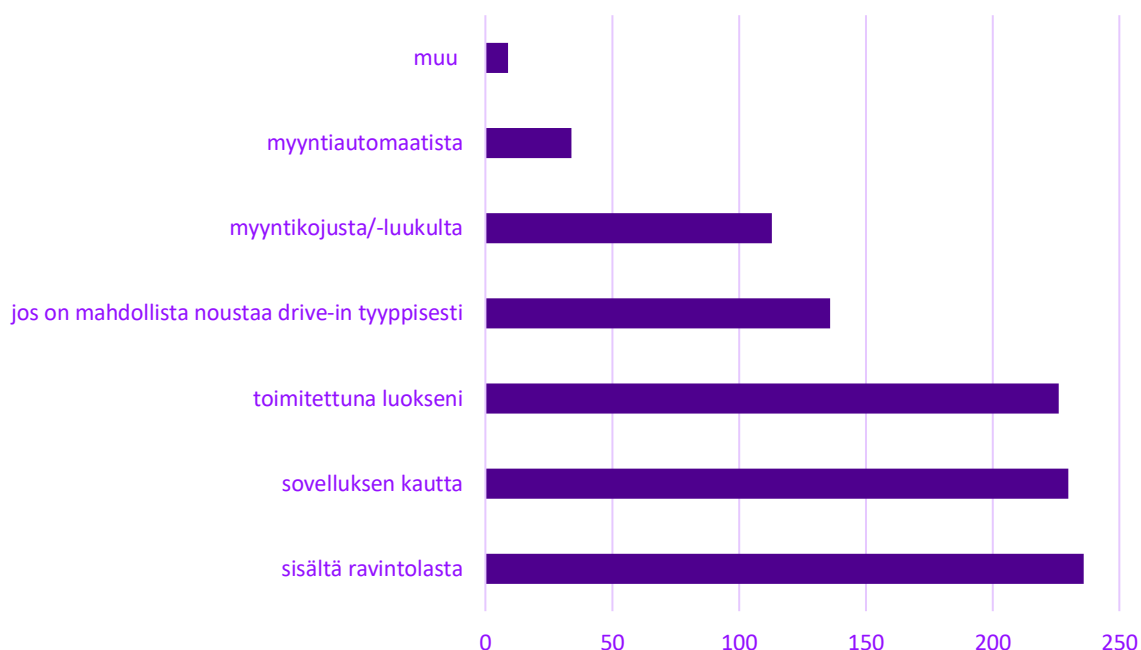
Take away -ruokaa ostettaessa eri asioiden tärkeys



KUVIO 7. Take away ruokaa ostaessani on tärkeää.

Kuvio 8 esittelee vastaajien toiveita ja mieltymykset siitä, kuinka vastaajat haluaisivat tilata ja/tai noutaa take away- ruoan palvelun tarjoajilta. Suosituimpien tapojen joukossa ovat sisältä ravintolasta (236 kpl), toimitettuna luokseni (226 kpl) ja mahdollisuus noutaa drive-in tyyppisesti (136 kpl). 60 % (230 kpl) vastaajista pitää mahdollisuudesta tilata sovelluksen kautta. Myyntikoju (113 kpl) ja myynti-automaatti (34 kpl) ovat vähemmän suosittuja vaihtoehtoja vastaajien keskuudessa.

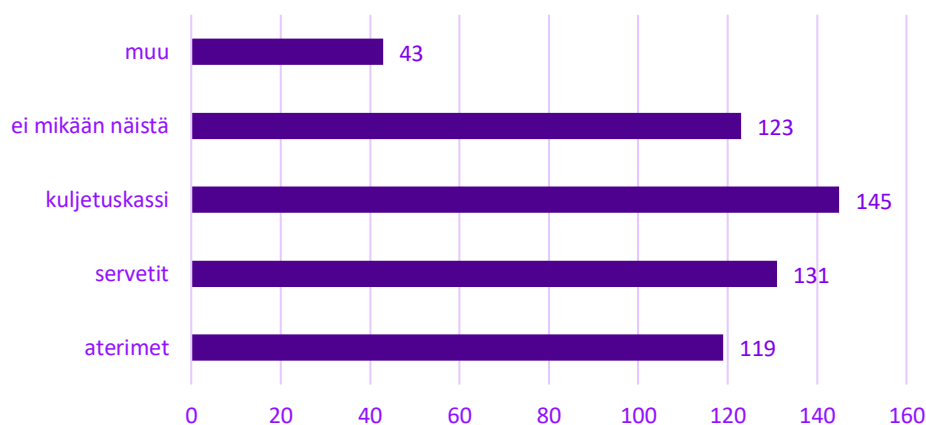
Tavat joilla vastaajat ostaisivat take away-ruoan mieluiten



KUVIO 8. Ostaisin take away ruoan mieluiten (Voit valita useita vaihtoehtoja).

Kuvio 9 esittelee vastaajien mielestä tärkeitä ruoan mukana tulevia oheismateriaaleja. Eniten vastauksia sai noutoruoan oheismateriaaleista kuljetuskassi (145 kpl), toiseksi eniten servetit (145 kpl) ja kolmanneksi aterimet (119 kpl). Toisaalta 32 % vastaajista oli sitä mieltä, että mikään oheismateriaalivaihtoehtoista vaihtoehtoista ei ole tärkeä.

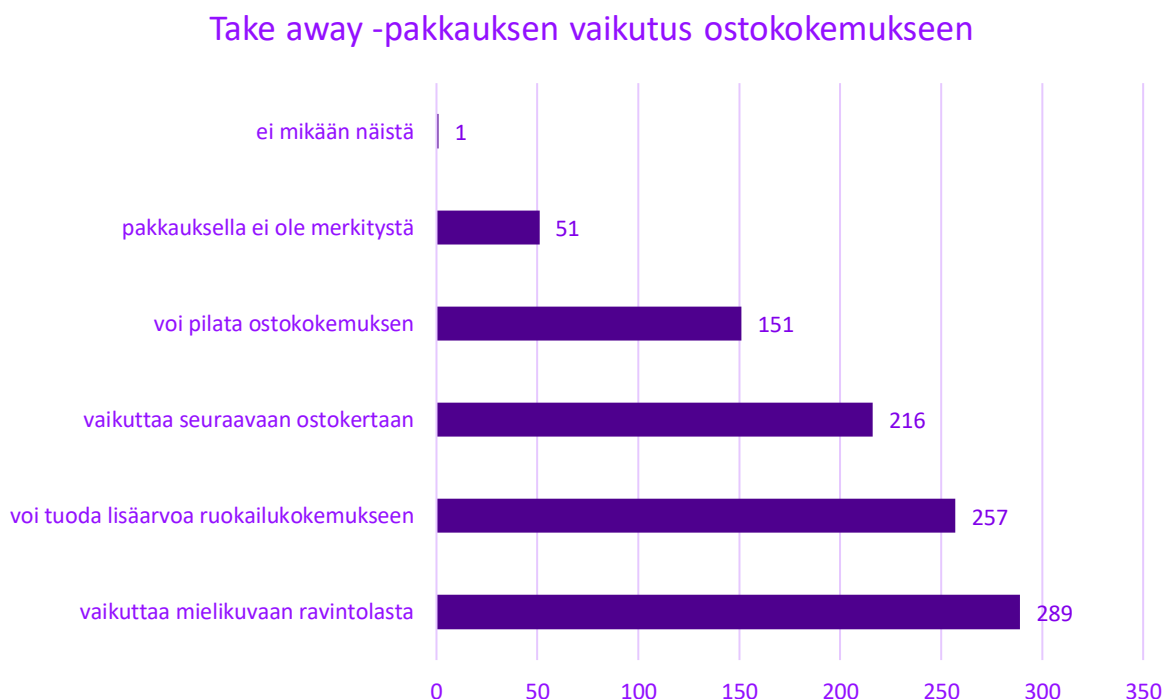
Take away- ruoan mukana tulevat tärkeäksi koetut oheismateriaalit



KUVIO 9. Take away -ruoan mukana tulevat tärkeäksi koetut oheismateriaalit.

2.3.2 Pakkausten ominaisuudet ja käyttäjälähtöisyys

Kuvio 10 esittelee vastaajien näkemystä take away -pakkauksen vaikutuksesta ostokokemukseen: pakkaus vaikuttaa mielikuvaan ravintolasta (289 kpl), pakkaus voi tuoda lisäarvoa ruokailukokemukseen (257 kpl), pakkaus vaikuttaa seuraavaan ostokertaan (216 kpl), pakkaus voi pilata ostokokemuksen (151 kpl) pakkauksella ei ole merkitystä ostokokemukseen (51 kpl). Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto.

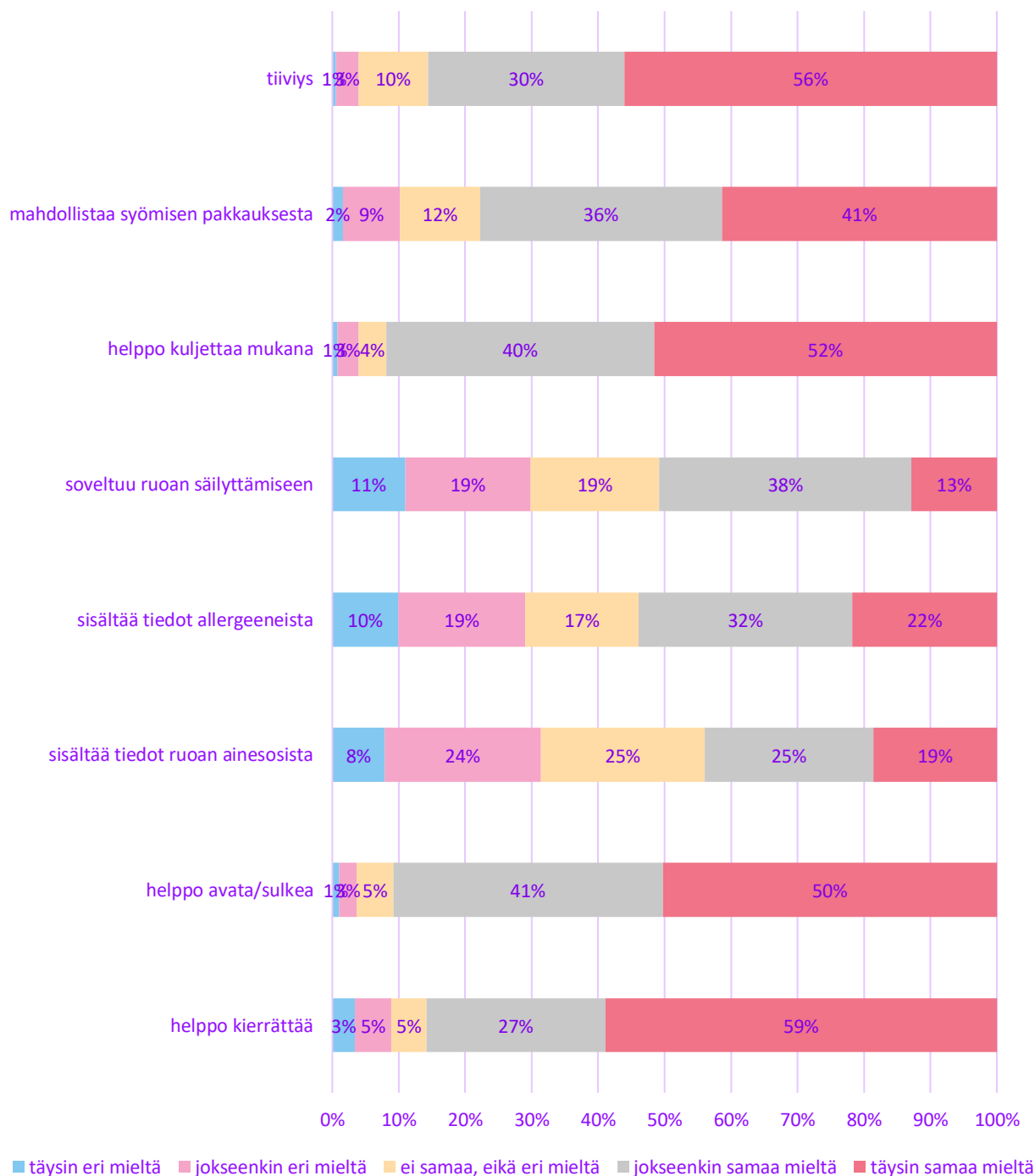


KUVIO 10. Take away pakkaus.. (Voit valita useita vaihtoehtoja).

Vastaajia pyydettiin arvioimaan likert-asteikolla (täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä) mikä heille on tärkeää take away -ruokaa ostettaessa (kuvio 11). Mieli pidettä kysyttiin pakkauksen tiiviyydestä, mahdollisuudesta syödä ruoka pakkauksesta, pakkauksen kuljetettavuudesta, pakkauksen soveltuvuudesta ruoan säilyttämiseen. pakkauksen informaatiota allergeeneista ja ruoan ainesosista, pakkauksen avattavuudesta ja suljettavuudesta sekä kierrätettävyydestä.

Tärkeimmiksi vaikuttaviksi tekijöiksi vastaajat kokivat helpon kierrätettävyyden (59 % täysin samaa mieltä), pakkauksen tiiviyn (56 % täysin samaa mieltä) ja pakkauksen helpon kuljetettavuuden (52 % täysin samaa mieltä).

Take away -pakkausten ominaisuuksien tärkeys



KUVIO 11. Mitä take away pakkauksen ominaisuuksia pidät tärkeänä?

Kyselyyn vastanneita pyydettiin arvioimaan mikä heitä ärsyttää take away -pakkauksissa. Ärsyttäviä piiteitä selvitettiin sekä määrällisillä, että laadullisilla kysymyksillä. 72 % vastaajista ärsyyntyy, jos pakkaus on auennut kuljetuksen aikana, 53 %; jos kierrätysohjeita ei ole kerrottu, 43 % jos pakkausta ei ole helppo avata, 13 % ärsyyntyy, jos ei näy mitä pakkaus sisältää. 5 % ei ärsyyntynyt mistään edellä mainituista pakkauksen ominaisuuksista ja 12 % oli sitä mieltä, että jonkin muu kuin edellä mainitut ominaisuudet ärsyttävät heitä (kuvio 12).



KUVIO 12. Kuluttajana minua ärsyttää pakkauksissa....

Kuviossa 13 esitellään vastaajien esille nostamia teemoja, jotka on poimittu avoimista vastauksista. Koska tiedot on koottu laadullisesta lähteestä, kuvio ei anna tarkkaa määrällistä tietoa siitä, kuinka monta kertaa tai kuinka monta osallistujaa mainitsi tietyn teeman. Kuvion tehtävänä on karkeasti ilmaista esille nostettujen teemojen ilmaantuvuus vastauksissa. Eniten esille nostettuja teemoja ilmaantuvuuden mukaisessa järjestyksessä: vuodot pakkauksessa, ylipakkaaminen, jätteen määrä, muovin määrä, multimateriaalit/vaikeasti kierrätettävät, oheismateriaalit, pakkaus on vaikea avata. 132 vastaajaa kertoi mikä heitä ärsyttää take away -pakkauksissa.

Take away –pakkauksissa ärsyttää...

kertakäyttöisyys jätteen määrä kierrätysohjeiden puute
 liian isot pakkaukset suhteessa ruoan määrään rikkiäinen pakkaus muovinen pakkaus
 ylipakkaaminen multimateriaalit kylmä ja kuuma ruoka vaihtavat lämpöä vie tilaa
 "vetelä" /heikko pakkaus oheismateriaalit (haarukat ym.)
 ei ole helppo kantaa/kuljettaa vuodot pakkauksessa ruoka on levinnyt pakkauksessa
 eri ruokalajit sekoittuvat yhdessä pakkauksessa pakkaus ei pysy kiinni pakkaus vaikea avata
 annostiedon puuttuminen huono laatuinen pakkaus/ruma ulkonäkö styrox pakkausmateriaalina
 laitettava sekajätteeseen ruoka ei pysy lämpimänä
 vettynyt pakkaus (ruoka ei ole pakkaukseensa sopiva)
 pakkaus ei ole uudelleen suljettava

Kuvio 13. Take away -pakkauksissa vastaajia ärsyttävät asiat sanapilven muodossa.

Esimerkkejä avoimista vastauksista take away -pakkausten vastaajia ärsyttävistä ominaisuuksista:

"Vuotavat pakkaukset ja tuplapaketointi: ensin huono pakkaus ja sitten se laitetaan muovipussiin, jotta huono pakkaus ei vuoda ympäriinsä ja sitten puolet ruuasta on pussissa mössönä."

"Pakkausten vuotaminen tai rikkoutuminen herkästi, myös ylimääräinen pakkaaminen - tai varmistelevala pakkaaminen esim. useita muovipusseja rasiin ympärillä, koska rasiat vuotavat kuljetuksessa."

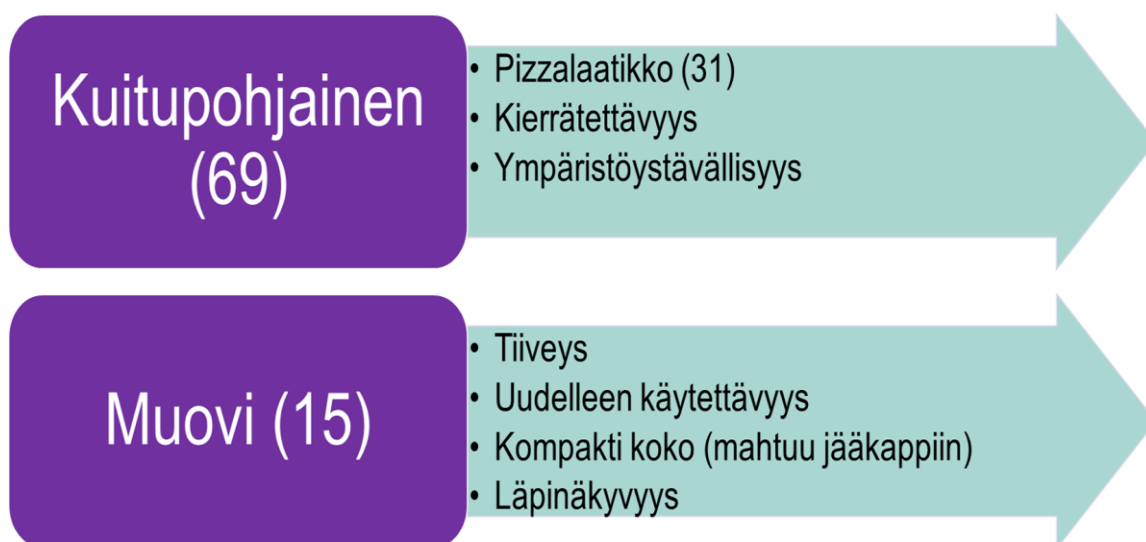
"Jos niihin ei ole merkattu mikä tuote on kyseessä. Jos tilaa esimerkiksi useamman pitsan olisi kätevää nähdä jo pakkauksesta mikä pitsa on kyseessä ilman, että laatikkoa tarvitsisi avata"

"Riittämätön kierrätysohje, usein "pakkaus on kierrätettävä" mutta sisältää useita eri materiaaleja (kansi, kotelo, suojakääre) eikä niissä ole yksilöityjä kierrätysmerkinä"

" se jos niitä ei voi kierrättää. En osta, jos niistä tulee roskaa"

”se jos pakettia ei saa auki tai siitä ei ole helppo syödä. Tai se, että siinä on useita materiaaleja. Lisäksi se, että ulkonäöstä ei pysty enää päättelemään onko kuitupohjainen vai ihan puhdas muovi.”

Vastaajilta kysyttiin heidän käyttämistään parhaista take away -pakkausratkaisuista (kuvio 14). Kuitupohjainen pakkaus mainittiin 69 kertaa ja muovipakkaus 15 kertaa. Kuitupohjaisen (mm. sanoja pahvi, kartonki käytettiin) yhteydessä mainittiin materiaalin hyviksi ominaisuuksiksi kierrätettävyys ja ympäristöystävällisyys. Pitsalaatikko mainittiin hyvänä pakkausratkaisuna 31 kertaa. Muovipakkauksista mainittaessa hyvät ominaisuudet keskittyivät pakkauksen tiiveyteen, uudelleen käytettävyyteen ja pakkausten sopivaan kokoon sekä läpinäkyvyyteen.



KUVIO 14. parhaaksi koetut pakkausratkaisut

Avoimissa vastauksissa oli myös mainintoja luonnon tarjoamista kompostoituvista ja maatuvista pakkausratkaisuksista, kuten raparperin ja banaanin lehdistä.

Esimerkkejä avoimista vastauksista liittyen vastaajien parhaisiin kokemuksiin take away -pakkauksista:

”Raparperin lehteen kääräisty leipä”

”Ravintoannos oli sidottu banaaninlehden sisään.”

"Pitsalaatikko (saa rakennettua laivanupotus-shottipelin) tai kiinalaista muovilaatikossa (voi pestä ja käyttää ruoan säilyttämiseen)"

"Pizzalaatikko on hyvä, Pitää lämmön ja toimii myös lautasena."

"Hyvälaatuinen muovirasia, jota voi käyttää useasti."

"Kylmille ruuille muovinen rasia, joka pysyy tiukasti kiinni kuljetuksen aikana, mutta on helppo aukaista ja jossa vähintään kansi on läpinäkyvä. Kuumille ruuille pakkaus, joka pysyy hyvin kiinni ja pitää ruuan kuljetuksen ajan riittävän lämpöisenä."

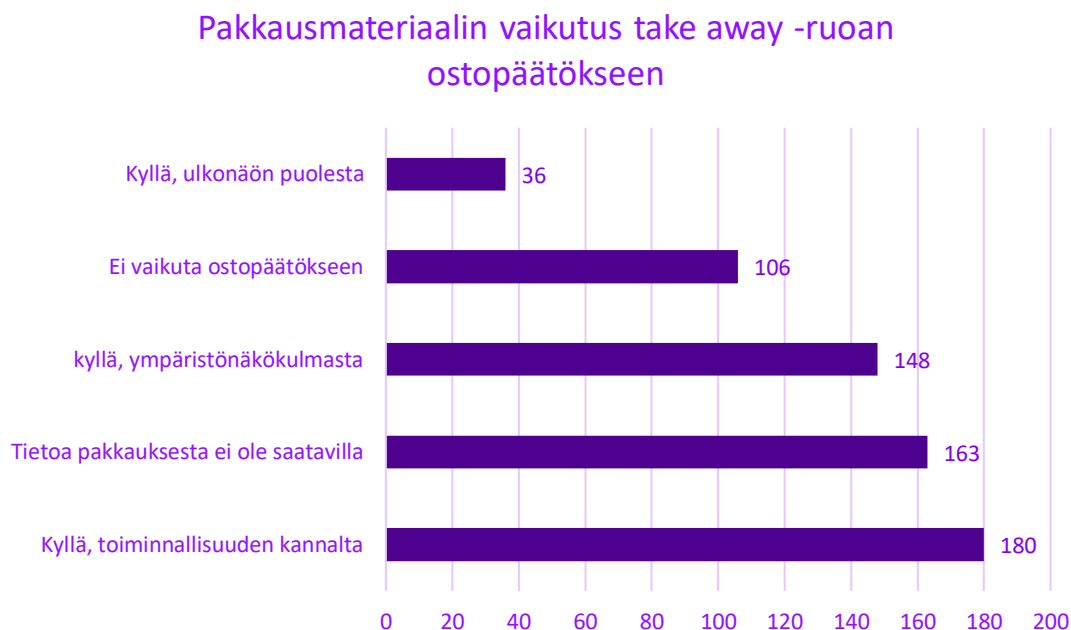
"Paperipussi tai pelkkä paperikääre on paras, aina kun se on mahdollista, jäte menee pieneen tilaan. Ja kaikki kuitupohjaiset materiaalit."

Vastaajia pyydettiin halutessaan mainitsemaan myös ravintola, josta ovat kokeneet saavansa parhaita take away -pakkauksia. Taulukossa 1 on listattu eniten mainintoja keränneet ravintolat ja kommentit, miksi vastaajat ovat pitäneet kyseisen ravintolan pakkauksista. Taulukkoon on listattu ravintolat, jotka ovat saaneet vähintään yhden maininnan.

TAULUKKO 1: Parhaat take away -pakkauskokemukset (nimetyt ravintolat).

Ravintolat	Mainintoja (kpl)	mahdollisia mainintoja miksi paras take-away pakkaus
Pizzalaatikko	17	kierrätettävyys
Kotipizza	14	ohjaa kierrättämään, mahdollisuus taitella pienemmäksi
Fafas	6	kartonki, helposti lajiteltavissa
Friends & Burgers	5	kartonki/paperi, vastuullisuusviestintä, toiminnallisuus
Itsudemo sushi bar	4	Pakkaus uudistus muovista kartonkiin, kätevämpi ympäristöystävällisempi
Mc Donalds	4	helppo lajitella, saa informaatiota tuotteesta
Hesburges (mm. wrap pakkaus)	2	ei ylipakkaamista, kaikki kartonkia = helppo lajitella
Naughty burger	2	Mahdollisuus ostaa omaan astiaan
Kiinalainen ravintola Biang (Tampere)	2	tiivis, läpinäkyvä (näkee ruoan), kestävä pakkaus, jonka voi käyttää uudelleen
Yliopiston lounas (Tampere)	2	selkeät merkinnät, kansi muovia / muuten biohajoava pakkaus, mahdollisuus ostaa omaan astiaan
Biang	2	läpinäkyvä, voi käyttää uudelleen
Subway	2	vain paperia

Kuvio 15 esittelee vastaajien näkemystä take away -pakkausmateriaalin vaikutuksesta ostopäätökseen: pakkauksen toiminnallisuus vaikuttaa ostopäätökseen (180 kpl), tietoa pakkauksesta ei ole saatavilla ennen ostopäätöstä (163 kpl), pakkaus vaikuttaa ostopäätökseen ympäristönäkökulmasta (148 kpl), pakkaus ei vaikuta ostopäätökseen (106 kpl), ostopäätökseen vaikuttaa pakkauksen ulkonäkö (36 kpl). Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto.

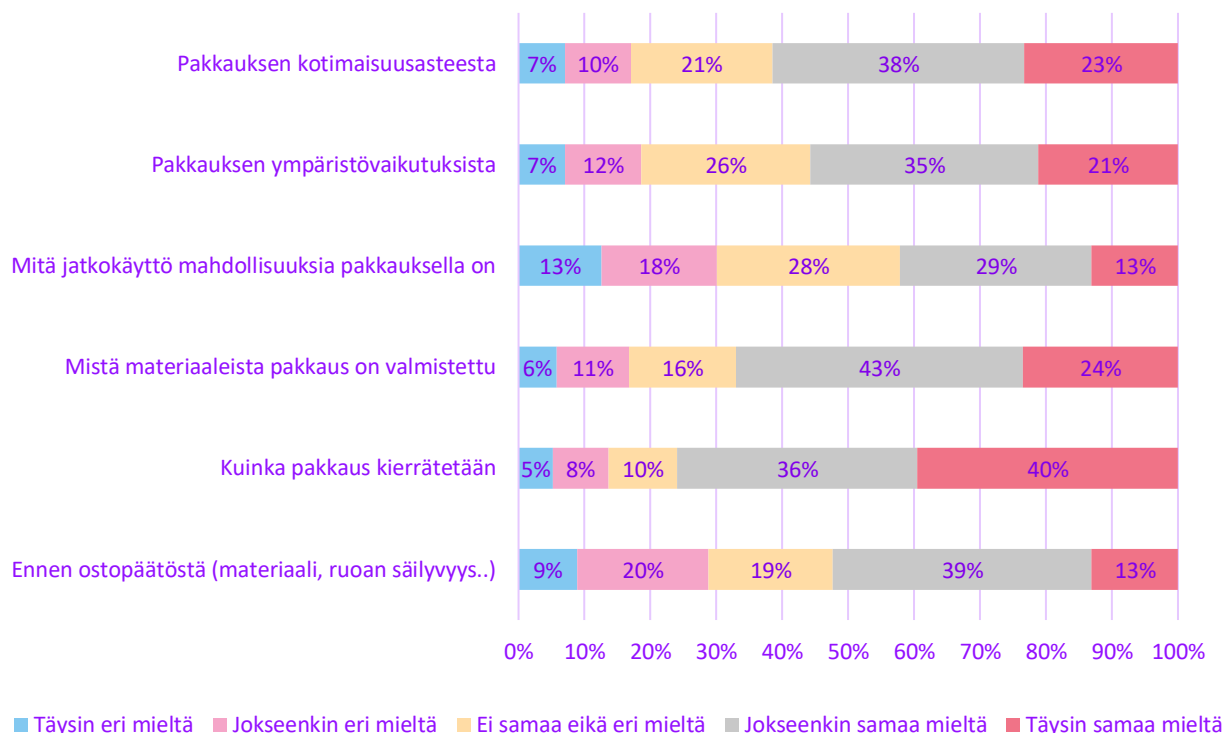


KUVIO 15. Pakkausmateriaalin vaikutus take away -ruoan ostopäätökseen.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan likert-asteikolla (täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä) mikä heille on tärkeää take away -pakkausten informatiivisuuteen liittyen (kuvio 16). Mieliäpidettä kysyttiin pakkauksen kotimaisuusasteesta, pakkauksen ympäristövaikutuksista, pakkauksen jatkokäyttömahdollisuuksista, pakkauksen valmistusmateriaalista, pakkauksen kierrätettävyydestä sekä kuinka pakkaus vaikuttaa ostopäätökseen.

Tärkeimmiksi vaikuttaviksi tekijöiksi vastaajat kokivat, miten pakkaus kierrätetään (40 % täysin samaa mieltä), mistä materiaaleista pakkaus on valmistettu (24 % täysin samaa mieltä) ja pakkauksen kotimaisuusasteesta (23 % täysin samaa mieltä).

Take away -pakkauksen informatiivisuuden liittyvien ominaisuuksien tärkeys

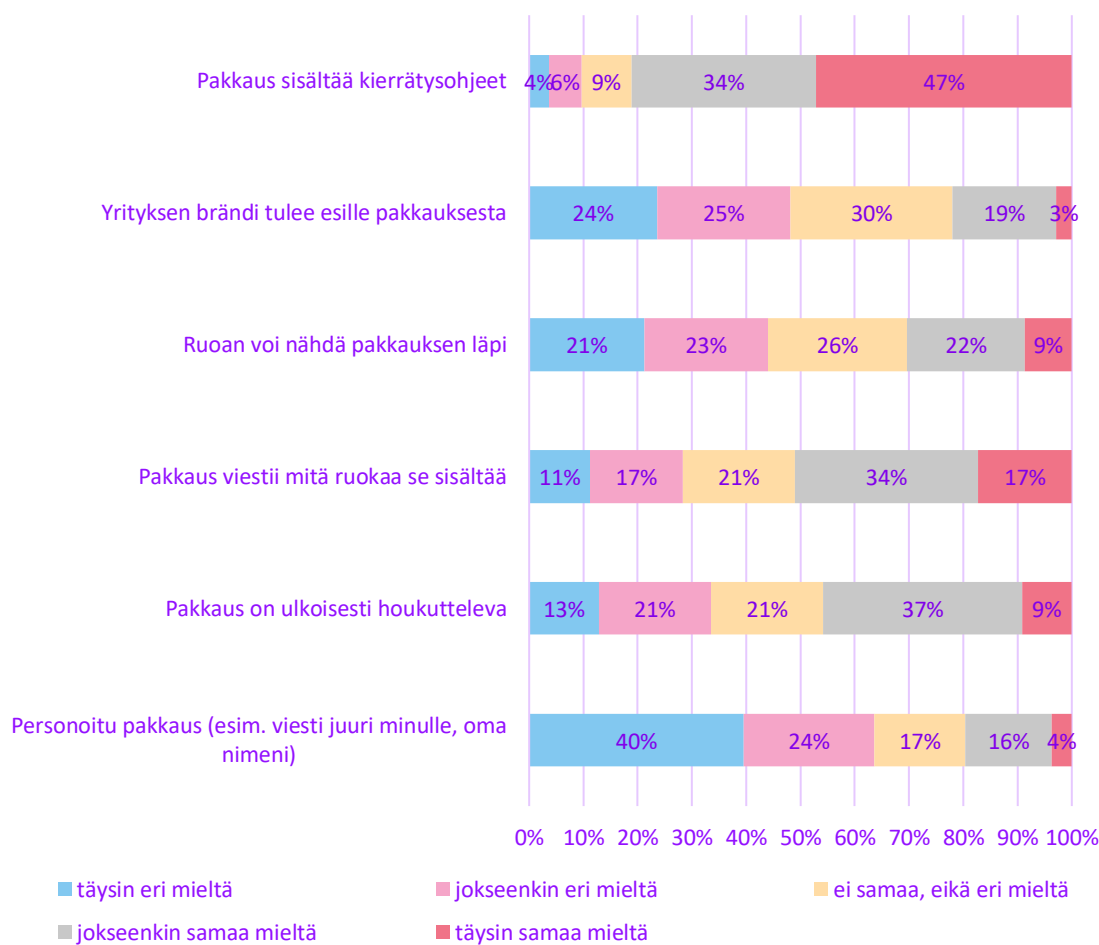


KUVIO 16. Take away -pakkauksen informatiivisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan likert-asteikolla (täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä) mikä heille on tärkeää take away -pakkausten ulkonäkökseen ja viestintään liittyen (kuvio 17). Mieli pidettä kysyttiin pakkausten kierrätysohjeistuksesta, yrityksen brändin näkyvyydestä, pakkauksen läpinäkyvyydestä, pakkaus viestinnästä mitä ruokaa se sisältää, pakkauksen ulkoisesta houkuttelevuudesta sekä persoonidusta pakkauksesta.

Tärkeimmiksi vaikuttaviksi tekijöiksi vastaajat kokivat pakkauksen sisältämät kierrätysohjeet (47 % täysin samaa mieltä), pakkaus viestii mitä ruokaa se sisältää (17 % täysin samaa mieltä) ja pakkaus on ulkoisesti houkutteleva (9 % täysin samaa mieltä).

Take away -pakkauksen viestinnän ja ulkonäön tärkeys

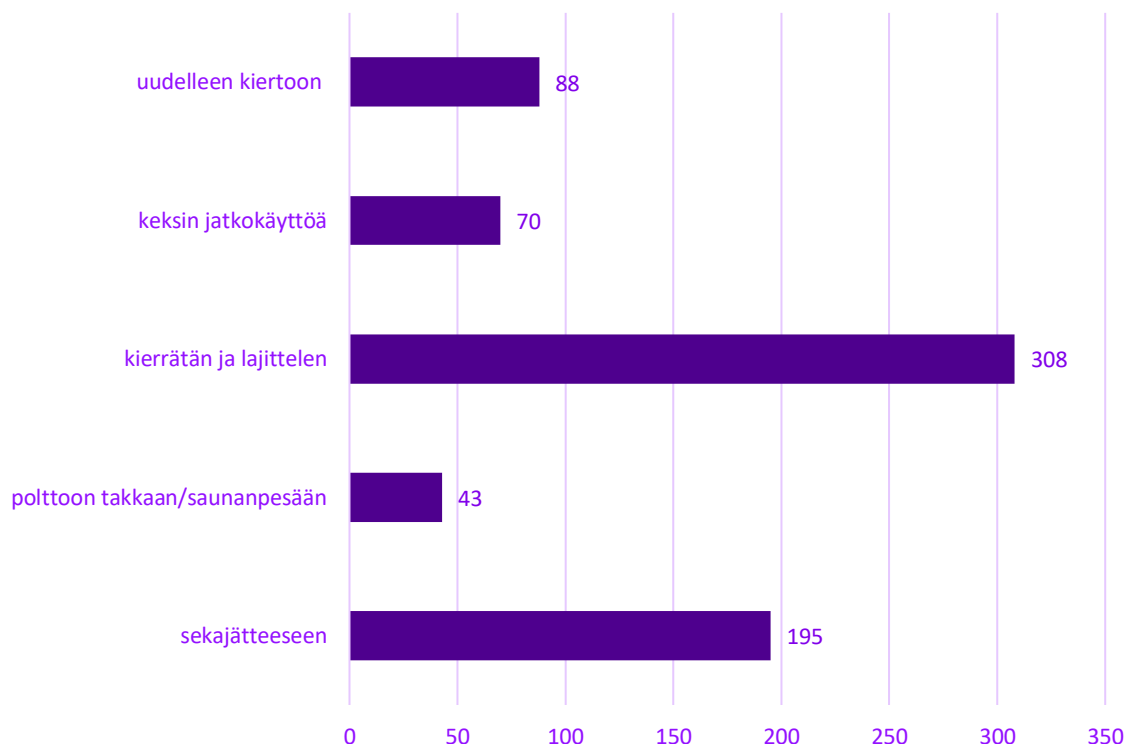


KUVIO 17. Take away -pakkauksen ulkonäköön ja viestintään liittyvien ominaisuuksien tärkeys.

2.3.3 Pakkausten lajittelu ja kiertotaloutta edistävät ratkaisut

Take away -pakkausten lajittelua ja kiertotaloutta edistävissä ratkaisuissa vastaajia pyydettiin arvioimaan, mitä he tekevät take away -pakkaukselle sen tyhjentymisen jälkeen, vastaukseen oli mahdollista antaa useita vastauksia (kuvio 18): 1) sekajätteeseen (28 %), 2) polttoon takkaan/saunanpesään (6 %), 3) kierrätän ja lajitelen (44 %), 4) keksin jatkokäyttöä (10 %), 5) uudelleen kierto (esim. pantillinen pakkaus) (13%).

Take away -pakkauksen sijoittaminen syömisen jälkeen



Kuvio 18. Take away -pakkauksen sijoittaminen syömisen jälkeen.

Kysymyksen asettelua kritisoitiin, koska kysymyksessä ei ollut mahdollista määrittää vastausta pakkauksen materiaalin perusteella. Osa vastaajista kertoi sanallisesti esimerkiksi polttavansa kuitupohjaiset pakkaukset saunanpesässä, mutta ei muusta materiaalista valmistettuja pakkauksia.

10 % vastaajista kertoi keksivänsä pakkauksille jatkokäyttöä, mutta kuitenkin 20 % vastaajista kertoi sanallisesti hyödyntävänsä pakkauksia uudelleen jollakin tavalla. Kuluttajia pyydettiin määrittelemään 'keksin jatkokäyttöä', eli kuinka he hyödyntävät take away -pakkauksia ruoan syömisen jälkeen. Kuvio 19 esittelee vastaajien esille nostamia teemoja, jotka on poimittu avoimista vastauksista. Koska tiedot on koottu laadullisesta lähteestä, kuvio ei anna tarkkaa määrällistä tietoa siitä, kuinka monta kertaa tai kuinka monta osallistujaa mainitsi tietyn teeman. Kuvion tehtävänä on karkeasti ilmaista esille nostettujen teemojen ilmaantuvuus vastauksissa. Esille nostettuja teemoja ilmaantuvuuden mukaisessa järjestyksessä: ruoan säilytys / eväsrasia, askartelu, tavaroiden säilytys, biojätekippi ja

siementen kylväminen, paperikassin käyttäminen keräyspaperin keräämiseen, roskapussi, muovikassi muovipakkausten keräämiseen.

'Keksin jatkokäyttöä'

askartelu
roskapussi
 tavaroiden säilytys muovikassi muovipakkausten keräämiseen
ruoan säilytys / eväsrasia
 biojätekippo / siementen kylväminen
paperikassi keräyspaperin keräämiseen

KUVIO 19. 'Keksin jatkokäyttöä' kyselyyn vastanneiden esille nostamien teemojen luokittelu.

Esimerkkejä avoimista vastauksista 'keksin jatkokäyttöä' kysymykseen:

"Paperikassit käytän keräyspaperin ja kartongin keräämiseen kotona, tai muuhun käyttöön. Siistin rasian säästän ja myöhemmin pakkaan siihen esim. eväät. Samoin siistit pienemmät pussit säästän elintarvikekäyttöön. Jos muovipussi on hieman nuhruinen tai ollut kostea, käytän roskapussina."

"Käytän pakkauksia uudelleen jämäruokien säilytyksessä kotona. Sopivan muotoiset pääsevät ruukunalusiksi. Lapsenlapset käyttävät leikkeihinsä."

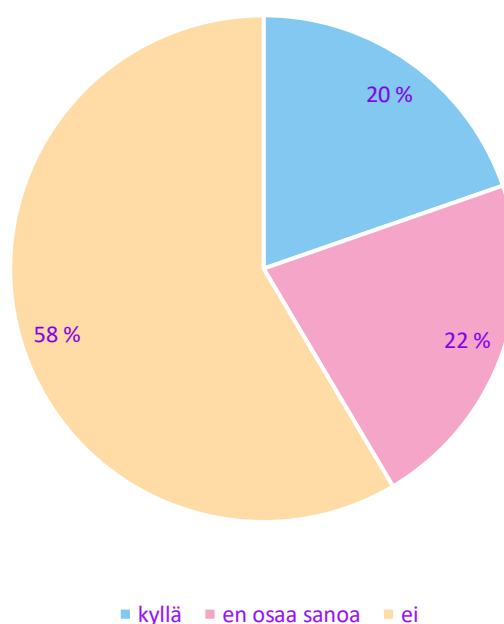
"Muovisia kannellisia pakkauksia voi käyttää ruuan säilytysastioina. Paperipusseja käytän biojätepusseina ja muovipusseja roskapusseina muille jätteille."

"Muita eväitä kuljettamaan, pakastukseen, juoman säilytykseen mehus- tuksen jälkeen, lelujen tai pientavaroiden (esim. palapelit, ompelutarvik- keet) säilytykseen pestynä."

"Käytän pahvipakkauksia biojätepussin pohjalla kosteuden kerääjänä ja kompostoin."

Kuluttajia pyydettiin arvioimaan, onko ohjeistus take away -pakkausten kierrätykseen riittävällä tasolla. Kuviossa 20 on esitetty 58 %:n olevan sitä mieltä, että ohjeistus ei ole riittävällä tasolla. 22 %:a ei osaa sanoa ja 20 % on sitä mieltä, että ohjeistus on riittävällä tasolla.

Take away -pakkauksen kierrätys ohjeistuksen tason riittävyys

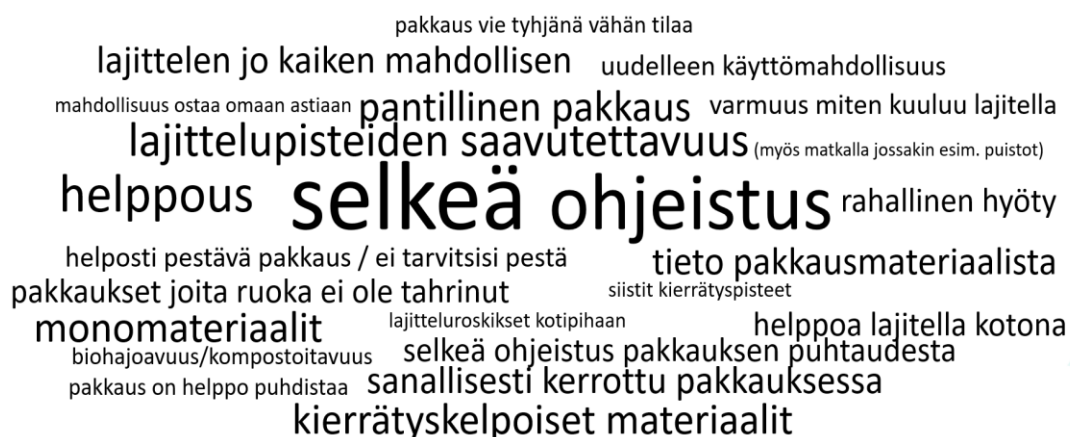


Kuvio 20. Take away -pakkauksen kierrätys ohjeistuksen tason riittävyys.

Kuluttajilta kysyttiin, mikä saisi heidät lajittelemaan tehokkaammin, 60 % vastaajista vastasi avoimeen kysymykseen. Kuvio 21 esittelee vastaajien esille nostamia teemoja, jotka on poimittu avoimista vastauksista. Koska tiedot on koottu laadullisesta lähteestä, kuvio ei anna tarkkaa määrällistä tietoa siitä, kuinka monta kertaa tai kuinka monta osallistujaa mainitsi tietyn teeman. Kuvion tehtävänä on karkeasti ilmaista esille nostettujen teemojen ilmaantuvuus vastauksissa. Esille nostettuja teemoja ilmaantuvuuden mukaisessa järjestyksessä: sanallisesti ohjeistettu / selkeä ohjeistus, pantillisuus tai rahallinen etu, mono materiaali tai eri materiaalit helppo irrottaa toisistaan, ei tarvitsisi pestä tai selkeä ohjeistus liittyen pakkauksen puhtauteen, varmuus miten kuuluu lajitella, biohajoavuus/kompostoitavuus. Yksittäisin mainintoja: kierrättäminen ruokalähetin mukana, kierrätys-

järjestelmä kotona, tieto pakkausmateriaalista, varmuus lajitellun materiaalin hyödyntämisestä, pakkaus vie tyhjänä vähän tilaa, ei styroxia, tarkemmat ohjeet ja tietoisuuden lisääminen, ohjeistus myös muualla kuin pakkauksessa, uudelleen käyttömahdollisuus.

Mikä saisi lajittelemaan tehokkaammin?



Kuvio 21. Take away -pakkausten lajittelun tehokkuuden lisäämiseen vaikuttavat tekijät.

Esimerkkejä avoimista vastauksista ”Mikä saisi lajittelemaan tehokkaammin” kysymykseen:

”Selkeät ohjeet ja pakkaukset, jotka eivät ime rasvaa itseensä (hyvin li-
kaisia pakkauksia ei ymmärtääkseni saisi kierrättää)”

”...Ongelmana on se, etten ole varma kuinka puhdas astian tulee olla,
jotta sen voi laittaa esim. muoveihin.”

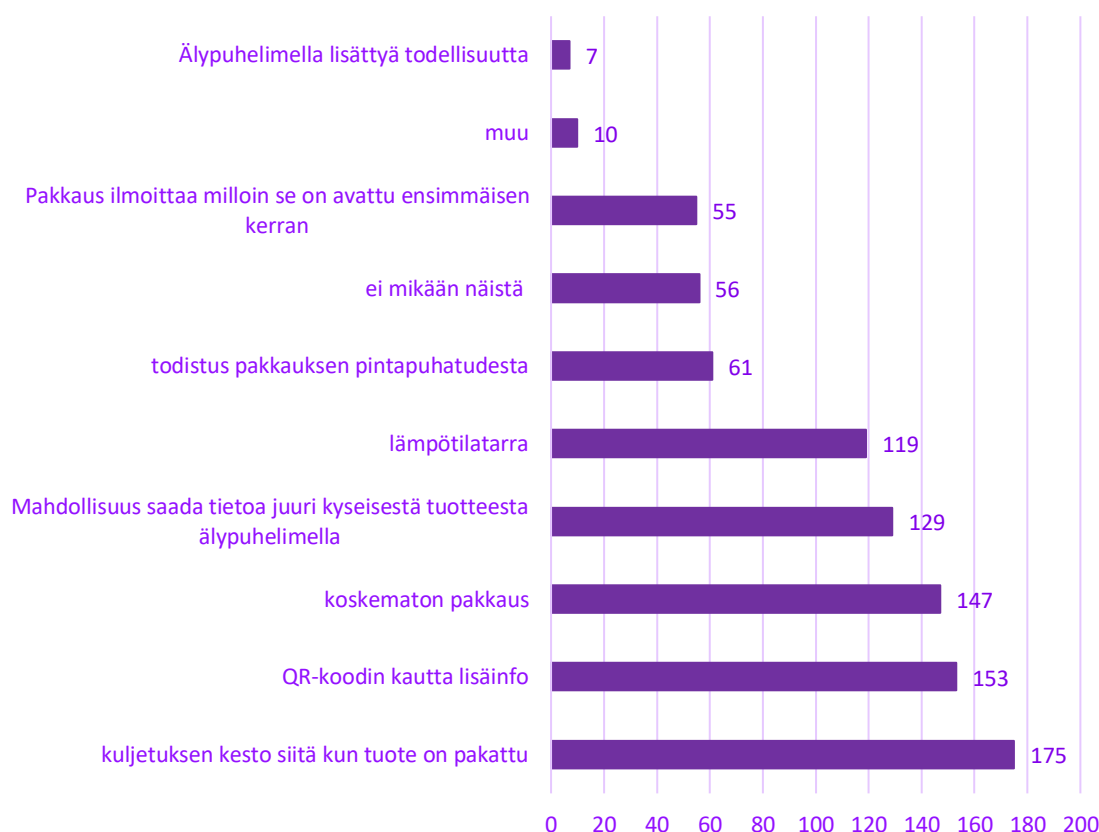
”Ymmärtääkseni on parempi heittää pakkaus roskeen (Tampereella poltet-
tavaksi), kuin käyttää paljon vettä sen pesemiseen, jotta voi laittaa muo-
vinkeräykseen. Ja pahvinkeräykseen saa laittaa vain puhtaat pakkauk-
set? Eli tarkempaa tietoa, jos olen ymmärtänyt väärin.”

2.3.4 Pakkausten älyominaisuudet

Take away-pakkauksen älyominaisuuksiin liittyvissä kysymyksissä kuluttajia pyydettiin arvioimaan seuraavia pakkaukseen liittyviä älyominaisuuksia, joille he kuluttajina kokevat olevan käyttöä (kuvio 22): lämpötilatarra, kuljetuksen kesto siitä kun tuote on pakattu (kotiinkuljetus), todistus pakkauksen pintapuhtaudesta, QR-koodin kautta lisäinfo esim. tuotteesta/yrityksestä/pakkauksesta, koskematon pakkaus, älypuhelimella lisättyä todellisuutta esim. peli, pakkaus ilmoittaa milloin se on avattu ensimmäisen kerran, mahdollisuus saada tietoa juuri kyseisestä tuotteesta älypuhelimella.

Valitse ne take away pakkauksen älyominaisuudet joille kuluttajana koet olevan käyttöä (Voit valita useita vaihtoehtoja)

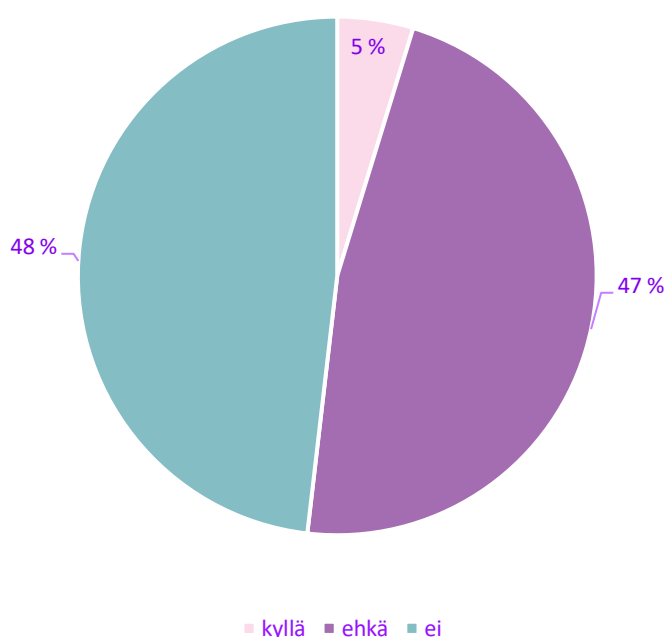
Äly ominaisuudet joille vastaaja kokee olevan käyttöä



KUVIO 22. Take away -pakkauksen älyominaisuudet, jotka kuluttajat kokevat käyttökelpoisiksi.

Take away-pakkausten älyominaisuuksiin liittyvät toiminnallisuudet ja kuluttajien halukkuus älyominaisuuksien tuomisesta pakkauksiin jakaa mielipiteitä. Kuluttajilta kysyttiin kaipaavatko he take away- pakkauksiin älyominaisuuksia. 48 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että he eivät kaipaakaan pakkauksiin älyominaisuuksia, noin 5 prosenttia vastaajista kaipaakaan älyominaisuuksia ja 47 prosenttia sanoo älyominaisuuden tarpeellisuudelle ehkä (kuvio 23).

Vastaajien näkemys älyominaisuuksien tarpeellisuudesta take away -pakkauksissa



KUVIO 23. Kuluttajien näkemys kaipaavatko he take away pakkauksissa älyominaisuuksia.

Jos kuluttajat vastasivat kaipaavansa älyn tuomia toiminnallisia ominaisuuksia, heitä pyydettiin kertomaan mitä ominaisuuksia he kaipaavat. 32 kuluttajaa täydensi vastaustaan sanallisesti.

Esimerkkejä avoimista vastauksista liittyen toivottuihin älyominaisuuksiin:

” Holographic projection improves the dining experience, and the content can have many possibilities, price will be a big problem, but it can be improved by recycling the packaging and refunding. “

“ Take awaysta tulisi henkilökohtaisempi, jos olisi mahdollisuus älykkäästi viestiä pakkauksen kautta”

” En kaipaa mitään noista. Esim. lämpötilatarra on yksi ylimääräinen maapallon resursseja kuluttava asia. Myös aiheetonta ruokahävikkiä voi tulla, jos älypakkaukset ilmoittavatkin ruuan liian kylmäksi tai ”liian pitkään kuljetetuksi”, jolloin asiakas tekee reklamaation ja saa uuden annoksen.”

” Kierrätysohje voisi periaatteessa olla esim. QR-koodin takana, mutta mieluummin suoraan pakkauksen päällä, jotta tietoa ei tarvitse erikseen etsiä diginä.”

3 INNOVINTITYÖPAJA 1

3.1 Menetelmä ja osallistujat

Innovointityöpajan tavoitteena oli osallistuttaa eri sidosryhmiä kuten pakkaavan teollisuuden edustajia, take away -ruoan valmistajia, logistiikka-alan edustajia ja älyominaisuuksien parissa työskenteleviä innovoimaan yhdessä mitä ominaisuuksia tulevaisuuden pakkausratkaisuilta odotetaan. Työpaja järjestettiin on-line työpajana 13.12.2021. Työpajaan osallistui 23 eri sidosryhmien edustajaa. Työpaja järjestettiin kolmena erillisenä fasilitaattoreiden vetämänä innovointipajana, ideoimalla ja keskustelemalla. Lopuksi osallistujilla oli mahdollisuus täydentää muiden teemojen tuloksia. Keskustellut teemat:

- Mitä älyominaisuuksia tarvitaan tulevaisuuden pakkausratkaisussa ja miksi?
- Mitä käyttäjälähtöisiä ominaisuuksia tarvitaan tulevaisuuden pakkausratkaisussa ja miksi?
- Mitä kiertotalousmallin mukaisia tarvitaan tulevaisuuden pakkausratkaisussa ja miksi?

3.2 Tuotokset vai tulokset

Työpajan aiheet muodostavat hankkeessa yhden kokonaisuuden ja työpajan tulokset ovat samansuuntaisia keskustellusta aiheesta riippumatta. Värikoodaus, QR-koodit ja selkokieliyys nousivat työpajassa tärkeimpien ja ensijaisesti toteutettavien asioiden listalle.

Älyratkaisuihin innovointipajan osallistujat painottivat vaikuttavuutta ei lajittelutoisiin kuluttajiin, sekä pelillisyyden ja koko take away -ruoan tilaus-toimitusketjun hallinnoimista applikaation avulla. Käyttäjälähtöisyydessä nousivat esille pakkausratkaisun merkitys myös kuluttajan tunnetilat ja elämyksellisyys ruokailukokemuksen aikana. Tämän lisäksi esille nostettiin helppo käyttöisyyttä ja saavutettavuutta kuten kiertotalousmallin mukaisesta pakkausratkaisusta keskusteltaessa. Lajitteluun kaivattiin selkokieliä ohjeista ja pakkausratkaisun kokonaisympäristövaikutusten huomioimista. Yhteenvedo tuloksista on esitetty taulukossa 2

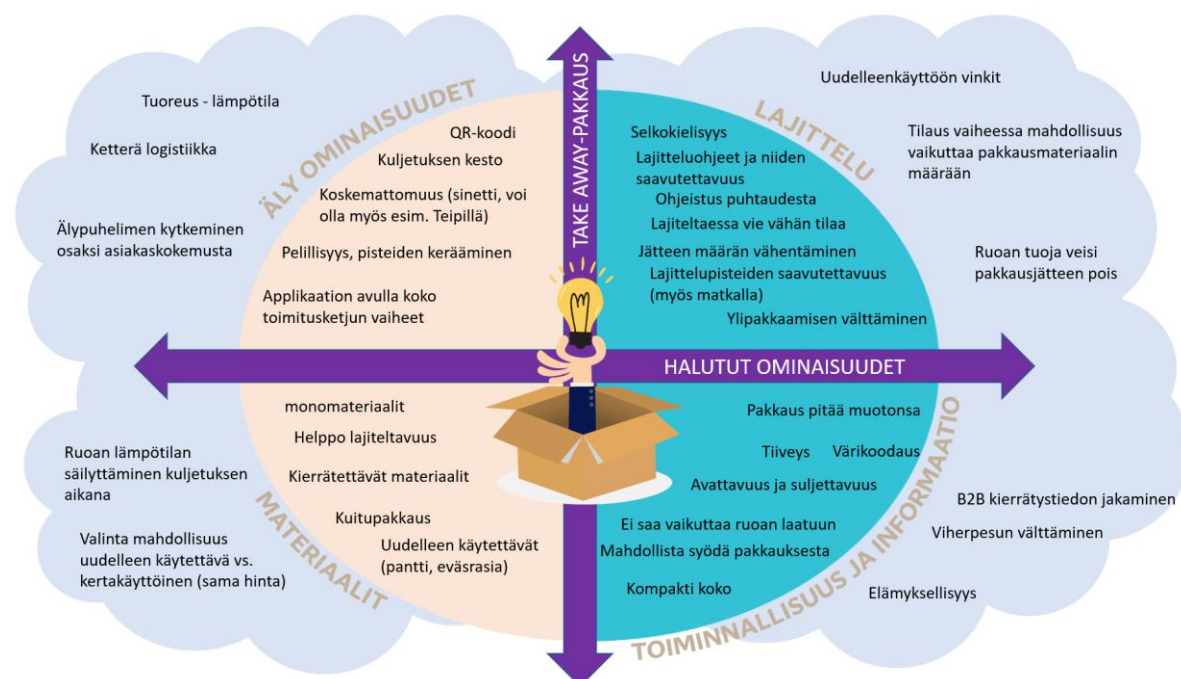
TAULUKKO 2. Innovointityöpajan tuotokset

Tulevaisuuden pakkausratkaisussa tarvittavat ominaisuudet		
äly	käyttäjälähtöisyys	kiertotalous
värikoodaus ja QR	Värikoodaus	selkokieliset ohjeet, QR
vaikuttaminen ei-lajitte- luintoiisiin	Uudelleen käyttömahdolli- suuksien mainostaminen	yhtenäiset tekstit ja symbolit
pelillisuus ja pisteiden ke- rääminen	pakkausmateriaali asiakkaan säilyvyystarpeen mukaan. (4 h vrt 15 min)	uudelleen käytettävät pak- kaukset
applikaation avulla kaikki toimitusketjun vaiheet	tekstiä liikaa ja liian pienellä (saavutettavuus)	kokonaisympäristövaikutus- ten huomiointi (eri näkökul- mat)
tilausvaiheessa valinnan mahdollisuus (voi olla va- litsematta oheistuotteet)	ruoan lämpötilan säilyttämi- nen kuljetuksen aikana	likaisuus/puhtaus
tuoreus-/lämpötilaindi- kaattorit	ei vuotoja	likaantuva osa pakkauksesta biohajoavaa materiaalia
ruoan tuoja veisi pak- kausjätteet pois	monomateriaalit (kierrätettä- vyys)	b2b kierrätystiedon jakami- nen
miten pienet toimijat voi- sivat pitää erilaisia ratkai- suja tarjolla?	pakkauksen ulkonäkö (ei "pil- lereiden" ottamista purkista)	kartonki-muovi erottelu (ku- luttajille kynnyskysymys?)
haittamaksu epäekologi- sesta pakkauksesta	GTIN-koodin hyödyntäminen kuluttajaviestinnässä	pinnoitteiden ohentaminen vs. uudet materiaalit
QR-koodin eri mahdolli- suudet	viherpesu ja tunteisiin vetoa- minen (kuluttajalla lohduton olo, osaako toimia oikein)	pakkaus voi olla 'hyvis' vrt ruokahävikki
take away -ketterä toimi- tus	pakkaus voisi kertoa itsek- seen mihin se tyhjänä tulee lajitella	alennusta jätemaksusta, kun on saanut tarpeeksi pisteitä
pakkauslogistiikan loppu- metrit?	Kuluttaja voi hyvillä mielin nauttia (ympäristönäkö- kulma)	uudelleen käytettävän pak- kauksen valintamahdollisuus (sama hinta)

4 POHDINTA

Ruoan ostoprosessissa pakkauksen osuutta piti tärkeänä tai jokseenkin tärkeänä 54 % (40 % vastaajista piti jokseenkin tärkeänä ja 14 % tärkeänä). Kuitenkin 76 % vastaajista oli sitä mieltä, että pakkaus vaikuttaa mielikuvaan ravintolasta ja 57 %, että pakkaus voi vaikuttaa seuraavaan ostokertaan. Pakkauksen merkityksen voidaan sanoa korostuvan tilaus-toimitusprosessin edetessä. Huomiona voidaan todeta, vastaajien avoimissa vastauksissa käyvän ilmi, että vastaajat ovat mietti-neet osittain kaikkea elintarvikepakkaamista, eivätkä ole rajoittaneet vastauksi-aan koskemaan ainoastaan take away -pakkauksia.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että vastaajat pitävät kuitupohjaista pak-kausratkaisua ympäristöystävällisenä pakkausvaihtoehtona perustuen kierrätet-tävyyteen. Etenkin kertakäyttömuovia pidettiin enemmän haitallisena kuin hyö-dyllisenä -vastaajat halusivat vähentää muovin käyttöä. Muovipakkausten hy-vinä ominaisuuksina mainittiin pakkauksen tiiveys, uudelleenkäytettävyys, sopiva koko sekä läpinäkyvyys. Kuvio 24 esittelee taustaselvitysten perusteella loppu-käyttäjän näkökulmasta tärkeimpiä pakkausratkaisulta tavoiteltuja ominaisuuksia.



KUVIO 24. Loppukäyttäjän näkökulmasta tärkeimpiä take away-pakkausratkai-sun tavoiteltuja ominaisuuksia

Lajiteltava pakkaus

Pakkausratkaisun ja tilaus-toimitusketjun kannalta mahdollisuus vaikuttaa pakkausmateriaaliin ja pakkausmateriaalin määrään tilausvaiheessa voisi tuoda apua pakkausten lajittelun tilanpuutteelle kotitalouksissa. Kuluttajat haluaisivat, että pakkausjätettä syntyisi vähemmän ja se olisi taiteltavissa pieneen tilaan. Vastaajien epävarmuus lajitteluun liittyen nousi esille ja yhtenä isona ongelmana koettiin epätietoisuus lajiteltavan pakkauksen puhtauteen liittyen.

Selkokielisyyttä lajitteluohjeissa kannatettiin, sekä lajitteluohjeita ja niiden saavuutta. Kysely esittelee kattavasti 15-60 -vuotiaiden noutoruokatottumuksia. Vastausten tulkinnessa on huomioitava, että otos ei edusta erityisryhmiä kuten esimerkiksi vanhuksia, lapsia, toimintarajoitteisia tai muun kielisiä. Esimerkiksi pakkauksen välittämään informaatioon ja sanallisiin selkokielisiin ohjeisiin liittyvät parannusehdotukset eivät ole saavutettavia erityisryhmille.

Toiminnallisuus ja pakkausinformaatio

Tutkimuksen perusteella vastaajat ja sekä työpajaan osallistuneet sidosryhmien edustajat kannattivat värikoodauksen ottamista mukaan lajittelun ohjeistamiseen. Värikoodaus ei saavuta kaikkia käyttäjäryhmiä, mutta sen avulla voitaisiin selkokielisyyden rinnalla tuoda informaatio saavutettavaksi useammalle käyttäjäryhmälle.

Toiminnallisuudessa arvostettiin pakkauksen tiiveyttä, avattavuutta ja uudelleen suljettavuutta, kompaktia kokoa ja pakkauksen jämäkkyyttä (pakkaus pitää muotonsa). Toisaalta käyttäjäkokemuksen näkökulmasta pakkausratkaisun tulisi tarjota elämyksiä, olla houkuttelevan näköinen, kuitenkin siten, että viherpesua vältettäisiin. Pakkausratkaisun tulee tukea ruokailukokemusta.

Älyominaisuudet

Take away-pakkausten älyominaisuuksiin liittyvät toiminnallisuudet ja kuluttajien halukkuus älyominaisuuksien tuomisesta pakkauksiin jakaa mielipiteitä. Koska 48 prosenttia vastaajista ei kaipaa älyominaisuuksia take away -pakkauksiin, älyominaisuuksien tuomista osaksi kokonaisvaltaista pakkausratkaisua pitänee pohtia tarkkaan, ottaen huomioon mm. kustannuskysymyksen. Onko vielä liian aikaista tarjota kuluttajille 'älypakkausta', mikäli siitä ei olla valmiita maksamaan,

kun ei vielä ymmärretä tai osata kuvitella, mitä hyötyä siitä saa? Toisaalta avoimissa vastauksissa korostettiin samoja asioita, joita kvantitatiivisella kysymyksellä oli kysytty ”Valitse ne take away pakkauksen älyominaisuudet, joille kuluttajana koet olevan käyttöä”. Tämä kertonee siitä, että muita älyominaisuuksia ei juurikaan tunnistettu ja haluttiin korostaa jo kertaalleen annettuja vastauksia. Innovatiivisimmat avoimet vastaukset liittyivät pakkauksen tuottaman hologrammi-projektion avulla ruokailukokemuksen viemisestä uudelle tasolle sekä pakkauksen viestimisestä henkilökohtaisella tasolla kuluttajalle.

Osa kuluttajista näki älyominaisuuksien tuovan lisäarvoa, toiset taas toivat jyrkästi esille huolensa älyominaisuuksien mahdollista huonoista vaikutuksista kiertotalouteen ja ruokahävikkiin. Esimerkiksi lämpötilatarran kääntöpuolena mainittiin mahdollinen ruokahävikin määrän lisääntyminen, jos älypakkaus ilmoittaa ruoan liian kylmäksi, jolloin asiakas mahdollisesti reklamoi tuotteesta ja ruokahävikkiä syntyy. QR-koodien avulla haluttaisiin saada lisäinformaatiota tuotteesta, mutta jotkut kokivat, että esimerkiksi kierrätysohjeet voitaisiin kuitenkin painattaa suoraan take away -pakkaukseen. QR-koodi kuitenkin katsottiin helpoksi ja varteenotettavaksi tavaksi lisätä älyä take away -pakkausratkaisuihin.

Työpajassa esille nousivat erilaiset applikaatiot, joiden avulla voitaisiin seurata toimitusketjun eri vaiheita. Myös pelillisuus ja älypuhelinien kytkeminen osaksi pakkausratkaisua nähtiin mahdollisuutena. Älyn avulla voitaisiin myös saada logistisiin ratkaisuihin ketteryyttä ja helppoutta loppukäyttäjän näkökulmasta.

Käyttäjälähtöisyys

Käyttäjälähtöisyyteen vaikuttaa tilannesidonnaisuus, eli se missä take away -ruokaa nautitaan. Esimerkiksi ruoan mukana tulevasta oheismateriaalista kysyttäessä määrällisten ja laadullisten vastausten väliltä voidaan sanoa, että kaikki kysymykset eivät ole yksiselitteisiä. Kun kuluttaja on ”matkalla jossain” on hyvä, jos mukana tulee esim. haarukka ja serviettejä tarpeen mukaan, kun taas jos on tarkoitus nauttia ruoka kotona, tällöin oheismateriaali (jos sitä ei ole pyydetty) koetaan turhaksi ja ärsyttäväksi.

Moni niistä vastaajista, jotka kertoivat keksivänsä take away -pakkaukselle jatkokäyttöä, kertoivat käyttävänsä pakkausta uudelleen ruoan säilytykseen tai eväsrasiana. Tämä puoltaisi pakkausmerkintöjen tarpeellisuutta siitä, soveltuuko pakkaus ruoan pidempiaikaiseen säilyttämiseen eli täyttääkö materiaali elintarvikkeiden kontaktimateriaalilainalaisuudet.

Tuloksia tullaan hyödyntämään työpaketissa 2 (TP2), joka koostuu neljästä pilotointityöpajasta vuoden 2022 aikana. Pilotointien sarja aloitetaan olemassa olevilla pakkausratkaisulla, joiden valinnassa huomioidaan taustakartoitusten perusteella esitetyt tärkeimmät RUOKO-toimintamalliin sopivat pakkausratkaisun ominaisuudet.

LIITTEET

Liite 1. Kuluttajakysely: Minä take away -ruokapakkausten kuluttajana, kyselylomake

