

TUOTTEEN YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLISYYS YMMÄRRETÄÄN HYVIN ERI TAVOIN

Kuluttajat kokivat ympäristöystävällisyyden käsitteeksi, jota on vaikea mieltää konkreettisina ominaisuuksina. Sen sijaan nykyinen tutkijoiden käsitys ympäristöystävällisyydestä näytti pohjautuvan enimmäkseen tuotteen elinkaariajatteluun. Myös kuluttajille suunnatut eko-oppaat huomioivat tuotteen elinkaaren eri vaiheet. Tiedot ilmenevät Kuluttajatutkimuskeskuksessa julkaistusta tutkimuksesta "Tuotteen ympäristöystävällisyys- Kuluttajien ja asiantuntijoiden käsitysten vertailua".

Tutkimuksessa on analysoitu ympäristöystävällisyyskäsitettä sekä kuluttajien että asiantuntijoiden näkökulmasta. Kuluttajien näkökulmia selvitettiin haastattelujen avulla. Asiantuntijoiden näkemyksiä kartoitettiin analysoimalla eko-oppaita neljän tuoteryhmän osalta. Lopuksi tutkijoiden, eko-oppaiden ja kuluttajien ympäristöystävällisyyskäsitteitä vertailtiin keskenään.

Luonto ei saa rasittaa

Kuluttajat arvioivat ympäristöystävällisyyttä useimmiten yleisesti tuotteen ominaisuuksista johtuvien seurausten perusteella. He tiesivät suhteellisen vähän konkreettisista tuotteet ympäristöystävällisiksi tekevästä ominaisuuksista. Yleensä ihmiset kokivat tärkeäksi että luonto ei rasitu. Tuotteen ympäristöystävällisyys johti kuluttajilla useammin henkilökohtaisiin arvoihin, jollain tavalla omaan hyvinvointiin, kuin sosiaalisin arvoihin.

Käsitys ympäristöystävällisyydestä vaihteli

Kuluttajien käsitykset tuotteen ympäristöystävällisyydestä poikkesivat paljon toisistaan. Ympäristöystävällisyys koettiin abstraktiksi käsitteeksi, jota on vaikea mieltää konkreettisina ominaisuuksina. Kuluttajat saattavat arvioida tietyn tuotteen ympäristöystävällisyyttä vain muutamien tuotteen elinkaaren vaiheiden perusteella. Kuluttajille ympäristöystävällisyys ei ole ollenkaan yksiselitteinen käsite, vaan siihen liittyy monia arvoja.

Elinkaariajattelu ympäristöystävällisyyden pohjana

Nykyinen tutkijoiden käsitys ympäristöystävällisyydestä näytti pohjautuvan enimmäkseen tuotteen elinkaariajatteluun, mutta myös muilla ympäristöystävällisyyden ajatussuuntauksilla on vaikutusta siihen. Myös kuluttajille suunnattu ympäristövalistus eli eko-oppaat huomioivat tuotteen elinkaaren kaikki vaiheet ja käsittelevät ympäristöystävällisyyttä konkreettisesti. Oppaissa kerrotaan mitä ympäristöystävällinen tuote saa ja ei saa sisältää tai miten se on valmistettu

Tehdyn tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että tutkijoita askarruttanut kuluttajien asenteen ja käyttäytymisen välinen ero on osittain selitettävissä tutkijoiden ja kuluttajien ympäristöystävällisyyskäsitteen eroilla. Myös kuluttajien tietotaso voi aiheuttaa näennäistä asenteiden ja käyttäytymisen välistä ristiriitaa.

Lisätietoja: professori Pirjo Laaksonen, Vaasan yliopisto, puh. (06) 3248 285, s-posti pl@uwasa.fi , tutkija Miia Mäntylä, Vaasan yliopisto, puh. (06) 3248 318, s-posti miia.mantyla@uwasa.fi

Tilaukset: Tuotteen ympäristöystävällisyys – Kuluttajien ja asiantuntijoiden käsitysten vertailua, Laaksonen, P., Mäntylä, M., Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 5/2000. Julkaisun hinta on 16,6 €. Julkaisua voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00531 Helsinki, puh. (09) 7726 7702, faksi (09) 7726 7715, s-posti arja.luoto@kuluttajatutkimuskeskus.fi