

Kuluttajat toivovat enemmän vuorovaikutusta tuottajien kanssa

Kuluttajat haluaisivat suosia lyhyempiä toimitusketjuja ja ostaa useammin lihaa pientuottajien tiloilta. Tällä hetkellä valtaosa lihaostoksista tehdään kuitenkin super- ja hypermarketeista, sillä ostopaikaksi valitaan useimmiten kauppa, jossa pystytään tekemään kaikki ruokaostokset kerralla.

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT:n vuoden alussa teettämässä kyselyssä kartoitettiin kuluttajien näkemyksiä sianlihaketjun vastuullisuudesta ja tiedontarpeista. Yhdessä tutkimuksen osassa selvitettiin, mistä sianlihaa nykyisin ostetaan ja mistä lihaa haluttaisiin ostaa. Kyselyyn vastasi 1 000 kuluttajaa.

Lihakauppaa suoraan tilalta

Tällä hetkellä noin 80 prosenttia eli valtaosa kuluttajista ostaa sianlihaa super- ja hypermarketeista. Vain kaksi prosenttia hankkii lihansa suoraan tilalta ja kolme prosenttia kauppahalleista tai pientuottajien tuotteita myyvistä ruokakaupoista. Marketeista ja halpahintakaupoista ostoksensa tekee yksi kymmenestä.

Mieluiten kuluttajat ostaisivat tuoretta sianlihaa suoraan pientuottajalta. Jopa neljäsosa kuluttajista vastasi haluavansa tehdä ostoksia suorassa vuorovaikutuksessa tuottajan kanssa, mikä on merkittävä ero verrattuna nykyiseen tilanteeseen.

– Kuluttajat kaipaavat selvästi lyhyempiä toimitusketjuja tai ainakin jonkinlaista kontaktia alkutuotannon kanssa, kertoo hankkeen koordinaattori **Jaana Kotro** MTT:stä.

Yhtä moni kuluttaja haluaisi suosia lyhyempiä ketjuja, kuten tilojen suoramyyntiä, kauppahalleja tai pientuottajien tuotteita myyviä kauppiaita, kuin tehdä ostoksensa jatkossakin super- ja hypermarketeista.

MTT:n tutkija **Katriina Penttilä** pohtii, että tuloksen taustalla saattaa olla kuluttajien toive saada nähdä ja ymmärtää entistä paremmin, mistä liha tulee heidän lautaselleen.

Miksi marketteja suositaan?

Pientuottajien jälkeen seuraavaksi toivotuimpia ostopaikkoja ovat super- ja hypermarketit. Vajaa puolet kuluttajista haluaisi jatkossakin tehdä ostoksensa niissä. Kauppahallit ja pientuottajien tuotteita myyvät ruokakaupat olivat toivottu vaihtoehto viidesosalle.

Tärkeimpinä syinä nykyisen ostopaikan valinnalle olivat muidenkin ruokaostosten tekeminen samasta paikasta sekä sopiva ostopaikan sijainti. Muita olennaisia syitä olivat hyvä valikoima, sopiva hinta-laatu-suhte sekä tuotteiden luotettavuus.

Tutkija Penttilä ei usko, että kovin moni kuluttaja lopulta olisi valmis vaihtamaan ostospaikkaansa ja matkustamaan supermarkettien sijaan suoraan tilalle ostoksille.

– Tulokset viittaavat ennemmin siihen, että kuluttajat haluaisivat olla lähemmässä vuorovaikutuksessa tilojen kanssa ja saada tietoa tuotantoketjusta. Suoramyynnin lisääminen voisi olla yksi mahdollisuus, mutta ennen kaikkea teollisuus sekä vähittäiskaupat voisivat tuoda tuottajia enemmän esiin valikoimissaan ja valikoima-asetteluissaan, Penttilä huomauttaa.

Tiedosta luottamusta

Lähes 70 prosenttia kuluttajista luottaisi tuotteen turvallisuuteen enemmän, mikäli voisi jäljittää sen tilalle saakka. Lähes 60 prosenttia haluaisi mahdollisuuden jäljittää ostamansa lihan tuotantoketjun aina tuotantotilalle saakka. Kuluttajat toivoisivat myös enemmän maatilayritysten omaa viestintää.

Jaana Kotron mielestä toiminnan läpinäkyvyyden kehittämiseksi on aito tarve. Kuluttajien käsitykset todellisista käytännöistä saattavat olla hataria eikä kaikilla ole tietoa, kuinka ohjeistettua, järjestelmällistä ja valvottua työtä ruoantuotannossa tehdään.

Kotro laskeskelee, että kyselyyn vastanneista vain 35 prosenttia oli sitä mieltä, että suomalaisilla tiloilla käytetty rehu ei sisällä taudinaiheuttajia. Puolet vastanneista ei osannut sanoa asiaan kantaansa.

– Suomessa rehujen tuontia sekä valmistusta valvotaan tarkasti. Salmonellan suhteen on nollatoleranssi ja tilojen on noudatettava eläintautien torjuntayhdistyksen ohjeita eläinten ja rehujen tuonnissa, kertoo Kotro.

Kuluttajatutkimukset olivat osa MTT:n koordinoimaa ”Vastuullisuuden jäljitettävyyden kehittäminen – esimerkkinä lihaketju” -hanketta, joka päättyi keväällä 2012. Toteutuksesta vastasi myös Lihateollisuuden tutkimuskeskus ja Maatalouden Laskentakeskus. Hankeosapuolten lisäksi rahoittajina olivat Maa- ja metsätalousministeriö, Atria Suomi Oy ja HK Ruokatalo Oy.

Tutkimuksen tuloksista on juuri julkaistu MTT:n raportti: ”Lihaketjun vastuullisuuden läpinäkyvyys ja jäljitettävyys – esimerkkinä sianlihan tuotantoketju. Katsaus nykytilaan ja tulevaisuuteen”.

<http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti58.pdf>

Lisätietoja:

Hankkeen koordinaattori, tutkija Jaana Kotro, MTT, puh. 029 5317391, jaana.kotro@mtt.fi

Tutkija Katriina Penttilä, MTT, puh. 029 5317611, katriina.penttila@mtt.fi

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT on johtava maatalous- ja elintarviketutkimusta sekä maatalouden ympäristötutkimusta tekevä laitos. Tutkimusalojamme ovat bioteknologia- ja elintarviketutkimus, kasvintuotanto, kotieläintuotanto, talous, teknologia ja ympäristö. Tuotamme ja välitämme tieteellistä tutkimustietoa sekä kehitämme ja siirrämme teknologiaa koko

maatalous- ja elintarvikesektorille. Lisätietoja www.mtt.fi