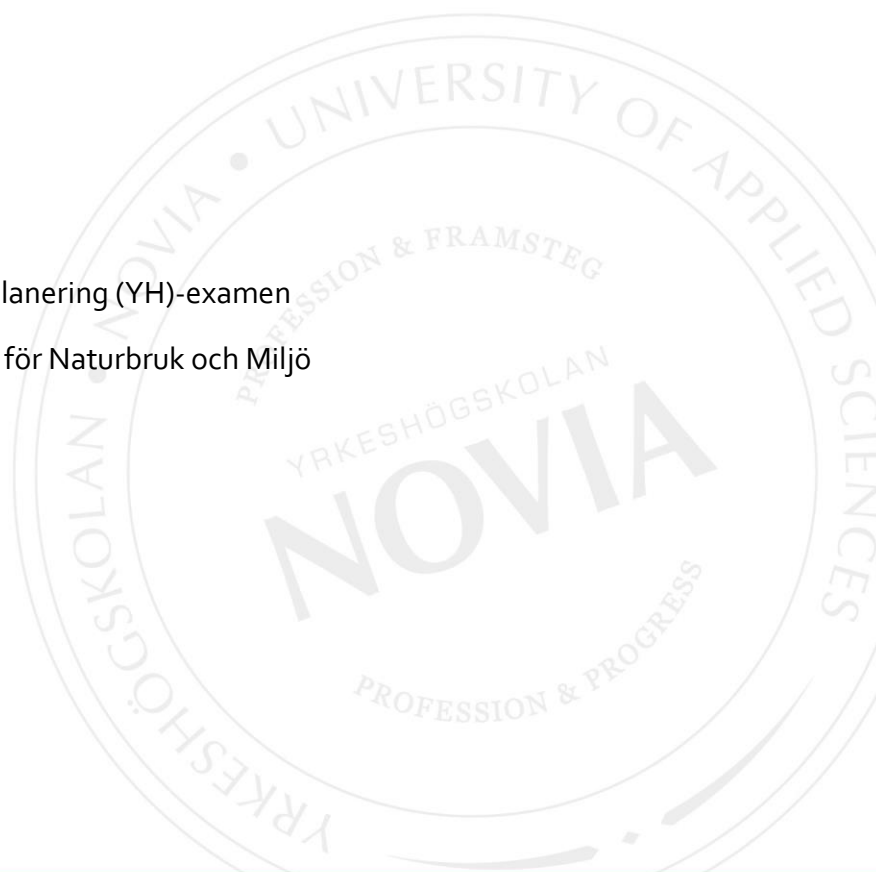


Prissättningen i REKO

En undersökning av de nyländska REKO-producenternas värdesättningar samt hur de motsvarar konsumenternas värderingar

Martina Schmidt

Examensarbete för Miljöplanering (YH)-examen
Utbildningsprogrammet för Naturbruk och Miljö
2021 Raseborg



EXAMENSARBETE

Författare: Martina Schmidt

Utbildning och ort: Naturbruk och miljö, Raseborg

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Miljöplanering

Handledare: Ulrika Dahlberg

Titel: Prissättningen i REKO

Datum 21.1.2021

Sidantal 29

Bilagor 4

Abstrakt

Detta examensarbete är gjort i samarbete med Projekt Lantbruk 2.0, vilket är ett projekt som leds av institutionen för bioekonomi vid Yrkeshögskolan Novia och finansieras av Svenska Kulturfonden. Projektet fokuserar på att synliggöra hållbara nyländska lantbruksnäringar, livskraftig matproduktion och arbetar för att gynna en lokal och cirkulär ekonomi.

Projektet Lantbruk 2.0 har studerat 21 slumpmässigt valda nyländska REKO-ringar och syftet med detta examensarbete är att vidare bearbeta materialet och undersöka hur och varför REKO-producenterna prissätter sina produkter i REKO som de gör. Vid sidan av detta undersöks även varför vissa konventionella REKO-produkter har samma prissättning som motsvarande ekologiska produkter. Ytterligare jämförs producenternas och konsumenternas värderingar för att se om de överensstämmer.

Undersökningen gjordes med hjälp av en enkät som skickades ut till 50 producenter varav 29 svarade på enkäten, vilket ger en svarsprocent på 58%. Producenterna valdes på basis av ramarna för projektet Lantbruk 2.0. I undersökningen användes även annan data som projektet Lantbruk 2.0 samlat in.

Resultaten visade att REKO-producenternas prissättning är beroende främst av produktionskostnader och -metoder, men även av efterfrågan samt produkternas speciella nischer. I fråga om likheterna mellan de ekologiska och konventionella produkternas prissättning så värderas vissa konventionellt producerade produkters priser högre på grund av efterfrågan samt produkternas diverse nischer, till exempel naturbeteskött eller speciella nötkreatursraser. Konsumenternas och producenternas värderingar överensstämmer på allmän nivå väl.

Språk: svenska

Nyckelord: miljöplanering, REKO, hållbar utveckling

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Martina Schmidt

Koulutus ja paikkakunta: Luonnonvara-ala, Raasepori

Suuntautumisvaihtoehto/Syventävät opinnot: Ympäristösuunnittelu

Ohjaaja: Ulrika Dahlberg

Nimike: REKO-tuotteiden arvonmääritys

Päivämäärä 21.1.2021 Sivumäärä 29

Liitteet 4

Tiivistelmä

Tämä lopputyö on tehty yhteistyössä Ammattikorkeakoulu Novian projektin Maatalous 2.0 kanssa. Maatalous 2.0 on Ammattikorkeakoulu Novian biotalouden instituutin luotsaama projekti, jonka rahoittaa Svenska Kulturfonden. Projektin tavoitteet ovat korostaa Uusimaalaista maataloutta, sen elinvoimaista ruokatuotantoa ja lähiruuan tärkeyttä.

Maatalous 2.0 on seurannut ja kerännyt tilastoa 21 sattumanvaraisesti valitusta uusimaalaisista REKO-ringistä kesän 2020 aikana. Tämän lopputyön tavoite on työstää tätä materiaalia ja syventyä REKO-tuottajien hinnoittelun syihin sekä nähdä kohtaako tuottajan ja kuluttajan arvot. Tämän ohella tutkitaan myös, miksi osa luomutuotteista on samassa hintaluokassa vastaavien tavanomaisesti tuotettujen tuotteiden kanssa.

Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeen avulla. Lomake lähetettiin sähköisesti 50 tuottajalle joista 29 vastasi kyselyyn, mikä antaa vastausprosentiksi 58%. Tuottajat ovat valittu projekti Maatalous 2.0 asettamien raamien mukaan ja tutkimuksessa käytettiin myös projektin keräämiä tietoja.

Tulokset osoittivat, että tuottajien hinnoittelun vaikuttaa eniten tuotantokustannukset ja -keinot, mutta myös tuotteiden kysyntä sekä tuotteiden erityispiirteet. Luomutuotteiden ja tavanomaisesti tuotettujen tuotteiden verrannolliset hinnat johtuvat kysynnän määrästä sekä siitä, että tavanomaisissa tuotteissa arvostetaan ja niiden hintaa korottaa erikoispiirteet, kuten esimerkiksi erikoisen rotuiset naudat tai eläinten mahdollisuus luonnonlaitumeen. Kuluttajien ja tuottajien arvot kohtasivat yleisellä tasolla hyvin.

Kieli: ruotsi

Avainsanat: ympäristösuunnittelu, REKO, kestävä kehitys

BACHELOR'S THESIS

Author: Martina Schmidt

Degree Programme: Natural Resources and Environment, Raseborg

Specialization: Environmental Planning

Supervisor: Ulrika Dahlberg

Title: The basis for the prices at REKO

Date 21.1.2021 Number of pages 29

Appendices 4

Abstract

This thesis is made in collaboration with project Lantbruk 2.0, which is a project driven by the Faculty of Bioeconomy at Novia University of Applied Science and financed by Svenska Kulturfonden. The project aims to highlight the importance of a vital and local food production in the region of Uusimaa.

The project Lantbruk 2.0 has gathered information from 21 randomly chosen REKO-groups in the region of Uusimaa during the summer 2020. The purpose of this thesis is to dig deeper into this data and analyze how producers' price and value their products, with a focus on why some of the conventionally products prices are similar to the certificated ecological products prices. How producers and consumers value their products are further compared.

50 producers, selected by the frames of the project Lantbruk 2.0, were contacted and asked to participate in an online survey. Totally 29 producers answered the survey resulting in an answering rate of 58%. Other data available from project Lantbruk 2.0 were also used in the study.

The results showed that the main reasons for producers pricing are production fees and production methods. The demand and different niches of the products have also an impact on the prices. The similarity of prices in some conventionally and ecologically produced products is due to special production methods of the conventional products – e.g. naturally fed animals or special breeds of cattle, but also the demand of the product can increase the price. Overall, the producers and consumers values correspond well.

Language: swedish

Key words: environmental planning, REKO, sustainability

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
2	Bakgrund.....	2
2.1	Vad är REKO?.....	2
2.2	Ekologisk och konventionell odling.....	3
2.3	Lantbruk 2.0.....	4
3	Syfte.....	5
3.1	Forskningsfrågor.....	5
3.2	Avgränsningar.....	5
4	Tidigare forskning.....	7
4.1	Data från Lantbruk 2.0.....	7
4.2	Undersökning av REKO-producenter.....	9
4.3	Undersökningar av REKO-konsumenter.....	11
5	Metoder.....	12
5.1	Kvantitativ och kvalitativ undersökning.....	12
5.2	Enkätundersökning.....	13
5.3	Intervju.....	14
5.4	Spindeldiagram.....	14
6	Resultat och tolkning.....	15
6.1	Respondenterna och produktindelningen.....	15
6.2	Producenternas produktvärderingar.....	17
6.2.1	Jämförelse av ekologiska och konventionella producenters värderingar....	17
6.2.2	Köttproducenter.....	18
6.2.3	Potatisproducenter.....	20
6.2.4	Tomatproducenter.....	21
6.2.5	Äggproducenter.....	22
6.2.6	Brödproducenter.....	23
6.3	Prisskillnaden mellan ekologiska och konventionella produkter.....	23
6.4	Jämförelse mellan producenternas och konsumenternas värderingar.....	25
7	Kritisk granskning och diskussion.....	27
7.1	Metodval.....	27
7.2	Utvecklingsmöjligheter.....	28
8	Slutsats.....	29
9	Källförteckning.....	30
10	Bilagor.....	32

1 Inledning

Jordbrukets lönsamhetsutveckling i Finland ser i dagens läge svagt ut, till följd av den nedåtgående trend som pågått hela 2000-talet. Orsakerna till detta är bland annat EU:s jordbrukspolitik samt utmaningarna vårt jordbruk står inför för att anpassa sig till omvärldens krav. Andra befintliga utmaningar är även exempelvis klimatförändringen samt utarmning av biodiversitet. Av det nuvarande läget lider speciellt producenterna, vars ställning i matkedjan är dålig, medan handeln har en stark position. (Karhinen R., 2019, s.9)

Lösningar för lantbrukets problem, som till exempel lönsamhet samt förlust i biodiversitet, hittas främst i att komma underfund med en ny slags företagsamhet samt att nå och belysa konsumenter angående betydelsen av att köpa hållbara och lokala produkter. Förutom varje producents egna antagande krävs samarbete mellan producenterna samt andra aktörer, men även intresse att ta hand om sina odlings- samt betesmarker.

Då man säljer lokal mat så bidrar man till en lokal ekonomi, och så blir miljökonsekvenserna mindre exempelvis då produkterna inte behövs transporteras långa vägar för att hitta till konsumenten. Ett gott sätt att nå konsumenterna är genom alternativa matkedjor som exempelvis REKO-ringarna. REKO-ringarna, som är beroende av volontärarbete samt social media, innebär vissa etiska regler och riktlinjer för att bibehålla konceptets ändamål – *regjäl konsumtion*. Utmaningar som REKO:s hållbarhetskoncept möter är till exempel frågor gällande hur ekologiska produkterna är, deras prissättning samt hur man definierar lokal mat. Detta väcker ett intresse att definiera vilka faktorer som ligger bakom prissättningen på REKO samt hur de överensstämmer med konsumenternas värderingar.

2 Bakgrund

2.1 Vad är REKO?

REKO i sig själv är ett alternativt matnätverk. Konceptet REKO består av en mathandel som sker utan mellanhänder – produkterna förflyttas direkt från producent till konsument. Själva förkortningen REKO står för *Rejäl konsumtion*, vilket tyder på att handeln skall fungera rättvist, transparent samt med positiv attityd. Handeln fungerar kostnadsfritt på Facebook, där även kommande REKO-träffar meddelas samt var producenterna och konsumenterna idkar sin handel. (Aitoja makuja, 2020a)

Administrationn av REKO fungerar på basis av volontärarbete och reglerna för verksamheten baserar sig på allmänna linjedragningar. Verksamheten mellan olika REKO-ringar kan variera mellan olika områden. Exempel på linjedragningar är diverse etiska riktlinjer, förbud av återförsäljning och gynlandet av lokal, samt gärna ekologisk, produktion. Producenterna är själv skyldiga att sköta sina skatteärenden samt andra befintliga myndighetsärenden. (Aitoja makuja, 2020b)

Positiva aspekter med REKO är till exempel att den stöder den lokala ekonomin, gynnar ekologiska produkter och korta transportkedjor samt så utgör den en social händelse som knyter ihop konsumenten och producenten personligen. För producenten möjliggör även REKO att sälja mer speciella produkter som dagligvaruhandeln inte är så intresserade av men som konsumenten möjligen respekterar. (Eko Nu!, 2020). Enligt resultaten i enkäten ”*Pientuottajat yhteistyöllä markkinoille*” -projektet, som är riktat till REKO-producenter, ansåg producenterna att positiva aspekter i REKO är dess direkta samt sociala kontakt till konsumenten, kostnadsfriheten samt att mängden sålda produkter är bestämd redan före själva REKO-träffen. (Latvala, Väre och Niemi, 2020)

Enligt REKO-grundaren Thomas Snellman är REKO:s utmaningar bland annat att kommunikationen sker enbart på Facebook vars popularitet som plattform kan svalna (Treier, 2019). Kritik från producenternas del har även indikerat att REKO-ringarna anses stökiga samt att administratörernas förfaringssätt varierar. Även lönsamheten i REKO varierar – aktiva försäljare samt djurgårdar uppskattar att till distributionskostnaderna går 14–25% av försäljningsinkomsterna, medan mindre samt nya försäljare anser att distributionskostnaderna tar upp till 73–85% av försäljningsinkomsterna. (Latvala, Väre och Niemi, 2020)

2.2 Ekologisk och konventionell odling

Den konventionella produktionen baserar sig på verksamhet som utförs med traditionella medel. Produkter som produceras är vardagliga matprodukter som till exempel bröd, grönsaker, växter och socker. Verksamheten fungerar bäst utgående från de rådande omständigheterna och bonden känner själv oftast bäst till sin mark och vad som växer bäst på den. Allmänt kan man anse att odlingen i Finland gynnas av att luften är ren, avtrycket på vattentillgångarna är liten samt att jordmånen, internationellt sätt, är ren. I jämförelse med sydligare länder behövs det i Finland mindre växtskyddsmedel, vilket beror på kölden samt klimatet. (SLC, uåb) Den största skillnaden i den konventionella produktionen, jämfört med den ekologiska produktionen, är att i den konventionella produktionen använder man sig av till exempel kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel. (Karsson I. 2017)

Den ekologiska odlingen grundar sig på tanken om att ekoprodukterna är ofarliga och att den skall gynna mångfalden i naturen. Det allmänna fokuset ligger i att naturens, växternas, människans samt djurens välfärd skall säkerställas samt tas hand om. Exempel på ekologiska metoder är att odlingen fungerar på basis av flerårig växtföljd, där man upprätthåller växtskydd samt bevarar en god växtnäring med hjälp av att alternera olika växtslag. De ekologiska produkterna kan matas till djur, vilka i samband med andra specifika krav kan uppfylla kriterierna för produktionen av ekodjur. (SLC, uåa)

Den ekologiska produktionen byggs upp av ett eget årligt kontrollsystem samt så följer den egna specificerade lagar. I Finland består dryga 10 procent av odlingsarealen av ekologisk produktionsmark och efterfrågan samt andelen ekologiska producenter ökar hela tiden. Fördelar med ekologisk produktion är exempelvis att produkterna är ofarliga för miljön, människor och djur, växterna är djuprotade, djuren gynnas av ett artlikt beteende samt att produkterna kan anses rena då tillsatser samt processhjälpmedel endast används vid behov. Kemiska bekämpningsmedel, färgämnen och sötningsmedel är förbjudna i en ekologisk produktion. (SLC, uå)

I Nyland fanns det år 2019 409 ekoproducenter och Nyland är det län som har mest ekologiska producenter i hela Finland. Under de senaste sex åren har antalet ekoproducenter i Nyland ökat med 29%. Den största kategorin av sädesslag som odlas ekologiskt i Nyland är ekohavre samt så är den vanligaste ekodjurproduktionen hönsägg. (ProLuomu, 2020)

Kostnaderna för att vara en ekologisk producent är beroende av gårdens samt verksamhetens storlek. Ekologiska gårdar är även berättigade till ett eget finansiellt stöd, vars mängd baserar sig på gårdens storlek. (Livsmedelsverket, 2020)

Skillnader mellan konventionell och ekologisk produktion kan ses speciellt i de ekologiska metodernas fördelar. Man bör ta i beaktan att de ekologiska metoderna kan även användas i den konventionella produktionen, även om de i större utsträckning används på de ekologiska gårdarna i dagens läge. Med tanke på klimatförändringen så nyttas både den konventionella samt ekologiska odlingen av att använda stallgödsel på sina åkrar samt att beakta sina växtföljder. Dessa åtgärder hjälper till att öka kolhalten i marken, vilket för sin del hjälper till att reducera atmosfärens växthusgaser. Även faktumet att tekniken utvecklas hjälper miljön – till exempel så kan man odla fång- och täckgrödor eller använda plöjningsfria metoder. (Naturskyddsföreningen, 2020)

Man bör även ta i beaktan att den ekologiska produktionen inte är den enda rätta vägen för en hållbar odling, utan man borde ta fast på de bästa aspekterna från olika hjälpmedel samt produktionssätt. Speciellt skall man fokusera på de lokala odlingsförutsättningarna samt utmaningarna, och på så sätt hitta lösningar till en hållbar odling. (Lantmännen, uå). Den ekologiska produktionens påverkan på omgivningen är definitivt god, men exempelvis klimatutsläppen mellan de konventionella gårdarna är inte entydiga, och beror långt på vad gårdarna producerar samt vilka klimatåtgärder de vidtar. (Naturskyddsföreningen, 2020)

2.3 Lantbruk 2.0

Yrkeshögskolan Novias institution för bioekonomi, med hjälp av Svenska Kulturfondens finansiering, leder projektet Lantbruk 2.0 (*fin. Maatalous 2.0*). Då dagens lantbruk möts av diverse olika problem angående lönsamhet, miljöförändringar samt förlust av diversitet strävar projektet att belysa det lokala lantbruket och dess möjligheter samt att lyfta fram entreprenörskap, en cirkulär ekonomi och en livskraftig och lokal matproduktion. Projektet samarbetar och sammanför olika aktörer i branschen med ett fokus på Nylands område. Projekt Lantbruk 2.0 strävar även att öka lokala aktörers medvetenhet om permakultur samt en regenerativ odling samt så fokuserar sig projektet på alternativa matnätverk, som till exempel REKO. (Yrkeshögskolan Novia, 2021)

3 Syfte

3.1 Forskningsfrågor

Som ett alternativt matnätverk utgör REKO en möjlighet för producenterna att få ett bättre pris för sina produkter än om de sålde dem till dagligvaruhandeln. Prissättningen regleras av producenterna själva. Syftet med detta arbete är att svara på frågorna:

- Vad styr produkternas pris i REKO?
- Hur värderar producenterna deras produkter?
- Varför är prisskillnaden mellan vissa ekologiska produkter och motsvarande konventionella produkter liten?
- Hur motsvarar producenternas värderingar konsumenternas?

3.2 Avgränsningar

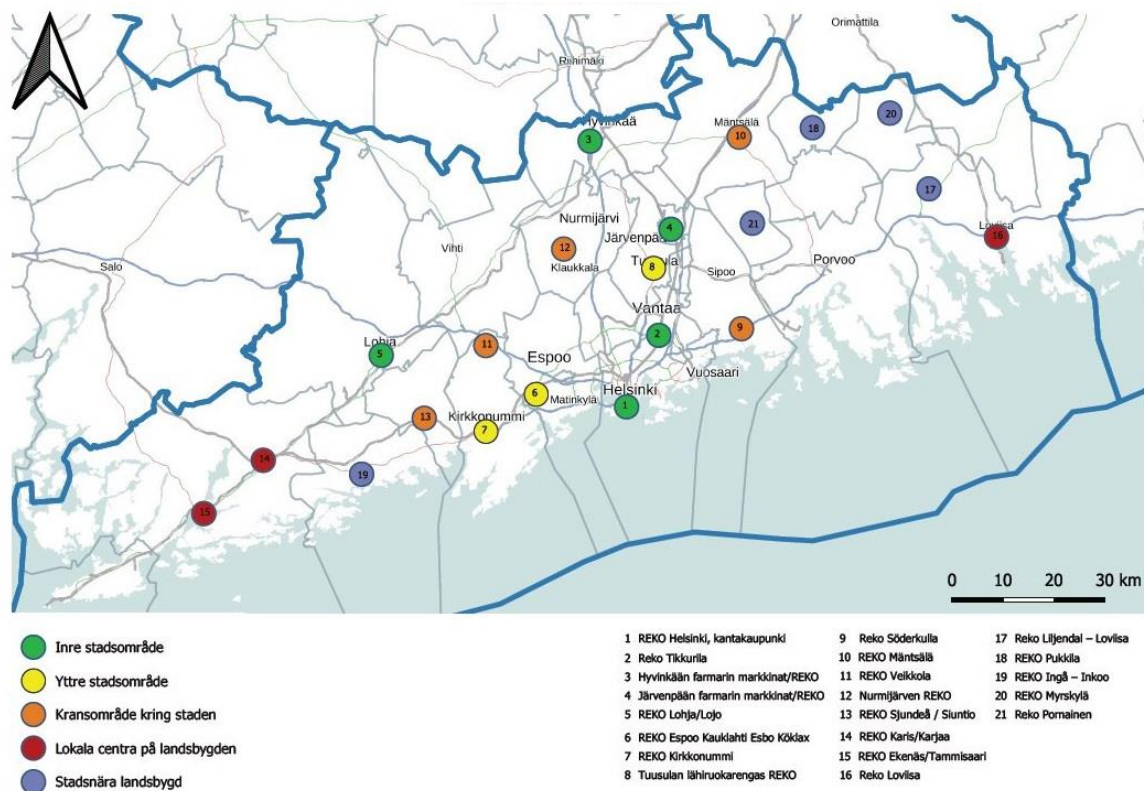
Då denna undersökning görs i samband med Yrkeshögskolan Novias projekt Lantbruk 2.0 har producenterna avgränsats enligt projektets behov. I projektet samt denna undersökning berörs producenter som sålt produkter av kategorierna *nypotatis*, *tomat*, *ägg*, *kött* eller *semlor* under tidsperioden 15.6.2020-2.8.2020 i 21 slumpmässigt valda Nyländska REKO-grupper. På grund av att försäljningsannonserna syns i regel bara en kort tid i REKO-grupperna på Facebook så samlades all data på realtid och kodades senare om till data som gick att analysera i Excel. De jämförda produkterna valdes på basis av att de var allmänt sålda produkter på REKO samt att de fanns representerade i varje REKO-grupp. Avgränsningar angående produkterna var allmänt att produkterna måste vara totalt inhemska, äggen hönsägg, köttet malet nötkött samt all potatis nypotatis.

De 21 slumpmässigt valda rekoringarna är fördelade så att de tillsammans representerar jämnt olika typer av stadsmiljöer baserat på Finlands miljöcentrals (2020) indelning (Figur 1).

Följande områdesindelningar används:

1. Inre stadsområde
2. Yttre stadsområde
3. Kransområde kring staden
4. Lokala centra på landsbygden
5. Stadsnära landsbygd
6. Kärnlandsbygd
7. Glesbygd

Områden ”6. Kärnlandsbygd” och ”7. Glesbygd”, som ursprungligen fanns med i Miljöcentralens områdesindelning, föll ut ur undersökningen då de kategorierna inte hade aktiva REKO-Ringar i Nyland.



Figur 1, De 21 slumpmässigt valda REKO-ringarna samt deras områdesindelning.

Jag har valt att fokusera på att utreda hur producenterna prissätter samt värderar sina produkter med ett fokus på att se om det finns något mönster varför de ekologiska REKO-produkternas priser inte skiljer sig märkvärt från de konventionella REKO-produkterna. Förutom detta jämförs REKO-producenternas och REKO-konsumenternas prioriteringar för att se om de anser samma aspekter viktiga.

Alla producenter behandlas anonymt i denna undersökning.

4 Tidigare forskning

4.1 Data från Lantbruk 2.0

Data från de 21 slumpmässigt utvalda REKO-ringarna samlades in under tidsperioden 15.6.2020-2.8.2020. Den insamlade informationen bestod av till exempel producenter, produkter och deras priser samt nischer, producenternas körsträcka till REKO-punkten ifråga samt data om produkterna var ekologiskt eller konventionellt producerade.

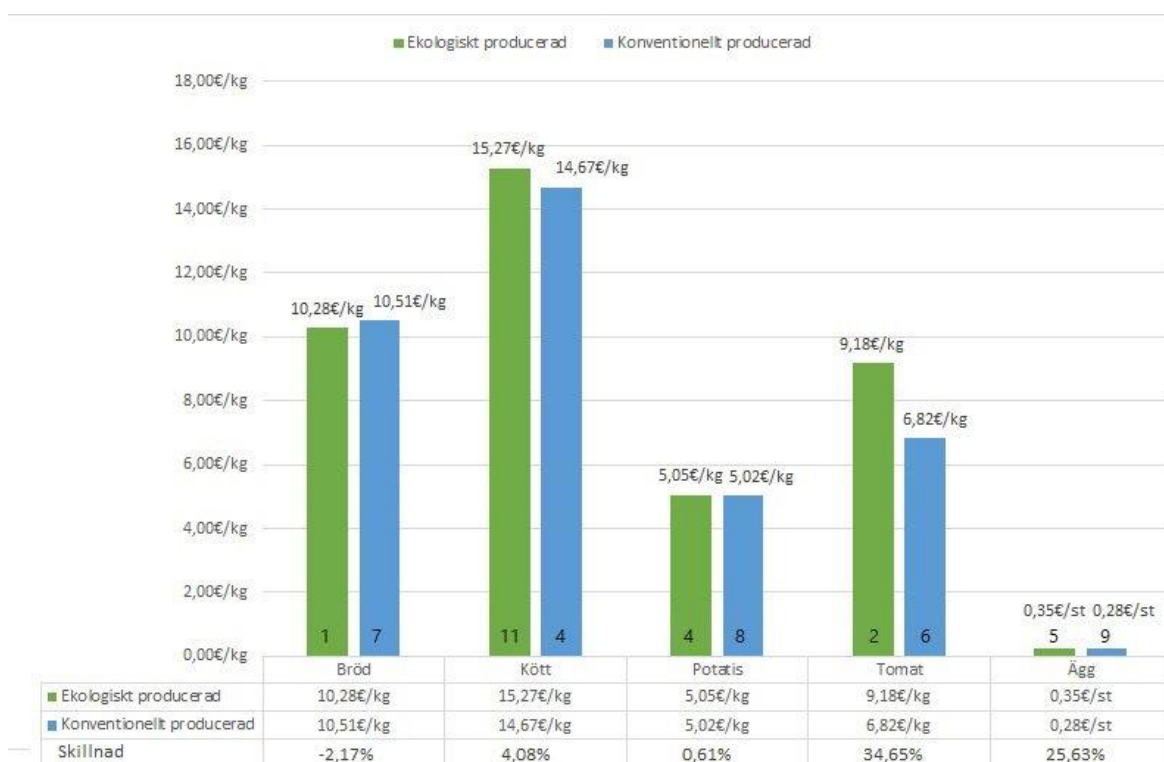
Alla de uppföljda produkterna; bröd, kött, tomat, nypotatis samt ägg var representerade i alla uppföljda REKO-ringar. Sammanlagt fanns det 57 producenter, vilka indelade sig på 23 ekologiska producenter och 34 konventionella producenter. Fastän man i REKO bör gynna ekologisk produktion fanns det mest konventionella producenter, vilket även kan ses från det insamlade data (Tabell 1). Endast köttproducenterna dominerades av ekologisk produktion med 11 producenter av 15 som var certifierat ekologiska. Minst ekologiska producenter fanns i kategorin för bröd, där bara en av åtta producenter bedrev ekologisk produktion. I övrigt var representationen av ekologiska producenter per kategori ungefär en tredjedel av producentantalet, se Tabell 1 nedan.

Tabell 1, Producentindelningen per kategori.

	Bröd	Kött	Tomater	Nypotatis	Ägg
Ekologisk producent	1	11	2	4	5
Konventionell producent	7	4	6	8	9
Sammanlagt	8	15	8	12	14
Antal ekologiska producenter	13%	73%	25%	33%	36%

Projektets resultat har visat att prisskillnaden mellan certifierat ekologiskt producerade samt konventionellt producerade produkter är liten speciellt för kött (4,08%) och nypotatis (0,61%). Det ekologiska brödet var i faktum billigare än det konventionellt producerade brödet (-2,17%) men den ekologiska försäljningen representerades bara av en producent.

Prisskillnaden för tomaterna och äggen ser mera ut som man kan förvänta sig – de ekologiska tomaterna var 34,65% dyrare och de ekologiska äggen 25,63% dyrare än de motsvarande konventionella produkterna. Se Figur 2.



Figur 2, Prisskillnad mellan ekologiska samt konventionellt producerade produkter. Siffran inne i stapeln står för antalet producenter i sin kategori.

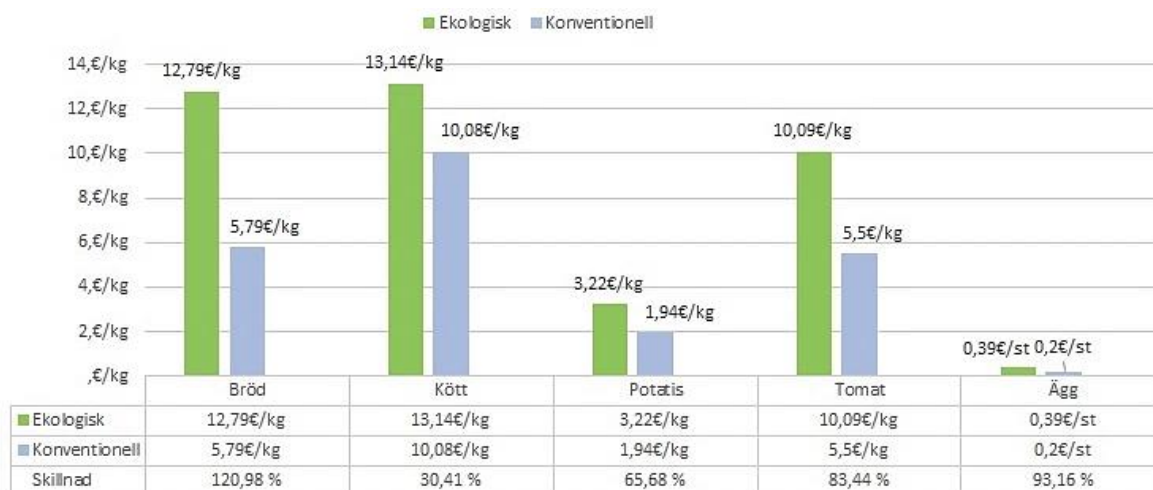
För att se en proportionell prisskillnad mellan konventionella och ekologiska produkter dokumenterades även information angående dagligvaruhandelns motsvarande produkter. Butikspriserna samlades in under perioden 17.7.2020-31.8.2020, och till jämförelsen togs med 42 butiker som representerade de vanligaste butikskedjorna enligt Päivittäistavarakauppa ry (2019); S-koncernen, K-koncernen och Lidl Suomi Ky. Gentemot varje REKO-ring valdes slumpmässigt en butik av varje koncern för att kunna representera varje områdes prisklass samt konsumenternas möjligheter för dagligvaruhandel, alla kedjor

fanns dock inte på alla orter. Varje enskilda butikspriser dokumenterades en gång under tidsperioden med hjälp av kedjornas egna nätbutiker samt med konkreta besök till vissa butiker. Butiksuppföljningens information kan ses från bilaga 4.

Resultaten visade att ekologiska produkter var proportionellt märkbart dyrare än de konventionella produkterna i dagligvaruhandeln. Allmänt var REKO dyrare än dagligvaruhandeln med undantag angående ekologiskt bröd samt ekologiska ägg. Det ekologiska brödet kostade på REKO 12,79€/kg medan dagligvaruhandeln prissatte dem i medeltal 5,79€/kg. De ekologiska äggen kostade i medel på REKO 0,39€/st och i varuhandeln 0,2€/st.

Det ekologiska brödet var i dagligvaruhandeln upp till 120,98% dyrare än det konventionella brödet, köttet 30,41%, potatisen 65,68%, tomaterna 83,44% och äggen 93,16% dyrare än de motsvarande ekologiska produkterna.

Se figur 3 nedan.



Figur 3, Prisskillnad mellan ekologiska samt konventionellt producerade produkter i dagligvaruhandeln.

4.2 Undersökning av REKO-producenter

Generellt har REKO undersökts relativt lite, men med tanke på att REKO grundades först år 2013 har även forskningen varit aktiv. REKO-undersökningarna har främst bestått av avhandlingar i universitet samt av examensarbeten vid yrkeshögskolor, men även av olika

undersökningar och projekt av olika aktörer i branschen. REKO-producenterna har undersökts i flera undersökningar men undersökningarna har främst gjorts för att reda ut REKO-produktionens lönsamhet, olika utvecklingsmöjligheter samt diverse undersökningar av specifika REKO-ringar samt REKO-områden.

”Pientuottajat yhteistyöllä markkinoille” -projektet, som bedrivs av Ahlman, utförde under år 2020 en stor undersökning av REKO-producenterna med hjälp av en enkätundersökning. Enkäten utfördes nationellt och på den svarade 120 producenter varav 10 var nyländska producenter. Undersökningen fokuserade främst på att utreda producenternas försäljningsmängd, tidsanvändningen samt lönsamhetsfrågor på REKO. Utredningen visade att nationellt sålde största delen av producenterna kött och köttprodukter (34%), grönsaker och rotfrukter (32%) och bageriprodukter (17%). Resultaten visade att REKO-verksamheten var lönsam för stora producenter samt köttproducenter, medan mindre samt nya producenter inte ansåg verksamheten lönsam. (Latvala, Väre och Niemi, 2020)

Enligt Fagerholms (2018) undersökning, gjord för hennes examensarbete *”REKO i Västnyland – en undersökning om lönsamhet och utvecklingsmöjligheter”*, anser flera producenter i Västnyland att efterfrågan för produkter är stor i REKO samt att konkurrensen av de andra REKO-producenterna inte stör dem. Fagerholms undersökning gjordes med hjälp av en enkätundersökning och fokuserade på REKO:s lönsamhet samt utvecklingsmöjligheter. Resultaten är baserade på 13 producenters svar, vilka alla verkar i Västnyländska REKO-ringar. Övriga resultat Fagerholm kommit fram till är att producenterna är allmänt nöjda med REKO och att största delen anser att verksamheten är lönsam samt växande.

Öman (2017) undersökte i hennes examensarbete *”Producenter och konsumenter inom REKO i Närpes och Kristinestad”* producenternas ekonomi samt utvecklingsmöjligheter. Utredningen gjordes med hjälp av en enkät till både producenterna och konsumenterna, samt så kompletterades undersökningen med producentintervjuer. På enkäten svarade 14 producenter samt 128 konsumenter. Resultaten angående producenterna visade att Närpes samt Kristinestad REKO-ringars producenter ansåg att deras verksamhet vore lönsam även utan REKO, konceptet kräver utveckling men att de flesta producenterna var allmänt nöjda med verksamheten.

4.3 Undersökningar av REKO-konsumenter

REKO:s konsumenter samt deras köpbeteende har definitivt undersökts mera än producenternas värdesättningar. Undersökningarna har varit för examensarbeten vid yrkeshögskolor, avhandlingar för universitet samt diverse undersökningar av olika aktörer i branschen.

Barman-Geust (2019) har i sin undersökning *”Från jord till bord utan mellanhänder”* undersökt vilka de finländska rekokonsumenterna är samt vad som motiverar dem att handla i REKO. Undersökningen gjordes som en pro gradu avhandling och på basis av enkätundersökning. Enkäten riktades till alla konsumenter i de 177 befintliga rekoringar i Finland just då, och fick slutligen svar av 1601 personer. Resultaten visade att de viktigaste värderingarna för REKO-konsumenterna var att stöda de lokala producenterna (70,4%), matens goda smak samt kvalitet (50,8%), kunskap av produkternas ursprung (41,5%), gynnandet av lokal mat (32,4%) samt att köpa miljö- och klimatvänlig mat (18%). Faktorer som konsumenterna värdesätter lägst är produkternas prissättning och om de är ekologiskt odlade.

Ömans (2017) undersökning *”Producenter och konsumenter inom REKO i Närpes och Kristinestad”* undersökte även konsumenterna i Närpes och Kristinestads REKO-ringar. På enkäten till konsumenterna svarade 128 personer. Värderingar konsumenterna ansåg ytterst viktiga med REKO-produkterna var att produkterna hade god smak (75%) och att de var lokalt producerade (52%), medan priset ansågs vara ytterst viktig av bara 30% av respondenterna. Intressant med resultaten var även att 20% av respondenterna ansåg att ekologiskt inte var viktig i REKO. Vid sidan av detta ansåg 5% av respondenterna att prissättningen inte var en viktig aspekt i REKO.

Fagerholms (2018) undersökning *”REKO i Västnyland – en undersökning om lönsamhet och utvecklingsmöjligheter”* visade att av 116 konsumenter lade de flesta värde på att stödja de lokala producenterna (87,9%), köpa färska produkter (76,7%), lokala produkter (73,3%) samt kvalitet (71,6%). I de öppna kommentarerna har ett par konsumenter även påpekat att de får bra ekologiska produkter från REKO och produkter som vanliga matbutiker inte erbjuder. Aspekter som konsumenterna saknade var större utbud av produkter.

5 Metoder

5.1 Kvantitativ och kvalitativ undersökning

Då man talar om kvantitativ och kvalitativ undersökning står dessa definitioner för det undersökta informationens form. För att sammanfatta dessa begrepp kort kan man definiera att kvantitativa metoder beskrivs med siffror, medan kvalitativa metoder beskrivs med ord. Kvantitativa metoders styrka ligger i då man undersöker generella aspekter medan den kvalitativa metoden utgör en mer specifik och på så sätt djupare undersökning. Dessa båda metoderna innehåller flera olika undertyper som lämpar sig till olika situationer och behov. (Eliasson A.,2013, s. 21)

De kvantitativa metoderna består oftast främst av olika matematiska tillvägagångssätt. Själva undersökningen görs oftast med enkäter eller intervjuer, där den som tillfrågas får svara med hjälp av färdigt utsatta valmöjligheter. Exempel av dessa är korta ”Ja/Nej” frågor eller möjligheter att välja sin åsikt gentemot någon sak genom en skala från 1–5. Av dessa två sätt anses enkäter vara ett lättare och billigare sätt att nå respondenten, medan intervjuer kräver större resurser både tidvis och finansiellt. Då materialet består av siffror analyseras data med hjälp av olika statistikprogram och resultaten kan behandlas på ett generellt sätt. (Eliasson A.,2013, s. 28–29)

De kvalitativa metoderna tar sig mera in på djupet av sitt material och behövs för att nå information som de kvantitativa undersökningarna inte räcker till. De vanligaste sätten att utgöra en kvalitativ undersökning är genom intervjuer eller observationer. I intervjuer diskuterar intervjuaren och respondenten utgående från, i alla fall delvist, på förhand bestämda frågor. I observationerna å sin sida observeras respondenten och observatören dokumenterar sina iakttagelser till exempel genom anteckningar. Förutom att de kvalitativa metoderna stöder andra undersökningsmetoder så är de bra för att samla upp information under en längre tid samt för att skapa helhetsbilder mellan olika sammanhang. (Eliasson A.,2013, s. 27–29)

5.2 Enkätundersökning

En enkät består av en lista färdigt bestämda frågor som respondenten får svara på. Svarmöjligheterna kan vara kvantitativa, vilket består främst av enkla ”Ja/Nej” svar, eller av kvalitativa frågor som exempelvis öppna kommentarfält som respondenten själv kan fylla i. En enkät kan exempelvis skickas hem per post eller så kan den ske elektroniskt då respondenten får en länk till enkätundersökningen. (Eliasson, A., 2013, s. 16)

Enkätundersökningar är ofta ett enkelt samt förmånligt sätt att utföra en undersökning på, som möjliggör att respondenten kan svara på enkäten då det bäst passar hen. Oavsett av detta så får enkätundersökningar allmänt en mindre svarprocent än intervjuer, högst antagligen på grund av att den mänskliga kontakten fattas. Om en enkät begränsar sig till en väldigt specifik grupp, som samlas vid specifika tillfällen, så kan svarprocenten ökas genom att föra enkäten till respondenterna vid detta tillfälle. Vid andra fall kan man elektroniskt försöka påminna dem om att svara. Utmaningar med enkätundersökningar är att de bör vara tydligt formulerade så att risken för missförstånd minskar. (Eliasson, A., 2013, s. 17)

I denna undersökning kontaktades 50 producenter med enkäten varav 29 svarade. Alla respondenter behandlas anonymt i denna undersökning.

Denna undersökningens enkätundersökning förverkligades digitalt med hjälp av Microsoft Forms och länken till den skickades till producenterna antingen per e-mejl eller genom Facebook, beroende på vilkendera kunde antas vara deras huvudsakliga kommunikationsmetod. På grund av att producenterna var både finsk- och svenskspråkiga så gjordes två skilda enkäter på bägge språk - på detta vis minskade risken för missförstånd. Samtidigt med den första kontakten skrevs ett kort följebrev, se bilaga 3. En påminnelse skickades då deadline närmade sig. Då enkäten gjordes digitalt möjliggjorde det för producenterna att svara då det bäst passade dem och på så sätt säkerställdes att enkäten fick en så stor svarprocent som möjligt.

Enkäten innehöll tio frågor (se bilaga 1 samt bilaga 2) och fokuserade på att utreda vilka produkter producenterna säljer, är de certifierat ekologiska eller konventionella producenter, jämför de sina priser med andra REKO-producenter samt dagligvaruhandeln och påverkar dessas prissättning en egen prissättning. Förutom detta frågades vilka aspekter som påverkar deras prissättning. Enkäten innehöll både slutna frågor och mångvalsfrågor men även öppna frågor som gav möjlighet till personliga och mer fördjupande svar, vilket resulterade i både kvantitativa och kvalitativa resultat.

5.3 Intervju

Enligt Eliasson (2013, s. 24–27) består intervjuer av en intervjuare som ställer på förhand bestämda frågor till en eller fler respondenter. Intervjuer kan ordas mer eller mindre strukturellt och så kan de variera från specifika frågor till mera samtalsliknande diskussioner. Viktiga faktorer i en intervju är att utföra någon slags dokumentation som till exempel skriftliga anteckningar eller så kan man spela in intervjun. Då man spelar in intervjun bör man berätta detta till den som blir intervjuad samt få ett samtycke av detta i början av intervjun. Oavsett hur man dokumenterar sin intervju är det viktigt att skriva upp vem man intervjuar, när intervjun skett samt vem som intervjuat. Förutom detta kan intressanta aspekter vara olika observationer intervjuaren lagt märke till.

Projektet Lantbruk 2.0 har intervjuat lokala producenter och detta data används även i denna undersökning. Intervjuerna har dokumenterats med hjälp av anteckningar och intervjuerna kan anses vara samtalsliknande ostrukturerade intervjuer. Intervjuerna är gjorda under tidsperioden juni-november 2020 och alla respondenterna behandlas anonymt i denna undersökning.

5.4 Spindeldiagram

För att förtydliga producenternas värderingar angående prissättningen bearbetades två olika spindeldiagram, ett för att beskriva alla producenternas värderingskartläggning och ett för att beskriva skillnaderna mellan de ekologiska och de konventionella producenternas värderingskartläggning. Båda spindeldiagrammen gjordes med Excel.

Spindeldiagrammens värderingspunkter definierades enligt enkätens frågor 4–7 samt öppna kommentarer i fråga nummer 8 angående övriga orsaker till prissättning. Slutliga variabler för prissättning var:

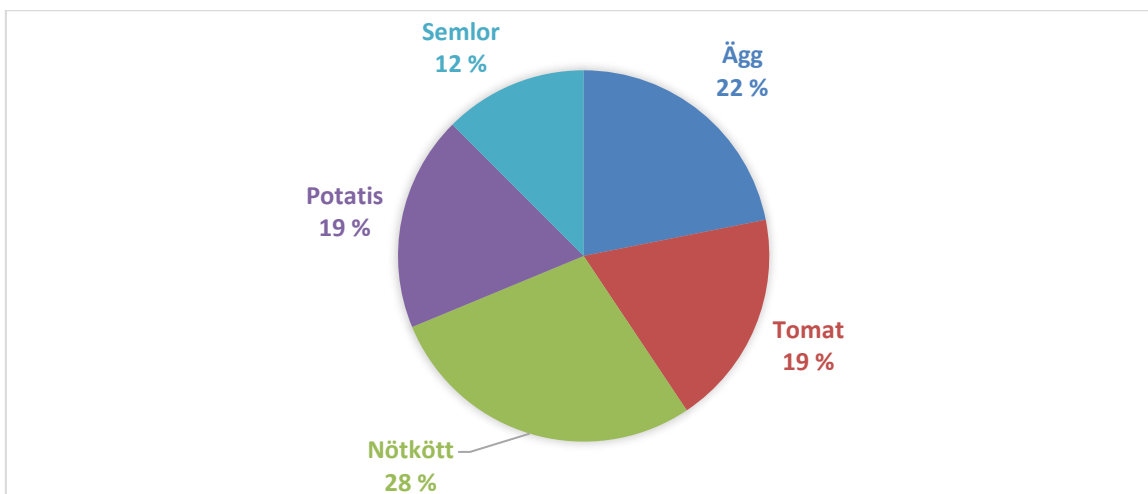
- Produktionskostnader
 - *Till exempel fasta kostnader från åkern, produktionsbyggnader och maskiner. (Grandell J.,2019)*
- Andra REKO-producenters prissättning
- Kvalité, speciella egenskaper
 - *Till exempel 2-klassens grönsaker.*
- Produktionsmetoder
 - *Till exempel ekologisk eller konventionell produktion (ProAgria, 2015, s.2)*
- Körsträcka
 - *Körsträcka från produktionsgården till REKO-träff*
- Efterfrågan av produkt

I det första spindeldiagrammet, angående alla producenters åsikter om prissättning, definierades värdena med ett värde av 1, maximivärdet 29 enligt antalet producenter. I det andra spindeldiagrammet, angående skillnaderna mellan de ekologiska och de konventionella producenterna, beräknades de olika orsakernas värden enligt procentantalet producenter som värdesatte sina produkter enligt den specifika kategorin. Detta gjordes för att kunna se skillnaderna mellan dessa grupper då de inte var helt jämnt representerade – det fanns 9 certifierat ekologiska producenter och 20 konventionella producenter.

6 Resultat och tolkning

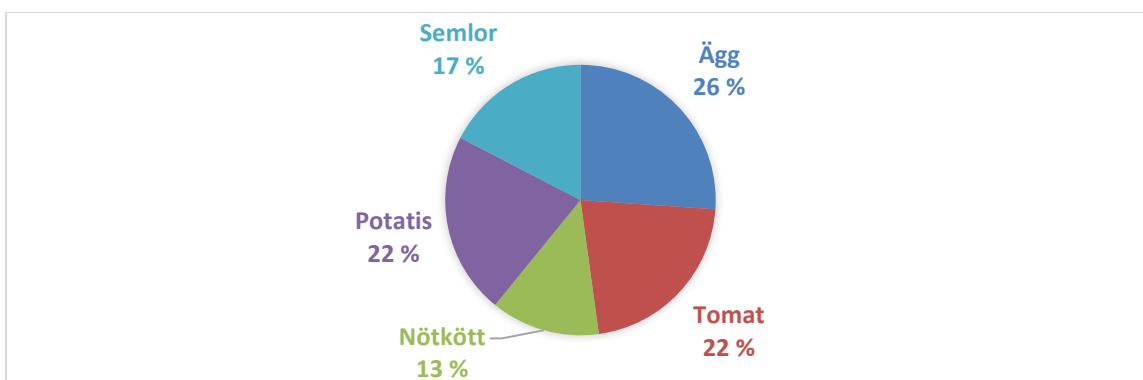
6.1 Respondenterna och produktindelningen

Totalt kontaktades 50 producenter varav 29 svarade på enkäten, vilket gav en svarprocent på 58 procent. Av de som svarade var 20 konventionella producenter och de kvarblivande 9 var certifierat ekologiska producenter. Produktindelningen av sålda produkttyper var allmänt relativt jämn och ger en god helhetsbild av de olika kategorierna, vilket kan ses i Figur 6 nedan.

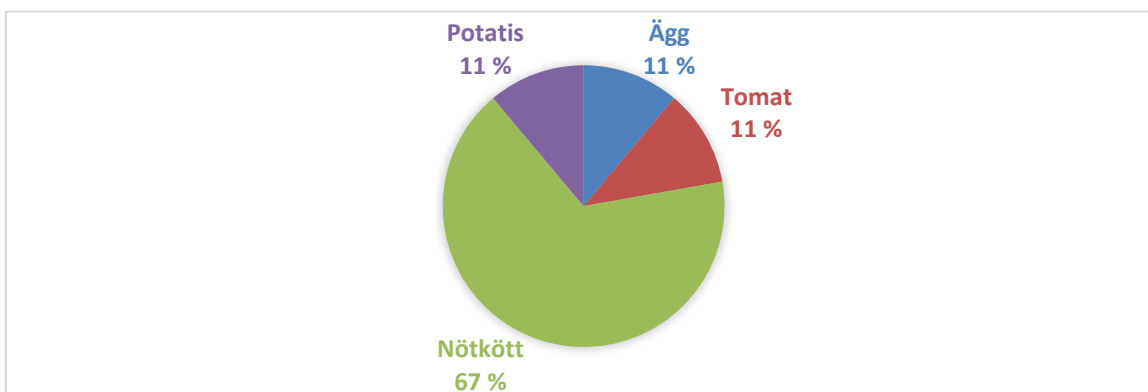


Figur 6, Produktindelningen av alla producenters sålda produkter

Från de konventionella producenterna hittades alla uppföljda produkttyper. Från de ekologiska producenterna föll kategoritypen semlor helt bort då ingen av respondenterna sålde dem (Figur 7 och 8).



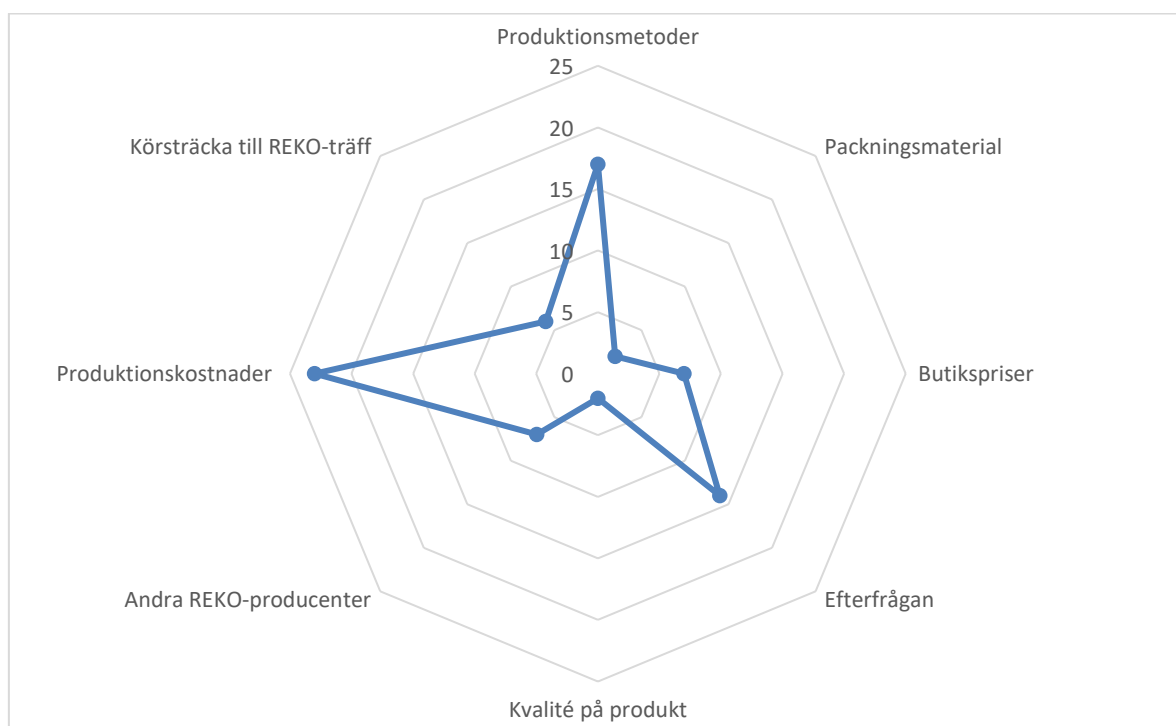
Figur 7, Den konventionella produktindelningen



Figur 8, Den ekologiska produktindelningen

6.2 Producenternas produktvärderingar

Resultaten visar att orsakerna bakom producenternas prissättning låg främst i produktionskostnaderna, med ett värde på 23 av maximivärdet 29 i spindeldiagrammet. Vid sidan av detta var produktionsmetoderna (17) samt efterfrågan av produkterna (14) följande kriterier till prissättningen. Jämförelser till andra REKO-producenters samt dagligvaruhandelns priser gjordes även i liten skala (7). Minsta orsaker till prissättningen gjorde körsträckorna till REKO, packningsmaterialens kostnader samt speciella aspekter angående produkternas kvalitet, som kunde vara till exempel 2-klassens grönsaker. Se figur 9.



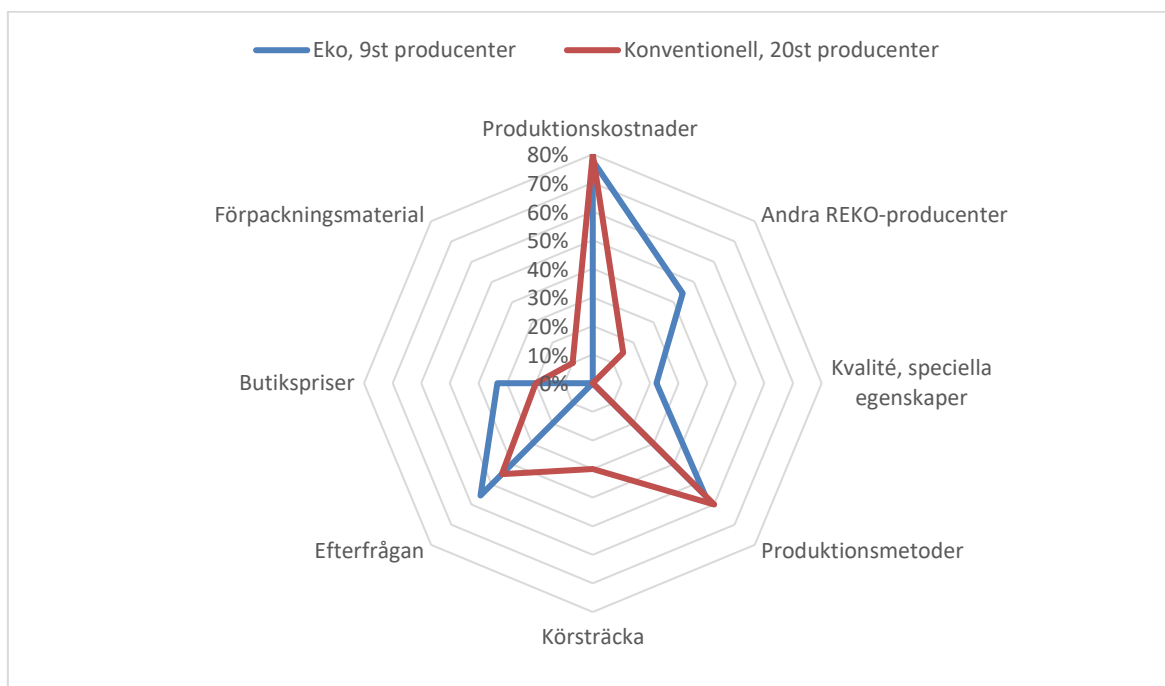
Figur 9, Producenternas orsaker till prissättningen

6.2.1 Jämförelse av ekologiska och konventionella producenters värderingar

Orsakerna till prissättningen mellan de konventionella och ekologiska produkterna var relativt liten. Likheter sågs i de allmänna dragen; de största orsakerna till prissättningen var produktionskostnaderna och -metoderna samt produkternas efterfrågan.

De största skillnaderna sågs i kriterierna angående körsträckan till REKO-träffarna; 30 procent av de konventionella producenterna ansåg detta vara en orsak till prissättningen, medan ingen av de ekologiska producenterna antog detta som en kostnad. De ekologiska

REKO-producenterna hade mera koll till vilket pris motsvarande REKO-producenter samt dagligvaruhandeln sålde sina produkter för. Se figur 10.



Figur 10, Producenternas orsaker till prissättningen, ekologiska och konventionella producenter i jämförelse

För att få en inblick i producenternas specifika värderingar förtydligas de specifika kategoriernas producenters värderingar nedan.

6.2.2 Köttproducenter

På enkäten svarade 9 producenter som sålde malet nötkött. Av dessa var 6 ekologiska producenter och de överblivande 3 konventionella producenter.

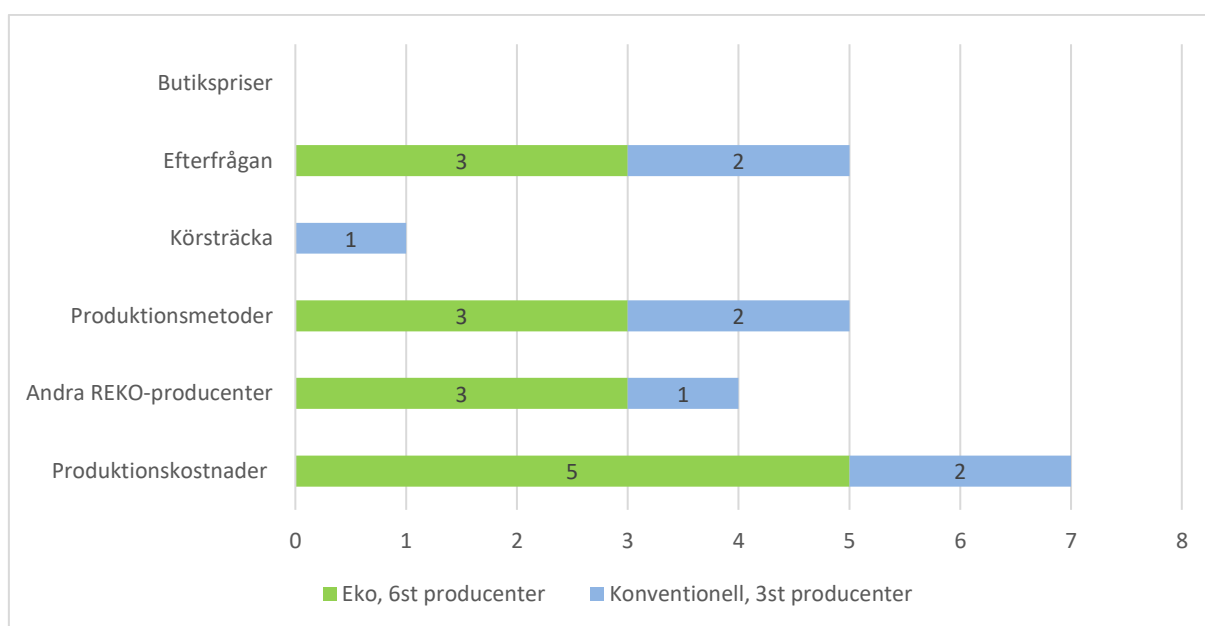
Allmänt visade resultaten inga märkvärdiga skillnader mellan de konventionella och de ekologiska producenternas orsaker. Ingen av köttproducenterna jämförde sina priser till dagligvaruhandeln, vilket i sig är förståeligt då de mindre producenterna inte kan tävla, eller ens jämföras, med större kedjornas bulkpriser. I dagligvaruhandeln består även köttet främst från mjölkkor, medan köttet i REKO representeras av kötttraser. (Latvala, Väre och Niemi, 2020)

De konventionella producenterna motiverade sina prissättningar främst av produkternas efterfrågan samt av produktionsmetoderna och -kostnaderna. De ekologiska producenterna

prissatte även på basis av produktionskostnaderna, men hälften antog också att de andra REKO-producenternas priser, efterfrågan samt produktionsmetoderna var tyngdpunkter i prissättningen.

De öppna kommentarerna fördjupade de ekologiska producenternas prissättning; de ansåg att prissättningen påverkades av nötkreaturens sällsynta samt oförädlade raser samt av att raserna växer under en längre tid med lägre slaktvikt. I de öppna kommentarerna påpekades även att en del producenter gör prisjämförelser med producenter som säljer samma specifika ras av nötkött, medan andra producenter inte ansåg att de andra REKO-producenters prissättning påverkade deras prissättning – fördelningen mellan dessa orsaker var jämn. Flera av de ekologiska producenterna kommenterade även att REKO inte var deras huvudsakliga försäljningskanal utan deras verksamhet var lönsam även utan REKO.

Se Figur 11. Siffran inne i balken står för antalet producenter.

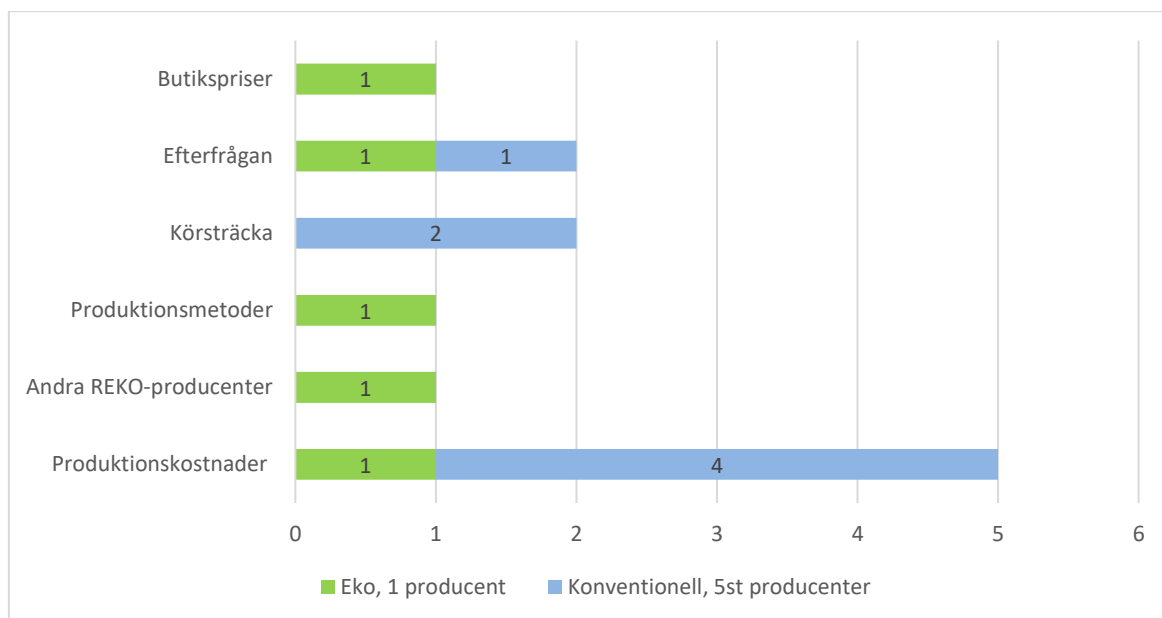


Figur 11, Köttproducenternas orsaker till prissättningen

Intervjuer Lantbruk 2.0 har gjort med köttproducenter i Nyland har visat att viktiga faktorer bakom priset är produktionspriserna, de speciella köttraserna samt produktionsmetoderna. Två intervjuade producenter nämnde att fast de säljer både direkt till kunder och till dagligvaruhandeln så skulle de helst sälja allt direkt, medan en intervjuad producent ansåg att hen inte hinner med REKO men säljer direkt från gården till stamkunder. En intervjuad producent ansåg även att man hade större möjligheter som direktförsäljare att fokusera på miljö- samt djurvård med hjälp av naturbete.

6.2.3 Potatisproducenter

På enkäten svarade 6 producenter som sålde nypotatis, varav fem var konventionella producenter och en certifierat ekologisk. Faktumet att bara en ekologisk producent besvarade enkäten bör tas i beaktan då man läser resultaten. Se Figur 12. Siffran inne i balken står för antalet producenter.



Figur 12, Potatisproducenternas orsaker till prissättningen

Resultaten visar, i likhet med de övergripande resultaten, att produktionskostnaderna är den dominerande orsaken bakom potatisarnas pris. Den ekologiska producenten var den enda som ansåg att andra REKO-producenters priser samt butikspriserna påverkar prissättning medan de konventionella producenternas värderingar var främst relaterade till produktionskostnaderna, körsträckan till REKO-träffen och efterfrågan.

En intervju som projektet Lantbruk 2.0 gjorde med en lokal potatisproducent indikerade även att priset grossister eller varuhandeln ger är så lågt att det inte lönar sig då produktionen är relativt liten - det är mera lönsamt att sälja genom REKO eller direkt till restauranger. En annan producent berättade att efterfrågan är viktig - till exempel då det fanns en brist av nypotatis år 2020, främst på grund av krävande väderomständigheter, var priset för nypotatis högre än de senaste åren. Även olika potatissorter värdesätts olika – till exempel så är Siikli en gammal, mer krävande samt lite odlad sort medan avlånga potatissorter har ett större svinn. Denna producent nämnde även att REKO är lönsammare då man säljer direkt till kunden då mellanhänder, som alltid innebär mera kostnader, faller bort.

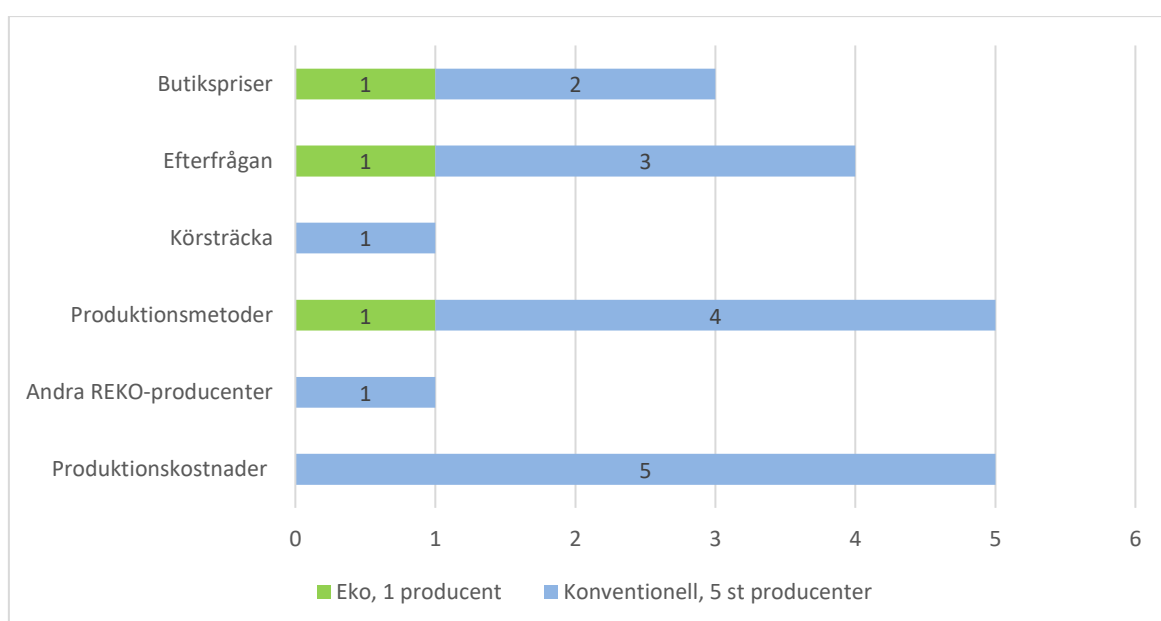
Dessa intervjuer stöder även resultaten att lönsamheten är ett av de viktigaste kriterierna, vilket är logiskt i sig då producenterna idkar handel. Vid sidan av lönsamheten är även de speciella nischerna samt efterfrågan viktiga för prissättningen.

6.2.4 Tomatproducenter

På enkäten svarade 6 producenter som sålde tomater, av vilka fem var konventionella producenter och en ekologisk producent. Det faktum att bara en ekologisk producent besvarade enkäten bör tas i beaktan då man läser resultaten.

Resultaten av tomatproducenternas svar visar samma trend som i de övergripande svaren; produktionskostnaderna, produktionsmetoderna samt efterfrågan är de största orsakerna till hur producenterna prissätter sina produkter. Till skillnad från andra produktkategorier jämför fler tomatproducenter sina priser med dagligvaruhandeln, vilket kan förklaras av att tomatproduktionen inte domineras på samma sätt av speciella nischer.

Konventionella tomatproducenter specificerade i de öppna kommentarerna att de anser att om priset ligger inom lämplig skala, vilken i sig kanske kan variera lokalt, påverkas försäljningen inte speciellt av priset. REKO har även ersatt torghandeln helt för vissa tomatproducenter. Se Figur 13 nedan. Siffran inne i balken står för antalet producenter.



Figur 13, Tomatproducenternas orsaker till prissättningen

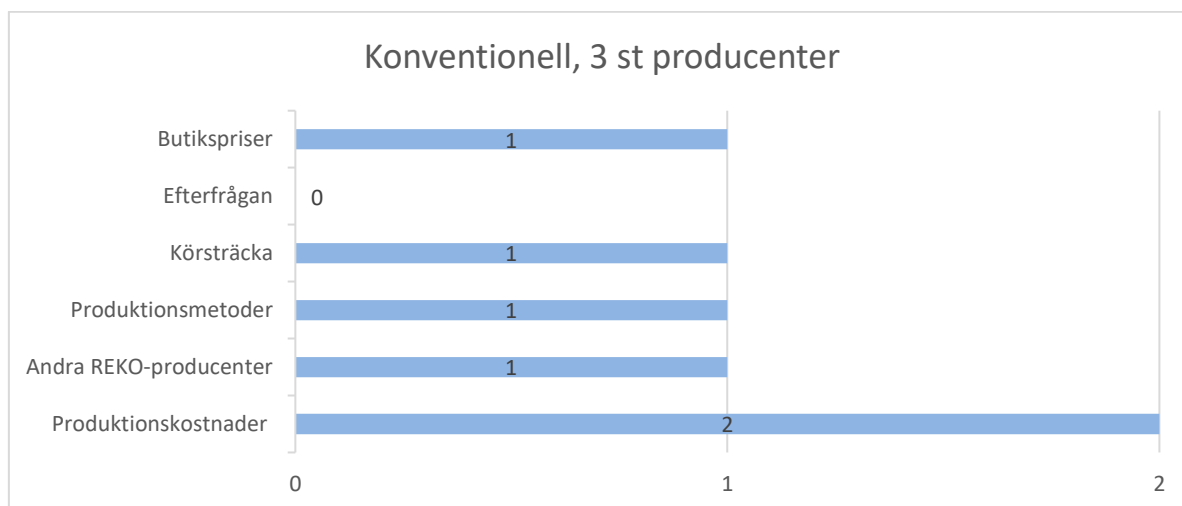
Intervjuer som Lantbruk 2.0 har gjort med tomatproducenter indikerade att producenterna ansåg att lönsamheten led då man som liten producent sålde direkt till grossisten, främst på grund av att mycket av arbetet görs (som liten producent) för hand, medan stora producenter utgör samma arbete maskinellt. Även kontakten till kunderna på REKO gör att man kan berätta om sina produktionsmetoder – till exempel att fastän man inte är en certifierat ekologisk producent så används inga kemiska bekämpningsmedel. En intervjuad producent hade även erfarenheter av att dagligvaruhandeln inte varit intresserad av specialtomater.

6.2.5 Äggproducenter

På enkäten svarade bara 3 producenter, av vilka alla var konventionella producenter. Då resultat avläses bör man ta i beaktande att alla producenter var konventionella och resultaten består av tre svar.

Allmänt visar resultaten att produktionskostnaderna var den viktigaste orsaken till prissättningen, medan efterfrågan inte spelar en stor roll. Enligt egna observationerna säljer hönsäggen bra på REKO.

Då bara 3 producenter svarade på enkäten är de övergripande resultaten inte speciellt givande, men de öppna kommentarerna gav intressanta aspekter angående producenternas värderingar - en producent ansåg att fastän andra äggproducenter höjt på sina priser brydde hen sig inte om att följa trenden, eftersom kunderna redan betalar mer för sina ägg i REKO än i butiken. Detta visar att REKO har sociala värden även för producenter. Se Figur 14. Siffran inne i balken står för antalet producenter.



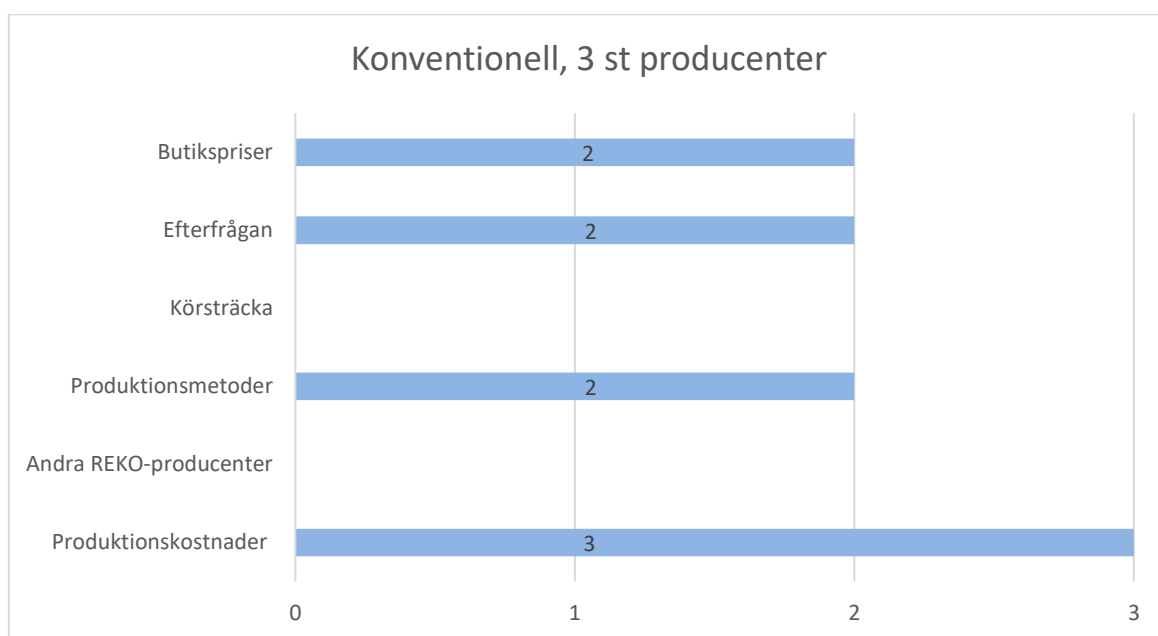
Figur 14, Äggproducenternas orsaker till prissättningen

6.2.6 Brödproducenter

På enkäten svarade 3 producenter som sålde bröd och de var alla konventionella producenter. Då resultat avläses bör man ta i beaktan att alla producenter var konventionella och resultaten består av tre svar.

Producenternas svar stödde de allmänna produktvärderingarna – produktionskostnaderna var den främsta orsaken till prissättning, tätt följt av produktionsmetoder samt efterfrågan. Angående priset för bröd jämförde producenterna även sina priser till dagligvaruhandeln, vilket i sig är förståeligt då det är lätt att jämföra olika typers brödsorter direkt till butikens sortiment.

Se Figur 15. Siffran inne i balken står för antalet producenter.



Figur 15, Brödproducenternas orsaker till prissättningen

6.3 Prisskillnaden mellan ekologiska och konventionella produkter

Resultaten i Lantbruk 2.0 har visat att orsakerna till prisskillnaden mellan de certifierat ekologiska och konventionellt producerade köttet samt potatisen inte skiljer sig märkvärdigt åt. Orsakerna till detta kan analyseras med hjälp av resultaten från denna undersökning. Då man läser resultaten bör man ta i beaktan att en producent kan ha deltat flera gånger.

För köttets del kan man tolka att på basis av resultaten, med tyngd på de öppna kommentarerna, beror det likvärda priset på att fastän köttet inte är ekologiskt så värdesätts

speciella nötraser samt produktionsmetoder som till exempel naturbete. Intressant är dock faktumet att både de ekologiska samt de konventionella producenterna idkar dessa nischer. Resultaten indikerar även att efterfrågan styr priset vilket kan tyda på att de konventionella producenterna värderar sina produkters priser även på basis av efterfrågan, utan att se den ekologiskt certifikationen som ett så stort värde.

För potatisens del kan man anse att efterfrågan spelar en stor roll för de konventionella producenterna och höjer priserna till samma nivå som de ekologiska produkterna. Även speciella potatissorter medför högre priser. Då man avläser resultaten bör man angående potatisens specifika resultat ta i beaktan att bara en ekologisk producent svarade på enkäten.

Då efterfrågan på REKO-produkter, oavsett om den är ekologiskt eller konventionellt producerad, kan för specifika produkter vara stor så kan man antyda att från konsumentens synpunkt ger REKO i sig själv ett eget värde på sina produkter. Detta stöds även av resultaten i Ömans (2017) samt Barman-Geusts (2019) undersökningar, där de mest viktiga kriterierna angående REKO-produkter för konsumenterna var produkternas pris samt om de var ekologiskt producerade.

De olika försäljningsargument producenter ger ut då de för in sin försäljningsannons på REKO-gruppen ger en inblick i deras verksamhet och styr kunden till värderingar kunder själv söker efter. Dokumenterade värderingar och försäljningsargument producenter använt på REKO har under sommaren 2020 varit exempelvis

- *Miljöaspekter* som ”biovärme, närproduktion, inga bekämpningsmedel eller konstgödsel, natur- och skogsbete, lyfta fram ekologiskhet”
- *Etiska aspekter* som ”lyckliga djur, artenligt beteende, mindre stress till djur”
- *Kvalitéaspekter* som ”färskt, unikt, traditionellt, äkta”
- *Sociala aspekter* som ”liten gård, litet familjeföretag, transparent produktion, lokal producent”

Intervjuerna från Lantbruk 2.0, tillsammans med resultaten från Fagerholms (2018) undersökning i examensarbetet ”*Reko i Västnyland*”, har visat att producenterna anser att de

har flera återkommande kunder. Detta tyder på att då konsumenterna hittar en producent vars värderingar motsvarar deras värderingar så återvänder de till producenten för att köpa produkter från dem.

6.4 Jämförelse mellan producenternas och konsumenternas värderingar

Enligt tidigare forskning (*Barman-Geust 2019, Fagerholm 2018, Öman 2017*) kan man sammanfatta att för konsumenterna på REKO är produkternas smak, kvalitet, ursprung, den sociala kontakten samt gynnandet och stödjandet av de lokala producenterna de viktigaste aspekterna. De minst viktiga aspekterna för konsumenterna är enligt dessa undersökningar produkternas pris samt att de är ekologiskt producerade.

Producenterna ansåg däremot enligt denna undersökning att viktigaste orsakerna till prissättningen är produktionskostnaderna, produktionsmetoderna samt efterfrågan. Enligt Fagerholm (2018) ansåg de flesta producenterna att de hade stamkunder.

För att se hur värderingarna överensstämmer, se tabell 2. De gröna plusmärken samt röda minusmärken framför konsumenternas värdesättningar står för hur de är jämförbara med den motsvarande orsaken till producenternas prissättning.

Tabell 2, Kvalitativ jämförelse av producenternas och konsumenternas värderingar

<i>Producentens orsak till prissättning</i>	<i>Konsumentens värdesättning</i>
<i>Produktionskostnader</i>	<ul style="list-style-type: none"> + Gynnande och stödjande av lokal produktion + Priset spelar inte så stor roll
<i>Produktionsmetoder</i>	<ul style="list-style-type: none"> + God smak, kvalitet + Speciella nischer är viktiga (till exempel naturbete) - Ett ekologiskt certifikat inte viktig
<i>Efterfrågan</i>	<ul style="list-style-type: none"> + Priset spelar inte så stor roll + Social kontakt + Stamkunder

Sammanfattningsvis kan man analysera att konsumenternas och producenternas värderingar angående REKO-produkterna stämmer bra överens. Där priset för produkterna från producentens vinkel byggs upp från produktionskostnader så stöder konsumenterna gärna de lokala producenterna utan att bara fokusera enbart på produkternas priser, vilket möjliggör en rättvis lön till producenten. Produktionsmetoderna för producenterna kan vara exempelvis en ekologisk certifiering eller diverse nischer i metoderna, som till exempel kötttraser som har tillgång till naturbete. Vid dessa överensstämmer relationen till konsumenterna då de gärna vill betala för en produkts kvalitet samt god smak och anser att REKO bjuder på egenskaper dagligvaruhandeln inte alltid har att bjuda på. Till en mellanhand faller dock de ekologiska producenterna då konsumenterna på REKO inte i medel sätter stort värde på en skild certifiering; man kan tolka att diverse nischer, ursprunget samt verksamhetens transparens är viktigare kriterier för dem. Angående ekologiska certifieringar bör man ändå ta i beaktan att detta kan vara en viktig aspekt för producenten själv, inte bara en nisch. Producenternas höga värde till produkternas efterfrågan stöds även

av att konsumenterna är redo att betala för goda produkter, värderar högt den sociala kontakten till producenten samt gärna återvänder för att köpa produkter av en bekant producent.

7 Kritisk granskning och diskussion

7.1 Metodval

Att använda en enkät som undersökningsmetod var en god idé och Microsoft Forms fungerade bra som verktyg för detta. Speciellt bra fungerade de öppna frågorna i enkäten, vilka möjliggjorde att flera producenter berättade mer om hur de värdesätter sina produkter samt vilka deras prioriteringar är. Egna observationer var även att vissa producenter gärna berättade om sin verksamhet samt verkade väldigt motiverade av sin arbetsbild.

Svarprocenten på enkäten var relativt god då 58 procent av producenterna svarade på enkäten, varifrån 21 procent var certifierat ekologiska producenter. Detta var positivt eftersom det motsvarar bra den verkliga situationen i REKO; enligt resultaten i projekt Lantbruk 2.0 finns det i de flesta produktkategorierna fler konventionella producenter än certifierat ekologiska. Fördelningen av antalet producenter per olika produktkategorier var även jämn. Enligt mina egna observationer svarade de mindre samt medelstora producenterna bäst på enkäten, medan de allra största producenterna lämnade enkäten obesvarad eller svarade anonymt. Producenterna som svarade men namn på enkäten var alla producenter som hade enligt egna observationer deltagit flera gånger på REKO under sommaren 2020.

Enkäten var öppen 1.11-11.11.2020. Tidtabellen för denna undersökning var god på grund av att sommarsäsonger var över och producenterna kunde antas ha tid att svara på enkäten. Jag nådde mig producenterna först genom Facebook eller genom e-post, beroende på vilket kunde antas vara deras huvudsakliga kommunikationskanalen. Ett par dagar före enkätens deadline kontaktades de producenter vars namn inte uppgetts i enkäten med hjälp av den andra kommunikationskanalen. Påminnelsen gav enkäten flera svar till.

Spindeldiagrammet var ett bra sätt att synliggöra hur producenterna prissatte sina produkter. Speciellt skillnaden mellan de ekologiska och konventionella producenterna var intressant, och jag är nöjd med att jag gjorde spindeldiagrammen. Utmaningar med dessa diagram var att sätta upp de olika värdepunkterna, men med hjälp av enkätens tydliga frågor samt svar formades de relativt lätt upp. Ursprungligen skulle jag ha velat göra även ett spindeldiagram som jämförde konsumenternas värdesättningar gentemot producenternas, men detta skulle ha krävt en enkät till konsumenterna med motsvarande värdesättningar som givits till producenterna.

Intervjuerna som projektet Lantbruk 2.0 gjort till lokala producenter var ett gott tillägg till undersökningen. Speciellt då de var ostrukturerade och påminde om fokuserade samtal så gav de ett bra intryck av vad producenterna ärligt värderade samt tänkte. Datat som projektet samlat in var även till stor hjälp för att analysera resultaten. Även faktumet att jag själv varit med och samlat in data och arbetat med projektet hela sommaren, hösten och början av vintern 2020 var till nytta då jag hade själv gjort flera observationer angående REKO-verksamheten och dokumenterat dem i en arbetsdagbok.

7.2 Utvecklingsmöjligheter

Efteråt tänkt skulle det ha varit bra att försöka nå allt mer producenter, men då undersökningen gjordes för Yrkeshögskolan Novias projekt Lantbruk 2.0, inom dess fokusområden samt med data som redan samlats in var detta inte möjligt för tillfället. Det skulle vara intressant att få en nationell inblick i hur prissättningen i REKO fungerar och om resultaten skiljer sig åt i andra områden i Finland. Flera producenter gav även lov till att kontakta dem angående mer info, vilket jag inte själv hade något behov av men som kan gynna projektet Lantbruk 2.0 senare.

Eftersom materialet angående REKO-priserna var stort kunde man ha gjort statistiska test av de skilda produktkategorierna. På grund av tidsresurser blev detta inte av.

Inga större utmaningar kom emot under arbetet. Största problemet var att få tag på god litteratur då biblioteken var stängda på grund av den rådande COVID-19 situationen, men ordnades bra med hjälp av elektroniska bibliotek.

8 Slutsats

Sammanfattningsvis kan man anse att REKO-producenterna prissätter sina produkter på basis av produktionskostnader, produktionsmetoder samt efterfråga. Resultaten varierar lite beroende på produkttyp men allmänt är dessa de vanligaste orsakerna till prissättningen. Konsumenterna anser enligt tidigare undersökningar att viktiga kriterier i REKO-produkter är stödjandet samt gynnandet av en lokal produktion, matens smak samt kvalité och att produkternas pris samt ekologiskhet inte spelar en så stor roll. Producenternas och konsumenternas värderingar angående REKO-produkter motsvarar varandra, fastän de ekologiska producenterna hamnar lite i mellanhand eftersom konsumenterna inte anser den ekologiska certifikationen så viktig i alla produkttyper. Man kan tolka att REKO i sig själv är ett koncept som ger ett värde till kunden, vilket i sig medför frågor då verksamheten inte är strikt kontrollerad angående lokalhet eller om produkterna är ekologiskt producerade, utan ansvaret ligger hos producenterna.

Angående de likvärda priserna av ekologiska samt konventionellt producerade kött och potatis i REKO är de största orsakerna att man ser värden i produkterna som inte grundar sig på ett certifikat. Dessa värden kan vara exempelvis produktionsmetoder, lokalhet men även av orsaker som efterfrågan.

För köttets del värderar både producenterna och konsumenterna köttets speciella nischer och nötkreaturens levnadsförhållanden, samt speciellt för konsumenternas del faktumet att man vet köttets ursprung samt stöder en lokal producent. Resultaten för potatisen specifikt blev smått otolkbar då få potatisproducenter svarade på undersökningen, men man kan i stora drag tolka att orsakerna är de samma; man vill stöda de lokala producenterna samt att priset inte har en så stor skillnad då konsumenten hittar andra värden de är intresserade av, som exempelvis sällsynta potatissorter. Angående potatisen är även efterfrågan stor; enligt egna observationer säljer speciellt de första nypotatissatserna på försommaren otroligt snabbt slut oavsett om de är ekologiskt eller konventionellt producerade.

9 Källförteckning

Aitoja makuja, 2020a. *Vad är REKO?* [Online] <https://aitojamakuja.fi/sv/reko-2/> [Hämtat 17.11.2020]

Aitoja makuja, 2020b, *För REKO-producenterna* [Online] <https://aitojamakuja.fi/sv/for-reko-producenterna/> [Hämtat 17.11.2020]

Barman-Geust H., 2019, *Från jord till bord utan mellanhänder. En empirisk undersökning om rekoringskonsumenter i Finland.* Åbo Akademi

Eko Nu!, 2020, REKO (Finland): *Köp närproducerat direkt från producenten* [Online] <https://www.ekon.fi/reko-2/> [Hämtat 17.11.2020]

Eliasson A., 2013, *Kvantitativ metod från början*, Lund: Studentlitteratur AB

Fagerholm E., 2018, *REKO i Västnyland – en undersökning om lönsamhet och utvecklingsmöjligheter.* Raseborg: Yrkehögskolan Novia

Finlands miljöcentral SYKE, 2020, *Klassificering av stads- och landsbygdsområden* [Online] https://www.ymparisto.fi/sv-fi/livsmiljon_och_planlaggning/samhallsstrukturen/information_om_samhallsstrukturen/Klassificering_av_stads_och_landsbygdsomraden [Hämtat 18.11.2020]

Grandell J., 2019, *Hur ser gårdens ekonomi ut – och varför.* [Online] <https://etela-suomi.proagria.fi/blogit/kasvun-keskella/2019/05/15/hur-ser-gardens-ekonomi-ut-och-varfor> [Hämtat 16.12.2020] ProAgria

Karhinen R., 2019, *En ny början. Jordbruk är också framtidens näringsgren.* Helsingfors: Jord- och skogsbruksministeriet

Lantmännen, 2020, *Ekologiskt och konventionellt.* [Online] <https://www.lantmannen.se/hallbar-utveckling/viktiga-fragor/eko-och-konventionellt/> [Hämtat 22.12.2020]

Latvala, Väre och Niemi, 2020, *Maa- ja elintarviketalouden suhdannekatsaus 2020. Luonnonvaraja biotalouden tutkimus.* Luke Luonnonvarakeskus

Livsmedelsverket, 2020, *Luomuvalvontaan liittyminen.* [Online] <https://www.ruokavirasto.fi/viljelijat/tuet-ja-rahoitus/> [Hämtat 22.12.2020]

Naturskyddsföreningen, 2020, *Ekologisk eller konventionell odling – vad ger störst klimatpåverkan?* [Online] <https://www.naturskyddsforeningen.se/ekologisk-odling-klimatpaverkan> [Hämtat 22.12.2020]

Pientuottajat yhteistyöllä markkinoille, 2020. *REKO-tuottajakyselyn tulokset, Kevät 2020*. Ahlman

ProAgria, 2015, *Ekohusdjurskurs*

ProLuomu, 2020, *Luomu Uudellamaalla: Uudenmaan ruokasektorin kehittämishanke*. Laurea-ammattikorkeakoulu, Fennopromo Oy

Päivittäistavarakauppa ry, 2019, *Päivittäistavarakaupan tilastot - Markkinaosuudet 2019*. [Online] <https://www.ptv.fi/julkaisut/tilastot/> [Hämtat 17.12.2020]

SLC, uåa, *Ekologisk produktion*. [Online] <https://slc.fi/varanaringar/ekologisk-produktion> [Hämtat 22.12.2020]

SLC, uåb, *Växtodling i arktiskt klimat*. [Online] <https://slc.fi/varanaringar/vaxtodling-tradgardsodling-vaxthusodling> [Hämtat 22.12.2020]

Karlsson I., 2017, *Konventionell odling minskar mångfalden* [Online] <https://www.slu.se/ew-nyheter/2017/4/konventionell-odling-minskar-mangfalden/> [Hämtat 22.12.2020]

Treier A., 2019, *Intresset för reko har svalnat – reko-producent: Finns nu större utbud av närproducerad mat* [Online] <https://svenska.yle.fi/artikel/2019/07/30/intresset-for-reko-har-svalnat-reko-producent-finns-nu-storre-utbud-av> [Hämtat 18.11.2020]

Yrkeshögskolan Novia, 2021, *Lantbruk 2.0*. [Online] <https://www.novia.fi/lantbruk2.0/home/> [Hämtat 15.1.2021]

Öman A., 2017, *Producenter och konsumenter inom REKO i Närpes och Kristinestad*. Raseborg: Yrkeshögskolan Novia

10 Bilagor

- Bilaga 1, Svenskspråkiga enkäten till producenterna

Undersökning av REKO-producenter

Denna enkät fungerar som grund till Martina Schmidts examensarbete på Högskolan Novia (Miljöplanerare, YH). Examenarbetet görs i samband med Högskolan Novias projekt Lantbruk 2.0 och behandlar nyländska REKO-Ringar samt orsaker till producenternas prissättningar och värderingar.

Producenterna har valts ut på basis av att de deltagit i REKO under juni-juli 2020 och för att de säljer något av de utvalda produkterna (potatis, tomat, nötkött, ägg och semlor).

All information behandlas samt publiceras anonymt.

Svaren bes inlämnas senast den 11.11.2020.

Tack för samarbetet!

*** Pakollinen**

1. Producentnamn (frivilligt)

Kirjoita vastaus

2. Verkar ni konventionellt eller certifierat ekologiskt? *

Konventionellt

Ekologiskt (certifierad)

3. Vilka av dessa produkter säljer ni på REKO? *

Potatis

Tomat

Nötkött

Ägg

Semlor

4. Följer ni med andra REKO-producenters prissättning? *

Ja

Nej

5. Påverkar andra REKO-producenters priser er egen prissättning? *

Ja

Nej

6. Jämför ni priser med dagligvaruhandeln? *

Ja

Nej

7. Övriga aspekter som påverkar prissättningen *

Körsträcka till REKO-punkt

Produkternas efterfrågan

Produktionsmetoder

Produktionskostnader

Andra aspekter

8. Om du svarade "Andra aspekter" på förra frågan, vilka är dessa?

Kirjoita vastaus

9. Övriga kommentarer

Kirjoita vastaus

10. Får man kontakta med tilläggsfrågor? *

Kom ihåg att fylla ert producentnamn i boksen av enkäten ifall man får kontakta ert

Ja

Nej

Lähetä

Tämä on lomakkeen omistajan luoma sisältö. Lähettämäsi tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle. Microsoft ei ole vastuusta asiakkaidensa suojasta tai tietosuojajärjestelmästä, mukaan lukien tämän lomakkeen omistajan järjestelmistä. Älä koskaan luovuta salaisuksia Internetiin.

Palvelun tarjoaa Microsoft Forms | [Tietosuoja](#) ja [eivästyminen](#) | [Käyttöohjeet](#)

- Bilaga 2, Finskspråkiga enkäten

Tutkimus REKO-tuottajista

Tämä lomake toimii Martina Schmidin pohjana hänen loppuyöllään Ammattikorkeakoulu Noviasissa (Impariitosuunnittelija, AMK), Loppuyö tehdään Ammattikorkeakoulu Novian projektin Lantbruk 2.0 yhteydessä ja siinä käsitellään uusimaalaisia REKO-tuottajia ja heidän tuotteiden hinnoitteluiden syitä ja arvomaailmaa.

Tuottajat ovat valikoituneet mukaan sen perusteella, että he ovat osallistuneet REKO-tapaamiseen kesällä 2020 sekä siitä syystä, että he myyvät joltain valituista tuotteista (peruna, tomaatti, nautan jauheita, kananmunaa ja leipä).

Kaikki tiedot ja tulokset käsitellään ja julkaistaan nimettömänä.

Vastaukset toivotaan 11.11.2020 mennessä.

Kiitos yhteistyöstä!

* Pakollinen

1. Tuottajan nimi (ei pakollinen)

2. Toiminteko tavanomaisesti vai sertifioituna luomutuottajana? *

Tavallinen tuottaja

Luomutuottaja (sertifioitu)

3. Mitä näistä tuotteista myytte REKO:ssa? *

Perunaa

Tomaattia

Nautan jauheita

Kananmunaa

Leipää

4. Seuraatteko muiden REKO-tuottajien hinnoittelua? *

Kyllä

Ei

5. Vaikuttaako muiden tuottajien hinnat teidän hinnoittelunne? *

Kyllä

Ei

6. Vertailetteko hintojanne päivittäistavara kauppojen hintoihin? *

Kyllä

Ei

7. Muita syitä mitkä vaikuttavat tuotteidenne hinnoitteluun? *

Ajomatkan pituus REKO-tapaamiseen

Tuotteiden kysyntä

Tuotantomenetelmät

Tuotantokustannukset

Muu syy

8. Jos vastasit edelliseen kohtaan "Muu syy", tarkentaisitko mitkä nämä syyt ovat?

Tuotteiden kysyntä

Tuotantomenetelmät

Tuotantokustannukset

Muu syy

8. Jos vastasit edelliseen kohtaan "Muu syy", tarkentaisitko mitkä nämä syyt ovat?

9. Vapaa kommentti

10. Saako teihin olla yhteydessä mahdollisten lisäkysymysten kanssa? *

Mikästään täytetystä tuottajan nimestä alkuun tai teihin saa olla yhteydessä!

Kyllä

Ei

Lähetä

Tämä on lomakkeen omistajan lomasäilytys. Lähetinjälki tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle. Microsoft ei ole vastuussa erikokoisista suoja- tai tietosuojajärjestelmästä, mukaan lukien tämän lomakkeen omistajan käyttöjärjestelmästä. Älä kohtaan luovuta salaisuuksia lankeidessään.

Rakelun tarjoaa Microsoft Forms | [Tietosuojaa evästeet](#) | [Käyttöohjeet](#)

- Bilaga 3, Följebreven på båda språken

Frågeformulär till REKO-producenter

Hej!

Jag kontaktar er för att fråga om ni kunde besvara den bifogade enkäten som är riktad åt REKO-producenter. Enkäten är kort och tar inte många minuter att besvara!

Resultaten behandlas anonymt och fungerar som bas till mitt examensarbete i Yrkeshögskolan ~~Novia~~. Övrig information av arbetet hittas från början av enkäten och man får gärna ställa tilläggsfrågor till mig om man undrar över något.

Tack!
Martina Schmidt

Länken:
<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=GUjiPPqpSkmlQ4a2kn1OgLXKsmnUoZCr1m7ZbVG29tURTU4OFFDR1lWUjAxTk5RVEpDNkFPMVNYMC4u>

Kysely REKO-tuottajille

Hei!

Teen lopputyötäni Ammattikorkeakoulu ~~Noviassa~~ ja otan yhteyttä kysyäkseni kerkeäisitteko vastata oheiseen lomakkeeseen, joka on kohdennettu REKO-tuottajille.

Kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa vain pari minuuttia ja tulokset käsitellään nimettömästi. Lisätietoja työstä löytyy kyselyn alusta ja minulta saa kysyä lisätietoja, jos siltä tuntuu.

Kiitos!

Martina Schmidt

Linkki:
<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=GUjiPPqpSkmlQ4a2kn1OgLXKsmnUoZCr1m7ZbVG29tUMFg2RUdVRUJLMlQ4UE9NV0ROVFRaWFhTQS4u>

- Bilaga 4, Butikerna vars priser dokumenterades

Butik	Område	Besök
Lidl Lojo	Inre stadsområde	x
Lidl Borgå, Näsi	Inre stadsområde	x
Lidl Köklax	Yttre stadsområde	
Lidl Nummela	Kransområde kring staden	x
Lidl Karis	Lokala centra på landsbygden	x
S-Market Heisingfors, Elie linaukio	Inre stadsområde	
Prisma Lohja	Inre stadsområde	x
Prisma Järvenpää	Inre stadsområde	
S-Market Tikkurila	Inre stadsområde	
Alepa Hyvinkää	Inre stadsområde	
S-Market Bastvik	Yttre stadsområde	x
Prisma Kyrkslätt	Yttre stadsområde	x
S-Market Tusby	Yttre stadsområde	
S-Market Söderkulla	Kransområde kring staden	
S-Market Mäntsälä	Kransområde kring staden	
S-Market Sjundeå	Kransområde kring staden	
S-Market Veikkola	Kransområde kring staden	x
Nurmijärvi	Kransområde kring staden	
Sale Pornainen	Stadsnära Landsbygd	
Sale Pukkila	Stadsnära Landsbygd	
Sale Myrskylä	Stadsnära Landsbygd	
S-Market Ingå	Stadsnära Landsbygd	x
S-Market Ekenäs	Lokala centra på landsbygden	x
S-Market Karis	Lokala centra på landsbygden	x
S-Market Loviisa	Lokala centra på landsbygden	
K-Supermarket Kamppi, Helsinki	Inre stadsområde	
K-Market Puistokatu, Lohja	Inre stadsområde	x
K-Citymarket Järvenpää	Inre stadsområde	
Tikkurila, K-Citymarket Jumbo	Inre stadsområde	
K-Citymarket Hyvinkää	Inre stadsområde	
K-Supermarket Lasihytti, Kauklahti Espoo	Yttre stadsområde	x
K-Citymarket Kirkonummi	Yttre stadsområde	x
K-Supermarket Parila, Tuusula	Yttre stadsområde	
K-Supermarket Söderkulla	Kransområde kring staden	
K-Citymarket Mäntsälä	Kransområde kring staden	
K-Supermarket Nummela	Kransområde kring staden	x
K-Supermarket Nurmijärvi	Kransområde kring staden	
K-Market Pornainen	Stadsnära landsbygd	
K-Supermarket Tammissaari	Lokala centra på landsbygden	x
K-Supermarket Karis-Karjaa	Lokala centra på landsbygden	x
K-Supermarket Loviisa	Lokala centra på landsbygden	