



# Oamk Journal

Oulun ammattikorkeakoulun julkaisu

Tämä on alkuperäisen julkaisun rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutukseltaan ja painoasultaan.

This is an electronic reprint of the original publication. This version may differ from the original in pagination and typographic detail.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä/Please cite the original version:

Salomaa, S. & Välijärvi, S. 2022. Lähituotteet ja kotimaisuus elintarvikkeissa kiinnostavat kuluttajia. Oamk Journal 118/2022. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2022062850136>

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto



maaseuturahasto



POHJOIS-  
POHJANMAA  
COUNCIL OF OULU REGION



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



# Lähituotteet ja kotimaisuus elintarvikkeissa kiinnostavat kuluttajia

28.6.2022 - Salomaa Sanna, Välijärvi Satu

**Kuluttajia kiinnostaa yhä enemmän lähiruoka, mutta myös elintarvikepakkauksien merkinnät. Monet kaipaavat kuitenkin selkeitä merkintöjä ja parempaa näkyvyyttä tuotteiden kotimaisuudesta ja paikallisuudesta. Tämä nousi esiin EU:n aluekehitysrahaston rahoittaman Ruokajälki-hankkeen ja EU:n maaseuturahaston rahoittaman Ruokeva-hankkeen tekemässä kuluttajakyselyssä.**



Yli 70 prosenttia kyselyyn vastanneista kuluttajista tutkii ruokapakkauksista kotimaisista raaka-aineista tai tuotannosta kertovat merkit. Yksi näistä on Hyvää Suomesta -merkki, joka on suomalaisten pakattujen elintarvikkeiden alkuperämerkki (kuva: Ruokatieto Yhdistys ry, [www.hyvaasuomesta.fi](http://www.hyvaasuomesta.fi)).

Lähiruoan suosion noususta on uutisoitu jo pidempään, ja se on näkynyt monessa aiheesta tehdyssä tutkimuksessa [1]. Lähiruoka määritellään matkallisesti monin eri kilometrein, mutta suurin osa kuluttajista mieltää jopa sadan kilometrin säteellä tuotetut tuotteet lähiruoaksi. Tähän toki vaikuttavat myös eri tuotteiden alueelliset saatavuudet. Lähellä tuotetut elintarvikkeet ja niiden ostaminen on taloudellisesti kattavaa omalle alueelle ja tukee paikallisia työpaikkoja. Kuluttajan on myös helpompi jäljittää lähellä tuotetun ruuan matka pellolta pöytään. [2]

Mutta kuinka lähiruuan kasvanut suosio näkyy kuluttajien ostokäytöksessä? Ruokajälki- ja Ruokeva-hankkeet selvittivät tätä kuluttajille suunnatussa kyselyssään elintarvikkeisiin ja ravintolaruokaan pohjautuvista ostopäätöksistä. Kyselyn tavoitteena oli selvittää tekijöitä, joiden pohjalla kuluttaja valitsee ostamiaan elintarvikkeita, millaista tietoa kuluttaja toivoisi niistä ja onko vastaavia ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien tekemiin valintoihin ravintoloissa. Vastauksia tuli yhteensä 118. Kysely toteutettiin anonymisti.

## Tekijät ja tiedot ostoksessa

Kyselyn tulosten mukaan elintarvikkeiden valinnassa vaikutti ensimmäisenä maku. Kotimaisuus kuitenkin nousi toiseksi merkittävimmäksi tekijäksi elintarviketuotteen valinnassa. Tämä on havaittu myös kauppojen keskuudessa kotimaisten ja paikallisten tuotteiden kysynnässä ja ostomäärässä [3].

Moni vastaaja kertoi kyselyn avoimessa osiossa suosivansa elintarvikkeissa suomalaisia tuotteita aina niin voidessaan. Pari jatkoi tästä valitsevansa ulkomaalaisista tuotteista ensisijaisesti EU:ssa tuotettuja elintarvikkeita. Kolmanneksi valintatekijäksi sijoittui tuotteen laatu, joka oli 60 prosentille vastaajista hintaa tärkeämpi kriteeri. Hinnalla oli kuitenkin merkitystä ostopäätöksen teossa suurimmalle osalle vastaajista, kuten myös tuotteen ulkonäöllä ja terveellisyydellä.

Kyselyssä selvitettiin myös vastaajien kiinnostusta pakkausmerkintöjä kohtaan, ja missä määrin he arvioivat tämän kiinnostuksen muuttuneen viime vuosien aikana.

Moni osallistuneista ilmoitti, että kiinnittää nykyään enemmän huomiota elintarvikkeissa ilmoitettuihin tuotetietoihin kuin aiemmin. Vastaajat ilmoittivat kiinnittävänsä siihen vähintään yhtä paljon huomiota kuin aiemmin. Myös lähiruoan suosio oli nähtävissä vastauksissa, sillä erityisesti tuotteen alkuperä ja siihen liittyvät merkinnät ovat alkaneet kiinnostaa kuluttajia yhä enemmän.

Kyselyssä selvitettiin lähiruoan lisäksi luomutuotteiden käyttöä ja ostamista, esimerkiksi tekijöitä, jotka saivat kuluttajat ostamaan enemmän lähi- ja luomuruokaa. Kysymys asetettiin niin, ettei vastausta ollut pakko antaa molempiin. Lähiruoka oli odotetusti näistä suurempi vastauksien kerääjä. Lähiruoassa kuitenkin on monen kuluttajan mielestä kompastuskivenä valikoiman suppeus, sillä tuotteita ei ole samalla tavalla valittavissa kuin muussa valikoimassa. Luomutuotteiden kohdalla taas korkeampana kynnyksenä nähtiin tuotteiden hinta. Luomu ei kerännyt määrällisesti yhtä paljon vastauksia, josta voisi päätellä, että yleinen kiinnostus luomutuotteita kohtaan ei ole yhtä suuri, vaikka sekin on alana kasvanut kysynnän osalta merkittävästi viime vuosina [4].

Hinta ei noussut huolenaiheeksi kuitenkaan kotimaisissa tuotteissa yleisesti, sillä osa vastaajista ilmoitti olevansa valmis maksamaan kotimaisista elintarvikkeista nykyistä enemmänkin. Erityisesti laadukkaat lähituotteet ja kotimaiset kasvikset olisivat sellaisia, mistä osa kuluttaja voisi maksaa enemmän. On tosin syytä huomioida, että kysely toteutettiin loppuvuodesta 2021 eli juuri ennen 2022 kevättalvella vauhdittunutta inflaatiota. Kyselyssä selvitettiin myös tuotteita, joiden toivottiin maksavan vähemmän. Kysymykseen sai antaa vapaaehtoisen avoimen vastauksen, johon vastasi alle puolet vastaajista. Suurin osa ilmoitti, ettei kaivannut mihinkään yksittäiseen tuotteeseen tai ryhmään hinnanpudotusta. Muutamissa vastauksissa mainittiin kasvipohjaiset vaihtoehdot lihalle ja terveelliset tuotteet.

## Merkinnöillä näkyvyyttä

Yli 90 prosenttia vastanneista ilmoitti tarkistavansa elintarvikkeiden tuotetietoja. Alle 10 prosenttia vastaajista ei koskaan lue tuotetietoja pakkauksista. Ylivoimaisesti eniten tuotetiedoista haettiin tuotteen valmistajan nimeen ja

käytettävyyssäikaan liittyviä tietoja ostosta tehdessä. Tämän lisäksi tuotteen raaka-aineiden alkuperä kiinnitti monen vastaajan huomion.

Kaivatuista tuotetiedoista päällimmäisenä nousivat esille merkinnät kotimaisuudesta (87 %), paikallisuudesta (79 %) ja eläinten hyvinvoinnista (57 %). Kotimaisuuteen ja lähituotteisiin kohdistuvan kiinnostuksen myötä on luonnollista, että molemmista kaivataan selkeitä merkintöjä auttamaan ostovalinnoissa.

Kyselyssä selvitettiin myös ravintolavalintaan liittyviä tietoja. Ravintolavalintaan vaikuttavat eniten annosten maku ja hinta. Suurin osa kyselyyn vastanneista tutustuu valitsemansa ravintolan tarjontaan etukäteen ennen päätöksentekoa. Raaka-aineet ja niiden kotimaisuuden aste kuitenkin herättivät vastaajien keskuudessa paljon mielenkiintoa. Tästä voi päätellä kuluttajia kiinnostavan syömänsä ruoan kotimaisuuden aste, oli kyse sitten itse valmistetusta ruoasta tai ravintola-annoksesta. Ravintolat tosin harvemmin ilmoittavat erikseen raaka-aineidensa alkuperätietoja, ellei kyse ole lihasta.

Salomaa, Sanna, projektikoordinaattori (Ruokajälki-hanke)  
Pohjois-Pohjanmaan liitto

Väljärvi Satu, lehtori, projektipäällikkö (Ruokajälki-hanke)  
Oulun ammattikorkeakoulu, Luonnonvara-ala

## Lähteet

[1] Mattila, J. 2018. Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa – hankkeen loppuraportti 1.9.2015–31.3.2018. Turun yliopisto, Brahea-keskus. Hakupäivä 24.5.2022.

<https://www.utu.fi/sites/default/files/media/ARD/Ruokaketju%20ja%20kiertotalous/YHTYE-Loppuraportti.pdf>

[2] Saa syödä! -verkkosivut. Luomu ja lähiruoka. Hakupäivä 24.5.2022.

<https://www.saasyoda.fi/luomu-ja-l%3%A4hiruoka>

[3] Kauppojen edustajien kanssa tehdyt haastattelut Ruokajälki-hankkeessa.

[4] ProLuomu-verkkosivut. 2022. Luomun myynti pysyi vuonna 2021 lähellä edellisen vuoden tasoa. Tiedote 14.2. Hakupäivä 24.5.2022.

<https://proluomu.fi/luomun-myynti-pysyi-vuonna-2021-lahella-edellisen-vuoden-tasoa/>

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Blogi

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 118/2022

**Julkaisuvuosi:** 2022

**Tekijätiedot:** Salomaa Sanna, Välijärvi Satu

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0, pl. kuva

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2022062850136>

**Tiivistelmä:** Blogitekstissä on tiivistetty Oulun ammattikorkeakoulun hallinnoiman Ruokajälki-hankkeen yhteistyössä Oulun maa- ja kotitalousnaisten Ruokeva-hankkeen tekemän kuluttajakyselyn keskeisimmät tulokset. Kysely toteutettiin Webropol-kyselynä, jota jaettiin somekanavien ja toimijaverkostojen kautta Pohjois-Pohjanmaalla. Vastauksia kyselyyn tuli 118. Kyselyn teemana olivat kuluttajien elintarvikkeisiin ja ravintolaruokaan liittyvät ostopäätökset. Tavoitteena oli selvittää tekijöitä, joiden pohjalla kuluttaja valitsee ostamiaan elintarvikkeita, millaista tietoa kuluttajat toivoisivat elintarvikkeista ostopäätöstensä tueksi ja onko vastaavia ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien tekemiin valintoihin ravintoloissa.