

Kylvösiemen- ja lannoitevalmisteiden etämyynnin valvontaselvitys



Ympäristösuunnittelija YAMK

Biotalouden ratkaisut

YABR21A3

Sanna Tuomala

2023

TIIVISTELMÄ

Lainsäädäntö velvoittaa tekemään toimijoiden valvontaa kylvösiemen- ja lannoitemarkkinoilla. Etämyynti on lisääntynyt kaupankäynnin muotona digitalisaation myötä. Tässä selvityksessä tarkastellaan kylvösiemen- ja lannoitevalmisteiden etämyynnin nykytilaa. Etämyynnin tulee olla jatkossa pysyvä osa viranomaisten markkinavalvontaa.

Tiedon keruu tähän selvitykseen toteutettiin hakukone hauin, joista saatu verkkokauppaa koskeva tieto kerättiin ja taulukoitiin lannoite- ja siemensektoreiden toiveiden mukaisesti. Lisäksi keväällä 2022 Ruokaviraston viljelijäkirjeen yhteydessä lähetettiin kysely viljelijöille, jossa selvitettiin kohderyhmän viimeaikaista kylvösiemen- ja lannoitevalmistetilauksia etämyynnin kautta.

Etämyynnin kanavien kautta kerätystä tiedosta keskityttiin ammattikäyttöön tilattavissa kylvösiemen- ja lannoitevalmisteissa. Kylvösiemenvalmisteissa erityisesti harmaansiemenen kauppa ja lannoitevalmisteissa orgaaniset valmisteet ovat tuotteita joiden valvontaan kiinnitetään huomiota muussakin markkinavalvonnassa.

Kerättyä tietoa voidaan hyödyntää etämyynnin valvonnan liittämässä pysyvästi muun markkinavalvonnan rinnalle.

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Ruokavirastolle

Avainsanat etämyynti, valvonta, lannoitevalmiste, kylvösiemen, ruokaturva

Sivut 32 sivua ja liitteitä 3 sivua

ABSTRACT

Legislation obliges operators to monitor the seed and fertilizer markets. Distance selling has increased as a form of trading with digitalization. In this case try to find current state of distance selling of sowing seeds and fertilizing products. Distance selling must be a permanent part of the authorities' market surveillance.

The collection on data for this study was carried out by means of search engine searches, from which the information on e-commerce was collected and tabulated according to the wishes of the fertilizer and seed sectors. In addition, in spring 2022, a survey was sent to farmers in connection with the Finnish Food Authority's farmer letter, in which target group's recent orders for sowing seeds and fertilizer products through distance selling were examined.

Of the information collected through distance selling channels, the focus was on professional use in on-demand seed and fertilizer products. In seed preparations, especially the trade in grey seed and in fertilizing products, organic products are products whose control is also considered in other market surveillance.

The collected data can be used to permanently link the supervision on distance selling to other market surveillance.

This thesis has been commissioned by the Finnish Food Authority.

Keywords distance selling, surveillance, fertilizing product, sowing seed, food security

Pages 32 pages and appendices 3 pages

1 Sisälllys

1	Sisälllys.....	3
2	Johdanto	1
3	Ruokaturvan takaaminen valvonnan keskeisempänä tehtävänä	3
3.1	Kylvösiementen etämyynnin ekologinen kestävyys	5
3.2	Lannoitevalmisteiden etämyynnin ekologinen kestävyys	7
3	Etäkauppa ilmiönä	8
4	Kylvösiemen- ja lannoitevalmisteiden valvonta Suomessa	12
4.1	Lannoitevalmisteiden valvonta Suomessa.....	12
4.2	Kylvösiementen valvonta Suomessa.....	14
5	Selvityksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset	16
6	Tutkimusmenetelmät	17
6.1	Hakukone haut.....	18
6.2	Siemen- ja lannoitevalmisteiden etämyyntiä tekevien verkkosivustojen koonti	22
6.3	Sosiaalisen median kanavien seuranta	23
6.4	Sähköisten markkinapaikkojen seuranta	24
6.5	Verkkokysely ammattikäyttöön siemen- ja lannoitevalmisteita keväällä 2022 tilanneille.....	24
7	Johtopäätökset	26
	Lähteet.....	29

Liitteet

Liite 1	Hakusanat
Liite 2	Kysely

2 Johdanto

Digitalisaation myötä tuotteiden myynti on siirtynyt osittain verkkoon. Etämyynnillä tarkoitetaan ostajan ja myyjän kauppaa ilman osapuolten fyysistä kohtaamista. Etämyynti on tullut perinteisten myymälöiden kautta tapahtuvan myynnin rinnalle myös siemen- ja lannoitekaupassa. Tämä asettaa oman haasteensa viranomaisten järjestämän valvonnan toteuttamiseksi. Elintarvikeketjussa tehdään etämyynnin valvontaa osana normaalia valvontatyötä. Etämyynnin valvontakäytännöt ja -osaaminen kuitenkin vaihtelevat sektoreittain ja valvontayksiköittäin. Tällä hetkellä etämyynnin valvontaa ei tehdä Ruokaviraston kaikilla sektoreilla ja se saattaa toimijat eriarvoiseen asemaan. Etämyynnin valvonnan kehittäminen onkin yksi Monivuotisen kansallisen valvontasuunnitelman (VASU) osa-alueista Ruokavirastossa, jota pyritään keskitetysti kehittämään kaikille sektoreille.

Toimijoiden, joiden valvonnasta Ruokavirasto vastaa toimivaltaisena viranomaisena tulee kuulua useimmiten rekisteriin. Rekisterivelvoite liittyy lainsäädännöstä tuleviin toimijoiden velvoitteisiin, joita Ruokavirasto valvoo. Rekisteritietojen avulla valvontaa pystytään kohdentamaan oikeisiin yrityksiin. Lannoitevalmisteiden kotimaisten valmistajien, tuojien ja EU:n sisämarkkinoilla olevien lannoitevalmisteiden markkinoille saattajien tulee kuulua lannoitevalmisteiden valvontarekisteriin. Kylvösiemenen pakkaamohyväksynnän lisäksi toimijat, joilla on kylvösiementen markkinointia, tuontia ja vientiä tulee kuulua Ruokaviraston rekisteriin. Etämyyntiä harjoittavien toimijoiden tulee kuulua rekisteriin. Rekisteriin kuulumattomat etämyyntiä harjoittavat toimijat jäävät esimerkiksi lainsäädännön muuttuessa helposti tiedotuksen ulkopuolelle ja siten osa vaatimusrikkomuksista voi olla tahattomia. (Ruokavirasto, 2022) Toisaalta rekisteriin kuulumista voidaan tietoisesti vältellä, jos yrittäjä harjoittaa petoksellista toimintaa. Petoksellisen toiminnan motiivina on taloudellisen hyödyn tavoittelu.

Ruokavirasto valvoo lannoitevalmisteiden ja siementen tuotantoa, tuontia, vientiä ja markkinointia. EU:n jäsenvaltiot muodostavat sisämarkkinat, joilla osa tuotteista voi liikkua vapaasti, kuten lannoitevalmisteasetuksen mukaiset CE-merkityt tuotteet. Sisämarkkinoilla tehdään markkinavalvontaa. Ruokavirasto ohjeistaa ELY-keskuksia ja valtuutettuja

tarkastajia, jotka suorittavat sisämarkkinavalvonnan myymälöissä, tuotantolaitoksilla ja tiloilla viraston omien tarkastajien lisäksi. EU:n ulkopuolelta tapahtuvaa, eli nk. kolmasmaatuontia, valvotaan Tullin ja Ruokaviraston toimesta rajatarkastuksina tai siementuotteilla myös maahantuojan hyväksytyillä valvontapisteillä. EU:lla on kolmasmaatuonnissa siementuotteilla käytössä Euroopan komission ylläpitämä TracesNT-tietojärjestelmä, jolla EU:n jäsenvaltiot saavat nopeasti tietoa esimerkiksi tuotteista joiden maahantuonti on evätty jossain toisessa EU-valtiossa. Kuluttajien suorat tilaukset verkkokaupoista Suomen rajojen ulkopuolelta ovat näistä kaikkein vaikeimmin valvottavissa, mutta näissä tuotteissa onneksi on usein pieni volyymi eivätkä ne yksittäisinä ostoksina aiheuta suurta haittaa taloudellisesti tai ympäristölle. Kotimaan markkinoilla ammattikäyttöön tarkoitettu harmaa siemenkauppa, jolloin siemenerältä puuttuu sertifiointi eli tarkastus ovat hankalimmin valvottavia. Nämä tuotteet eivät välttämättä edes löydy verkosta, koska kaupat voidaan esim. tehdä puhelimitse tutun viljelijän kautta.

Etämyyntiä tulee tarkastella myös sen kestävyuden näkökulmasta, koska se tarjoaa väylän tuotteille, jotka eivät täytä asetettuja vaatimuksia liikkua ilman kiinni jäämisen riskiä. Etämyynnin kaikkia tuotteita koskeva kestävyys liittyy suurelta osin siitä aiheutuvaan logistiikkaan. Pakkausmateriaalien kierrätettävyys ja pakkausten uudelleen käyttö myös lisäävät osaltaan etämyynnin kestävyttä. Tuotteista saatavat kattavat tuotetiedot vähentävät palautuksia ja siten kuljetuksista sekä pakkaamisesta aiheutuvaa ympäristökuormaa. Riittävät tuotetiedot ovat verkkokaupassa kuluttajasuoja-asetuksen ja –lain mukainen vaatimus. Monikanavaisen kaupan hyödyntäminen auttaa löytämään kestäviä logistiikkaratkaisuja. Sähköiseen kaupankäyntiin on kehitetty laskentatyökalu, jolla voi laskea tuotteen toimittamisesta aiheutuvat hiilidioksidipäästöt. Ostaja voi itse näin tarkastella kestävintä toimitustapaa. EU on asettanut kestävyden ja digitalisaation yhdeksi ydin-teemaksi, jota edistetään erilaisin hankkein. (Ecommerce Europe, 2021) Tässä selvityksessä keskitytään kestävä kehityksen osalta ekologiseen kestävyteen, vaikka etämyynti vaikuttaa kylvösiemen- ja lannoitevalmistuksen osalta myös taloudelliseen kestävyteen esimerkiksi hukkakauran leviämisenä kylvösiementen mukana.

3 Ruokaturvan takaaminen valvonnan keskeisempänä tehtävänä

Etämyynnin kestävydestä puhuttaessa katseet kääntyvät siitä aiheutuvaan tuotteiden kuljetusten ja pakkaamisen aiheuttamiin hiilidioksidipäästöihin. Kylvösiemen- ja lannoitetuotteet eivät kuluttajakaupassa verrattuna esimerkiksi vaatteisiin aiheuta samanlaista tuotteiden palautusten määrää, mutta yksittäisten siemenpussien lähettäminen toisesta maasta aiheuttaa tuotetta kohden enemmän ympäristövaikutuksia kuin lähimarketista noudettaessa. Ammattikäyttöön tilattavia tuotteita ei haeta useinkaan myymälästä itse vaan toimitus tapahtuu joka tapauksessa asiakkaan kotiovelle. Näin ollen etämyynnin ekologista kestävyttä kylvösiemen- ja lannoitevalmisteiden osalta keskityn tarkastelemaan ruokaturvan ja maatalouden kestävyden kannalta.

Ruuan riittävyys, ruokaturva on yksi asia mihin kestäväällä kehityksellä pyritään. Maailman väestön kasvaessa on saatu satotason nostolla ja uuden viljelymaan raivaamisella ruoka riittämään jotenkuten, mutta haasteena tulevaisuudessa on se, ettei peltoalan lisääminen kestävästi merkittävässä määrin ole enää mahdollista, vaikka väestö jatkaa kasvuaan. Ruokaturva pienentää perhekokoja, koska nälässä on kysymys ensisijaisesti ostovoiman puutteesta. Köyhyys lisää väestön kasvua ja sitä kautta ruokaturvattomuutta. Ihmisten kuluttamasta ruuasta 90 % on peräisin viljelykasveista ja 40 % maapallon maa-alasta on viljelykäytössä. Ihmisten ja tuotantoeläinten biomassan ruokkiminen päivittäin aiheuttaa muiden lajien ja ekosysteemien taantumisen sitä kautta sukupuuttoaalton, joka on yhtä merkittävä uhka kuin ilmastonmuutos. (Heikkilä, M., ym., 2021)

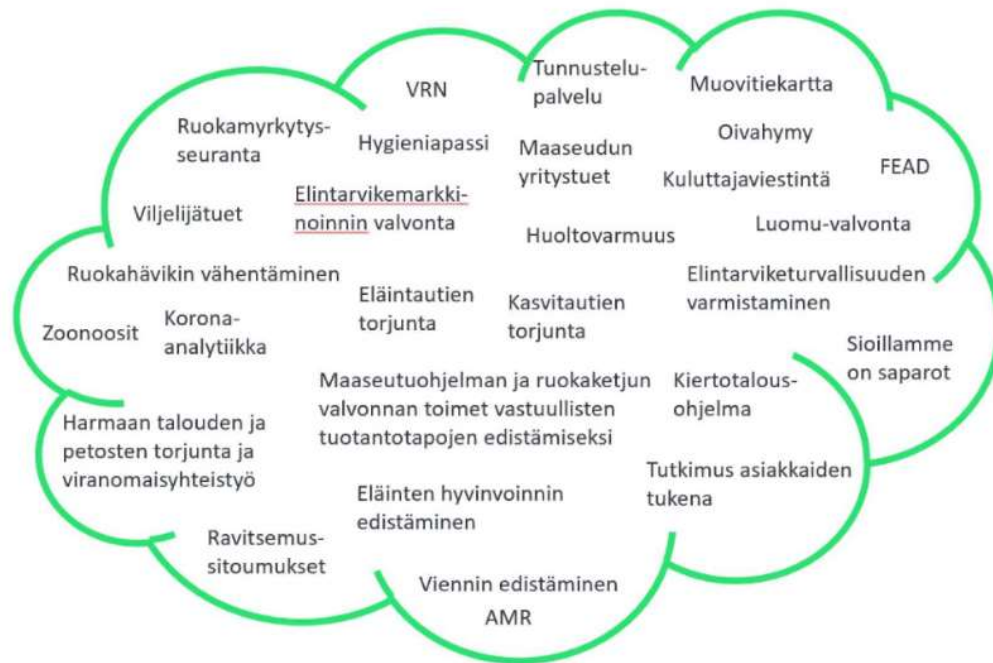
Ruoantuotantoa on tehostettu satotason nostolla, johon kuuluvat viljelykasvien jalostaminen, viljelytekniikoiden kehittäminen, kasvinsuojeluaineiden käyttö sekä lannoittaminen. Lannoitevalmisteissa esiintyvät typpi ja fosfori ovat tällä hetkellä ylittäneet maapallon kantokyvyn. Viljelymaista vapautuva typpi aiheuttaa n. 50 % maatalouden suorasta ilmastovaikutuksesta. Lisäksi vesistöihin liuetessaan lisää rehevöitymistä. Fosforivarannot ovat ehtyviä ja erityisesti köyhissä valtioissa fosfori auttaisi satotason nostossa, kun taas teollisuusmaissa fosforia käytetään liikaa, jolloin sitä vapautuu vesistöihin rehevöittämään. (Heikkilä, M., ym., 2021)

Suomen tavoite on olla hiilineutraali vuodesta 2035 lähtien ja tähän tavoitteeseen pääsemiseksi on maatalouden vähennettävä päästöjä myös maanviljelyssä. Satotason nousu viljanviljelyssä vapauttaa peltoja valkuaiskasvien viljelyyn ja lihan korvaamiseen kuluttajien lautasilla. Öljykasvien ja valkuaisainekasvien lisääminen vähentäisi tarvetta tuoda niitä tuotantoeläinten rehun valmistukseen. Samaan aikaan peltokäytöstä tulisi poistaa kokonaan turvopohjaisia ja muita vajaatuottoisia lohkoja, joiden kasvihuonepäästöt ovat suurempia kuin viljelyyn paremmin soveltuvilla lohkoilla. Herneen, härkäpavun ja nurmen lisäämisen avulla pellot saadaan muutettua hiilinieluiksi. (Lehtonen ym., 2020 ss. 25–28)

Ruokaturvan takaaminen kotimaisen elintarviketuotannon mahdollistamisella on yksi Ruokaviraston tehtävistä, johon kylvösiementen ja lannoitteiden laatu ja saatavuus vaikuttaa suoraan. Kylvösiemen- ja lannoitevalmistekaupassa voidaan väärällä tuotteella saada hetkellinen satotappio tai pahimmassa tapauksessa maan pilaantuminen pitkäksi aikaa, kun se kohdentuu laajoille maa-alueille ammattiviljelyssä. Lainsäädännön turvin halutaan taata turvalliset tuotteet ja sitä kautta kestävä kehitys. Oikealla valvonnan kohdentamisella ja riittävällä valvontatiheydellä löydetään valmistuksen tai markkinoiden aikana lainsäädännön vastaiset tuotteet ennen käyttöä.

Ruokaviraston ensimmäinen vastuullisuusraportti vuodesta 2021 valmistui vuonna 2022. Valtionkonttorin ohjeistuksen mukaisesti YK:n kestävän kehityksen SDG tavoitteista virasto valitsi kuusi Ruokaviraston toimintaan liittyvää tavoitetta: ”ei nälkää (2), terveyttä ja hyvinvointia (3), ihmisarvoista työtä (8) ja talouskasvua (12), kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys (13), ilmastotekojä ja maanpäällinen elämä (15).” Kahta viimeksi mainittua käsitellään mahdollisesti seuraavissa vastuullisuusraporteissa ja neljää ensimmäistä tavoitetta käsitellään ainakin seuraavassa vastuullisuusraportissa, jolloin tavoitteiden seuraaminen sekä mittaaminen mahdollistuu. Vastuullisuusraportoinnin tavoitteena on avoimesti kertoa, miten kestävä kehitys on huomioitu tällä hetkellä Ruokaviraston toiminnoissa. (Ruokavirasto, 2022). Etämyynti liittyy vuoden 2021 raportissa tavoitteista ”ei nälkää (2)” joka pitää sisällään ruokaturvan. Etämyyntiä ei kuitenkaan olla käsitelty vastuullisuusraportissa omana osionaan.

Kuva 1. Esimerkkejä asioista, joilla Ruokaviraston toiminnassa vaikutetaan YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin. (Ruokavirasto, 2022)



Svahn (2022, ss. 57–60) maisteritutkielmassaan selvitti miten Ruokaviraston johto ja kuluttajat kokevat julkisen sektorin (tässä tapauksessa Ruokaviraston) vastuullisuuden. Tutkimuksen perusteella kuluttajat toivovat, että julkinen sektori on kestävässä kehityksessä suunnannäyttävä. Kuluttajat myös haluavat julkiselta sektorilta läpinäkyvyyttä sekä helppolukuista viestintää some kanavissa vastuullisuuden toteutumisesta Ruokaviraston toimissa. Ruokaviraston johto tunnistaa kestävän kehityksen osaksi viraston toimintaa, mutta haasteiksi sen toteutumiseksi koetaan: niukat resurssit, viestinnän vaikeus, toimialan laajuus ja näkemyserot siitä mitä kaikkea vastuullisuus on.

3.1 Kylvösiementen etämyynnin ekologinen kestävyys

Etäkaupan kautta kylvösiementen kauppaa voidaan käydä suoraan viljelijän kotoa toiseen EU-maahan tai jopa kolmanteen maahan. Siemenkauppa on tarkkaan säädeltyä ja mitä kauempaa tuote tilataan sen mukana voi levitä kasvitauteja, vieraslajeja tai se ei ylipäättään sovellu kylvettävälle alalle. Hyviä esimerkkejä ajankohtaisista siementen mukana leviävistä

taudeista- ja vieraslajeista ovat Tomaatin ruskokurttuvirus (*Tomato brown rugose fruit virus*, löydetty Suomesta 2022) ja rikkakananhirssit (*Echinochloa crus-galli*, 2021 haitallisen runsaana viljelyksillä). Kananhirssi on osoitus vieraslajista, joka ilmastonmuutoksen myötä voi hyötyä pitkistä ja lämpimistä kesistä valtaamalla alaa viljelyskasveilta. Syväjuuriset heinäkasvit, kuten kananhirssit tai pantaheinät, ovat vaikeita torjua. Vieraslajeilla on usein myös kertynyt maahan siemenpankki, josta uusi kasvusto nousee hävitetyn tilalle.

Vaikka sopimattomilla ammattikäyttöön tuotetuilla siemenerillä saadaan kerralla suuret haitalliset ympäristövaikutukset niin nämä tuotteet ovat myös järjestelmällisemmän valvonnan alaisuudessa pl. harmaasiemen verrattuna kuluttajille tehtävään kauppaan verkossa. Verkkokaupoista kuluttajat tilaavat kokeiluun kaikkea mielenkiintoista eikä vaakakupissa välttämättä paina ammattiviljelijöiden satoisuus, kasvinterveys ja ekologisuus-periaatteet. Kuluttajan pitäisi siemeniä tilatessaan miettiä mitä riskejä kasvin kasvattamisesta voi seurata, jos se pääsee leviämään luontoon. Etämyynnissä havaitsin joillakin kuluttaja-myyntiin keskittyvillä siemen- ja lannoitetuotteita myyvillä sivustoilla jatkuvia alennuskampanjoita, joissa sivustolla juoksi umpeutuva aika. Tällainen myyntitapa hoputtaa tekemään nopeita ja harkitsemattomia ostopäätöksiä ja siten lisää entisestään sellaisten tuotteiden tilaamista, jotka eivät sovellu Suomen olosuhteisiin.

Osa kasvien vieraslajeista ovat matkanneet alun perin siemeninä Suomeen, joista ne ovat kotipihoilta lähteneet leviämään luontoon esimerkiksi kylvö- tai linnunsiemensekoituksista. Vieraslajilaissa toimijan on huolehdittava siitä, ettei hänen tuottamassaan, varastoimassaan, markkinoille saattamassaan, kuljettamassaan, välittämässään, myymässään tai muuten luovuttamassaan tuotteessa tai aineistossa ole unionin luetteloon kuuluvaa tai kansallisesti merkityksellistä haitallista vieraslajia, joka tuotteen tai aineiston mukana voi levitä toimijan hallinnassa olevan alueen ulkopuolelle. ([Finlex](#), 30.12.2015/1709)

Harmaan siemenen valvonnassa EU:n sisämarkkinoilla olisi myös tarpeen lisätä tullin kanssa tehtävää yhteistyötä, koska he voisivat muiden tarkastusten yhteydessä ilmoittaa valvontaviranomaiselle kylvösiemeneristä, jotka ovat rantautumassa Suomeen esimerkiksi Baltian maista.

3.2 Lannoitevalmisteiden etämyynnin ekologinen kestävyys

Uusi EU-lainsäädäntö (v. 2022 toimeenpano) sallii laajan pohjan lannoitteita sisämarkkinoille. Suomeen markkinoitavien uudentyypisten lannoitevalmisteiden määrästä ei ole vielä tietoa. Tavoitteena on ottaa käyttöön uudet valvontamenettelyt sisämarkkinoilla vapaasti liikkuvien lannoitevalmisteiden valvonnassa. Yhdenmukaisten standardien valmistelu on vielä joiltain osin kesken ja se voi vaikuttaa analyysitulosten vertailukelpoisuuteen joissakin tapauksissa. Haasteena sisämarkkinakaupassa voi olla myös Suomen kadmiumpoikkeus, jonka perusteella Suomeen sisämarkkinoilta saapuvissa fosforipitoisissa lannoitevalmisteissa on EU-lainsäädäntöä tiukempi raja-arvo kadmiumin enimmäispitoisuudelle. Tästä syystä kadmiumpitoisuuden seuranta on tärkeä osa riskiperusteista lannoitevalmisteiden tuotevalvontaa. (Haastattelu Merja Torniainen Ruokavirasto)

Etäkaupan valvonnan haasteena ovat sähköiset kaupankäynnin alustat, joiden ylläpitäjät voivat sijaita muissa EU-maissa ja kolmansissa maissa. Verkkoon siirryttäessä kuluttajan tai viljelijän pitäisi tiedostaa mitä tuotteita saa tilata ja millä ehdoilla. Osa verkkokaupoista voi jatkossakin jäädä viranomaisvalvonnan ulkopuolelle ja siten myös ostajalla on isompi vastuu verkko-ostoksia tehdessä esimerkiksi lannoitelaisissa korkean vastuun määräys asettaa ammattikäyttöön valmisteita myyvälle vastuun virheellisen tuotteen aiheuttamista tulomenetyksistä, jonka ulkopuolelle harmaan lannoitteen ostaja jää.

Lannoitteiden saatavuuden vaikeus Venäjän pakotteiden sekä energiakriisin vuoksi tulee aiheuttamaan markkinoille epävakautta jatkossakin. Keväällä 2022 oli jo nähtävissä, että viljelijät kokeilivat uusia tuotteita kuten orgaanisia kiertotalouslannoitteita pelloilleen epäorgaanisten lannoitteiden huonon saatavuuden ja korkean hinnan vuoksi. Kestävän kehityksen kannalta kierrättäminen lannoitteeksi on järkevää ja tämä on yksi tie kohti vihreää siirtymää. Tuotteiden valvonnan tärkeys korostuu näissä orgaanisissa tuotteissa uusien toimijoiden ja tuotteiden ilmestyessä markkinoille. Orgaanisten lannoitevalmisteiden tasalaatuisuus ja kypsyyt ovat vaikeammin hallittavissa epäorgaanisiin tuotteisiin verrattuna. Orgaaniset lannoitteet voivat myös sisältää muovivia yli sallittujen rajojen. Niiden mukana voi levitä vieraslajien juuria tai siemeniä. Näitä tuotteita voidaan myös helpommin valmistaa pienissä yksiköissä ja myydä suoraan viljelijöille etämyynnin kautta.

3 Etäkauppa ilmiönä

Etämyynti on verkossa tapahtuvaa kaupankäyntiä, joka voi olla yritysten välistä (B2B), kuluttajille suunnattua (B2C) tai kuluttajien välistä (C2C) kauppaa. Asiakas tekee ratkaisunsa ostopäätökseen verkossa, jossa valintamahdollisuuksien määrä on moninkertainen yksittäiseen perinteiseen myymälään verrattuna. Verkkokaupat ovat kytköksissä muihin palvelukanaviin, joita ovat esimerkiksi asiakkuusmarkkinointi, some tai tuotekatalogi. On siis helppo vaihtaa digitaalisessa maailmassa palveluntarjoajasta tai palvelukanavasta toiseen, jos asiakkaan tarpeet eivät täyty. (Hallavo, J. 2013, ss 1.1–1.2; Komulainen, M. 2018, ss 24–30).

Etämyynti tapahtuu silloin kun kaupan osapuolet eivät ole yhtä aikaa läsnä. Kuluttajalle on annettava etämyynnissä selkeästi tiedot tuotteen pääominaisuuksista, myyjän nimi ja yhteystiedot, hinta (sis. toimitus- ja muut kulut), maksu-, toimitus- ja muut kaupan ehdot, palautus- ja peruuttamisoikeuden tiedot ja maininta lakisääteisistä virhevästauksista. (KKV, n.d.; Ruokavirasto, 2022)

Komulaisen (2018, s 28) mukaan digitalisaation aiheuttamat todennäköisimmät trendit markkinoilla ovat: ” 1. Tuotetiedon jakaminen digikanavia pitkin lisääntyy. 2. Vuorovaikutus ja tuotekehitys asiakkaiden kanssa lisääntyy. 3. Kansainväliset markkinat avautuvat myös pienille toimijoille. 4. Kansainvälinen kilpailu lisääntyy kotimarkkinoilla. 5. Verkkokaupan rooli kasvaa merkittävästi. 6. Brändien merkitys korostuu. 7. Myynnin monikanavaisuus eli verkko – ja kivijalkakaupan yhteistyö lisääntyvät”.

Koronapandemia on lisännyt räjähdysmäisesti etämyyntiä kuluttajille, joskin kertaostosten summat ovat pysyneet maltillisina ja välttämättömyyksiin perustuvina. Ostaja harkitsee pitkään ja tekee vertailua eri kanavista saatavien tietojen perusteella. Ulkomaiset verkkokaupat haastavat kotimaisia verkkokauppoja, mutta vielä tällä hetkellä verkossa tehtävistä ostoksista suurempi osuus n. 60 % tapahtuu kotimaisilla sivustoilla. (Lampen H., 2021, s 10)

Postin verkkokauppatutkimuksessa 2022 usein verkkoa ostokanavana käyttävistä kuluttajista 37 % on lisännyt verkko-ostoksia viimeisen puolen vuoden aikana eivätkä he pidä tuotteiden etsimistä vaikeana. Verkkokauppiat arvioivat Postin tutkimuksessa verkkokaupan osuuden omasta liikevaihdostaan kasvavan seuraavan 12 kk aikana edelleen. (Posti, 2022.)

Verkkokaupan valttikortti on laaja tuotevalikoima, sillä verkkokaupasta etsitään usein tuotteita, joita ei ole muuten saatavilla. Luotettava, helppo ja turvallinen ostoskokemus on avainasemassa siinä, että ostaja palaa uudelleen asiakkaaksi samaan verkkokauppaan. Saatavilla olevat tuotetiedot ja toimitusajat sekä toimituksesta aiheutuvat kulut vaikuttavat myös ostopäätöksen tekemiseen. Hyvin toimiva alusta mahdollistaa verkkokaupan sivustojen lukemisen eri laitteilla ja toimii omalta osaltaan asiakasmäärien kasvun lisääjänä. (Hirvonen, V., 2017, ss. 88–89)

Verkkokaupan erottuminen kilpailijoista ja brändimarkkinointi edistää myyntiä. Brändi voimistuu, kun asiakkaat saavat positiivisia kokemuksia siitä ja alkavat kertoa brändistä hyvää eteenpäin. Verkkokaupassa asioinnin helppous liitettynä kokemukseen siitä, että yritys toimii vastuullisesti ja ekologisesti lisää asiakkaiden hakeutumista uudelleen saman yrityksen asiakkaaksi. Yritys ei kuitenkaan voi tuudittautua asemansa pysyvyyteen, vaan se vaatii jatkuva trendien seuraamista ja palvelun kehittämistä eri kanavissa. (Savolainen, V., 2021, ss. 97–99)

Verkkokaupan helppokäyttöisyys, toiminnallisuus ja luottamus turvalliseen ostoskokemukseen ja personoitu palvelu lisää sitoutumista verkkokauppaan. Personoitu palvelu verkkokaupassa saa tuntemaan asiakkaan kokemaan laadun tunteeseen. Tämä osa-alue on kasvamassa tulevaisuudessa etämyynnissä. Verkkokauppa ja perinteinen myymälä yhdessä lisäävät myyntiä, ne eivät ole toisiaan pois sulkevia vaan myyntiä lisäävä yhdistelmä. (Kauppinen, M., 2020, ss. 68–69)

Sähköiset markkinapaikat kokoavat yhteen samalle alustalle myyjät, jotka voivat olla yrityksiä tai yksityisiä henkilöitä tai molempia. Esimerkiksi Tori.fi:ssä suurin osa myyjistä on suomalaisia kuluttajia, jotka myyvät käytettyjä tuotteita, kun taas Amazon.com:ssa myyjinä ovat kansainväliset yritykset uusine tuotteineen. Ostaja saa sähköisellä markkinapaikalla

samalla kertaa laajan valikoiman tuotteita tai palveluja yhdestä paikasta. Tuotteiden tai palveluiden myyjille se tuo kansainväliset markkinat helposti saataville ja markkinointi kulut vähenevät. Yli puolet kansainvälisestä B2C verkkokaupasta tapahtuu tällä hetkellä sähköisillä markkinapaikoilla, mutta kotimaiset yritykset ovat hyvin hitaasti lähteneet tähän etämyynnin kanavaan mukaan. (Business Finland, 2020., Euroopan komissio, 2022., Ecommerce Europe, n.d.)

Sosiaalinen myynti tapahtuu digitaalisten ja sosiaalisten kanavien avulla. Sosiaalisessa myynnissä myyjät ovat vuorovaikutuksessa ostajien kanssa sosiaalisen median kanavissa. B2B markkinoilla sosiaalinen media on osa sosiaalista myyntiä silloin kun tavoitteellisesti yritetään edistää kaupantekoa puhuttelemalla ammatillisesti sopivaa kohdeyleisöä luomalla sisältöä, jonka avulla ostaja saa apua ostopäätöksensä tekoon. (Kenner, K., 2022. ss. 184, 186)

Verkkokauppa houkuttelee myös rikollisen toiminnan pariin muun muassa tuotevääreännöksiin, joita on vaikea erottaa alkuperäisistä tuotteista. Värentäjien kohteena on laaja skaala tuotteita, jotka voivat aiheuttaa ostajalle turvallisuuden, terveyden tai taloudellisen haitan. Kansantaloudessa tuotevääreennykset aiheuttavat myyntitulojen ja työpaikkojen menetyksiä. Elintarvikeketjussa petoksellinen toiminta aiheuttaa kansanterveydellisen haitan, joka voi pahimmillaan vaarantaa ihmisen terveyden. Tekoälyn avulla voidaan tuotevääreennyksiä etsiä eri alustoilla, mutta siinä on oma haasteensa vääreännöksen tunnistamisessa. Automaattisia valvontajärjestelmiä on opittu myös osittain kiertämään. (Laamanen, S., 2021. ss 2 ,18–19)

Yritysten väliseen kaupankäyntiin (B2B) etämyynti on tuonut helpotusta siinä, ettei myyjien tapaamiseen tarvitse käyttää aikaa. Sen sijaan tiedonhaku-vaihe on pidempi ja monimutkaisempi. Ostopäätöksen tueksi surffataan useilla digikanavilla ja lopulliset päätökset ostoista tehdään usein organisaatioissa tiimeissä, joka edelleen hidastaa päätöksen tekoa. Myyjää ei välttämättä tavata olleenkaan kaupankäynnin aikana tai korkeintaan loppuvaiheessa ostopäätöksen ollessa jo lähes varma. B2B- ostaja haluaa usein kaupankäyntiinsä enemmän tukea kuin sitä on saatavilla. Siksi ostajan polkuun digimaailmassa tulee panostaa. Myynnin ja markkinoinnin yhdessä tekemä työ eri kanavissa

tavoiteasiakkaan auttamiseksi auttaa pääsemään haluttuun lopputulokseen samalla asiakkuus syvenee. (Tanni, K., 2022, ss. 18–30)

Ostajan tieto tuotteista saattaa tänä päivänä B2B markkinoilla olla jopa parempaa kuin tuotteita myyvässä organisaatiossa, koska ostaja voi hakea tietoa vapaasti eri myyntikanavissa. Jopa 45 % ostajien ajankäytöstä ostotapahtumassa on nykyisin tiedonhaku verkossa tai verkon ulkopuolella. Tuotetiedon etsiminen alkaa hakukonehakujen ja verkkosisältöjen avulla. Ostajat haluavat myyjiltä samanlaista kohtelua kuin he odottavat kuluttajina; personoitua ja nopeaa palvelua. Ostajat päätyvät helposti tuttuun ja turvalliseen toimijaan aiemman kokemuksen perusteella. (Kenner, K., 2020 ss. 10, 17, 18, 43)

Vaikka suurimmaksi osaksi viljelijät ja puutarhurit ovat yrittäjiä niin kaupankäynnissä on piirteitä B2C kaupasta siltä osin, että ostopäätöksen tekee yksi ostaja eikä tiimi kuten useimmiten B2B kaupankäynnissä. Viljelijät ja puutarhurit hankkivat omat tuotantopanoksensa kylvösiemenet ja lannoitevalmisteet mukaan lukien itsenäisesti. Tuotteet ovat kuitenkin rinnastettavissa volyymiltaan yritysten väliseen kaupankäyntiin, eikä kuluttajille myytäviin tuotteisiin. Maatalousyrittäjillä on myös vakiintuneita asiakassuhteita maatalousliikkeiden myyjien kanssa, jolloin tieto myynnissä olevista lannoite- ja kylvösiemenvalmisteista voi liikkua suoramarkkinoinnin kautta ja tilaus voidaan tehdä monipuolisesti etämyynnin kanavien kautta kuten sähköpostitse tai puhelimitse ilman että yrittäjä käy myyjän verkkosivustolla.

Byskov (2021, ss 21–30) selvitti lopputyössään sertifioidun siemenen etämyynnin haasteita. Tutkimuksen perusteella maanviljelijöiden käytetyimmät digitaaliset alustat ovat kaikissa ikäluokissa järjestyksessä sähköposti, www-selain ja Facebook (paitsi yli 50-viljelijät, joilla kolmantena YouTube). 35–50- vuotiaista vastaajista joka kolmas kertoi ostaneensa sertifioitua siementä etäkaupan kautta, kaikista ikäluokista reilu neljännes oli toiminut niin. Suurimmat syyt tilata siemeniä etäkaupan kautta olivat helppous, vaivattomuus ja nopeus. Ongelmina viljelijät olivat kokeneet siemenen etäkaupassa: verkkokaupan toimintojen ongelmat, tietojen puutteellisuuden, hintaan liittyvät asiat ja myyjien passiivisuuden. Siementen tilaamiseen etäkaupasta kielteisemmin suhtautuvat kokivat kontaktin

puuttumisen myyjään ja hinnan sopimattomuuden syiksi olla tilaamatta etäkaupan kanavien kautta. Avoimissa vastauksissa syiksi olla tilaamatta mainittiin myös laatu- ja lajiketietojen puutteellisuudet. Tutkimukseen vastanneista enemmistö oli halukkaita kokeilemaan siemenien ostamista etäkaupan kautta ja jo etäkaupan kautta tilanneet olivat valmiita tilaamaan uudestaan tätä kanavaa käyttäen. Saadun tutkimustiedon valossa etäkaupassa verkkosivujen tulisi olla informatiivisempia esimerkiksi käyttämällä verkossa toimivaa sovellusta, joka auttaisi kylvösiemenen lajikevalinnassa.

4 Kylvösiemen- ja lannoitevalmisteiden valvonta Suomessa

4.1 Lannoitevalmisteiden valvonta Suomessa

Lähes kolmasosa maatalouden panostuonnista (raaka-aineet kuten lannoitteet, siemenet, kasvinsuojeluaineet) on kemikaaleja, jotka sisältävät myös lannoitteet ja niihin käytettävät raaka-aineet. Lannoitevalmisteet jaetaan orgaanisiin ja epäorgaanisiin valmisteisiin. Orgaanisia lannoitteita ja maanparannusaineita valmistetaan biomassasta, joka voi olla esimerkiksi puhdistamolietettä, biojätettä, elintarviketeollisuuden sivuvirrasta saatavaa tuotetta tai metsäteollisuudesta saatavaa lietettä. Näistä valmis tuote syntyy mädättämällä, kompostoimalla tai näiden yhdistelmällä. Suurin käyttäjä orgaanisille lannoitteille on maatalous. Orgaanisia lannoitteita valmistettiin Suomessa vuonna 2020 yhteensä 98 milj. kiloa ja suunta on nouseva edellisistä vuosista. Alle 10 % orgaanisista lannoitteista suhteessa kotimaiseen valmistukseen tulee tuontina. Epäorgaanisia lannoitteita Suomessa valmistettiin 2038 milj. kiloa ja tuotiin 163 milj. kiloa vuonna 2020. (Jansic ym., 2021, s. 8, Marttinen ym., 2017 ss. 16–21; Ruokavirasto, 2022)

Suomessa valmistettuja lannoitevalmisteita koskee lannoitelaki 711/2022. Aiemman lannoitevalmistelain 539/2006 perusteella annetut MMM:N asetus lannoitevalmisteista 24/11 ja MMM:n asetus lannoitevalmisteita koskevan toiminnan harjoittamisesta ja sen valvonnasta 11/12 ovat toistaiseksi voimassa ja ne ovat tavoitteena korvata vuoden 2023 aikana uusilla ministeriön asetuksilla. Lannoitevalmisteiden valvonnassa sovelletaan myös markkinavalvontalakiä 1137/2016. EU:ssa valmistettuja lannoitevalmisteita koskevat: ”EU:n

lannoitevalmisteasetus 2019/1009, Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2019/1020 markkinavalvonnasta ja tuotteiden vaatimuksen mukaisuudesta sekä direktiivin 2004/42/EY ja asetusten (EY) N:o 764/2008 ja (EU) N:o 305/2011 muuttamisesta ja Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2019/515, annettu 19.3.2019. toisessa jäsenvaltiossa laillisesti kaupan pidettyjen tavaroiden vastavuoroisesta tunnustamisesta ja asetuksen /EY) N:o 764/2008 kumoamisesta.” (Torniainen, M., 2022)

Vuosittain laadittava valvontasuunnitelma lannoitevalmisteille määrittelee kunkin vuoden valvonnan toteuttamiseen tarvittavat resurssit ja painopistealueet niin, että lainsäädännön määräämät vaatimukset toteutuvat. Tavoitteena valvonnalla on toimijoiden tasapuolinen kohtelu, innovaatioiden mahdollistaminen sekä tuotteiden turvallisuus ja laatu loppukäyttäjälle. Lannoitevalmisteiden lainsäädäntö muutosten myötä valvonta kohdistuu entistä enemmän markkinavalvontaan. Tavoitteena on lisätä yhteistyötä EU:n jäsenvaltioiden välillä tuonnissa ja markkinavalvonnassa EU:n ylläpitämien tieto – ja viestintäjärjestelmien ICSMS:n ja RAPEX:n avulla. (Ruokavirasto, 2022)

Lannoitevalmisteiden vuoden 2021 markkinavalvonnan painopisteenä oli Suomen ulkopuolella valmistetut elintarviketuotantoon tarkoitetut epäorgaaniset ja orgaaniset lannoitteet. Painopistealueen valinta vaikuttaa puutteiden määrää nostavasti erityistarkkailussa olevien puutteiden osalta. Tavoitteena oli, että näytteistä 35 % on markkinoilla jo olevien lannoitevalmisteiden valvonnasta saatuja. Tuotevalvonnassa 31,8 %:ssa oli jotain huomautettavaa kuten tuoteselosteissa ilmoitettujen tietojen poikkeamaa. Etämyynnin valvontaa ei ole lannoitesektorilla tehty tähän mennessä. (Ruokavirasto, 2022)

Kuva 2. Lannoitevalmisteiden valvonnan määrällinen toteuma vuosilta 2017–2021 ja vuoden 2021 toteuma suunnitellusta tavoitteesta

Valvontanäytteet	Toteuma					
	2017 kpl	2018 kpl	2019 kpl	2020 kpl	2021	
Markkinavalvonta	178	171	143	60	69	100 %
Sisämarkkinakaupan ja tuonnin valvonta	19	20	13	20	15	125 %
Valmistuksen valvonta	156	160	142	147	147	99 %
Näytteitä yhteensä	353	351	298	227	231	100 %
Valmistuneet näytteet/ analyysit	384/ 2334	352/ 2352	298/ 1783	226/ 1512	233/ 1316	

Valvonnan ylläpitämän lannoiterekisteriin kuuluvien toimijoiden määrä on nousussa ja vuoden 2021 lopussa rekisteriin kuului 773 valvontakohtetta. Painopisteenä tuotevalvonnassa ovat olleet uudet ammattikäyttöön tarkoitetut epäorgaaniset tuontilannoitteet ja toisena ryhmänä kiertotaloustuotteet. Markkinavalvontaa tehdään vähittäiskaupoissa, tukuissa ja maatiloilla, riippumatta lannoitevalmisteen alkuperästä. Näytteenottojen lisäksi tarkastuksilla kiinnitetään huomio pakkausmerkintöjen oikeellisuuteen. (Ruokavirasto, 2022)

4.2 Kylvösiementen valvonta Suomessa

Kylvösiemenistä tuodaan lähinnä öljykasvien-, sokerijuurikkaan, puutarhatalouden- ja rukiinsiemeniä. Kylvösiementen tulee olla sertifioituja pl. vihanniskasvien standardisiemenet ja erikseen luetellut nurmi- ja öljykasvien siemenet. Muuten markkinointi on vapaata EU:ssa. (Jansic ym., 2021, s. 8).

Siementen valvonnassa vuonna 2021 yhtenä painopistealueena oli internetmarkkinoinnin valvonta, jossa haaviin jäi 7 kpl harmaan siemenen markkinointia. Tämä on merkittävä osa koko vuoden aikana annetuista yhdestätoista markkinointikiellosta harmaan siemenen

vuoksi. Eniten puutteita siementen markkinavalvonnassa havaittiin siinä, ettei tuotteen laatuvaatimus täyttynyt tai toimija oli laiminlyönyt ilmoitusvelvollisuutensa toimijarekisteriin. Näitä puutteita ei tällä hetkellä ole valvottu etäkaupan osalta järjestelmällisesti ja siten onkin hyvä, että etäkaupan valvonnan tehostaminen on nostettu yhdeksi valvonnan painopistealueeksi vuosina 2021–2023. Alla olevassa kuvassa on esitetty vuosien 2017–2021 valvonnan toteumat markkinavalvonnassa. (Ruokavirasto, 2021)

Kuva 3. Siemenkaupan markkinavalvonnan keskeiset suoritteet ja tunnusluvut 2017–2021.

Suorite	2017	2018	2019	2020	2021
Tarkastukset	241	273	222	216	278
Huomautukset	4	-	1	1	3
Markkinointikiellot	11	23	15	15	21
Jatkotoimenpiteet	1	3	2	-	-
Kirjalliset varoitukset	ei laissa	ei laissa	lisätty 1.7.2019 siemenlakii n, -	4	1
Seuraamusmaksu	ei laissa	ei laissa	lisätty 1.7.2019 siemenlakii n, -	-	2
Seuraamusten osuus tehdyistä tarkastuksista	7%	10%	8%	9%	10%

Valvonnan järjestämisessä keskeistä on olemassa oleva lainsäädäntö siemenlaki 600/2019 ja maa- ja metsätalousministeriön asetukset siemen kaupasta (kuva 3). Markkinavalvonnassa sovelletaan myös hallintolakia (434/2003). Siemenillä laissa tarkoitetaan maatalous-, puutarhatuotannon siemeniä sekä siemenperunoita. Siemenlain ulkopuolelle jäävät vähäisten siemenmäärien lähinnä harrastustoimintana markkinoille saattajat, jolloin kylvettävä määrä on maksimissaan 2 rivimetriä. Siemenlaki turvaa markkinoille saatettavien siemenerien hyvän laadun ja kasvuolosuhteisiin sopivuuden tarvittavine muine tietoineen loppukäyttäjälle. Ruokavirasto pitää valvontaa varten valtakunnallista rekisteriä pakkaamohyväksynnän saaneista toimijoista sekä siementen markkinointia, maahantuontia ja maasta vientiä harjoittavista toimijoista.” (Ruokavirasto, 2022)

Kuva 4. Siemenlaki ja siihen liittyvät asetukset.

- **Siemenlaki 600/2019**
- 391/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus viljakasvien siemenkaupasta**
- 395/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus nurmi- ja rehukasvien siemenkaupasta**
- 392/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus siemenperunan kaupasta**
- 393/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus vihanneskasvien siemenkaupasta**
- 390/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus öljy- ja kuitukasvien siemenkaupasta**
- 389/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus juurikkaiden siemenkaupasta**
- 644/2020 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus kylvösiemenseoksista**
- 25/10 Maa- ja metsätalousministeriön **asetus alkuperäiskasvilajikkeiden sekä erityisiin kasvuolosuhteisiin kehitettyjen vihanneslajikkeiden hyväksymisestä ja siemenkaupasta**

Siementen sertifiointiprosessi sisältää peltojen viljelystarkastukset, valvovan viranomaisen näytteenotot, laboratorio- ja kenttäkoetarkastukset, siemenerien sertifiointin sekä vakuustodistusten painamisen. Oleellisena osana ovat myös viljelystarkastajien ja näytteenottajien koulutus, valtuutus ja valvonta sekä uusien lajikkeiden lajiketestaus. Sertifioitu siemen takaa hyvän sadon laadun ja määrän ja on osa ruokaturvaa. Toimiva valvonta on siemenketjun etu, jolla estetään harmaan siemenen markkinointi puuttumalla siemenlain vaatimusten noudattamatta jättämiseen tarkastuksin. (Ruokavirasto, 2022)

5 Selvityksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tässä selvityksessä keskityn etämyyntiin, joka tapahtuu verkossa myyjän ilmoittaessa kylvösiemen- tai lannoitevalmisteen myymisestä niin, etteivät kaupanteon osapuolet kohtaa toisiaan fyysisesti. Haut verkossa on tehty koskemaan kaikkea siemen- ja lannoitevalmisteiden etämyyntiä: kuluttaja- sekä ammattikäyttöön myyviä kanavia, myös

sosiaalisessa mediassa ja sähköisillä markkinapaikoilla. Painoarvo selvityksessä on ammattikäyttöön etämyynnin kautta valmisteita tilaavissa, koska tähän kaupankäynnin muotoon viranomaisvalvontaa täytyy jatkossa kohdentaa enenevässä määrin ja siinä ei ole siemen- ja lannoitesektoreilla olemassa vakiintuneita käytänteitä.

Tämän selvityksen päätutkimuskysymys on: ”Millaisia tuotteita kylvösiemenen- ja lannoitevalmisteiden etämyynnissä on?” Tarkentavina tutkimuskysymyksiä on lisäksi kaksi kappaletta joista toinen: ”Minkä verran siemen- ja lannoitesektorin viranomaisvalvonnan piiriin kuuluvista etämyyjistä ei kuulu viranomaisen ylläpitämään rekisteriin?” Tämä kysymys on valvonnan kannalta oleellisin, koska nämä toimijat ovat kokonaan valvonnan ulkopuolella. Kolmas tarkentava tutkimuskysymyksenäni on: ”Millaisia kanavia pitkin kylvösiemen- ja lannoitevalmisteet liikkuvat etämyynnissä?” Olen huomionut tiedon keruussa lannoite- ja siemensektorin erilaiset tarpeet esimerkiksi siinä millaisia tuotteita sektorit haluavat jatkossa valvoa etämyynnissä. Etämyynnin valvonnan tulee jatkossa olla pysyvä osa molempien sektoreiden markkinavalvontaa.

6 Tutkimusmenetelmät

Laadullisen tutkimuksen avulla vastataan tässä selvityksessä kysymyksiin mitä tuotteita ja palveluita on verkossa saatavilla ja miten niitä voidaan valvoa. Selvityksessä yritetään ymmärtää etämyyntiä ilmiönä, joka on huomioitava valvonnan järjestämisessä. Ilmiöön vaikuttaa nopea muutos ihmisten ostoskäyttäytymisessä niin kuluttajina kuin B2B kaupankäynnissä.

Aineistonhankintamenetelminä tässä selvityksessä olivat hakukonehaut verkossa, hakutuloksena saatujen toimijoiden vertaaminen Ruokaviraston rekisterissä oleviin toimijoihin, viranomaisten haastattelut sekä ammattikäyttöön siemen- ja lannoitevalmisteita tilaavien verkkokysely. Etiikka ja tietosuoja on huomioitu tietojen käsittelyssä eikä yksittäisten vastaajien tai verkossa lannoite- tai siemenvalmisteita myyvien henkilöllisyys tule ilmi tässä aineiston käsittelyssä.

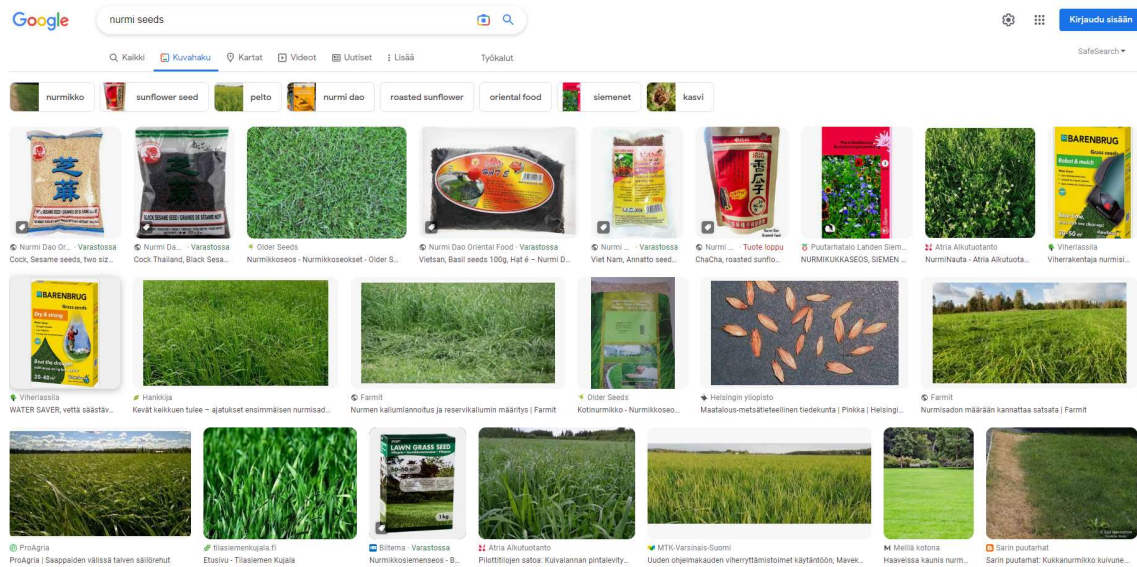
6.1 Hakukonehaut

Suomessa Googlella tehdään hauista yli 90 %. Hakukonenäkyvyyteen vaikuttaa sivuston laadukas sisältö, jota avainsanan löytyminen URL- osoitteessa tukee. Avainsanan tulee myös löytyä sivustolta riittävän tiheästi. Käyttäjän hakuhistoria, päätelaite, käyttöjärjestelmä ja selain vaikuttavat omalta osaltaan saatuihin hakutuloksiin. Tietokoneella ja mobiililaitteella hakutulokset poikkeavat niin että mobiililaitteiden hakutulosten kärkeen nousee sivustot, jotka ovat luettavissa hyvin ko. laitteilla. Puhelimella tehtävissä hauissa tulee tietojen puuttuessa katsoa sivustoa myös tietokoneen näytöltä, koska tyylimäärityt voivat jättää tietoja pimentoon mobiiliversiolla. Kuvahauilla tehdyt haut poimivat hakutuloksia, joilla esiintyy hakusana kuvatiedoston nimessä tai sivun teemassa, jossa kuva sijaitsee. (Nippala, V. 2020 ss. 13, 20, 64, Myynninmaailma, 2022).

Keväällä 2022 suoritettiin hakukonehaut maaliskuu- ja toukokuun välisenä ajanjaksona. Hakuja varten Ruokavirastossa saatiin käyttöön viranomaisverkosta erillinen tietokone, jotta nettisivustot eivät tunnistaisi konetta viranomaisen laitteeksi. Koneessa ei ollut hakuja aloitettaessa selaushistoriaa eikä siinä käytetty selaimen incognito-tilaa. Kaikki haut tehtiin tällä samalla tietokoneella eikä mobiilihakuja tehty. Hakuja tehtiin virka-ajalla, mutta myös viranomaisten työaikojen ulkopuolella kuten iltaisin ja viikonloppuisin, koska osa sivuista saattaa toimia vain virka-aikojen ulkopuolella. Etämyynnin valvonnan käynnistämisen tueksi on Ruokavirastossa perustettu pienryhmiä, joissa jaetaan vinkkejä hakujen suorittamiseksi samaan aikaan hakuja tekevien virkamiesten kesken.

Hakukoneena toimi pääosin Google mutta joitain yksittäisiä hakuja tehtiin myös muilla hakukoneilla. Huomion arvoista oli se, että kuvahakua käyttämällä sai sellaisia verkkosivustoja esiin, joita ei sanahauulla löytynyt. Selaimina käytössä olivat Microsoft Edge, Google Chrome ja Mozilla Firefox.

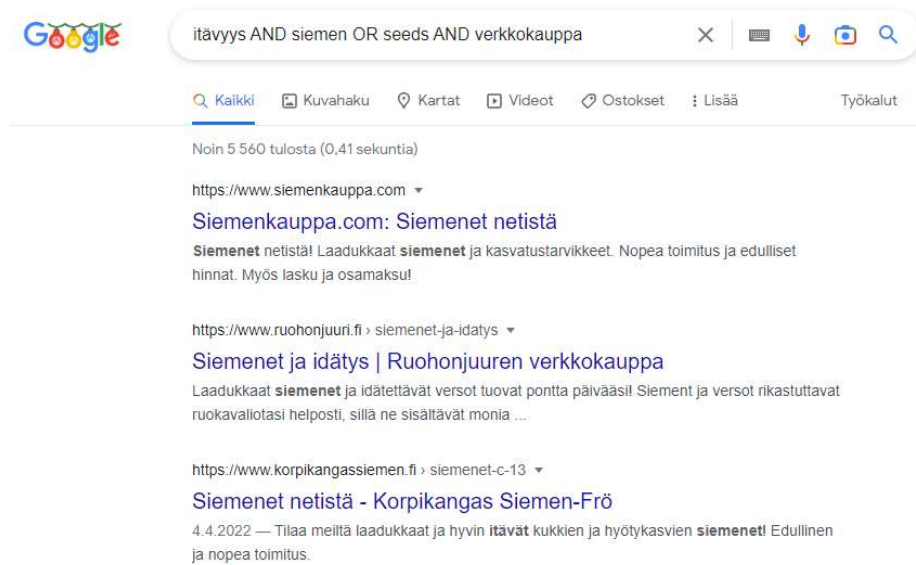
Kuva 5. Esimerkki kuvahausta hakusanana ”nurmi seeds.”



Hakusanoja kerättiin siemen- ja lannoitejastojen asiantuntijoilta (Liite 1). Siementuotteiden hakusanojen ongelmana oli se, että siemen- ja rehutuotteet löytyvät helposti samoilla hakusanoilla esimerkiksi, kaura. Lannoitetuotteiden hakusanojen hankaluutena oli kompostituotteet, koska hakusana yhdistyy kompostoreihin. Lannoitetuotteiden hakusanoissa oli myös paljon sanoja, joissa vartalo oli osittain sama, jolloin samat verkkosivustot pyörivät hauissa. Hauissa käytettiin myös suomen ja englannin kielen yhdistelmiä. Sivustoista kuitenkin vain ne, joissa tuotteet olivat suomeksi, otettiin mukaan taulukointiin. Kielen katsottiin rajaavan markkinointia ainoastaan suomalaiselle kohdeyleisölle. Suomeksi olevat sivut luovat asiakkaalle mielikuvaa, että kyseessä olisi kotimainen sivusto, vaikka verkkosivuston omistaja sijaitsisikin ulkomailla.

Lannoitetuotteissa orgaaniset lannoitteet ovat valvonnan kannalta erityisesti kiinnostavia, koska näissä tuotteissa esiintyy useammin huomautettavaa. Siementuotteissa ammattikäyttöön menevät valmisteet ovat etusijalla valvonnan kohdentamisessa, koska niihin keskittyy tällä hetkellä muukin markkinavalvonta. Hauissa kuitenkin tuli paljon sivustoja, jotka myyvät tuotteita pelkästään kuluttajille. Nämä kuitenkin kerättiin ylös, jolloin saadaan parempi käsitys siemen- ja lannoitekauppaa ylipäätään harjoittavista toimijoista.

Kuva 6. Esimerkki Google hausta.



Vain osalla etämyyjistä löytyi ostoskoritoiminto. Tämä toiminto ei etenään ammattikäyttöön myytävillä tuotteilla ollut yleisesti käytössä vaan ostajan piti käyttää joko sivustolta löytyvää valmista tarjouspyyntölomaketta tai pyytää tarjous puhelimitse tai sähköpostitse. Tuote- ja hintatiedot tämän tyyppisillä sivustoilla saattoivat olla myös huonosti saatavilla verrattuna ostoskoriin siirrettävillä tuotteilla. Lisäksi hakujen avulla löytyi sähköisten markkinapaikkojen ilmoituksia, joissa ostajan kontakti myyjään tapahtuu puhelimitse tai sähköpostilla.

Kuva 7. Esimerkki verkkosivustosta, jossa tilaus tehdään lomakkeella

Tilauslomake

Tähdellä merkityt kentät ovat pakollisia. Asiakas sitouuu vastaanottamaan tuotteet 30pv sisällä tilauksesta.

Laskutusosoite

Nimi* Katuosoite* Postinumero*

Pölkäkunta* Puhelinnumero* Sähköposti*

Tilajalla on jälleenympäristö
Y-tunnus*

Toimitusosoite

Toimitusosoite on sama kuin laskutusosoite

Nimi* Katuosoite* Postinumero*

Pölkäkunta* Puhelinnumero* Sähköposti*


Tuotteet

Tuote	Määrä	Ä koko	Hinta / t.	Yht. kpl	Yht. €
Premium NS 21-24	1	0.6 t	695,00 €	0	0,00 €
Premium NK 22-10-se	1	0.6 t	835,00 €	0	0,00 €
Premium Typpi 26-45	1	0.6 t	695,00 €	0	0,00 €

Kuva 8. Esimerkki Puolassa sijaitsevasta verkkokaupasta, jossa jatkuva kampanja meneillään ostajille sekä epäorgaanisia lannoitteita ostoskorin kautta myynnissä


Järjestä: edullisimmasta kalleimpaan 21 tuotetta/sivulla

-10%




Lannoitteikkua lannalla - luonnollinen, tuoksuuton - BIOFON® - 30 kpl -
€ 2.50 ~~€2.75~~
 Kampanja päättyy
 1 päivä 10:03:24
[LISÄÄ KORIN](#)

-10%




Rakeinen lanta - Ogród-Start® - 4 kg -
€ 7.97 ~~€8.65~~
 Kampanja päättyy
 1 päivä 10:03:24
[LISÄÄ KORIN](#)

-10%




BIO rakeinen lanta - Planta® - 5 litraa -
€ 8.17 ~~€9.00~~
 Kampanja päättyy
 1 päivä 10:03:24
[LISÄÄ KORIN](#)

-10%




Rakeinen lehmän lanta - Target® - 5 litraa -
€ 9.29 ~~€10.23~~
 Kampanja päättyy
 1 päivä 10:03:24
[LISÄÄ KORIN](#)

-10%



BIO rakeinen lehmän lanta - Planta® - 5 litraa -
€ 10.42 ~~€11.50~~
 Kampanja päättyy
 1 päivä 10:03:24
[LISÄÄ KORIN](#)

-10%



100% orgaaninen rakeistettu lampaanlanta Florovit® - 5 litraa -
€ 11.23 ~~€12.40~~
 Kampanja päättyy
 1 päivä 10:03:24
[LISÄÄ KORIN](#)

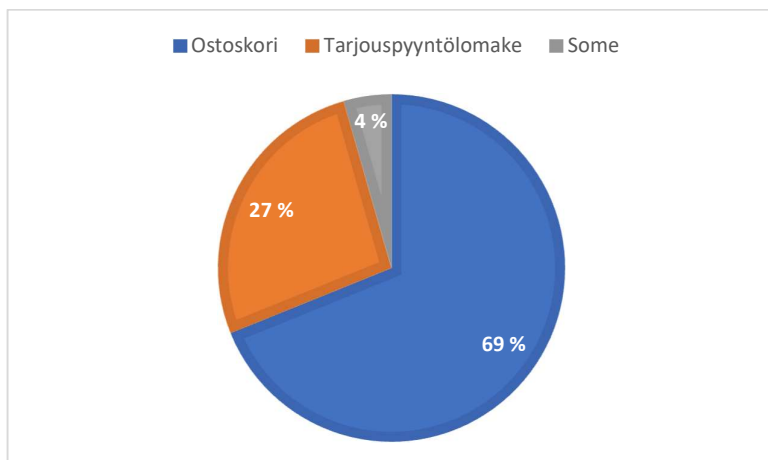
Hakujen aloitus myöhästyi siemen- ja lannoitekaupan sesongin alusta, sillä tarvittavaa laitetta ei saatu riittävän ajoissa käyttöön. Ihanteellista olisi ollut aloittaa haut heti vuoden alusta. Lisäksi Venäjän aloittama hyökkäyssota Ukrainaan ehti alkaa ennen verkkoetsinnän aloittamista. Venäjä on merkittävä epäorgaanisten lannoitteiden ja niiden raaka-aineiden

valmistaja, jopa 60 % kalium- ja 30 % typpilannoitteista on peräisin Venäjältä tai Valko-Venäjältä. Osalla tiloista ei vielä ollut kevään lannoitteita tilattu kokonaisuudessaan. (Yle, 2022)

6.2 Siemen- ja lannoitevalmisteiden etämyyntiä tekevien verkkosivustojen koonti

Hakujen avulla löydetty verkkosivustot kerättiin taulukkoon. Verkkosivut, joilta löytyi suomen kielellä myynnissä olevia siemeniä, oli yhteensä 44 kappaletta, joista 22 sivustoa myi ammattikäyttöön, 19 sivustoa kuluttajille ja 4 sivustoa sekä ammattikäyttöön että kuluttajille. Verkkotunnuksen omistajat haettiin ”Who is” ja ”CentralOps.net”- hakusivustoja käyttäen. Samalla verrattiin verkkotunnusrekisterissä olevan yrityksen Y-tunnusta ja nimeä Ruokaviraston ylläpitämään Elmo-tietojärjestelmään, josta löytyvät rekisterissä olevat toimijat. Löydetyistä siementuotteita myyvistä verkkosivustojen verkkotunnuksen omistajista 13 kappaletta ei kuulunut rekisteriin. Näistä 5 sivustoa toimi Suomen rajojen ulkopuolella (Puola, Viro, Israel, Hollanti, Ruotsi). Siementuotteita ammattikäyttöön myyvät sivustot käyttivät pääsääntöisesti myyntitapana lomakepohjaa, jolla asiakas pyytää tarjousta tuotteista. Nämä sivustot kuitenkin laskettiin tässä selvityksessä verkkokaupoiksi, vaikka ostoskori puuttuikin, sillä etämyynnin määritelmä täyttyi.

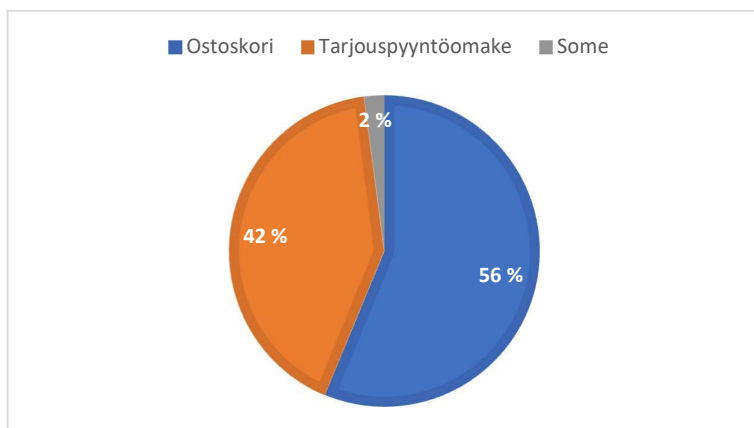
Kuva 9. Etäkauppojen siementuotteiden myyntitapa



Lannoitetuotteita suomen kielellä myyviä verkkosivustoja löytyi hauilla yhteensä 48 kappaletta. Suomen rajojen ulkopuolelta myi 10 etäkauppaa joista 3 oli virolaista, 2

puolalaista, 1 ruotsalainen, 2 kiinalaista ja 1 yhdysvaltalainen. Verkkosivuston verkkotunnuksen omistajista 23 kuului Ruokaviraston ylläpitämään lannoitetoimijoidenrekisteriin ja 29 valmistaa tuotteita itse myyntiin. Etäkaupan lisäksi 17 toimijalla oli lisäksi kivijalkamyymälä.

Kuva 10. Etäkauppojen lannoitetuotteiden myyntitapa



Orgaanisia valmisteita oli myynnissä lähes kaikissa (41 kpl) ja epäorgaanisia valmisteita reilussa puolessa (25 kpl) löydetystä etäkaupoista. Ammattikäyttöön lannoitteita etämyyviä oli 22 kappaletta, kuluttajille 34 kappaletta ja sekä- että 5 kappaletta. Lannoitekaupassa myös kuluttajille oli tarjolla sivustoja, joissa ei ollut perinteistä ostoskoria käytössä vaan tilaukset tehtiin lomakkeella.

6.3 Sosiaalisen median kanavien seuranta

Somessa tapahtuvaa lannoite- ja siementuotteiden myyntiä varten perustettiin tunnukset, joita ei pystynyt yhdistämään viranomaistoimintaan suosituimpiin kanaviin kuten Facebookiin. Lisäksi liityttiin ryhmiin joillakin nettisivustoilla, kuten Farmit sekä Facebookin viljelijäryhmät, joissa saattaisi olla keskustelua myytävistä siemen- ja lannoitevalmisteista. Somessa ei havaittu keväällä 2022 ammattikäyttöön tapahtuvaa kylvösiemen- tai lannoitevalmisteiden markkinointia.

6.4 Sähköisten markkinapaikkojen seuranta

Sähköisillä markkinapaikoilla voivat yritykset ja kuluttajat myydä ilman omaa verkkosivustoa tuotteita. Verkossa toimii useita sähköisiä markkinapaikkoja, joista Tori.fi valikoitui seurattavaksi kanavaksi torin laajan myytävien tuotteiden kirjon ja tuttuuden takia. Toriin laitettiin hakuvahdit myynnissä olevia siemen- ja lannoitetuotteita etsimään käyttämällä samoja aihesanoja ja rajauksia, kuin verkkosivustojen etsinnässä.

Löydetyt tuotteet olivat lähinnä kuluttajalta toiselle myytäviä siemenpakkauksia. Joillakin myyjillä yksittäisiä siemenpakkauksia oli myynnissä runsaasti, jolloin kaupattava siemen määrä vastasi jo yrittäjältä kuluttajalle tehtävää kauppaa. Yksi isoja määriä multaa myyvä henkilö löytyi lannoitevalmisteiden osalta, joka ei kuulunut Ruokaviraston ylläpitämään rekisteriin.

6.5 Verkkokysely ammattikäyttöön siemen- ja lannoitevalmisteita keväällä 2022 tilanneille

Ruokavirasto lähettää säännöllisesti uutiskirjeen viljelijöille, jotka ovat sen tilanneet. Keväällä 2022 tähän kirjeeseen liitettiin kysely siemen- ja lannoitevalmisteita ammattikäyttöön tilanneille viljelijöille (Liite 2). 87 viljelijää vastasi kyselyyn määräaikaan mennessä. Vastaajista ei kerätty taustatietoa kuten sukupuoli-, ikä tai asuinpaikkoja koska niillä tiedoilla ei tässä selvityksessä ole painoarvoa.

Kuva 11. Verkkokysely viljelijäkirjeessä toukokuussa 2022



Ostatko siemeniä tai lannoitteita tänä keväänä? Vastaa kyselyyn ja vaikuta valvontaan!

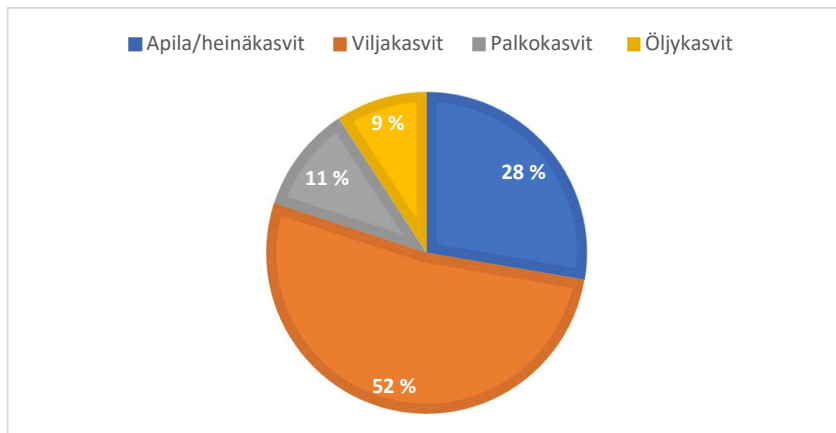
Kehitämme verkossa myytävien siemen- ja lannoitetuotteiden valvontaa. Kehittämisen tueksi keräämme tietoa verkko-ostamisen laajuudesta ja yleisimmistä kaupankäynnin kanavista.

Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa muutama minuutti. Keräämme tulokset täysin anonyymisti. Kiitos vaivannäöstäsi!

[Vastaa kyselyyn \(webpolsurveys.com\)](#)

Vastaajista 66 % oli ostanut siementuotteita ammattiviljelyyn keväällä 2022. Vastaajista useimmat olivat hankkineet useamman kuin yhden tuoteryhmän siemeniä. Perinteistä myymälää ostoksissa oli käyttänyt 61 %, verkkokauppaa 18 % ja painettuja lehtiä/luetteloita 9 %. Somea ei ollut käytetty tilauksissa. Muina kanavina tilauksissa esiintyivät puhelin- ja suoramyynti toiselta viljelijältä/pakkaamolta.

Kuva 12. Siementuotteiden jakautuminen kevään 2022 kyselyyn vastanneiden tilauksissa



Lannoitetuotteita keväällä 2022 oli ostanut 63 % vastaajista. Hankitut lannoitteet olivat lähinnä N-, P- ja K sisältöisiä lannoitteita, joita osa vastaajista oli eritellyt tuotetasolle asti. Orgaanisia lannoitteita ei erottunut vastauksista. Lannoitevalmisteet oli hankkinut 81 % perinteisestä myymälästä ja verkkokaupan ilmoitti hankintakanavaksi vain 10 % vastaajista. Some ja painetut lehdet/luettelot eivät olleet käytössä. Muina hankintakanavina oli mainittu puhelin, yhteishankinta, sähköposti ja tuttu myyjä.

Kyselyssä selvitettiin myös sitä, olivatko viljelijät havainneet tuotteiden laadussa tai pakkauksissa puutteita. Jo tällä otoksella saatiin esiin laatu- ja pakkausmerkintäpuutteita (2 vastausta). Havaitut puutteet olivat olleet lannoitesäkeissä, joissa oli ollut pakkauksissa huonosti esillä tuotetiedot ja siemenerässä havaittu paakkuuntuvuutta. Tämä on linjassa myös Ruokaviraston sektoreiden kanssa, joissa esimerkiksi rehu- ja elintarvikepuolella pakkausmerkintäpuutteet ovat yleisiä. Myös Byskovin (2021) tutkimuksessa nämä puutteet nousivat esiin.

Vastaajat toivoivat avoimessa kysymyksessä: ”Miten etämyynnin viranomaisvalvonta tulisi mielestänne järjestää lannoite- ja siementuotteiden osalta?” että viljelijät voisivat luottaa suomalaisiin liikkeisiin, paljastuneet rikkeet tulisivat julkisiksi ja valvontabyrokratiaa pienennettäisiin kilpailukyvyntakaamiseksi.

Etäkaupan hyvinä puolina viljelijät kokivat hintojen vertailtavuuden liikkeiden välillä, uutuuslajikkeiden ja pienempien erien tilaamisen helppouden. Tunnetut yritykset koetaan verkossa turvallisilta vaihtoehdoilta ostaa tuotteita. Huonoina puolina etämyynnissä koettiin henkilökohtaisen palvelun puuttuminen, tuotteen aitouden/laadun todentaminen ja nopeat tarjoukset, joissa päätös tehtävä tänään.

7 Johtopäätökset

Etämyynnin valvonnassa on tärkeää käydä keskustelua kunkin sektorin asiantuntijoiden kanssa siitä, miten valvonta rajataan ja missä kanavissa sitä tehdään. Halutaanko etsiä jotain yksittäisiä tuotteita, joissa on havaittu rikkeitä muussa markkinavalvonnassa vai tietynlaisia etämyyjiä. Hyvä rajausta ja valmis lista käytettävistä hakusanoista nopeuttaa hakua. Substanssiosaaminen helpottaa havaitsemaan rikkeitä tuotteissa. Muuten hakua pystyy tekemään myös asiaa tuntematta tekniikan osaamisella. Pienryhmän tuki samaan aikaan hakua tekevien virkamiesten kanssa auttaa eteenpäin pääsemiseen ongelmatilanteissa ja samalla saa jaettua vinkkejä eteenpäin.

Myös oikea-aikainen ajoitus milloin etämyynnin valvontaa tehdään, on tärkeää suunnittelussa. Hakujen tulee tapahtua myös virka-ajan ulkopuolella ja laitteella, jossa ei ole yhdistettävyyttä viranomaisiin tai vanhaa historiaa. Kausittainen vaihtelu lannoite- ja kylvösiementen tilaamisessa on myös suurta. Hakujen tulee keskittyä vuodenaikaan, milloin on haettavan tuotteen myynti sesonki. Tekoälyn avulla tehtävää hakua voidaan tehdä, vaikka jatkuvasti eikä se sido työvoimaa. Koneoppimista hyödyntävä automatosoitu valvontajärjestelmä myös nopeuttaa datan keräämistä sekä systematisoida valvontaa. Tekoälyn valjastaminen valvontaan vaatii opetusdatan keräämistä, jolloin haut rajautuvat oikeaan tuoteryhmään.

Tekemissäni hauissa löytyi rikkeitä yksittäisissä tuotteissa, kuten biostimulantteja, joille ei ole markkinointilupaa Suomeen tai puuttuvia tuoteselosteita (kuva 13.) Kyselyyn vastanneet viljelijät tällä pienelläkin otannalla olivat törmänneet ostamissaan tuotteissa määrästenvastaisuuksiin, eli niitä todennäköisesti on enemmän kuin viranomaisilla on tietoa. Etämyyjän puuttuminen rekisteristä silloin kun sinne tulee kuulua, on aina asia, johon etämyynnin valvonnassa tulee puuttua. Tekemässäni selvityksessä verkosta löytyi näitä toimijoita, jotka eivät olleet viranomaisvalvonnan piirissä.

13. Esimerkki Virossa sijaitsevasta verkkokaupasta, jossa myynnissä olevalle biostimulantille ei ole markkinointilupaa Suomeen (suomenkielinen sivusto)

Koti > Puutarhuri-apteekki > KELPAK (orgaanista alkuperää oleva biostimulantti)

KELPAK (orgaanista alkuperää oleva biostimulantti)



★★★★★ 0 arvostelua | Kirjoita arvostelu

Biostimulator
 Merkki: MKDS
 Pakkauksessa: 100 ml
 Saatavuus: **Varastossa**

5.09€
 Veroton: 4.25€

MÄÄRÄ
 1 LISÄÄ OSTOSKORIIN

Lisää toivelistaan

Jo haetut etämyyjät voidaan jatkossa kirjata etämyyjiksi rekisteriin ja tarkastaa tietyllä prosentilla vuosittain. Tällä hetkellä ei ole tietoa minkä verran uusia etämyyjiä ilmestyy vuosittain markkinoille siemen- ja lannoitevalmistekaupassa. Onko kuitenkaan tarpeen joka vuosi suorittaa uusia hakuja kattavasti vaan voisiko ensin käydä jo tiedossa olevien etämyyjien listaa läpi ja lisäksi tehdä somessa tai myyntisivustoilla seuranta hakuvahein tuotteiden myyntisesonkeina.

Osalla etämyyjistä on myös perinteinen myymälä. Myymälöihin tehtävien tarkastusten yhteydessä tulisi samalla tarkastaa myös verkkosivustot tai käytössä olevat muut digitaaliset kanavat. Markkinavalvontaa tekevät tällä hetkellä tarkastajat, jotka liikkuvat ”kentällä”.

Näihin tarkastuksiin voi yhdistää etämyynnissä yritykset, joilla on sekä myymälä että etämyyntiä. Ongelmana on se, ettei rekisterissä tällä hetkellä ole ajantasaista tietoa myymälöistä, joilla on myös etämyyntiä. Tämä tieto tulisi päivittää rekisteriin.

Käytettävissä oleva resurssi etämyynnin valvonnassa on siemen- ja lannoitesektoreilla mietittävä aina vuosi-kohtaisesti. Koronan myötä viranomaisvalvontaa on tehty etävalvontoina, joten työntekotapa on jo tuttu monille työntekijöille. Selkeintä kuitenkin on keskittää valvonta yksittäisille henkilöille tapauksissa, joissa yritys harjoittaa vain etämyyntiä, koska etämyynninvalvonta ei ole paikkaan sidottua. Näin välttyään päällekkäisyyksiltä.

Tuotevalvonta voidaan suorittaa ilman tarkastajan menemistä kohteelle tilaamalla verkkokaupoista tuotteita Ruokavirastolle suoraan. Ongelmana etämyynti tilauksissa ammattikäyttöön on joissain tuotteissa suursäkit, jotka ovat liian isoja ja kalliita tilattavaksi Ruokavirastolle. Ammattikäyttöön menevistä pakkauksista otetaan markkinavalvonnassa osanäytteitä myymälöissä tai ostajan varastoissa tarkastajien toimesta. Usein hakemillani verkkokaupoilla ei ollut tuotteiden pakkausmerkintöjä nähtävillä, myymälässä pakkauksista näkee suoraan pakkausmerkinnät, etämyynnissä voi tämä hidastaa tarkastusten tekoa.

Lähteet

Ecommerce Europe, 2021. Collaborative Report on Sustainability and e-Commerce.

[Collaborative-Report-on-Sustainability-and-e-Commerce-June-2021-2nd-edition.pdf](#)
([ecommerce-europe.eu](#))

Ecommerce Europe. (n.d) *Mitkä ovat erot verkkokaupan ja markkinapaikan välillä*. haettu 13.11.2022 osoitteesta <https://www.actualidadecommerce.com/fi/que-diferencias-hay-entre-un-ecommerce-y-un-marketplace/>

Euroopan komissio, 1.6.2022. *Verkkomyynti kolmannen osapuolen alustalla*.

https://europa.eu/youreurope/business/running-business/digitalising/selling-online-third-party-platforms/index_fi.htm

Finlex (30.12.2015/1709) *Laki vieraslajeista aiheutuvien riskien hallinnasta*.

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20151709>

Byskov, I. 2021 *Sertifioitu siemen ja digitaalinen markkinointi. Markkinointitutkimus Boreal Kasvinjalostus Oy:lle*. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö maaseutuelinkeinot, Mustiala. 37 s.

Busines Finland, 7.4.2020. Globaalit markkinapaikat auttavat tavoittamaan kuluttajia eri maissa. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2020/markkinapaikka-selvitys-uutinen>

Jansik, C., Huuskonen, H., Karhapää, M., Keskitalo, M., Leppälä, J., Niemi, J., Niskanen, O., Perttilä, S. & Rinne, M. 2021. *Maatalouden tuotantopanosten saatavuuden riskit: Kriiseihin varautuminen ruokahuollon turvaamisessa*. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 76/2021. Luonnonvarakeskus. Helsinki. 98 s.

Hallavo, J. 2013. *Verkkokaupan rautaisannos*. Alma Talent Oy. Talentum.

Heikkilä, M. 2021. *Kuinka maailma pelastetaan? – kohti kestävämpää tulevaisuutta.*

Gaudeamus. Helsinki. 379 s.

Hirvonen, V. 2017. *Verkkokauppa kivijalkakaupan vaihtoehtona.* Yliopiston diplomityö tuotantotalous, Tampereen teknillinen yliopisto. 99 s.

Kauppinen, M. 2020. *Palvelun personointi osana verkkokaupan käyttäjäkokemusta.*

Yliopiston pro gradu tutkielma, Jyväskylän yliopisto. 76 s.

Kenner, K. & Leino, S. 2020. *Myynti kirja. – menesty uuden ajan B2B- myynnissä.* Alma

Talent. helsinki

KKV. (n.d) *Verkkokauppa ja muu etämyynti.* Haettu 21.10.2022 osoitteesta

<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/verkkokauppa-ja-muu-etamyyni/>

Komulainen, M. 2018. *Menesty digimarkkinoilla.* Helsingin seudun kauppakamari. Meedia

Zone Oy. Viro.

Laamanen, S. 2021. *Välittäjän vastuu – tuotevääreännösten myynti verkkokauppa-alustoilla.*

Helsingin yliopiston Pro gradu, Oikeustieteellinen tiedekunta. 63 s-

Lampen, H. 2021. *Arvonluonti kasvun tulena B2B-verkkokaupassa.* Opinnäytetyö Laurea.

Lehtonen, H., Saarnio, S., Rantala, J., Luostarinen, S., Maanavilja., L., Heikkinen, J., Soini, K., Aakkula, J., Jallinoja, M., Rasi, S., & Niemi, J. 2020. *Maatalouden ilmastotiekartta - Tiekartta kasvihuonepäästöjen vähentämiseen Suomen maataloudessa.* MTK ry. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry. Helsinki.

Marttinen, S., Venelampi, O., Iho, A., Koikkalainen, K., Lehtonen, E., Luostarinen, S., Rasa, K., Sarvi, M., Tampio, E., Turtola, E., Ylivainio, K., Grönroos, J., Kauppila, J., Koskiaho, J., Valve, H., Laine-ylijoki, J., Lantto, R., Oasmaa, A., & Castell-Rudenhause, M. 2017. *Kohti*

ravinteiden kierrätyksen läpimurtoa – Nykytila ja suositukset ohjauskeinojen kehittämiseksi
Suomessa. Luonnonvarakeskus. Helsinki.

Myyntinmaailma. (25.11.2022). *Verkkosivujen ja verkkokauppojen toiminnallisuudet.*
Luentomateriaali.

Posti. (7.9.2022). *Suuri verkkokauppatutkimus 2022.*
<https://www.posti.fi/fi/yrityksille/vinkit-ja-caset/verkkokauppa/lataa-tutkimus-2000-kuluttajaa-ja-300-verkkokauppiasta-kertovat>

Ruokavirasto. 21.1.2022. Merja Torniainen. Teams-haastattelu

Ruokavirasto. 2022. Lannoitevalmisteiden valvontasuunnitelma 2022. Dnro
2327/04.00.00.00/2020

Ruokavirasto. (15.6.2022). Lannoitevalmisteiden valvonnan raportti 2021. Dnro
6500/00.01.02.00.01/2021

Ruokavirasto. (2002). *Vastuullisuusraportti.* <https://www-ruokavirasto.fi/tietoa-meista/oppaat/vastuullisuusraportti/vastuullisuusraportti/#id-22-vastuullisuustavoitteet>

Ruokavirasto. (5.10.2022). *Verkkokauppa ja muu etämyynti.*
<https://www.ruokavirasto.fi/teemat/etamyynti/>

Ruokavirasto. (17.2.2022). *Siementen markkinointi.*
<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/kasviala/Siemenet/siementen-markkinointi/>

Ruokavirasto. (4.5.2022). *Siemenkaupan markkinavalvonnan ja sertifiointin raportti 2021.*
<https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/tietoa-meista/mika-on-ruokavirasto/elintarviketurvallisuus/2021/siemenkaupan-markkinavalvonnan-ja-sertifiointin-raportti-2021.pdf>

Savolainen, V. 2021. *Verkkokaupan brändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa*. Vaasan yliopiston Pro gradu-tutkielma, markkinoinnin johtamisen koulutusohjelma.

Svahn, P. 2022. *Kuluttajien ja johdon näkemyksiä julkisen sektorin organisaation vastuullisuudesta – tapaus Ruokavirasto*. Helsingin yliopiston Maisterin tutkielma, taloustieteen osasto.

Tanni, K. 2022. *B2B-ostamisen uusi aika*. Helsingin seudun kauppakamari. Meedia Zone Oy. Viro

YLE. (10.3.2021). *Suomalaiset saattavat pian joutua muuttamaan ruokatottumuksiaan - syynä sota ja Suomen riippuvuus venäläisistä lannoitteista*. <https://yle.fi/uutiset/3-12352181>

[Lännekananhirssi – Vieraslajit.fi](#)

[Sinipantaheinä – Vieraslajit.fi](#)

[hakukoneoptimointi-opas-2020.pdf \(eluotsi.fi\)](#)

[Siemenlaki 600/2019 - Säädökset alkuperäisinä - FINLEX®](#)

[Vähittäiskaupan työpaikkailmoitusten analyysi \(oph.fi\)](#)

Liite 1: Hakusanat

Hakusanat lannoitevalmisteet	Hakusanat kylvösiemenet
lannoite professional	Siemen
Fertilizer luomu	Itävyys
lannoitevalmiste	itävyys seeds
lannoite	nurmi seeds
lanta	timotei
komposti	vehnä itävyys
kompostimulta	kauran siemen myydään
matokomposti	
multa	
peltolannoite	
peltoravinne	
biostimulantti	
kasvualusta	
kukkaravinne	
kylvöalusta	
luomuravinne	
luomulannoite	
lannoiterae/lannoiterakeet	
ammoniumnitraatti	
epäorgaaninen	
orgaaninen lannoiteliuos	
nestelannoite	

Liite 2: Kysely

Siemen - ja lannoitetuotteiden markkinakysely

Ruokavirasto kehittää verkossa myytävien siemen- ja lannoitetuotteiden valvontaa keräämällä tietoa verkko-ostamisen laajuudesta ja yleisimmistä kaupankäynnin kanavista. Tulokset kerätään täysin anonyymisti. Vastaamiseen menee aikaa muutama minuutti. Kiitos vaivannäöstäsi!

1. Oletko tänä keväänä 2022 ostanut siementuotteita ammattiviljelyyn?

En

Kyllä, mitä _____

2. Mitä kanavia olette käyttäneet siementuotteiden ostamiseen?

Kivijalkaliike

Verkkokauppa

SOME

Painetut lehdet/luettelot

Muu, mikä _____

3. Oletko tänä keväänä 2022 ostanut lannoitetuotteita ammattiviljelyyn?

En

Kyllä, mitä _____

4. Mitä kanavia olette käyttäneet lannoitetuotteiden ostamiseen?

Kivijalkaliike

Verkkokauppa

SOME

Painetut lehdet/luettelot

Muu, mikä _____



5. Oletteko havainneet ostamissanne lannoite- tai siementuotteissa laatu tai pakkausmerkintä puutteita?

En

Kyllä, mitä _____

6. Listaa yrityksiä joista olet tehnyt siemen- ja lannoitetuotteiden tilauksia verkossa?

7. Miten etämyynnin viranomaisvalvonta tulisi mielestänne järjestää lannoite- ja siementuotteiden osalta?.....Osan vaihto (seuraava sivu).....

8. Mitä muuta haluisitte kertoa etämyyntiin liittyen?
