

Opinnäytetyö (AMK)

Bio- ja elintarviketekniikan koulutusohjelma

Elintarviketekniikan suuntautumisvaihtoehto

2014

Antti Nuutinen

KULUTTAJIEN NÄKEMYS ELINTARVIKKEIDEN YHTEISEUROOPPALAISISTA LAATUMERKINNÖISTÄ



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Bio- ja elintarviketekniikan koulutusohjelma | Elintarviketekniikka

Kevät 2014 | 49

Ohjaaja:

Lehtori Tommi Laaksonen, Turun Ammattikorkeakoulu

Antti Nuutinen

KULUTTAJIEN NÄKEMYS ELINTARVIKKEIDEN YHTEISEUROOPPALAISISTA LAATUMERKINNÖISTÄ

Opinnäytetyössä tutkittiin antavatko laatumerkinnät lisäarvoa elintarvikkeille kuluttajan näkökulmasta. Tämä kysymys on mielenkiintoinen, sillä laatumerkinnät ovat kasvavassa asemassa oleva työkalu, jolla elintarvikealan toimijat koettavat erottua kilpailijoistaan. Aikaisemmissa tutkimuksissa aiheesta tulokset poikkeavat keskenään toisistaan. Laatumerkintöjen ongelmiksi on esitetty kuluttajien riittämätön tieto merkintöjen sisällöistä sekä merkintöjen myöntämisperusteiden ja valvonnan puutteellinen avoimuus.

Opinnäytetyön tutkimusosuus suoritettiin yhteistyössä neljän korkeakoulun kanssa: Artesis Plantijn Hogeschool Belgiasta, Ciencias Farmaceuticas de la Salud Universidad CEU San Pablo Espanjasta, Scienze dell'Alimentazione e della Nutrizione Umana Universita Campus Bio-Medico di Roma Italiasta sekä Turun ammattikorkeakoulu Suomesta. Opinnäytetyötään tekevät opiskelijat näistä korkeakouluista suunnittelivat kyselytutkimuksen, jota käytettiin kussakin osallistujamaassa. Kyselytutkimusten avulla tutkittiin kuluttajien näkemyksiä viidestä eri laatumerkinnästä, joista neljä on käytössä jokaisessa osallistujamaassa ja yksi on kansallinen.

Kyselytutkimuksen tulosten perusteella laatumerkinnät eivät luo tälle vastaajajoukolle riittävästi lisäarvoa elintarvikkeille, jotta he pitäisivät näitä tuotteita korkealaatuisempina tai he olisivat valmiita maksamaan laatumerkityistä tuotteista enemmän.

Ratkaisuksi laatumerkintöjen uskottavuuden lisäämiseksi esitetään laatumerkintöjen avoimuuden lisäämistä: myöntämiskriteerien ja valvontaelinten tulee olla helposti löydettävissä ja todennettavissa kuluttajalle.

ASIASANAT:

Laatumerkintä, EU, nimisuojarahjestelmä, eettisyys, laatu, kyselytutkimus, elintarvike, alkuperämerkki, luomumerkki, SAN, SMM, ATP, reilu kauppa

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Biotechnology and Food Technology | Food Technology

Spring 2014 | 49

Instructor

Tommi Laaksonen, Senior Lecturer

Antti Nuutinen

CONSUMER PERCEPTION OF COMMON EUROPEAN QUALITY LABELS ON FOOD PRODUCTS

In the thesis it was examined whether quality labels bring added value to a food product from the consumer perspective. The number of quality labels on the market is continuously growing and many producers see them as a means to differentiate their products from the competition. Previous studies on consumer willingness to pay and consumer perceptions of quality labels have produced divergent results. Some problems identified with quality labels include insufficient information about the labels and the lack of transparency in the acceptance criteria and enforcement.

The research was carried out in collaboration with four universities: Artesis Plantijn Hogeschool from Belgium, Ciencias Farmaceuticas y de la Salud Universidad CEU San Pablo from Spain, Scienze dell'Alimentazione e della Nutrizione Umana Università Campus Bio-Medico di Roma from Italy and Turku University of Applied Sciences from Finland. Undergraduates from these universities collaborated to conduct a survey in each country. In the survey the consumer perceptions of five different quality labels were measured. Four of the labels used in the survey are commonly used in every country and one label used was a national one.

The results show that quality labels do not create significant additional value for the products. The respondents would not be willing to pay more for products with quality labels and did not regard them as being of higher overall quality.

One solution presented to increase the credibility of quality labels is to increase the transparency of the criteria and auditing.

KEYWORDS:

Quality labeling, EU, Perception Questionnaire, PDO, PGI, TSG, quality schemes, DOOR, organic, fair trade

SISÄLTÖ

KÄYTETYT LYHENTEET (TAI SANASTO)	7
1 JOHDANTO	8
2 LAATUMERKINNÄT EUROOPASSA	9
2.1 Mitä tarkoitetaan laatumerkinnällä?	9
2.2 EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvat merkit	13
2.2.1 Suojattu alkuperänimitys (SAN)	14
2.2.2 Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)	15
2.2.3 Erityisluonnetta koskeva todistus	16
2.3 Alkuperämerkit	17
2.3.1 Avainlippu	17
2.3.2 Hyvää Suomesta	19
2.4 Luonnonmukainen viljely	20
2.4.1 Aurinkomerkki	22
2.4.2 EU:n luomumerkki	23
2.4.3 Leppäkerttumerkki	24
2.4.4 Demeter	25
2.5 Eettiset merkit	27
2.5.1 Reilu kauppa	27
2.5.2 Rainforest Alliance	28
3 LAATUMERKINTÖJEN VAIKUTUS KULUTUSKÄYTTÄYTYMISEEN	30
3.1 Aikaisempien tutkimusten havaintoja	30
4 KYSELYTUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN	32
4.1 Kyselytutkimuksen esittely	33
5 TULOKSET JA TULOSTEN KÄSITTELY	35
5.1 Suomen tulokset	35
5.2 Kysymys x.1	36
5.3 Kysymys x.2	37
5.4 Kysymys x.3	38
5.5 Kysymys x.4	39
5.6 Kysymys x.5	40

5.7 Kysymys x.6	41
5.8 Maiden välisten tulosten vertailu	42

6 LOPPUPÄÄTELMÄT	45
-------------------------	-----------

LÄHTEET	47
----------------	-----------

LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimus.

KUVAT

Kuva 1. Suojattu alkuperänimitys.	14
Kuva 2. Suojattu maantieteellinen merkintä.	15
Kuva 3. Aito perinteinen tuote.	16
Kuva 4. Avainlippu.	17
Kuva 5. Hyvää Suomesta -merkki.	19
Kuva 6. Aurinko-merkki.	22
Kuva 7. Eurolehti.	23
Kuva 8. Leppäkerttumerkki.	24
Kuva 9. Demeter -merkki.	25
Kuva 10. Preparaattien koostumus.	25
Kuva 11. Reilun kaupan merkki.	27
Kuva 12. Rainforest Alliance -merkki.	28
Kuva 13. Kyselylomakkeen vastausruutu.	34

KUVIOT

Kuvio 1. Laatu-merkintöjen takana olevien sertifiointiohjelmien jakautuminen aihealueittain EU-27 maiden alueella.	10
Kuvio 2. Sertifiointiohjelmien lukumäärän kasvutrendi.	10
Kuvio 3. Vastaaajien ikäjakauma.	35

TAULUKOT

Taulukko 1. Kyselytutkimuksen kysymykset.	33
Taulukko 2. Laatu-merkintöjen tarkoituksen tunteminen.	36
Taulukko 3. Laatu-merkintöjen luoma kuva tuotteen korkeammasta laadusta.	37

Taulukko 4. Valitsenko tällä laatumerkillä merkityn tuotteen halvemmän, vastaavan tuotteen sijasta.	38
Taulukko 5. Tiedonsaannin helppous.	39
Taulukko 6. Kertooko laatumerkintä tuotteen ympäristöystävällisestä valmistustavasta.	40
Taulukko 7. Kertooko laatumerkintä tuotteen valmistuksessa otetun huomioon työntekijöiden hyvinvoinnin.	41
Taulukko 8. Vastaajamaiden tulosten vertailu.	42

KÄYTETYT LYHENTEET (TAI SANASTO)

APT	Aito perinteinen tuote
Auditointi	Järjestelmällinen, riippumaton ja dokumentoitu prosessi, jossa hankittavia tallenteita, tositteita tai muita asiaankuuluvia tietoja arvioidaan objektiivisesti sen määrittämiseksi, missä määrin määritellyt vaatimukset on täytetty.
EU	Euroopan Unioni
Evira	Elintarviketurvallisuusvirasto
SAN	Suojattu alkuperänimitys
Sertifiointi	Kolmannen osapuolen toteuttama vahvistaminen, joka liittyy tuotteisiin, prosesseihin, järjestelmiin tai henkilöihin.
SMM	Suojattu maantieteellinen merkitys

1 JOHDANTO

Euroopan Unionin väestömäärä oli vuonna 2013 noin 505 miljoonaa. Väestömäärä jäsenvaltioiden alueella pysyy suhteellisen muuttumattomana johtuen alhaisesta syntyvyydestä ja korkeasta eliniänodotteesta. Väestömäärän muuttumattomuus tarkoittaa keskimääräisen ruoankulutuksen muuttumattomuutta. Tämä yhdistettynä kasvavaan ruoantuotantoon ja kuluttajien käytettävissä olevien tulojen kasvuun on johtanut kovenevaan kilpailuun elintarviketuottajien keskuudessa. Kuluttajien ostokäyttäytyminen määrää nykyään sen, mitkä elintarvikealan yritykset menestyvät, ja mitkä ajautuvat kannattamattomiksi. Markkinalähtöisyys on edellytyksenä menestykselle kilpaillulla elintarvikealalla, jolla tuotteiden tarjontaa on enemmän kuin kysyntää. Elintarviketuottajien on kyettävä löytämään uusia keinoja markkinoida tuotteitaan entistä tehokkaammin, ja luomaan kuluttajien muuttuviin tarpeisiin kohdennettuja markkinointikeinoja.^{1,2}

Yhtenä markkinointikeinona käytetään laatumerkintöjä. Näiden merkintöjen tehtävänä on antaa kuluttajalle informaatiota tuotteen positiivisista ominaisuuksista, jotka erottavat tuotteen muista vastaavista. Tämä eroavaisuus voi olla hyvinkin spesifinen, esimerkiksi jauhelihaan käytetty sika on syönyt rypsiä, tai tuote on valmistettu tietyllä maantieteellisellä alueella. Laatumerkintöjen vaikutusta kuluttajien ostopäätösten syntyyn on tutkittu vähän, sillä niiden käyttö on yleistynyt vasta 1990-luvun jälkeen. Olemassa olevien tutkimusten tulokset laatumerkintöjen vaikutuksista ovat hyvin ristiriitaisia. Laatumerkintöjen haltijat toteavat merkintöjen olevan kuluttajille tuttuja ja niiden lisäävän tuotteiden myyntiä, kun taas riippumattomat tutkimukset osoittavat merkintöjen sisältöjen olevan vieraita monille kuluttajille.

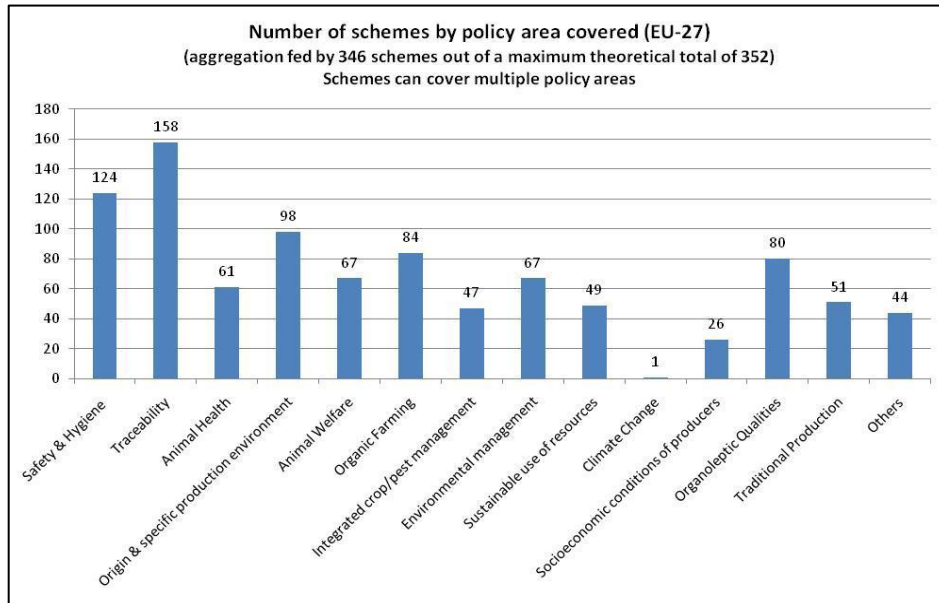
Opinnäytetyössä tutkittiin, kuinka kuluttajat suhtautuvat tiettyihin laatumerkintöihin Belgiassa, Italiassa, Espanjassa sekä Suomessa. Opinnäytetyön peruskysymys oli ”antavatko laatumerkinnät lisäarvoa tuotteelle kuluttajan näkökulmasta?”.

2 LAATUMERKINNÄT EUROOPASSA

Eri aihealueisiin liittyvien laatumerkintöjen määrä on voimakkaassa kasvussa Euroopassa. Laatumerkinnöillä pyritään viestimään kuluttajille tuotteen tietystä ominaisuudesta, jonka uskotaan vaikuttavan positiivisesti mielikuvaan tuotteesta.

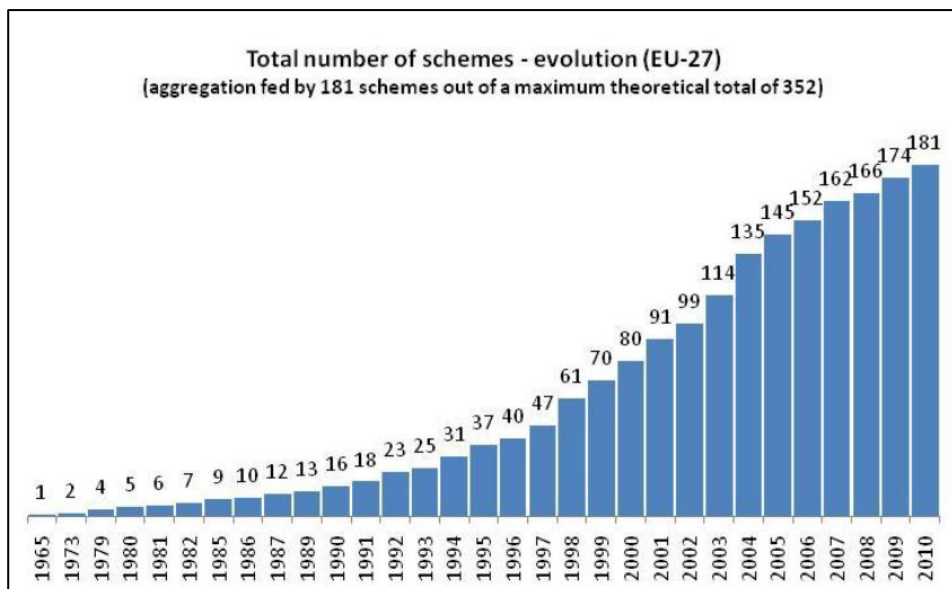
2.1 Mitä tarkoitetaan laatumerkinnällä?

Laatumerkinnällä tarkoitetaan tuotepakkauksessa olevaa logoa tai muuta symbolia, jolla yritetään viestiä kuluttajalle jotain tuotteen ominaisuuksista. Nämä ominaisuudet voivat olla mitä tahansa asioita, joiden voidaan katsoa vaikuttavan ostopäätöksen syntymiseen. Euroopassa käytössä olevia laatumerkintöjä on satoja, ja niiden sisältö on usein vieras kuluttajille. Parhaimmillaan laatumerkinnät helpottavat tuotteiden vertailuja ja auttavat kuluttajaa tekemään valistuneen ostopäätöksen. Laatumerkinnän takana on sertifiointiohjelma, joka tehtävänä on tarjota takeet siitä, että tuote tai sen tuotantomenetelmä täyttää esitetyt väittämät. Sertifiointiohjelmat ottavat kantaa moniin eri aihealueisiin, jotka vaikuttavat elintarvikeketjun eri vaiheissa. Kuviossa 1 on esiteltyä sertifiointiohjelmien jakautumista lukumääräisesti eri aihealueittain. Lukumääräisesti eniten on elintarviketurvallisuuden ja jäljitettävyyteen liittyviä sertifiointiohjelmaa. Seuraavaksi eniten sertifiointiohjelmaa on elintarvikkeiden alkuperään, luomuviljelyyn ja tuotteiden aistinvarasiin ominaisuuksiin liittyen.



Kuvio 1. Laatu-merkintöjen takana olevien sertifiointiohjelmien jakautuminen aihealueittain EU-27 maiden alueella.³

Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden vapaaehtoiset sertifiointiohjelmat ovat lisääntyneet huomattavasti viime vuosien aikana. Kasvutrendiä havainnollistaa kuvio 2. Consultant Areté:n mukaan vuonna 2010 ohjelmia oli EU-27 maiden alueella 441 erilaista. Erilaisesta laskutavasta johtuen kuviossa ilmoitetaan sertifiointiohjelmien lukumääräksi 352 kappaletta.⁴



Kuvio 2. Sertifiointiohjelmien lukumäärän kasvutrendi.³

Mitään tuotetta ei voida kohdentaa kaikille kuluttajille, vaan aina jollekin tietylle ryhmälle. Täten myös laatumerkintöjen tulee olla kohdennettuja. Laatumerkintöjen väittämät koskevat tyypillisesti yhtä tai useampia seuraavista teemoista (ohessa esimerkkituotantiohjelmia):

- Turvallisuus ja hygienia (Äkta Vara, Controlado por FACE)
- Jäljitettävyys (Dansk Kalv, Eichenhof)
- Tuotannon alkuperä (GOURMANDIE, Idée Alsace)
- Tuotantoeläinten hyvinvointi (FABBL, Frilandsgris)
- Ympäristöystävällisyys (Irish Quality Aquaculture, Kaprifol Kött)
- Luomuviljely (KRAV standard, Lebensbaum)
- Tuhoeläintorjunta (Naturane, Pro Agro)
- Kestävä kehitys (BIOPARK e.V., BIO Austria)
- Ilmastonmuutos (Climate Certification for the Food Chain)
- Työntekijöiden sosioekonomiset olosuhteet (Biofisch, Coop solidal)
- Tuotteen aistinvaraiset ominaisuudet (Coquard, Ecovin)
- Perinteinen tuotantotapa (ÉQUALIFICADO, Goûtez l'Ardèche)
- Muut (GM-Free Ireland, Sydänmerkki)⁵

Vapaaehtoisten sertifiointiohjelmien vaatimukset ovat tiukempia kuin lain määräämät vähimmäisvaatimukset, joten elintarvikeketjussa varsinkin suuret toimijat turvautuvat usein sertifiointiohjelmiin varmistaakseen, että tuotteet ovat lain vaatimusten mukaisia.

Euroopan komission maatalouden ja maaseudun kehittämisen pääosaston mukaan sertifiointiohjelmista voi olla seuraavanlaisia hyötyjä: sitoutuminen sertifiointiohjelmiin takaa standardien noudattamisen ja lisää näin tuotteiden laatua ja turvallisuutta, sertifiointiohjelmien noudattaminen helpottaa tuottajien pääsyä markkinoille ja kasvattaa marginaaleja ja mahdollisesti myös lisää tehokkuutta ja supistaa liiketoimintakustannuksia, ja ne tarjoavat kuluttajille uskottavaa ja luotettavaa tietoa tuotteiden ja prosessien ominaisuuksista. Saman lähteen mukaan sertifiointiohjelmista voi olla seuraavanlaisia haittoja: ohjelmien vaatimusten läpinäkyvyyden ja väitteiden uskottavuuden kyseenalaisuus varsinkin oh-

jelmissä, joissa sertifioidaan perustason vaatimusten noudattaminen, mahdollinen kuluttajien harhaanjohtaminen, maataloustuottajille aiheutuvat kustannukset ja rasitteet varsinkin silloin, kun näiden on liityttävä useaan ohjelmaan ostajiensa asettamien vaatimusten täyttämiseksi, riski siitä, että markkinat hyljeksivät tuottajia, jotka eivät osallistu keskeisiin sertifiointiohjelmiin, ja vaikutukset erityisesti kehitysmaiden kanssa käytävään kansainväliseen kauppaan.⁶

Sertifiointiohjemasta riippuen edellä mainitut hyödyt ja haitat ovat erisuuruisia. Mahdollisesti tärkein tekijä sertifiointijärjestelmään liittymistä harkitsevalla tuottajalle on sertifikaatin hinta suhteessa siitä saatavaan hyötyyn. Useimmat kolmannen osapuolen myöntämät sertifikaatit pitävät sisällään lisenssimaksujärjestelmän. Lisenssin hinta voi koostua esimerkiksi yrityksen liikevaihdon tai myytävän tuotteen hinnan mukaan. Mahdollisen lisenssimaksun lisäksi tuottajan tulee täyttää sertifikaatin asettamat ehdot, joiden täyttäminen vaatii investointeja ja aiheuttaa jatkuvia kuluja. Mikäli laatumerkinnän tuoma lisäarvo tuotteelle ei riitä kattamaan aiheutuneita kustannuksia, ei laatumerkintä ole kannattava.

Laatumerkintöjä voidaan jaotella monella eri tavalla. Eräs tapa on jakaa merkinnät viranomaisten valvomiin ja yksityisiin merkintöihin. Tässä tekstissä esitetyistä merkinnöistä virallisia ovat Aurinkomerkki, Eurolehti sekä EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvat merkit. Yleisempi luokittelutapa on jaotella merkit niiden käyttökohteen mukaisesti. Seuraavassa esitellään Suomessa yleisimmin esiintyvät laatumerkinnät, sekä EU:n viralliset laatumerkinnät.

2.2 EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvat merkit

Maa- ja metsätalousministeriön mukaan EU:n nimisuojaajärjestelmä antaa mahdollisuuden suojata perinteisiä maataloustuotteita ja elintarvikkeita Euroopan laajuisesti. Euroopan unioni edistää ja suojaa kolmella järjestelmällä korkealaatuisten maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden nimityksiä. Näistä kaksi, suojattu alkuperänimitys (SAN) ja suojattu maantieteellinen merkintä (SMM), rajaavat tuotteen valmistamisen ja/ tai tuotannon vain sen perinteiselle maantieteelliselle alueelle. Kolmas suojausjärjestelmä, aito perinteinen tuote (APT), puolestaan suojaa tuotteen perinteisen valmistusmenetelmän.⁷

Eviran julkaiseman elintarvikkeiden nimisuojan valvontaohjeen mukaan nimisuojaus koskee yleensä vain tuotteita, joita on valmistettu tai tuotettu tietyllä, perinteisellä valmistusmenetelmällä samalla alueella monen sukupolven ajan. Yksittäinen toimija ei yleisesti voi hakea nimisuojausta tuotteelleen, vaan suojausta pitää olla hakemassa useampi tuottaja yhdessä tai näitä edustava järjestö. Nimen rekisteröinti on kaksivaiheinen prosessi, joka koostuu kansallisesta käsittelystä ja käsittelystä yhteisötasolla. Suomessa nimisuojarahakemus tehdään maa- ja metsätalousministeriölle, joka päättää, otetaanko tuote nimisuojaajärjestelmän piiriin. Myönteisen päätöksen jälkeen ministeriö toimittaa hakemuksen Euroopan komissioon, joka rekisteröi nimityksen.⁸

Vuonna 2010 EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvien tuotteiden myynniksi arvioitiin 54,3 miljardia euroa. Euroopan komission tilaaman tutkimuksen mukaan nimisuojaajärjestelmään kuuluvien tuotteiden lisäarvokerroin on keskimäärin 2,23 kaikissa tuoteryhmissä. Tämä tarkoittaa sitä, että nimisuojaajärjestelmään kuuluva tuote saadaan myytyä yli kaksi kertaa korkeammalla hinnalla kuin vastaava, nimisuojaajärjestelmään kuulumaton tuote. Viineillä vastaava luku on 2,75. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että nimisuojaajärjestelmään kuuluvien tuotteiden myyntimarginaalit olisivat kaksi ja puoli -kertaiset, koska nimisuojaajärjestelmään kuuluvien tuotteiden valmistuskustannukset ovat yleisesti korkeammat kuin nimisuojaajärjestelmään kuulumattomien tuotteiden.⁹

Rekisteröityihin nimityksiin (1220 toukokuussa 2014) voi tutustua DOOR-tietokannassa.¹⁰

2.2.1 Suojattu alkuperänimitys (SAN)

Merkintä kuvaa maataloustuotteen tai elintarvikkeen alkuperää, josta johtuen tuotteella on jokin alkuperäaluetta kuvaava erityinen ominaispiirre. Merkintä on väritykseltään punakeltainen, sahalaitainen ympyrä (kuva 1).



Kuva 1. Suojattu alkuperänimitys.¹¹

Tuotteen tuotannon, jalostuksen ja käsittelyn pitää tapahtua tietyllä maantieteellisellä alueella. Tuotteen laatu tai sen ominaisuudet johtuvat olennaisesti kyseisestä maantieteellisestä alueesta, esimerkiksi siellä tuotetusta raaka-aineesta, alueen ilmastosta tai maaperästä.¹²

Suomalaisista tuotteista on alkuperänimityksenä suojattu Kitkan viisas (2013), Lapin Puikula (1997), Lapin Poron liha (2009), Lapin Poron kuivaliha (2010) sekä Lapin Poron kylmäsavuliha (2011).¹⁰

Muita esimerkkejä: Blue Stilton ja White Stilton -juustot (Englanti), Parmigiano Reggiano -parmesaanijuusto (Italia), Parman kinkku (Italia), Ardennien voi (Belgia), Normandian Cammenbert -juusto (Ranska), Kalamata -oliivit (Kreikka), Wachauer Marille -aprikoosi (Itävalta).¹⁰

2.2.2 Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)

Maantieteellisellä merkinnällä tarkoitetaan alueen, määrätyn paikan tai rajatuissa tapauksissa maan nimeä, jota käytetään tarkoittamaan maataloustuotetta tai elintarviketta. Merkintä kuvaa maataloustuotteen tai elintarvikkeen olevan peräisin kyseisestä paikasta tai maasta, mistä johtuen tuotteella on erityinen maine. Merkintä on väretykseltään sinikeltainen, sahalaitainen ympyrä (kuva 2).¹³



Kuva 2. Suojattu maantieteellinen merkintä.¹²

Vähintään yhden seuraavista vaiheista: tuotanto, jalostus, käsittely, pitää tapahtua tietyllä maantieteellisellä alueella, josta johtuvat tuotteen laatu, maine tai muut ominaisuudet. Suojaus soveltuu esimerkiksi kinkkuihin, makkaroihin, leikkeleisiin, oluisiin, joilla on hyvä maine ja joiden käsittely tapahtuu tietyllä maantieteellisellä alueella paikallisten menetelmien mukaan. Osa tuotteen raaka-aineesta voidaan tuoda alueen ulkopuolelta.⁷

”Hyvä esimerkki on Parman kinkku, jonka valmistuksessa käytettävät lihotuskarjut tulevat rajatulta alueelta Italiasta, kinkku valmistetaan perinteisellä menetelmällä Parmaa ympäröivien kukkuloiden erityisilmastossa ja nimen käyttö on varattu ainoastaan alueella sijaitseville tuottajille. Kinkun valmistusta valvoo tuottajien yhteenliittymä, jonka nimiin Prosciutto di Parma on rekisteröity.”¹⁴

Suomalaisista tuotteista on maantieteellisesti suojattu Kainuun rönttönen (2008). Valmistajan tuotantopaikan tulee sijaita Kainuun maakunnassa.¹⁰

2.2.3 Erityisluonnetta koskeva todistus

Merkintä kuvaa tuotteen perinteisiä tuotantomenetelmiä, koostumusta tai raaka-ainetta. Merkintä on väritykseltään sinikeltainen, sahalaitainen ympyrä (kuva 3).¹⁵



Kuva 3. Aito perinteinen tuote.¹²

Aito perinteinen tuote (APT) -suojauksella ei viitata tuotteen alkuperään, vaan pyritään korostamaan tuotteen perinteistä koostumusta tai tuotantotapaa. Erityisluonnetodistuksen saanutta tuotenimikettä voidaan valmistaa missä tahansa EU:n alueella, mutta tuote on valmistettava rekisteröidyn valmistusmenetelmän mukaisesti.⁷

Aidon perinteisen tuotteen merkinnällä pyritään suojaamaan tuotteen perinteisiä tuotantomenetelmiä, koostumusta tai raaka-ainetta. Aitojen perinteisten tuotteiden järjestelmän tavoitteena on auttaa perinteisten tuotteiden tuottajia pitämään kaupan tuotteitaan sekä merkinnän avulla viestittämään kuluttajille perinteisten valmistusohjeidensa ja tuotteidensa lisäarvoa tuovista ominaisuuksista.¹⁶

Suomalaisista tuotteista APT -suojauksen ovat saaneet Sahti (2002), Kalakukko (2002) ja Karjalanpiirakka (2003). Muita esimerkkejä ovat Mozzarella (juusto), Faro (hedelmäolut) ja Falukorv (makkara). Tuotteita voi suojata myös ainoastaan yhdellä kielellä. Esim. Traditional Farmfresh Turkey (tilalla tuotettu kalkkuna), on suojattu vain englannin kielellä ja tuotetaan brittiläisen perinteen mukaan.¹⁷

2.3 Alkuperämerkit

Alkuperämerkeillä kerrotaan tuotteen valmistuspaikasta, raaka-aineiden alkuperästä ja pakkauspaikasta. Nämä merkit johtavat kuluttajaa helposti harhaan, sillä alkuperämerkkien kriteerit poikkeavat toisistaan paljon.

2.3.1 Avainlippu

Avainlippu-merkki on Suomessa valmistetulle tuotteelle tai palvelulle tarkoitettu alkuperämerkki. Merkintä on esitetty kuvassa 4.



Kuva 4. Avainlippu.¹⁸

Avainlippu myönnetään tuotteelle, joka on valmistettu Suomessa. Tuotteelle lasketaan kotimaisuusaste, joka on suomalaisten kustannusten osuus tuotteen omakustannusarvosta. Laskelmassa otetaan huomioon kaikki tuotteeseen kohdistuvat kustannukset. Kotimaisuusasteen on oltava vähintään 50 prosenttia.¹⁸

Omakustannusarvossa otetaan huomioon seuraavat tuotteeseen kohdistetut kustannukset:

- raaka-aineet
- tarvikkeet
- osa- ja puolivalmisteet
- pakkausaineet ja -tarvikkeet
- muuttuvat ja kiinteät henkilöstökustannukset
- alihankinnat
- muut välittömät kustannukset
- markkinointikustannukset
- tuotekehityskustannukset
- poistot ja korot
- muut välilliset kustannukset¹⁹

Myöntämisperusteena on siis tuotteen laskennallinen kotimaisuusaste. Tuotteen raaka-aineiden ei tarvitse olla lainkaan kotimaisia, kunhan valmistuskustannusten osuudesta puolet syntyy Suomessa tapahtuvista menoista.

Suomalaisen työn liiton teettämän tutkimuksen mukaan Suomalaiset tuntevat avainlippumerkin yleisesti melko hyvin. Kysymyksenasettelu tutkimuksessa on ympäröivää, joten saatu tulos ei kerro tuntevatko vastaajat merkin myöntämiskriteereitä. Kysymys: ”Kuinka hyvin tunnet Avainlippu-merkin yleisesti”. Suomalaisen työn liiton väite avainlippumerkin hyvästä tunnettavuudesta on harhaanjohtava, sillä tunnettavuutta ei ole määritelty.²⁰

2.3.2 Hyvää Suomesta

Hyvää Suomesta -merkillä varustettu elintarvike on valmistettu Suomessa suomalaisista raaka-aineista. Merkintä on esitetty kuvassa 5. Kaikki liha, kala, kananmuna ja maito ovat kaikissa tuotteissa 100 % suomalaisia, samoin ns. yhden ainesosan tuotteet ovat kokonaan suomalaisia. Kun lopputuotteeseen käytetyt eri raaka-aineet lasketaan yhteen, on kotimaisuusasteen oltava vähintään 75 %.



Kuva 5. Hyvää Suomesta -merkki.²¹

Hyvää Suomesta -merkin omistaa ja sitä hallinnoi Ruokatieto Yhdistys ry. Merkin käyttäjät ovat yhdistyksen jäseniä ja rahoittavat toiminnan jäsenmaksuillaan.²¹

Merkintää käyttäville yrityksille suoritetaan säännöllinen auditointi noin kolmen vuoden välein. Tarvittaessa auditointeja voidaan tehdä myös ennen kuin edellisestä auditoinnista on kulunut kolme vuotta.

Valvontakäynnin yhteydessä yritysten on todennettava Hyvää Suomesta -merkittyjen tuotteiden kotimaisten ainesosien alkuperä. Maininta on löydyttävä ostoasiakirjoista, oma- ja valvonta-aineistosta tai muusta aineistosta kirjallisena. Tässä noudatetaan elintarvikelain säädöksiä: yrityksen on pystyttävä jäljittämään ostamansa tuotteet yhden askeleen taaksepäin. Muiden kuin kotimaisten raaka-aineiden alkuperää ei tarkisteta Hyvää Suomesta -merkin auditoinneissa.

Tehdaskäynti tehdään, mikäli auditoija tarkastushetkellä näkee sen tarpeelliseksi.

Hyvää Suomesta -tuotteiden kotimaisuusaste lasketaan reseptistä. Siksi myös reseptit tarkistetaan ja varmistetaan, että kotimaisuusaste on laskettu oikein ja täyttää merkin kriteerit.²²

2.4 Luonnonmukainen viljely

Selvitysmies Sampsa Heinosen mukaan luomutuotteiden markkinaosuus on Suomessa tällä hetkellä suhteellisen pieni, mutta voimakkaassa kasvussa. Vuonna 2011 kotitaloudet käyttivät luomuruokaan noin 120 miljoonaa euroa, mikä oli noin 1,7 prosenttia kaikkien elintarvikkeiden ostojen arvosta. Suomessa on noin 4300 luomutilaa, joista uusia vuonna 2012 aloittaneita noin 350. Kaikista Suomen maataloista luomutiloja on seitsemän prosenttia. Suomessa luomuvälvönnän täytäntöönpanon ylin johto ja valvonta kuuluu maa- ja metsätalousministeriölle. Se on myös EU:n luomulainsäädännössä tarkoitettu toimivaltainen viranomainen.²³

Eviran määritelmän mukaan luomutuotannon periaatteena on käyttää tuotannossa valmistusmenetelmiä, jotka eivät ole haitallisia ympäristön, ihmisten, eläinten tai kasvien terveydelle ja hyvinvoinnille. Säästöstenmukainen luomuviljely voi edistää luonnonvarojen suojelua ja luonnon monimuotoisuutta. Luomuviljelyn peruseriaatteena on vuoroviljely. Vuoroviljelyssä viljelyalueella kasvatettavien kasvien sijaintia vaihdetaan vuosittain. Viljelykasvien vuorottelulla ehkäistään kasvintuhoojien säilymistä ja lisääntymistä kasvustossa. Luonnonmukaisessa tuotannossa pyritään huomioimaan myös eläinten hyvinvointi. Eläinten luonnonmukaiseen rehuun perustuva ruokinta ja mahdollisimman luonnonmukaisen elinympäristön ylläpito on osa luomutuotantoa. Luomuelintarvikkeita ovat luomuperiaatteiden mukaisesti tuotetuista maataloustuotteista jalostetut ja luonnonmukaisina markkinoitavat tuotteet. Luomuelintarvikkeiden valmistuksessa on rajoitettu mm. sallittujen lisäaineiden ja valmistuksen apuaineiden määrää vain välttämättömiin. Esimerkiksi keinotekoisien väriaineiden ja makeutusai-

neiden käyttö on kielletty. Ainoastaan ilmaisu luonnonmukainen tai sen johdokset, sekä pakkausmerkinnöissä ilmoitettu valvontaviranomaisen tunnusnumero viittaavat valvottuun luomutuotantoon. Komission asetus (EY) N:o 889/2008 on perustana luomuviljelylle Euroopan Unionin alueella^{24,25,26}

2.4.1 Aurinkomerkki

Luomu - valvottua tuotantoa -merkki kertoo tuotteen olevan suomalaisen viranomaisen valvonnassa. Merkintä on esitetty kuvassa 6. Suomessa tämä viranomainen on joko alueellisen TE-keskuksen virkamies tai Eviran valtuuttama tarkastaja. Merkin omistaa maa- ja metsätalousministeriö. Aurinkomerkki on Suomen oma kansallinen luomumerkki, jolla varustetun tuotteen on täytettävä EU:n luomuasetuksen ehdot.



Kuva 6. Aurinkomerkki.²⁷

Luomumerkin käyttö edellyttää, että maataloustuotteiden, rehujen, alkoholi-juomien ja elintarvikkeiden raaka-aineiden etiketöinnissä, tuotannossa ja valmistuksessa on noudatettu neuvoston asetusta (EY) N:o 834/2007 sekä komission asetusta (EY) N:o 889/2008. Vähintään 95 % tuotteen maataloudesta peräisin olevista ainesosista on oltava tuotettu luonnonmukaisesti. Merkin käyttöoikeuden myöntää Evira. Merkkiä voi hakea toimija, joka tuottaa, valmistaa, valmistuttaa, pakkaa tai tuo maahan luomutuotteita ja kuuluu luonnonmukaisen tuotannon valvontajärjestelmään.

Aurinkomerkki ei ole kotimaisen raaka-aineen ja tuotannon merkki, vaikka se suomalaisesta viranomaisvalvonnasta kertoo.²⁷

2.4.2 EU:n luomumerkki

Merkki kertoo, että luomutuotteen tuotannossa on noudatettu EU:n luomusetusta ja valmistuksessa käytetyistä maatalousperäisistä raaka-aineista vähintään 95 % on luonnonmukaisesti viljeltyä. Merkintä on esitetty kuvassa 7.²⁸



Kuva 7. Eurolehti.²⁸

EU:n luomutunnuksen, Eurolehden, käyttö on pakollista kaikissa EU:ssa valmistetuissa valmiiksi pakatuissa luomuelintarvikkeissa. Valmiiksi pakatulla elintarvikkeella tarkoitetaan kuluttajille ja suurtalouksille toimitettavaa elintarvikkepakkausta, jonka sisältöä ei pakkausta avaamatta tai vaihtamatta voi muuttaa. Muissa luomutuotteissa ja EU:n ulkopuolelta tuoduissa luomutuotteissa tunnuksen käyttö on valinnaista.

Eurolehti -tunnuksen käyttö edellyttää toimijan kuulumista luomuvalvontaan sekä tunnuksen käytöstä annettujen säännösten ja ohjeiden noudattamista. Tunnuksen käytölle ei tarvitse hakea lupaa.

Eurolehden yhteydessä on aina ilmoitettava toimijaa valvovan valvontaviranomaisen tunnusnumero ja tieto, missä tuotteen maataloudesta peräisin olevat ainesosat on tuotettu.²⁹

2.4.3 Leppäkerttumerkki

Leppäkerttu-merkki on Luomuliiton omistama ja hallinnoima tarkastusmerkki. Merkintä on esitetty kuvassa 8.



Kuva 8. Leppäkerttumerkki.³⁰

Tuotteet, joiden yhteydessä Leppäkerttu-tarkastusmerkkiä käytetään, on tuotettu Luomuliiton tuotantoehtoja noudattaen ja tuotteet täyttävät EU:n asetuksen 2092/91 vaatimukset. Leppäkerttu-merkillä merkityn maataloustuotteen pitää olla 100 prosenttisesti suomalaista ja valmisteissa suomalaisen raaka-aineen osuus pitää olla vähintään 75 % (pääraaka-aineissa 100 % eli liha, maito, vilja, kananmunat, hunaja, sienet, kasvikset, marjat, hedelmät, peruna, öljy- ja palkokasvit).³⁰

Leppäkerttumerkki takaa siis tuotteen pääraaka-aineen kotimaisuuden ja luomutuotannon mukaisuuden. Tämä laatumerkintä on luomumerkeistä kuluttajan kannalta käytännöllisin, mikäli hän etsii luonnonmukaisesti viljeltyjä kotimaisia elintarvikkeita.

2.4.4 Demeter

Demeter -merkkiä saa käyttää tuotteissa, jonka ainesosista 90 % on Biodynaamisen yhdistyksen tuotantoehtojen mukaisesti tuotettuja. Merkintä on esitetty kuvassa 9.



Kuva 9. Demeter-merkki.³¹

Biodynaaminen viljely on maanviljelyä, jota harjoitetaan Rudolf Steinerin antroposofisten näkemysten mukaisesti. Suomessa on biodynaamisten tuotteiden kansainvälinen Demeter -merkki ollut käytössä jo vuodesta 1958 lähtien.

Biodynaamisessa viljelyssä ei käytetä kemiallisia lannoitteita tai torjunta-aineita. Lannoituksessa käytetään kompostia ja muita orgaanisia aineita. Viljelyssä hyödynnetään tavanomaisia luonnonmukaisia menetelmiä kuten vuoroviljelyä. Lisäksi käytetään pitoisuuksiltaan erittäin laimeita biodynaamisia preparaatteja, joita on esitetty kuvassa 10. Preparaattien uskotaan tukevan kasvia sen luonnollisen vastustuskyvyn ylläpitämisessä.

Valmiste	Materiaali	Eläimen osa	Määrä/vuosi
<i>Ruiskutepreparaatit</i>			
Humuspreparaatti	Lehmänlanta	Lehmän sarvi	1 sarvi/ hehtaari (*1)
Piipreparaatti	Kvartsijauhe	Lehmän sarvi	1 sarvi/ 25 ha
<i>Kompostipreparaatit</i>			
Kamomilla	Kukat	Naudan ohutsuoli (2*)	30 cm/100 ha
Tammen kuori	Kuori	Kallo (3*)	1 kallo/300 ha
Voikukka	Kukat	Naudan suolilieve (4*)	30 x 30 cm/100 ha
<i>Ei määritelty riskimateriaaliksi EU 1774/2002 mukaan:</i>			
Siankärsämö	Kukat	Saksanhirven rakko	1 rakko/250 ha
Nokkonen	Koko kasvi	-	
Rohtovirmajuuri	Kukkauute	-	
Huomaus: (1*): jos samaa sarvea käytetään 5 kertaa; (2*) Naudan ohutsuoli, tällä hetkellä tuontitavaraa (TSE vuoksi); (3*) kallo (vain luu) lehmän (< 1 v.), sian tai hevosen; (4*): Naudan suolilieve; (5*): Saksanhirven rakko (ei saa olla peräisin Pohjois-Amerikasta)			

Kuva 10. Preparaattien koostumus.³¹

Viljelyssä noudatetaan planeettojen ja kuun liikkeisiin, vuodenaikojen vaihteluun ja vuorokausirytmiiin perustuvaa ajoitusta ja toimenpiteitä kasvustolle tämän aikataulun mukaisesti. Toisin kuin biologinen viljely, biodynaaminen viljely pohjautuu astrologiaan. Eläinradan eri merkkien uskotaan olevan yhteydessä maahan, veteen, ilmaan ja tuleen.

Biodynaamisen viljelyn kannattajien mukaan kyseessä on kokonaisvaltainen ekologinen ajattelutapa, jolla hyödynnetään tietoa, jota tieteellinen maailmankuva ei tunnista ja biodynaamisesti viljeltyt kasvit sitovat itseensä ympäröivää elinvoimaa. Tuotteiden tulee lisäksi täyttää EU:n luomusasetuksen ehdot.³¹

Suomessa biodynaaminen tuotanto on marginaalista: yksitoista pientilaa on mukana Demeter tuotannossa. Pääasiallisesti kyse on vihannesten viljelystä. Ainoa demeter tuotteisiin keskittynyt kauppa löytyy Karjaalta.³²

2.5 Eettiset merkit

Eettiset laatumerkit edustavat eettisen kaupan käsitettä, jota sovelletaan yleensä sellaisten kehitysmaissa toimivien monikansallisten yhtiöiden toimintaan (esim. käytännesäännöt), jotka tuntevat eettisen ja sosiaalisen vastuunsa työntekijöistä ja muista yhtiökumppaneista.³³

2.5.1 Reilu kauppa

Merkki myönnetään kehitysmaatuotteille, jotka on tuotettu viljelijöiden oloja parantamaan pyrkivien kriteerien mukaisesti. Järjestelmän kriteerit asettaa Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Merkintä on esitetty kuvassa 11.



Kuva 11. Reilun kaupan merkki.³⁴

Pienviljelijöille taataan pitkä kauppasuhte, takuuhinta, reilun kaupan lisä ja mahdollisuus ennakkorahoitukseen. Suurtilojen työntekijöille Reilu kauppa takaa kohtuullisen palkan, hyvät työolosuhteet ja mahdollisuuden liittyä ammattiyhdistykseen.^{34,35}

Reilussa kaupassa on mukana noin 1,3 miljoona pienviljelijää ja suurtilan työntekijää. 50 % osuuskunnista sijaitsee Etelä-Amerikan ja Karibianmeren alueella. 34 % sijaitsee Afrikassa. Reilu kauppa -sertifioitujen tuotteiden maailmanlaajuisen myynti oli arvoltaan 4,8 miljardia euroa vuonna 2012. Kasvua edellisvuoteen nähden oli 21 %. Reilun kaupan viljelijät ja työntekijät saivat vuonna 2012

erillistä Reilun kaupan lisää noin 80 miljoonaa euroa. Työntekijää kohden tästä muodostuu vuosittain noin 61 euroa.³⁶

Tuottajilta Reilun kaupan järjestelmä vaatii sitoutumista ympäristömääräyksiin ja ihmisoikeussopimukseen. Tuotannossa on noudatettava kansainvälisen työjärjestön ILO:n sopimuksia, YK:n ihmisoikeuksien julistusta ja lapsen oikeuksien sopimusta. Lapsityövoimaa ei saa käyttää.

Suomeen tuodaan Reilun kaupan kahvia, teetä ja muita elintarvikkeita, viinejä, tekstiilejä, jalkapalloja ym. kehitysmaissa valmistettuja tuotteita.³⁴

2.5.2 Rainforest Alliance

Merkintä myönnetään tuotteille, joiden tuotannossa sovelletaan ”The Sustainable Agriculture Network” -järjestön luomia kriteereitä. Merkintä on esitetty kuvassa 12.



Kuva 12. Rainforest Alliance -merkki.³⁸

Merkin kriteerit painottuvat ympäristömääräyksiin, mutta niissä on myös työoloja koskevia vaatimuksia. Merkinnän myöntämisperusteet koostuvat kymmenestä osa-alueesta, jotka kukin pitävät sisällään omat kriteerinsä:

1. Sosiaalijärjestelmä ja ympäristöjärjestelmä
2. Ekosysteemien säilyttäminen
3. Luonnonsuojelualueet
4. Vesiensuojelu
5. Työntekijöiden oikeudenmukainen kohtelu ja hyvät työolot
6. Työterveys ja työturvallisuus
7. Yhteisöllisyys
8. Maaperän hoito ja suojele
9. Jätehuolto
10. Viljelytekniikat

Myöntämisperusteiden mukaan viljelijän tulee täyttää kunkin osa-alueen kriteereistä vähintään 50 % ja kaikista kriteereistä vähintään 80 % yhteensä. Osa-alueet sisältävät kukin eri määrän täytettäviä kriteereitä, tyypillisesti 6 - 25 kappaletta.³⁷

Suomessa on myynnissä mm. banaaneja, jotka tulevat tämän sertifiikaatin saaneilta plantaaseilta.³⁸

3 LAATUMERKINTÖJEN VAIKUTUS KULUTUSKÄYTTÄYTYMISEEN

Laatumerkintöjen vaikutusta kulutuskäyttäytymiseen on tutkittu viimeisen vuosikymmenen aikana useissa tieteellisissä ja yksityisissä tutkimuksissa. Tutkimustulokset eivät ole yksimielisiä laatumerkintöjen vaikutuksesta suuntaan tai toiseen.

3.1 Aikaisempien tutkimusten havaintoja

Lundin yliopistossa vuonna 2004 suoritetun tutkimuksen mukaan kuluttajat ilmaisevat suosivansa ympäristöystävällisiä tuotteita. Ympäristömerkeistä puhuttaessa yleisimmät merkit tunnustetaan, niiden sisältö ymmärretään ja niitä pidetään luotettavina. Kuluttajien voidaan kuitenkin osoittaa yliarvioivan omaa ympäristöystävällisten tuotteiden käyttöään. Usein kuluttaja harkitsee valitsevansa ympäristömerkityn tuotteen, mutta valitsee kuitenkin toisen, yleensä halvemman tuotteen.³⁹ Toisaalta samat tutkijat tulkitsevat kuluttajien luottamuksen laatumerkintöihin matalaksi. Syiksi mainitaan puuttuva kolmannen osapuolen suorittama auditointi useimmille merkinnöille, merkintöjen myöntäjien epäselvät arvot ja tavoitteet, sekä merkintöjen kriteerien kohdistuminen vain osaan tuotantoketjusta.⁴⁰ Yhdysvaltalais tutkimuksessa vuodelta 2005 havaittiin kuluttajien olevan valmiita maksamaan korkeamman hinnan reilun kaupan kahvista kuin luomukahvista.⁴¹ Kuluttajahaastattelusta ilmeni, että haastateltavat arvioivat FairTrade-merkinnän takaavan tuotteen suuremman eettisyyden ja ympäristöystävällisyyden kuin luomu-merkintä.

Utrechtin yliopistossa vuonna 2006 suoritettu tutkimus antaa myös mairittelemattoman kuvan ympäristömerkinnöistä: kuluttajat ovat tietämättömiä ympäristömerkintöjen sisällöstä, ja kokevat sekaannusta monien merkintöjen ollessa samankaltaisia. Yritykset nostaa ympäristömerkintöjen luotettavuutta epäonnistuvat osittain, sillä merkinnät eivät tarjoa tarpeeksi informaatiota kuluttajille. Ongelman ytimenä on merkintöjen suuri määrä. Ratkaisuksi tarjotaan EU:n aset-

tamia kriteereitä ympäristömerkinnöille. EU voisi vaatia merkintöjen myöntämisperusteiden standardoimista ja kriteerien yhtenäistämistä. Koska useat merkinnät eivät kykenisi täyttämään näitä kriteereitä, pienenisi ympäristömerkintöjen määrä huomattavasti. Tällöin kuluttajilla olisi valittavanaan harvempi, mutta luottavampi ja läpinäkyvämmän kontrolloitu joukko ympäristömerkittyjä tuotteita.⁴²

Luottamuksen puute ympäristömerkintöihin on edelleen suurin este niiden käyttämiseen lisäarvon tuojana tuotteelle. Osasyynä luottamuspulaan on merkintöjen markkinoinnin puute, mutta myös paljastuneet petokset alentavat luottamusta. Esimerkiksi vuonna 2000 10 % Saksan luomutuotteista oli todellisuudessa tuotettu tehomaaatalouden keinoin. Etelä-Euroopassa tuotetuista luomutuotteista 15-40 % oli vuonna 2000 tuotettu tehomaaatalouden keinoin. Luottamuksen rakentamiseksi merkintöjen ympärille on rakennettava kattava sertifiointi- ja auditointijärjestelmä.⁴³

Eettisten merkkien tilanne on valoisampi: Eurobarometri-tutkimuksessa osoitettiin kuluttajien suhtautuvan myönteisesti reilun kaupan tuotteita kohtaan. EU:n kuluttajista 37 prosenttia ilmoitti olevansa valmis maksamaan 10 prosentin lisähinnan tavanomaisiin banaaneihin verrattuna reilua kauppaa koskevien vaatimusten mukaisesti tuotetuista vastaavanlaatuisista banaaneista.

On myös selvää, että vähittäismyyjät ovat tiedostaneet kuluttajien vaatimukset, jotka koskevat niiden ostamien tavaroiden tuotanto-oloista annettavia takeita, ja alkaneet ottaa ne huomioon.⁴⁴

4 KYSELYTUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

Opinnäytetyön peruskysymys oli ”antavatko laatumerkinntät lisäarvoa tuotteelle kuluttajan näkökulmasta?”. Tämä kysymys liittyy suoraan elintarviketuottajien tarpeeseen erottua kilpailijoistaan elintarvikemarkkinoilla. Mikäli laatumerkintä antaa selkeän kilpailuedun, täyttävät ne tarkoituksensa sekä tuottajien että kuluttajien näkökulmasta. Kilpailuedun luova laatumerkintä antaa kuluttajalle tämän kaipaamaa lisätietoa, jonka perusteella ostopäätös syntyy, jolloin laatumerkintä myös auttaa tuottajaa saamaan tuotteensa myydyksi.

Opinnäytetyön kokeellinen osuus suoritettiin yhdessä kolmen muun Eurooppalaisen korkeakoulun kanssa. Mukana kyselytutkimusta valmistamassa olivat opinnäytetyötään tekevät opiskelijat Devin Desloover Artesis Plantijn Hogeschool:sta, Belgiasta, Christina Mate Ciencias Farmaceuticas de la Salud Universidad CEU San Pablo:sta, Espanjasta, sekä Giulia Gatta Scienze dell’Alimentazione e della Nutrizione Umana Universita Campus Bio-Medico di Roma:sta, Italiasta. Pääkoordinaattorina toimi Koen Vanherle Artesis Plantijn Hogeschool:sta.

Tavoitteena oli suunnitella yhtenäinen kyselytutkimus, joka voidaan suorittaa kussakin maassa, ja jonka tulokset ovat kaikkien osallisten käytettävissä. Työkielenä toimi englanti. Tutkimus suunniteltiin ja toteutettiin kokonaisuudessaan internetin välityksellä, käyttäen apuna Microsoft OneDrive pilvipalvelua tiedostojen jakamiseen, Skypeä viikkopalaverien pitämiseen, sekä Facebookin yhteisöpalvelua. Valmis kyselytutkimus sijoitettiin Google Drive pilvipalveluun, jonne vastaukset kerättiin xml-tietokantaan. Yhteistyön tuloksena saadut tulokset käsiteltiin IBM SPSS Statistics versiolla 20. Tuloksia tutkittiin frekvenssijakaumaa ja ristiintaulukointia hyödyntäen.

Koulutustaustaeroista johtuen toteutunut kyselytutkimus on kompromissi, joka koettaa vastata kunkin osallistujan tarpeisiin oman opinnäytetyönsä suhteen. Mukana olleet opiskelijat ovat taustaltaan ravintotieteen, ekologian ja elintarviketekniikan opiskelijoita.

4.1 Kyselytutkimuksen esittely

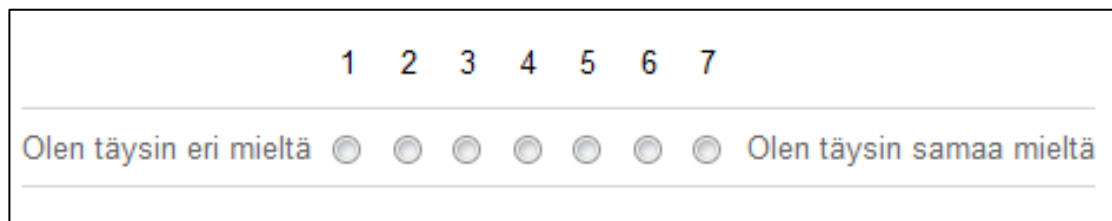
Tutkimuksessa käytetty kyselytutkimus löytyy liitteestä 1. kokonaisuudessaan. Kussakin maassa käytettiin lokalisoitua versiota, joka on käännetty englanninkielisestä alkuperäisversiosta. Taulukossa 1 esitetään kyselytutkimuksessa käytetyt kysymykset ja avataan niiden tarkoitusta. Kysymykset x.1, x.2, x.3, x.4, x.5 ja x.6 esiintyvät samoina kunkin laatumerkinnän kohdalla juoksevasti.

Taulukko 1. Kyselytutkimuksen kysymykset.

Kysymys	Miksi kysytään?
1. Koen olevani ympäristötietoinen.	Tutkimusasetelmassa oletetaan, että hyvin ympäristötietoinen henkilö käyttää laatumerkintöjä osana ostopäätösprosessia.
2. Etsin usein laatumerkintöjä elintarvikepakkauksista tehdessäni ruokaostoksia.	Kiinnittääkö vastaaja huomiota laatumerkintöihin tehdessään ruokaostoksia?
x.1 Tiedän mitä tämä laatumerkintä tarkoittaa elintarvikepakkauksessa.	Kuinka yleisesti tunnettu kysytty laatumerkintä on vastaajien keskuudessa?
x.2 Nähdessäni tämän laatumerkinnän elintarvikepakkauksessa ajattelen tuotteen olevan korkealatuisempi, kuin samankaltaisen tuotteen ilman tätä laatumerkintää.	Kokevatko vastaajat kysytyn laatumerkin kuvastan tuotteen tavallista korkeampaa laatua?
x.3 Valitsen ennemmin tämän laatumerkinnän omaavan tuotteen, vaikka se olisi kalliimpi, kuin samankaltaisen laatumerkittömän tuotteen.	Kokevatko vastaajat laatumerkinnän luoman lisäarvon niin suureksi, että ovat valmiita maksamaan siitä?
x.4 Minun on helppoa saada tietoa tästä laatumerkinnästä, mikäli niin haluan tehdä.	Kokeeko vastaaja tarjolla olevan tarpeeksi tietoa tarpeeksi helposti kyseisestä laatumerkinnästä?
x.5 Mielestäni tämä laatumerkintä kertoo, että tuotteen valmistuksessa on otettu huomioon ympäristöystävällisyys.	Ovatko vastaajat ymmärtäneet mitä kyseinen laatumerkintä tarkoittaa?
x.6 Mielestäni tämä laatumerkintä kertoo, että tuotteen valmistuksessa on otettu huomioon työntekijöiden hyvinvointi.	Ovatko vastaajat ymmärtäneet mitä kyseinen laatumerkintä tarkoittaa?

Lisäksi kunkin vastaajan sukupuoli, ikä, koulutustaso, työtilanne, ja ruokaostosten teko selvitettiin vastaajaprofiilin luomiseksi.

Kysymykset on pisteytetty yhdestä seitsemään. Tulosten käsittelyssä keskiarvoa $< 3,5$ pidetään negatiivisena arvona ja keskiarvoa $> 4,5$ pidetään positiivisena arvona. Arvoja $3,5 < x < 4,5$ pidetään neutraaleina, eli vastaajilla ei ole mielipidettä asiasta. Kyselylomakkeen vastausruutu on esitetty kuvassa 13.



	1	2	3	4	5	6	7	
Olen täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen täysin samaa mieltä

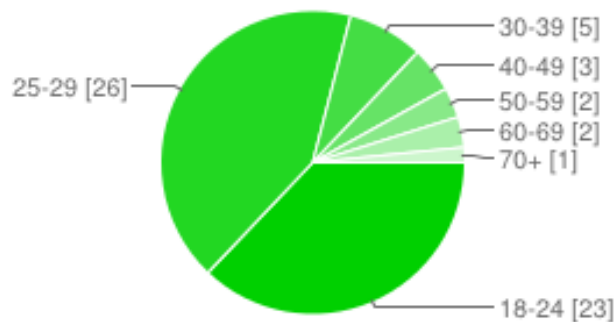
Kuva 13. Kyselylomakkeen vastausruutu.

5 TULOKSET JA TULOSTEN KÄSITTELY

Tulosten käsittelyssä keskitytään Suomesta kerättyihin tuloksiin. Kaikkien osallistujamaiden tuloksia vertaillaan keskenään mahdollisten erojen ja yhteneväisyyksien löytämiseksi.

5.1 Suomen tulokset

Suomessa kyselyyn vastasi 62 henkilöä, joista 55 % oli miehiä ja 45 % naisia. Vastaajien ikäjakauma on painottunut 18-24 ja 25-29 vuotiaisiin, näiden ryhmien muodostaessa 79 % kaikista vastaajista, kuten voidaan nähdä kuviosta 3.



Kuvio 3. Vastaajien ikäjakauma.

Ikäjakauman painotuksen vuoksi tullaan tuloksissa käsittelemään vain näiden 18-24 ja 25-29-vuotiaiden vastaajien muodostamaa ryhmää. Tämä ryhmä koostuu 49 vastaajasta. Jatkossa puhuttaessa kaikista vastaajista tarkoitetaan tätä ryhmää. Koulutustaso tässä ryhmässä on homogeeninen: 98 % vastaajista on suorittanut tai suorittamassa kolmannen asteen koulutusta. Suurin vastaajaryhmä ovat opiskelijat (71 %), toiseksi suurin työssäkäyvät (22 %) ja loput ilmoittavat olevansa työttöminä (6 %).

Vastanneista naisista 100 % ilmoittaa tekevänsä kotitaloutensa ruokaostokset aina tai välillä. Naisista 85 % ilmoittaa pitävänsä itseään ympäristötietoisina.

Vain 35 % naisista ilmoittaa etsivänsä elintarvikepakkauksista laatumerkintöjä aktiivisesti.

Vastanneista miehistä 100 % ilmoittaa tekevänsä kotitaloutensa ruokaostokset aina tai välillä. Miehistä 82 % ilmoittaa pitävänsä itseään ympäristötietoisina. Vain 24 % miehistä ilmoittaa etsivänsä elintarvikepakkauksista laatumerkintöjä aktiivisesti.

Kyselyyn vastanneet miehet ja naiset eivät siis yleisesti etsi elintarvikkeista laatumerkintöjä tehdessään ruokaostoksia, vaikka pitävät itseään suhteellisen ympäristötietoisina. Tämä havainto on samansuuntainen kuin aiemman, Lundin yliopistossa suoritetun tutkimuksen havainnot. Syyksi esitetään ihmisten taipumusta yliarvioida omaa ympäristötietouttaan.³⁹

5.2 Kysymys x.1

Kysymys: ”Tiedän mitä tämä laatumerkintä tarkoittaa elintarvikepakkauksessa.”

Laatumerkintöjen tarkoituksen tuntemisessa on suuria merkkikohtaisia eroja. Kaikki vastaajat kertovat tuntevänsä kotimaisen aurinkomerkin tarkoituksen, kun taas vain joka seitsemäs vastaa tuntevänsä APT:n tarkoituksen. Naiset ovat tunnistaneeet miehiä paremmin EU:n luomumerkin sekä SMM:n. Tulokset ovat esitetty taulukossa 2.

Taulukko 2. Laatumerkintöjen tarkoituksen tunteminen.

Laatumerkki	Miehet	Naiset
Eu:n luomumerkki	21 % tuntee merkin.	60 % tuntee merkin
Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)	28 % tuntee merkin.	40 % tuntee merkin
Reilu kauppa	90 % tuntee merkin.	95 % tuntee merkin
Aito perinteinen tuote	14 % tuntee merkin	15 % tuntee merkin
Luomu – valvottua tuotantoa	100 % tuntee merkin	100 % tuntee merkin

Vastaajat ovat tunnistaneet EU:n viralliset merkinnät selvästi heikommin kuin reilun kaupan merkin ja aurinkomerkin. Syynä voi olla EU:n virallisten merkintöjen omaavien tuotteiden vähäinen määrä Suomen markkinoilla. Useimmat EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvien merkintöjen omaavat tuotteet ovat erikoistuotteita, kuten juustoja ja viinejä. EU:n luomumerkintä esiintyy useimmiten yhdessä kotimaisen luomumerkinnän kanssa, jolloin kuluttajalle voi jäädä epäselväksi näiden merkintöjen mahdollinen yhteys tai poikkeavuus.

5.3 Kysymys x.2

Kysymys: ”Nähdessäni tämän laatumerkinnän elintarvikepakkauksessa, ajattelen tuotteen olevan korkealaatuisempi kuin samankaltaisen tuotteen ilman tätä laatumerkintää.”

EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvat merkinnät eivät anna kyselyyn vastanneille henkilöille kuvaa tuotteiden korkeammasta laadusta. EU:n luomumerkintä, reilun kaupan merkki ja aurinkomerkki sen sijaan antavat vastaajille kuvan tuotteiden korkeammasta laadusta. Tulokset ovat esitetty taulukossa 3.

Taulukko 3. Laatumerkintöjen luoma kuva tuotteen korkeammasta laadusta.

Eu:n luomumerkki	Vastausten keskiarvo 4,42 (keskihajonta 1,47)
Suojattu maantieteellinen merkintä	Vastausten keskiarvo 3,66 (keskihajonta 1,54)
Reilu kauppa	Vastausten keskiarvo 4,08 (keskihajonta 1,71)
Aito perinteinen tuote	Vastausten keskiarvo 3,77 (keskihajonta 1,41)
Luomu - valvottua tuotantoa	Vastausten keskiarvo 4,83 (keskihajonta 1,67)

Kysymysten x.1 ja x.2 vastausten välillä esiintyy heikko korrelaatio. Vastaajat mieltävät tuntemansa laatumerkit usein korkeamman laadun indikaattoriksi. Itselleen tuntemattomille laatumerkinnöille vastaajat eivät anna arvoa.

5.4 Kysymys x.3

Kysymys: ”Valitsen ennemmin tämän laatumerkinnän omaavan tuotteen, vaikka se olisi kalliimpi, kuin samankaltaisen laatumerkittömän tuotteen.”

Vastaajat eivät koe yhdenkään laatumerkinnän tuomaa lisäarvoa tuotteelle niin suureksi, että se saisi heidät valitsemaan laatumerkityn tuotteen halvemman, vastaavan tuotteen sijasta. Tulokset ovat esitetty taulukossa 4.

Taulukko 4. Valitsenko tällä laatumerkillä merkityn tuotteen halvemman, vastaavan tuotteen sijasta.

Eu:n luomumerkki	Vastausten keskiarvo 3,11 (keskihajonta 1,85)
Suojattu maantieteellinen merkintä	Vastausten keskiarvo 2,66 (keskihajonta 1,41)
Reilu kauppa	Vastausten keskiarvo 3,91 (keskihajonta 1,70)
Aito perinteinen tuote	Vastausten keskiarvo 2,89 (keskihajonta 1,48)
Luomu - valvottua tuotantoa	Vastausten keskiarvo 3,64 (keskihajonta 2,00)

Reilun kaupan merkin omaavista tuotteista ollaan mieluiten valmiita maksamaan enemmän, kuin laatumerkittömästä vastaavasta tuotteesta. EU:n nimisuojan omaavista tuotteista ollaan vähiten valmiita maksamaan lisää. Kotimaisen luomumerkin omaavista tuotteista ollaan valmiimpia maksamaan ylimääräistä verraten EU:n luomumerkin omaaviin tuotteisiin.

5.5 Kysymys x.4

Kysymys: ”Minun on helppoa saada tietoa tästä laatumerkinnästä, mikäli niin haluan tehdä.”

Vastaajat kokevat tiedonsaannin laatumerkinnöistä helpoksi. Mikäli merkintä on ennestään tuttu, korostuu tiedonsaannin helppous. Tulokset ovat esitetty taulukossa 5.

Taulukko 5. Tiedonsaannin helppous.

Eu:n luomumerkki	Vastausten keskiarvo 5,28 (keskihajonta 1,50)
Suojattu maantieteellinen merkintä	Vastausten keskiarvo 4,79 (keskihajonta 1,51)
Reilu kauppa	Vastausten keskiarvo 6,08 (keskihajonta 1,24)
Aito perinteinen tuote	Vastausten keskiarvo 4,81 (keskihajonta 1,30)
Luomu - valvottua tuotantoa	Vastausten keskiarvo 6,28 (keskihajonta 0,84)

Lähes kaikki vastaajat kokevat tiedonsaannin kotimaisesta luomumerkistä erittäin helpoksi. EU:n nimisuojarahjestelmään kuuluvien merkintöjen kohdalla tiedonsaanti mielletään vain kohtuullisen helpoksi.

Tiedonsaannin helppous on korostunut vastaajaryhmän koostumuksen vuoksi. Vertailun vuoksi yli 30-vuotiaiden vastausten keskiarvot ovat noin yhden pisteen alempia. Nuoremman sukupolven on luontevampaa ajatella tiedonsaanti helpoksi internetin ansiosta.

5.6 Kysymys x.5

Kysymys: ”Mielestäni tämä laatumerkintä kertoo, että tuotteen valmistuksessa on otettu huomioon ympäristöystävällisyys.”

Luomumerkintöjen ja reilun kaupan merkin koetaan kertovan niiden omaavien tuotteiden ympäristöystävällisestä valmistustavasta. Tämä osoittaa vastaajien tuntevan tai arvaavan merkkien sisällön oikein tältä osin. Tulokset ovat esitetty taulukossa 6.

Taulukko 6. Kertooko laatumerkintä tuotteen ympäristöystävällisestä valmistustavasta.

Eu:n luomumerkki	Vastausten keskiarvo 4,94 (keskihajonta 1,29)
Suojattu maantieteellinen merkintä	Vastausten keskiarvo 3,13 (keskihajonta 1,44)
Reilu kauppa	Vastausten keskiarvo 4,32 (keskihajonta 1,81)
Aito perinteinen tuote	Vastausten keskiarvo 3,11 (keskihajonta 1,27)
Luomu - valvottua tuotantoa	Vastausten keskiarvo 5,49 (keskihajonta 1,31)

Tutkimusasetelmassa luomumerkit ja reilun kaupan merkki kertovat tuotteen valmistuksessa otetun huomioon ympäristöystävällisyyden. EU:n nimisuojarahjestelmään kuuluvien merkintöjen sisällössä ei ole vaatimuksia ympäristöystävällisestä tuotantotavasta. Vastaajat kuitenkin kokevat myös nimisuojarahjestelmään kuuluvien merkintöjen osoittavan ympäristöystävällistä tuotantotapaa, joka osoittaa merkkien sisällön olevan usein epäselvä vastaajille.

5.7 Kysymys x.6

Kysymys: ”Mielestäni tämä laatumerkintä kertoo, että tuotteen valmistuksessa on otettu huomioon työntekijöiden hyvinvointi.”

Tutkimusasetelman laatumerkinnöistä ainoastaan reilun kaupan merkki kertoo tuotteen valmistukseen osallistuvien ihmisten hyvinvoinnista huolehtimisesta. Muut merkinnät eivät ota kantaa tähän asiaan. Tulokset ovat esitetty taulukossa 7.

Taulukko 7. Kertooko laatumerkintä tuotteen valmistuksessa otetun huomioon työntekijöiden hyvinvoinnin.

Eu:n luomumerkki	Vastausten keskiarvo 3,72 (keskihajonta 1,36)
Suojattu maantieteellinen merkintä	Vastausten keskiarvo 3,34 (keskihajonta 1,43)
Reilu kauppa	Vastausten keskiarvo 6,09 (keskihajonta 1,52)
Aito perinteinen tuote	Vastausten keskiarvo 3,19 (keskihajonta 1,18)
Luomu - valvottua tuotantoa	Vastausten keskiarvo 3,15 (keskihajonta 1,49)

Reilun kaupan merkin koetaan kertovan tuotteen valmistukseen osallistuneiden ihmisten hyvinvoinnista huolehtimisesta. Muiden merkkien ei koeta liittyvän tuotteen valmistukseen osallistuneiden ihmisten hyvinvoinnista huolehtimisen. Tämä osoittaa vastaajien tuntevan tai arvaavan merkkien sisällön oikein tältä osin.

5.8 Maiden välisten tulosten vertailu

Tulosten vertailukelpoisuuden lisäämiseksi vertailuun on otettu mukaan ainoastaan 18-29-vuotiaiden korkeakouluopiskelijoiden ja korkeakoulusta valmistuneiden vastaajien antamat vastaukset. Tulokset ovat esitetty taulukossa 8.

Taulukko 8. Vastaajamaiden tulosten vertailu.

Kysymys	Suomi n= 49	Italia n=62	Espanja n= 48	Belgia n= 50
1	5,2 ± 1,1	4,8 ± 1,6	5,0 ± 1,2	4,8 ± 1,2
2	3,6 ± 1,8	4,8 ± 1,8	4,6 ± 1,6	3,7 ± 1,6
3.1 EU:n luomumerkki	37 % Kyllä	25 % Kyllä	20 % Kyllä	21 % Kyllä
3.2	4,4 ± 1,5	3,4 ± 1,7	4,3 ± 1,9	4,1 ± 1,5
3.3	3,1 ± 1,9	3,4 ± 1,7	3,4 ± 1,9	3,3 ± 1,6
3.4	5,3 ± 1,5	3,6 ± 1,9	3,4 ± 2,0	4,2 ± 1,8
4.1 SMM	29 % Kyllä	48 % Kyllä	33 % Kyllä	18 % Kyllä
4.2	3,7 ± 1,5	4,0 ± 2,0	4,4 ± 1,9	4,0 ± 1,5
4.3	2,7 ± 1,4	3,8 ± 1,9	4,4 ± 1,8	3,1 ± 1,6
4.4	4,8 ± 1,5	3,8 ± 2,0	3,5 ± 2,0	4,2 ± 1,7
5.1 Reilu kauppa	89 % Kyllä	18 % Kyllä	24 % Kyllä	94 % Kyllä
5.2	4,1 ± 1,7	2,9 ± 1,8	3,1 ± 1,8	4,2 ± 1,5
5.3	3,9 ± 1,7	2,8 ± 1,8	3,1 ± 1,9	4,3 ± 1,9
5.4	6,1 ± 1,2	3,3 ± 2,1	3,6 ± 2,0	6,0 ± 1,3

Taulukko jatkuu seuraavalla sivulla.

Taulukko 8 (jatkuu)

Kysymys	Suomi n= 49	Italia n=62	Espanja n= 48	Belgia n= 50
6.1 APT	13 % Kyllä	49 % Kyllä	30 % Kyllä	9 % Kyllä
6.2	3,8 ± 1,4	4,2 ± 2,0	3,4 ± 1,9	4,5 ± 1,6
6.3	2,9 ± 1,5	3,9 ± 1,9	3,1 ± 1,9	3,1 ± 1,6
6.4	4,8 ± 1,3	4,2 ± 2,0	3,3 ± 2,1	4,2 ± 1,8
7.1 Kansallinen merkintä	100 % Kyllä	17 % Kyllä	76 % Kyllä	55 % Kyllä
7.2	4,8 ± 1,7	3,0 ± 1,8	4,9 ± 1,8	4,5 ± 1,7
7.3	3,6 ± 2,0	3,0 ± 1,9	4,8 ± 1,9	3,9 ± 1,7
7.4	6,3 ± 0,8	3,4 ± 2,0	4,1 ± 2,1	5,0 ± 1,5

Taulukossa on korostettu vihreällä värillä positiivisina pidettävät tulokset (vastausten keskiarvo > 4,5), ja punaisella värillä negatiivisina pidettävät tulokset (vastausten keskiarvo < 3,5). Arvoja $3,5 < x < 4,5$ pidetään neutraaleina.

Vastaajamaiden välisistä tuloksista nähdään yllätyksellisesti Suomalaisten vastaajien suurin myönteisyys laatumerkintöjä kohtaan. Belgialaisten vastaajien asenteet ovat lähes yhtä myönteiset kuin Suomalaisten. Espanjalaiset ja Italialaiset suhtautuvat varauksella useaa laatumerkintää kohtaan.

Kaikkien maiden vastaajat kokevat olevansa ympäristötietoisia. Italialaiset ja Espanjalaiset vastaajat kertovat etsivänsä elintarvikepakkauksista laatumerkintöjä useammin kuin Suomalaiset ja Belgialaiset.

Laatumerkintöjen tunnistamisessa on selkeitä eroja maiden välillä. EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvat merkit tunnistetaan selvästi paremmin Espanjassa ja Italiassa kuin Suomessa ja Belgiassa. Syytä tähän voidaan etsiä merkintöjen esiintymismäärästä kyseisissä maissa. Belgiassa on rekisteröitynä 15 tuotetta DOOR-tietokannassa ja Suomessa kymmenen tuotetta. Italiassa rekiste-

röityjä tuotteita on 264 kappaletta ja Espanjassa 178 kappaletta (luvut tarkistettu 27.5.2014). EU:n luomumerkin tunnistaa Suomessa kolmannes vastaajista, muissa maissa vain joka neljäs. Reilun kaupan merkki on Belgiassa kaikille tuttu ja Suomessakin lähes kaikille. Espanjassa ja Italiassa Reilun kaupan merkki on tuttu vain viidennekselle vastaajista. Kansallisen merkinnän tunnistaa Suomessa jokainen vastaaja ja Espanjassa neljä viidestä. Belgiassa kansallinen merkintä on tuttu puolelle vastaajista, Italiassa vain joka kuudennelle.¹⁰

Missään maassa vastaajat eivät koe yhteisten laatumerkintöjen kuvaavan tuotteen korkeampaa laatua verrattuna vastaavaan, laatumerkittömään tuotteeseen. Kansallisten merkintöjen sen sijaan koetaan olevan tae korkeammasta laadusta Suomessa, Espanjassa ja Belgiassa. Italiassa kansallisen merkinnän ei koeta olevan merkki korkeammasta laadusta. Käytetyt kansalliset merkinnät ovat Suomessa Aurinkomerkki, Italiassa environmental product declaration (EPD), Belgiassa Biogarantie, ja Espanjassa La agricultura ecológica en España.

Vastaajat eivät ole valmiita maksamaan laatumerkinnöistä lisää, eli he eivät koe laatumerkintöjen antavan tuotteelle lisäarvoa. Poikkeuksen tekevät Espanjalaiset kansallisen laatumerkintänsä kohdalla.

Tiedonhankinta koetaan helpoimmaksi Suomessa ja vaikeimmaksi Espanjassa.

6 LOPPUPÄÄTELMÄT

Kyselytutkimuksen tuloksien ei voida katsoa edustavan valtaväestön näkökantoja, vaan ainoastaan tämän vastaajaryhmän. Tämän vastaajaryhmän kesken EU:n nimisuojaajärjestelmään kuuluvat laatumerkinnät tunnetaan huonosti niissä maissa, joissa ei tuoteta kyseisillä merkinnöillä varustettuja tuotteita. Merkintöjä käytetään edistämään vientituotteiden myyntiä korostamalla tuotteiden alkuperää ja korkeaa laatua. Vastaajat eivät kuitenkaan ole valmiita maksamaan lisää tuotteen alkuperän takia. Alkuperällä tarkoitetaan kuitenkin yleensä alkuperämaata, ei tiettyä aluetta. Mielekkäämpää olisi tutkia, arvostavatko vastaajat kotimaisia tuotteita enemmän verrattaessa tietystä toisesta maasta tuleviin tuotteisiin.

Valintatilanteessa kahden samankaltaisen tuotteen välillä vastaajille tuttu laatumerkintä ei ole ostopäätökseen huomattavasti vaikuttava tekijä. Mikäli laatumerkinnän merkitys ja sisältö eivät ole tuttuja vastaajalle, ei laatumerkintä vaikuta lainkaan ostopäätöksen syntyyn. Laatumerkinnät eivät luo tälle vastaajajoukolle riittävästi lisäarvoa elintarvikkeille, jotta he pitäisivät näitä tuotteita korkealaatuisempina tai he olisivat valmiita maksamaan laatumerkityistä tuotteista enemmän.

Hypoteesini on, että nuoret vastaajat kokevat laatumerkintöjen olevan elintarvikerytysten markkinointikeino myynnin lisäämiseksi mahdollisesti epärehellisin tai epärealistisin väittämien. Ympäristö- ja terveysasioiden ollessa pinnalla mediassa voidaan olettaa myös elintarviketuottajien tarttuvan aiheeseen. Erilaiset laatumerkinnät ovat luonnollinen tapa markkinoida tuotetta ympäristöystävällisenä, eettisenä tai terveysvaikutteisena. Laatumerkintöjä saatetaan myöntää tuotteille kevyin perustein, joka heikentää laatumerkintöjen uskottavuutta entisestään. Kuluttajien voi olla vaikeaa uskoa, että tuote todella täyttää kaikki laatumerkinnän kriteerit, mikäli he nämä kriteerit tuntevat. Olisi epärealistista olettaa kaikkien laatumerkintöjen olevan lisäarvon luomista tyhjästä, sillä useimmat merkinnät ovat hyvin hallintoituja ja antavat kuluttajille hyvää informaatiota tiiviissä muodossa.

Laatumerkintöjen toimivuuden kannalta tärkeintä on merkintöjen avoimuus. Kuluttajille on kerrottava selvästi ja yksiselitteisesti laatumerkinnän myöntämisperusteet ja suoritettavat valvontatoimenpiteet. Näillä toimenpiteillä voitaisiin kohottaa laatumerkintöjen profiilia, joka toivottavasti auttaa ihmisiä ottamaan laatumerkinnät työkaluiksi ostopäätöksen tekoon.

LÄHTEET

- ¹ Eurostat newsrelease 173/2013 – 20 November 2013. [online, viitattu 12.2.2014]. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/3-20112013-AP/EN/3-20112013-AP-EN.PDF
- ² Steenkamp, J.-B.E.M. and Van Trijp, H.C.M. (1996), "Quality guidance: a consumer-based approach to food quality improvement using partial least squares", European Review of Agricultural Economics, Vol. 23, pp. 195-215. [online, viitattu 12.2.2014]
- ³ Inventory of certification schemes for agricultural products and foodstuffs marketed in the EU Member States. [online, viitattu 10.9.2014] http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/inventory/inventory-data-aggregations_en.pdf
- ⁴ European Commission Agriculture and Rural Development Food Quality Certification Schemes. [online, viitattu 26.5.2014] <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/>
- ⁵ Study inventory of certification schemes for agricultural products and foodstuffs, done by the consultant Areté for the European Commission, 2010. [online, viitattu 10.9.2014] http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/inventory/global-view-policy-area_en.pdf
- ⁶ Komission tiedonanto - EU:n suuntaviivat maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden vapaaehtoisia sertifiointiohjelmiä koskevista parhaista käytännöistä, EUVL C 341, 16/12/2010, s. 5-11. [online, viitattu 8.4.2014] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2010:341:FULL&from=FI>
- ⁷ EU:n nimisuojarjestelmä. [online, viitattu 8.4.2014] http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/elintarvikkeet/laatujaaturvallisuus/nimisuojarjestelma/Kolmet_apaasuojatatuotenimitys.html
- ⁸ Elintarvikkeiden nimisuojan valvontaohje, Ohje / versio 17049/2, Evira. [online, viitattu 3.6.2014] http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet_ja_ohjeet/elintarvikkeet/pakkausmerkinnat/ohje_17049_2_nimisuoja_.pdf
- ⁹ Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI). [online, viitattu 26.5.2014] http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2012/value-gi/final-report_en.pdf
- ¹⁰ DOOR-tietokanta. [online, viitattu 23.09.2014] <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>
- ¹¹ Kuvallähde SAN. http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/elintarvikkeet/laatujaaturvallisuus/nimisuojarjestelma/Kolmet_apaasuojatatuotenimitys.html
- ¹² EU:n nimisuojarjestelmä. [online, viitattu 8.4.2014] <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/pakkausmerkinnat/eu+n+nimisuojarjestelma>
- ¹³ Tieteen termipankki 26.05.2014: Oikeustiede:suojattu maantieteellinen merkintä. [online, viitattu 26.5.2014] http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:suojattu_maantieteellinen_merkint%C3%A4

-
- ¹⁴ Seppo Puustinen "Maantieteellisen merkinnän ja tavaramerkin karikkoinen yhteiselo", 2004, IPRinfo 2/2004. [online, viitattu 26.5.2014]
http://www.iprinfo.com/julkaisut/iprinfo-lehti/lehtiarkisto/2004/IPRinfo_2-2004/fi_FI/Maantieteellisen_merkinnan_ja_tavaramerkin_karikkoinen_yhteiselo/
- ¹⁵ Tieteen termipankki 26.05.2014: Oikeustiede:suojattu maantieteellinen merkintä. [online, viitattu 26.5.2014]
http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:suojattu_maantieteellinen_merkint%C3%A4
- ¹⁶ Tieteen termipankki 26.05.2014: Oikeustiede:aidon perinteisen tuotteen merkintä. [online, viitattu 26.5.2014]
http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:aidon_perinteisen_tuotteen_merkint%C3%A4
- ¹⁷ Geographical indications and traditional specialities. [online, viitattu 8.4.2014]
http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm
- ¹⁸ Avainlippu. [online, viitattu 7.4.2014] <http://avainlippu.fi/avainlippu>
- ¹⁹ Avainlipun myöntämisperusteet. [online, viitattu 7.4.2014]
<http://www.avainlippu.fi/liiton-merkit/kayttooikeuden-hakeminen/avainlippu-saannot>
- ²⁰ TIIVISTELMÄ: Suomalaisen Työn Liitto: Avainlippu bränditutkimus 2014. [online, viitattu 26.5.2014]
http://www.avainlippu.fi/sites/default/files/article_attachment/stl_avainlippu_brandi_tutkimus_2014_tivistelma_0.pdf
- ²¹ Hyvää Suomesta- merkin kriteerit. [online, viitattu 7.4.2014]
<http://www.hyvaasuomesta.fi/hyvaa-suomesta-merkki/merkin-kriteerit>
- ²² Hyvää Suomesta- merkin valvonta. [online, viitattu 7.4.2014]
<http://www.hyvaasuomesta.fi/hyvaa-suomesta-merkki/merkin-valvonta>
- ²³ SELVITYS LUONNONMUKAISEN TUOTANNON VALVONNASTA JA TOTEUTTAMISVAIHTOEHDOSTA, Selvitysmiehen raportti, 15.10.2012. [online, viitattu 7.4.2014]
http://www.mmm.fi/attachments/luomu/6BndpdHPI/Selvitysmiehen_raportti_luomutuotannon_valvonnasta_15.10.2012.pdf
- ²⁴ Luomutuotanto. [online. Viitattu 7.4.2014]
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/>
- ²⁵ Luomutuotannon markkinointi. [online, viitattu 7.4. 2014]
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/markkinointi+ja+merkinnat/>
- ²⁶ KOMISSION ASETUS (EY) N:o 889/2008. [online, viitattu 26.5.2014]
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:250:0001:0084:FI:PDF>
- ²⁷ Eviran valvontaosasto "LUOMU – VALVOTTUA TUOTANTOA –MERKKI" 8.1.2008. [online, viitattu 26.5.2014]
http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/markkinointi_090108_kayttosaannot_fi.pdf
- ²⁸ "Luomun tunnistaa merkistä". [online, viitattu 26.5.2014] <http://luomu.fi/ruoka/luomumerkit/>
- ²⁹ Eurolehti. [online ,viitattu 7.4.2014]
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/markkinointi+ja+merkinnat/eu+n+luomutunnus/>

-
- ³⁰ Leppäkerttu-merkin käyttöoikeussopimus. [online, viitattu 8.4.2014]
<http://www.luomuliitto.fi/hallinta/wp-content/uploads/2012/06/Leppäkerttu-sopimus-yritykselle3.pdf>
- ³¹ TUOTANNON EHDOT Demeter, biodynaaminen (Biodynamic®) ja muita vastaavia tuotteita varten kesäkuu 2013 voimassa viim. 1.7.2014 alkaen. [online, viitattu 8.4.2014]
<http://biodyn.fi/wp-content/uploads/2013/09/Demeter-tuotantoehdot-kesäkuu-2013.pdf>
- ³² Biodynaamiseen yhdistykseen kuuluvat tilat ja tuotteet. [online, viitattu 26.5.2014]
<http://biodyn.fi/tilatjatuotteet/>
- ³³ Komission tiedonanto neuvostolle "reilusta kaupasta" /* KOM/99/0619 lopull. */. [online, viitattu 26.5.2014]
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:51999DC0619:FI:HTML>
- ³⁴ Reilukauppa. [online, viitattu 8.4.2014] <http://www.reilukauppa.fi/meista/miten-reilu-kauppa-toimii/>
- ³⁵ Minimum Price and Premium Information <http://www.fairtrade.net/793.html>
- ³⁶ Monitoring the scope and benefits of Fairtrade, Third edition, 2011. [online, viitattu 8.4.2014]
http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/Monitoring_the_scope_and_benefits_of_Fairtrade_2011.pdf
- ³⁷ The Sustainable Agriculture Network (SAN) "Sustainable Agriculture Standard" 2010. [online, viitattu 26.5.2014]
http://www.san.ag/biblioteca/docs/SAN-S-1-1.2_Sustainable_Agriculture_Standard.docx.pdf
- ³⁸ Rainforest alliance kriteerit. [online, viitattu 8.4.2014] <http://www.rainforest-alliance.org/agriculture/certification/farm>
- ³⁹ Charlotte Leire, Åke Thidell "Product-related environmental information to guide consumer purchases e a review and analysis of research on perceptions, understanding and use among Nordic consumers" 2004, Journal of Cleaner Production 13 (2005) 1061e1070. [online, viitattu 4.5.2014]
- ⁴⁰ Helen Nilsson, Burcu Tunc,er, Åke Thidell, "The use of eco-labeling like initiatives on food products to promote quality assurance - is there enough credibility?" 2003, Journal of Cleaner Production 12 (2004) 517-526. [online, viitattu 4.5.2014]
- ⁴¹ Maria L. Loureiroa, Justus Lotadeb, "Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience?" 2004, Ecological Economics 53 (2005) 129-138. [online, viitattu 4.5.2014]
- ⁴² Mariette van Amstel, Peter Driessen, Pieter Glasbergen "Eco-labeling and information asymmetry: a comparison of five eco-labels in the Netherlands" 2006, Journal of Cleaner Production 16 (2008) 263e276. [online, viitattu 4.5.2014]
- ⁴³ Gabriele Jahn, Matthias Schramm and Achim Spiller "The Reliability of Certification: Quality Labels as a Consumer Policy Tool" 2005, Journal of Consumer Policy (2005) 28: 53–73. [online, viitattu 4.5.2014]
- ⁴⁴ Communication from the Commission to the Council on "fair trade" /* COM/99/0619 final. [online, viitattu 26.5.2014]
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:51999DC0619&from=DE>

Liite 1. Kyselytutkimus

Kuluttajien näkemys elintarvikkeiden eurooppalaisista laatumerkinnöistä

Tutkimuksen esittely

Tässä kyselytutkimuksessa tarkastellaan kuluttajien näkemyksiä yhteiseurooppalaisista laatumerkinnöistä elintarvikkeissa. Tutkimus suoritetaan neljässä EU-maassa: Belgiassa, Espanjassa, Italiassa, ja Suomessa. Tutkimuksen suorittavat päättötyötään tekevät korkeakouluopiskelijat edellä mainituista maista.

Tämä kyselytutkimus koostuu kahdesta osasta:

- Kyselystä näkemyksestäsi elintarvikkeiden eurooppalaisista laatumerkinnöistä
- Vastaajaprofiilin täyttö

Olkaa hyvä ja vastatkaa kysymyksiin mahdollisimman rehellisesti. Kysymyksiin vastaamiseen kuluu aikaa noin kymmenen minuuttia.

***Pakollinen**

Yksityisyyden suoja *

Kerättyjä vastauksia ei anneta minkään kolmannen osapuolen käyttöön. Ainoastaan tulosten käsittelijällä on pääsy kerättyyn aineistoon. Vastaukset tallentuvat anonymisti.

- Hyväksyn, että antamiani vastauksia käytetään anonymisissa tilastollisessa tarkastelussa
- En hyväksy, että antamiani vastauksia käytetään anonymisissa tilastollisessa tarkastelussa

Mikäli haluat saada yhteenvedon tuloksista tutkimuksen valmistuttua, ole hyvä ja kirjoita sähköpostiosoitteesi alla olevaan vastauskenttään.

Vastaajaprofiilin täyttö

Sukupuoli *

- Mies
- Nainen

Ikä *

- 18-24
- 25-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70+

Koulutustaso *

Valitse se taso, jonka olet viimeksi suorittanut, tai olet suorittamassa parhaillaan.

- Ei koulutusta
- Peruskoulutus
- Lukiokoulutus tai ammatillinen koulutus
- Korkea-asteen koulutus

Työtilanne *

- Opiskelija
- Työelämässä
- Työtön
- Eläkkeellä

Teetkö taloutesi ruokaostokset? *

- Kyllä
- En
- Välillä

