



**ELINTARVIKKEIDEN HINTASELVITYS VUOSILTA 2002 – 2008,
HINTOJEN VAIKUTUS S-RYHMÄLÄISEN KAUPPAKASSISSA**

Tanja Kaakkolammi

Opinnäytetyö
Marraskuu 2009
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto
Pirkanmaan ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto

KAARKOLAMMI, TANJA:

Elintarvikkeiden hintaselvitys vuosilta 2002-2008, Hintojen vaikutus S-ryhmäläisen kauppakassissa

Opinnäytetyö 52 s., liitteet 5 s.
Marraskuu 2009

Tämä tutkimus selvitti, kuinka elintarvikkeiden hinnat ovat muuttuneet vuodesta 2002, vuoteen 2008. Tutkimuksessa ilmenee myös näiden kyseisten vuosien välissä tapahtuneet hinnannuutokset vuosikohtaisesti. Tutkimuksella siis seurattiin elintarvikkeiden hintoja seitsemän vuoden ajan. Työn tilasi Pirkanmaan ammattikorkeakoulu.

Tutkimusaineistona oli erään yksityishenkilön säilyttämät kauppakuitit seitsemän vuoden ajalta. Ostokset olivat kohdistuneet Mänttä-Vilppulan S-Markettiin. Kuitit olivat tarkalleen ajalta helmikuu 2002 – elokuu 2008. Ostoksia oli tehty melkeinpä aina joka toinen päivä ja näin kuitteja oli arvioltaan tutkimusajankohdasta kertynyt yhteensä noin 1 170 kappaletta.

Microsoft Office Excel-ohjelman avulla tutkimusaineistosta laadittiin taulukot, joihin kirjattiin kaikkien tutkimukseen mukaan otettujen tuotteiden nimet, sekä yksikköhinnat jokaiselta tutkimusvuodelta, olettaen, että tuotetta oli sinä aikana ostettu. Hinnanmuutoksista laskettiin muutosprosentit ensimmäisen ostokerran, sekä viimeisen ostokerran väliltä, sekä jokaisen tutkimusvuoden välillä tapahtuneista hinnannuutoksista. Näistä muutosprosentteista lisättiin taulukkoihin erillinen tieto. Tutkimus keskittyi niihin tuotteisiin, joita oli ostettu säännöllisimmin läpi koko tutkimusajan. Näitä tuotteita kerättiin tutkimusaineistosta yhteensä 157 kappaletta. Tutkimuksessa olevat tuotteet ovat peruselintarvikkeita, joita jokainen kuluttaja ostaa itselleen ja näin tutkimus sai merkittävän piirteen, sillä tulokset vaikuttavat osaltaan jokaisen suomalaisen talouteen.

Tutkimuksen tulokset osoittivat elintarvikkeiden hintojen olevan pääasiassa koko ajan tasaisessa nousussa. Elintarvikkeiden hinnat nousivat enimmäkseen 1 – 20 prosentin verran, mutta poikkeuksiakin tästä löytyi. Tutkimustuloksia voidaan käyttää pohjana opetusmateriaaleille matematiikassa.

Avainsanat: elintarvikkeet, muutosprosentit, hinnannousu, S-ryhmä, Kuluttajavirasto

ABSTRACT

Pirkanmaa University of Applied Sciences
Pirank, Mänttä
Degree Programme in Business Administration
Entrepreneurship

KAARKOLAMMI, TANJA:

A Report on the Prices of Groceries in the years 2002 to 2008 - the Effect of Prices on the Shopping Basket of an S-Group Customer

Bachelor's thesis 52 pages, appendices 5 pages
November 2009

This study examined the prices of groceries from the year 2002 to the year 2008 and found out how the prices had changed during these years. The changes in prices were examined year by year, so in this study you can see how much the prices have changed e.g. from 2004 to 2005. The study covers the price changes for seven years altogether. This study was ordered by the Mänttä Unit of Pirkanmaa University of Applied Sciences.

The research material was from a private person. He had kept the receipts for his grocery shopping for all those seven years. The shopping was done at the local grocery shop called S-Market Sokkari in Mänttä-Vilppula. The estimated number of receipts is 1 170 pieces and they are precisely from the period February 2002 – August 2008.

With the help of Microsoft Office Excel, the research material was drawn into tables shown in this report. The tables have the names of the products studied and their unit prices, provided that the product was bought in every year of the study. The change percentages were counted of the product's price when it was bought for the first time and that price was compared to the product's price when it was bought for the last time. The changes in the product's prices between these times are taken into account as well.

The study concentrates on the products that were bought regularly throughout the research period, 157 products altogether. These products are basic groceries that every consumer buys for him/herself. So this study is important to every Finn, because these results have an effect on every household.

The results of the study show that the prices of groceries have been steadily going up. The rise in the prices was mainly 1 – 20 percent, but there were some exceptions. The statistics drawn up in this study can be used by schools, e.g. for mathematics.

Keywords: groceries, increase, price, change percentage

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 S-RYHMÄ	7
2.1 Historia	7
2.2 S-etukortti.....	8
2.2.1 Bonus	9
2.2.3 Matkailusta bonuksia	10
3 KULUTTAJAVIRASTON TUTKIMUKSET	11
4 HINTAKEHITYKSEN SEURAAMINEN	14
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	15
5.1 Tutkimuksen tarkoitus.....	15
5.2 Tutkimusaineisto	15
6 ELINTARVIKKEIDEN HINTASELVITYS	19
6.1 Leipätuotteet.....	20
6.2 Leivontatarvikkeet.....	22
6.3 Maitotuotteet	23
6.5 Muut maitotuotteet	26
6.6 Valmisruoka	27
6.8 Leikkeleet	29
6.9 Lihat	31
6.10 Kalat	33
6.11 Säilykekala	34
7 YHTEENVETO.....	38
8 ONGELMAT	40
9 VERTAILUA	42
9.1 Maitotuotteet	42
9.2 Lihatuotteet	43
9.3 Kalat	44
9.4 Leivät, pullat	44
10 PÄÄTÄNTÄ	46

1 JOHDANTO

Nyt taantuman aikana, ihmiset ovat hyvin tarkkoja siitä, mihin rahansa laittavat, ja miettivät pitkään, mihin sitä kannattaa laittaa. Elintarvikkeet ovat sellaisia ostoja, joita ihmisten on kuitenkin pakko hankkia. Ollessaan päivittäisillä ostoreissuillaan ihmiset tekevät kaupoissa erilaisia vertailuja tuotteiden keskuudessa. Näinä päivinä ratkaisevin tekijä on monille hinta. Monien kuluttajien matkaan kaupasta lähtee se edullisin tuote. Kuluttajat kiinnittävät nyt jos koskaan enemmän huomiota siihen, mitä rahallansa saavat. Nyt voimaan tullut elintarvikkeiden arvonlisäveroprosentin aleneminen on toistaiseksi ainakin vähentänyt elintarvikkeiden hinnannousua.

Opinnäytetyön aiheena onkin hintavertailu vuosien 2002 – 2008 aikana tehdyistä elintarvikeostoista. Vertailun tarkoituksena oli tarkoitua selvittää kuinka hinnat ovat kehittyneet vuosien varrella.

Työn tilaajana toimii Pirkanmaan ammattikorkeakoulu Mäntän toimipiste. Samaisesta aiheesta, samanlaisella tutkimusaineistolla on myös aikaisemmin tehty opinnäytetyö, jolloin tilaajana toimi Mäntän kuluttajaneuvoja, mutta nykyisin Mäntässä ei enää ole omaa kuluttajaneuvojaa vaan palvelut ostetaan Tamperelta. Tämän vuoksi työtilaajana toimii nyt Pirkanmaan ammattikorkeakoulu Mäntän toimipiste. Kuluttajavirastolla on edessään alueyhdistymisiä sekä lääninhallituksen muuttuminen, eivätkä he ehtineet tällä kertaa tehdä yhteistyötä tämän päättötyön merkeissä. Kuluttajavirasto tekee jatkuvasti samankaltaisia tutkimuksia kuluttajien hyväksi.

Tutkimuksen tulokset tulevat käyttöön Pirkanmaan ammattikorkeakoulun Mäntän toimipisteen opetusmateriaalina. Tuloksia voi esimerkiksi hyödyntää matematiikassa, hinnanmuutoksia tulkittaessa ja tutkiessa.

Tutkimuskohteena on elintarvikkeiden hintojen muuttuminen. Tutkimusaineistona oli erään Mänttä-Vilppulan kaupungissa asuvan yhden henkilön ostokuitit vuodesta 2002 vuoteen 2008. Tutkimus ei ollut laaja, mutta tästä tutkimuksesta saadaan kuitenkin suuntaa antavia tietoja elintarvikkeiden hintakehityksestä.

Koska hintaselvitys tehtiin ostokuittien pohjalta, oli oltava tarkkaavaisia, jotta koko ajan kyseessä olisi sama tuote. Nimikkeet kuiteissa eivät kuitenkaan olleet aina kovinkaan yksilöityjä, vaan piti verrata samalla myös hintoja sekä mahdollisia pakkauskokoja ja näistä päätellä mikä tuote oli kyseessä. Useimmat ostokuittien nimikkeet kuitenkin sisälsivät myös valmistajan nimen.

Ostokset olivat selvästi keskittyneet S-ryhmän elintarvikekauppaan, joka sijaitsee Mänttä-Vilppulassa, eli S-Market Sokkari. Tähän pohjautuen työhön on lisätty tietoa S-ryhmästä ja heidän kanta-asiakas toiminnastaan. Myös henkilö, joka luovutti tämän tutkimusaineiston työstettäväksi, on S-ryhmän kanta-asiakas. S-ryhmä tekee yhteistyötä monen muun organisaation kanssa ja näin heidän Bonus-korttinsa on erittäin kattava ja kannattava. Bonusta saat Suomes- ta jopa yli 2000 liikkeestä. Esille tulee myös Kuluttajaviraston tekemiä tutkimuk- sia kauppaketjujen välillä, sillä näihin tutkimuksiin lukeutui mukaan myös S- Marketteja. Heidän tutkimustensa tulokset kertovat mistä kaupasta saa halvim- man ruokakorin.

Ongelmia tuli lähinnä tuotteiden varmistamisessa samoiksi, sekä kilohintojen vaillinaisuudesta. Esimerkiksi hedelmät jäivät hintaselvityksen ulkopuolelle ko- konaan, sillä niiden kilohintoja ei tutkimusaineistosta löytynyt vasta kuin vuoden 2008 kuiteista.

2 S-RYHMÄ

S-ryhmä on suomalainen vähittäiskaupan ja palvelualan yritysverkosto, jolla on Suomessa yli 1 500 toimipaikkaa. S-ryhmä tuottaa palveluita ja etujaan niin asiakasomistajilleen kuin muillekin asiakkailleen. (S-ryhmä, Oma kauppa - asiakasomistajan kumppani. 2009.)

S-ryhmä koostuu 22 itsenäisestä alueosuuskaupasta ja niiden omistamasta Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta (SOK) ja sen tytäryhtiöistä. Lisäksi S-ryhmään kuuluu 10 paikallisosuuskauppaa. Osuuskauppojen omistajia ovat niiden asiakkaat, jotka ovat liittyneet osuuskaupan jäseniksi ja maksaneet jäsenmaksun. Alueellisten ja valtakunnallisten tytäryhtiöidensä lisäksi SOK harjoittaa Baltian alueella marketkauppaa sekä matkailu- ja ravitsemuskauppaa. S-ryhmä harjoittaa hotelli- ja ravintolatoimintaa myös Venäjällä. Vuonna 2008 S-ryhmä aloitti Venäjällä myös marketkaupan. (S-ryhmä, Oma kauppa - asiakasomistajan kumppani. 2009.)

Osuuskauppojen omistama SOK toimii osuuskauppojen keskusliikkeenä ja tuottaa niille hankinta-, asiantuntija- ja tukipalveluita. SOK vastaa myös S-ryhmän strategisesta ohjauksesta ja eri ketjujen kehittämisestä. Näin suurella toiminnalla on oltava vahva yksi päättävä, jotta liiketoimet sujuisivat tehokkaasti, ja kaikki noudattaisivat saamaa liiketoimintasuunnitelmaa ja strategiaa, sekä kaikilla olisi yhtenäinen tavoite. S-ryhmän tavoite on aina ollut sama: tarjota asiakkaille tarpeellisia tavaroita ja palveluita helposti ja edullisesti. S-ryhmä kertoo, että jokainen osuuskauppa on asiakasomistajansa asialla. (S-ryhmä, Oma kauppa - asiakasomistajan kumppani. 2009.)

2.1 Historia

Suomen ensimmäiset osuuskaupat perustettiin 1800-luvun lopussa puuttuakseen kaupan alalla vallinneisiin puutteisiin ja epäkohtiin. Vuonna 1919 osuuskauppoja oli jo yli 500, niiden jäsenenä oli yli 170 000 suomen kansalaista ja toimipaikkoja oli 1 400. Perustajajäsenet vaativat alusta alkaen huomiota tarjottavien tuotteiden laatuun ja niiden edulliseen hintaan. Kun osuuskauppojen

määrä alkoi nopeasti kasvaa, päätettiin perustaa SOK hoitamaan yhteisostoja ja neuvontaa vuonna 1904. SOK:lla oli sivukonttoreita ja paljon tuontitoimintaa, joten se laajeni nopeasti välitysliikkeestä täysimittaiseksi tukkukaupaksi. (S-ryhmä. Mikä on S-ryhmä. Historia. 2009.)

S-ryhmä on ollut edelläkävijä jo alusta alkaen, varsinkin hotelliliiketoiminnassa. S-ryhmä perusti ensimmäisen Sokos hotellin Helsinkiin jo vuonna 1952. 1980-luvulla S-ryhmässä tapahtui rakennemuutos, kun se liittyi yhteen SOK-yhtymän kanssa. (S-ryhmä. Mikä on S-ryhmä. Historia. 2009.)

2.2 S-etukortti

S-etukortti on todistus asiakasomistajuudesta, ja sitä käyttämällä saa kaikki mahdolliset edut käyttöön bonustoimipaikoissa. S-etukortti toimii myös tunnuskorttina niissä paikoissa, joissa sitä on mahdollista käyttää. Vaikka näkyvää etua ei heti ostoksia tehdessä aina saa, kortti kerryttää kuitenkin Bonusta jokaisesta ostosta. Pienemmätkin ostot kerryttävät kuitenkin bonusta. Korttiin on myös mahdollista liittää monipuolisia maksuominaisuuksia, jolloin se toimii samalla maksuvälineenä ympäri maailmaa, ja korttitila rahapussissa kaksinkertaistuu. (S-ryhmä. Oma kauppa – asiakasomistajan kumppani. 2009.)



KUVA 1, S-etukortti (S-ryhmä. Oma kauppa – asiakasomistajan kumppani. 2009.)

Kun maksaa ostokset S-etukortilla, voi saada samalla 0,5 % maksutapaetua S-ryhmän Suomen toimipaikoissa tekemistä ostoksista. (S-ryhmä, S-etukortti.)

Maksutapaetu kertyy kaikista ostoista joiden yhteydessä käytetään etukorttia. Makutapaetu lasketaan pääsääntöisesti koko oston loppusummasta, etu on 0,5 %. Kuukauden ostoista kertynyt maksutapaetu maksetaan bonusten lailla asiakasomistajan etujen maksutilille S-Pankkiin seuraavan kuun 10. päivään mennessä. (S-ryhmä, Asiakasomistajaedut, Maksutapaetu. 2009.)

Bonus määrä on 1 - 5 % koko asiakasomistajatalouden kuukauden bonusostoista. Bonusprosentti kasvaa sen mukaan, mitä enemmän ostoksia kertyy yhteensä. S-etukorttia voit käyttää seuraavissa paikoissa:



KUVA 2, Bonustoimipaikat (S-ryhmä. Mistä bonusta ja etuja. S-ryhmän bonustoimipaikat. 2009.)

2.2.1 Bonus

Bonusta saa yksityishenkilö, yksityistalouden ostoksista, ei siis yrityskorteilla maksettaessa. Kuva 3 kertoo, kuinka bonusta kertyy osuuskaupan bonustaulukon mukaisesti aina kalenterikuukauden jaksoissa. Bonus määrä on 1 – 5 % maksettujen ostoksien yhteissummasta. Bonusprosenttia voi kasvattaa suuremmilla ostoksilla. Bonus maksetaan etujen maksutiliksi määritetylle S-tilille S-Pankkiin. Tililtä bonuksen voi käyttää haluamallaan tavalla. Sen voi esimerkiksi rahana tai käyttää hyväksi seuraavien ostosten yhteydessä. (S-ryhmä, Bonus, Bonuksen kertyminen. 2009.)

Bonustaulukkoesimerkki	
Talouden kuukausiostot vähintään	Bonus %
900 €	5,0
800 €	4,5
700 €	4,0
600 €	3,5
500 €	3,0
400 €	2,5
300 €	2,0
200 €	1,5
50 €	1,0

KUVA 3, Bonustaulukko (S-ryhmä. Bonus. Bonuksen kertyminen. 2009.)

2.2.3 Matkailusta bonuksia

S-ryhmän kanta-asiakkaana bonusta voi kerryttää myös matkustamalla.

S-ryhmä on koonnut matkoista ja tarjouksista oman sivuston www.s-matkat.fi. Jo pelkkiä kotimaan matkoja asiakasomistajalle on tarjolla 32 kohteeseen. Ulkomaan kohteita sivustolla oli tarjolla Euroopassa 30, Aasiassa 12, Afrikassa 6, Yhdysvalloissa 13 ja Oseaniassa 2. (S-ryhmä. Asiakasomistajaedut. 2009.)

S-ryhmän hotelleissa yöpyminen tuottaa myös tietysti bonusta. Näihin hotelleihin kuuluvat Holiday Club Spa Hotels, Radisson SAS ja tietenkin tunnetuin Sokos Hotels. Matkojen kautta S-ryhmä on päättänyt tehdä yhteistyötä myös vakuutusalan kanssa ja saanut yhteistyökumppanikseen vakuutusalan yrityksen If:n. (S-ryhmä. Asiakasomistajaedut. 2009.)

S-ryhmä todella pyrkii siihen, että asiakasomistaja voi kerryttää bonusta monella eri tapaa. Kun taas muiden kauppojen kanta-asiakkuus on hyvin rajoittunutta, ja kattavat vain päivittäin käytettävät tuotteet kuten ruoka, bensa ja kodin käyttötavarat. Voi sanoa, että S-ryhmä on todellinen edelläkävijä.

3 KULUTTAJAVIRASTON TUTKIMUKSET

Kuluttajavirasto toteuttaa vuosittain erilaisia hintavertailuja yhdessä lääninhallitusten kanssa. Tutkimuksen tulokset ovat julkista tietoa, ja niitä voi tutkia esimerkiksi Kuluttajaviraston kotisivuilla www.kuluttajavirasto.fi. Hintavertailun taustaksi tutustuttiin Kuluttajaviraston sivuihin ja sieltä poimittiin muutama tutkimustulos.

Kuluttajavirasto on suorittanut hintavertailuja eri kauppaketjujen välillä. Nämä tulokset osoittavat, että S-ryhmä toimii edullisimpana elintarvikkeiden myyjänä. Vuonna 2007 sekä vuonna 2008 kauppaketjujen väliset hintavertailut asettivat Prismän edullisimmaksi elintarvikekaupaksi. Prismahan kuuluu myös S-ryhmän kaappoihin. Vuonna 2007 ja 2008 vuoden hintavertailussa oli mukana myös S-Market, mutta se ei yltänyt hinnoillaan samoihin tuloksiin kuin Prisma. (Kuluttajavirasto, Tiedotteet, Prismassa ja Lidlissä edullisin ruokakori. 2008.)

Prisma on tunnetusti niin kutsuttu auto- ja megamarket, josta saa paljon ja halvalla. S-Market ei kuitenkaan ole tämän suuntainen elintarvikekauppa ja hintojen voidaan olettaakin olevan hieman korkeammat. Tätä olettamusta tukee eräs toinen Kuluttajaviraston suorittama tutkimus; Ruokavertailu Ahvenanmaalla 18.12.2007. Kuluttajavirasto tutki ruokakoreja yhdessä Ahvenanmaan lääninhallituksen kanssa. Hintavertailuun kuului yhteensä 18 päivittäistavarakauppaa. Tämän tutkimuksen tulokset osoittivat, että suurimmat myymälät olivat halvimpia. Hintaero halvimman ja kalleimman kaupan välillä oli ollut jopa 24 prosenttia. Halvimmiksi osoittautuivat siis kolme suurinta päivittäistavarakauppaa. Nämä kolme kauppa olivat noin 10 prosenttia keskimääräistä hintatasoa halvempia. (Kuluttajavirasto, Tiedotteet, Ruokakorivertailu Ahvenanmaalla. 2007.)

Aikaisemmin jo mainituissa Kuluttajaviraston kauppaketjujen hintavertailussa 2008, olivat mukana tavallisten tuotteiden lisäksi myös kauppojen Private Label-tuotteet. Private Label tuotteet ovat kauppojen omia merkkituotteita. Tällainen Private Label tuote on S-Marketilla esimerkiksi Rainbow. Tämä tutkimus osoitti, että näissä merkkituotteissa S-ryhmä on edullisin. Merkkituotteissa Prisma oli 7

% ja S-Market 5 % keskimääräistä hintatasoa halvempia. (Kuluttajavirasto, Tiedotteet, Elintarvikkeiden hintavertailu Länsi-Suomessa. 2007.)

Lisäksi, tämän tutkimuksen pohjaksi, tarkasteltiin tarkemmin Kuluttajaviraston tekemiä hintaselvityksiä myös tuotekohtaisesti. Kuluttajavirasto toteuttaa hintavertailuja joka vuosi eri puolilla Suomea. Tänne Mänttä-Vilppulaan Kuluttajavirasto ei ole toteuttanut hintavertailujaan, ainakaan vuosina 2003 - 2008. Lähin kaupunki, jossa hintavertailuja on toteutettu, on Tampere. Kuluttajavirasto valitsee hintavertailujen kohteeksi sellaisia kaupunkeja, joissa on mahdollisimman monta elintarvikekauppaa. Kuluttajaviraston hintavertailusta poimittiin samoja tuotteita kuin mitä tässä tutkimuksessa on mukana. Seuraavassa taulukossa on tuotteiden hinnat vuodesta 2003 vuoteen 2008. Vuodesta 2003 taaksepäin, ei Kuluttajaviraston tiedoista löytynyt tuotekohtaisia hintavertailuja. (Kuluttajavirasto. Hintavertailut. Ruokakorivertailu. Itä-Suomi 2003. Rovaniemi 2005. Naantali ja Maarianhamina 2005. Tampere 2006. Ii ja Liminka 2006. Hyvinkää 2007. Hämeenlinna 2008.)

TAULUKKO 1, Kuluttajaviraston tutkimuksessa esiintyvät hinnat

S-market	Yksikkö	2003	2005	2006	2007	2008
Vaasan pieni pyöreä ruis 250g	kg	4,2	3,96	3,96		4,36
Kevyt maito 1l	l	0,58	0,5	0,79	0,79	0,79
Rasvaton maito 1l	l	0,55	0,73	0,79	0,75	0,87
Valio Polar 15 % 700g	kg	7,13	9,29	8,16		9,6
Rasvaton piimä 1l	l	0,69	0,87	0,85		1,09
Dan Sukker Sirkku palasokeri 750g	kg	1,8	1,85	1,85		
Myllyn Paras Kaurahiutale 1 kg	kg	1,05	1,09	1,25		
Pouta puolikarkea vehnä jauho 5kg	kg	0,29		0,33		
Rainbow hernekeitto 435g	kg	1,13	1,26	1,38		1,38
Vaasan koulunäkki 400g	kg	3,88	4,45	4,22		4,62
Pouta Ruisjauho 1 kg	kg	0,59				
Rainbow rinkeli 350g	kg	3,57	4,29	3,97		4,29
Porsaan ulkofilepihvi, maustamaton 300g	kg		9,9	10,9		
Kuohukerma 5 dl	l		4,4	4,3		5,5
Myllyn Paras makaroni 400g	kg		0,29	0,47		
HK Sininen Lenkki 580g	kg		2,15	3,43	1,99	
Valio Kevyt maitojuoma laktoositon 1l	l			1,49	1,65	1,76
Flora ruoka 15% 2,5dl	l			3,4		3,8
Becel Kevyt kasvirasvavalevite 400g	kg			4		4,37
Kulta Katriina 500g	kg			3,78		
Nescafe Kulta 200g	kg			34,75		34,75
Snellman Voileipäkinkku pkt, 300g	kg		2,39	1,99	2,59	
Sellman Ohuen Ohut kinkku pkt 180g	kg		2,79	1,79	2,79	
Ingman Apetit kasvirasvajäätelö 1l	l				1,29	
Juhla Mokka 500g	kg		2,69	2,49	2,89	5,58

Presidentti 500g	kg		3,3		3,69	6,98
Brazil 500g	kg		2,65		3,89	
Vaasan muhku jyväsämpylä 300g	kg		1,7	1,39	1,39	
Valio maitorahka 250g	kg			1,19	0,99	
Popsi Kevyt 10, 300g	kg		1,39	1,39		
Kevytviili 250g	kpl			0,38		

Alla olevasta taulukosta löytyvät muutosprosentit ensimmäisen hintahavainnon, sekä viimeisen hintahavainnon välillä. Kuluttajaviraston tuloksiin perustuvat muutosprosentit ovat taulukossa otsikoitu ja löytyvät vasemmanpuoleisesta sarakkeesta. Tämän tutkimuksen tuloksiin perustuvat muutosprosentit löytyvät taulukon oikeanpuoleisesta sarakkeesta.

TAULUKKO 2, Muutosprosentit

	Muutosprosetti ensimmäisen ja viimeisen havainnon välillä	
S-Market	Kuluttajavirasto	
Vaasan pieni pyöreä ruis 250g	3,8	3,08
Kevyt maito 1l	36,2	26,7
Rasvaton maito 1l	58,2	26,7
Valio Polar 15 % 700g	34,6	7,5
Rasvaton piimä 1l	58,0	14,5
Dan Sukker Sirkku palasokeri 750g	2,8	0,7
Myllyn Paras Kaurahiutale 1 kg	19,0	16,5
Pouta puolikarkea vehnä jauho 5kg	13,8	0
Rainbow hernekeitto 435g	22,1	5,3
Vaasan koulunäkki 400g	19,1	5,1
Pouta Ruisjauho 1 kg	0,0	0
Rainbow rinkeli 350g	20,2	-7,3
Porsaan ulkofilepihvi, maustamaton 300g	10,1	0
Kuohukerma 5 dl	25,0	17,3
Myllyn Paras makaroni 400g	62,1	40
HK Sininen Lenkki 580g	-7,4	12,3
Valio Kevyt maitojuoma laktoositon 1l	18,1	0
Flora ruoka 15% 2,5dl	11,8	14,5
Becel Kevyt kasvirasvaväevite 400g	9,3	6,7
Kulta Katriina 500g	0,0	12,9
Nescafe Kulta 200g	0,0	0
Snellman Voileipäkinkku pkt, 300g	8,4	0
Sellman Ohuen Ohut kinkku pkt 180g	0,0	-1,8
Ingman Apetit kasvirasvajäätelö 1l	0,0	4,2
Juhla Mokka 500g	107,4	19,2
Presidentti 500g	111,5	4,9
Brazil 500g	46,8	41,1
Vaasan muhku jyväsämpylä 300g	-18,2	16,6
Valio maitorahka 250g	-16,8	11,3
Popsi Kevyt 10, 300g	0,0	4,5
Kevytviili 250g	0,0	2,9

Kuluttajaviraston tutkimukseen eivät vuosittain kuuluneet aina samat tuotteet, vaan otannan valikoima vaihteli joka vuosi. Toki joitakin samoja tuotteita löytyi vuodesta toiseen, kuten taulukko 1 kertoo.

Taulukosta 2 näkee, että suurimmalla osalla tuotteista on samansuuntainen muutosprosentti. Ainoat täysin poikkeavat luvut ovat Rainbow rinkeli, HK sininen lenkki, Juhla Mokka ja Presidentti kahvi sekä Vaasan Muhku sämpylät ja Valio Maitorahka. Kuluttajaviraston Hintavertailu, Ruokakorivertailu-tutkimuksen tulokset osoittavat, että HK sininen lenkki, Muhku sämpylät sekä Maitorahkan hinta olisi alentunut, kun taas tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että kyseisten tuotteiden hinta olisi noussut. Rainbown rinkelien sekä edellä mainittujen kahvituotteiden hinta on Kuluttajaviraston Hintavertailu, Ruokakorivertailu-tutkimuksen tuloksissa on hinnannousu ollut suurempaa kuin tämän tutkimuksen tulokset näyttävät. Eroavaisuuksia löytyy myös muidenkin tuotteiden kohdalla. Vertailussa täytyy kuitenkin huomioida, että tuotteiden hintoja ei ole seurattu täysin samalla ajanjaksolla. Tutkimusajankohdat siis vaihtelevat hyvin paljon, joten näin muutosprosenttienkin eroavaisuudet ovat osaksi selitettävissä.

4 HINTAKEHITYKSEN SEURAAMINEN

Muutkin tahot, kuin vain Kuluttajavirasto seuraa tuotteiden hintojen kehittymistä vuosittain. Näissä hintakehityksissä seurataan lähinnä kuinka kuluttajahinnat muuttuvat vuosittain. Hintakehitysselvitykset tehdään kuluttajia ja sekä valtion talouden tilan selvityksiä varten. Hintakehityksessä huomioidaan niin tuotteiden hinnannousut, kuin laskutkin. Hintakehitysselvityksiä tehdään niin raakaöljystä, asunnoista, autoista, viljasta sekä myös vain valmiista tuotteista, kuten elintarvikkeista.

Kuluttajavirasto on pääasiallinen toimielin, joka tekee tutkimuksia valmiista elintarviketuotteista. Hintakehitysselvityksiä Suomessa tekevät myös Maa- ja elintarviketutkimiskeskus, Elintarviketeollisuusliitto, Tilastokeskus sekä lääninhallitukset.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää elintarvikkeiden mahdolliset hintojen nousut ja laskut vuodesta 2002 vuoteen 2008.

Tutkimus käsittää yhden elintarvikekaupan tuotteita. Tutkimuksessa tarkkailtiin tämän kauppaketjun elintarvikkeiden pääryhmien hintoja. Pääryhmät mainitaan sillä, että tutkimusaineisto koostui yhden henkilön ostoista, joten suurta vaihtelua, taikka erikoisia tuotteita ei tutkimusaineistoon kuulunut, ja sitä kautta tutkimus tapahtui elintarvikkeiden pääryhmien sisällä. Pääryhmillä tarkoitetaan tässä esimerkiksi maito- ja leipä- ja lihatuotteita.

S-Market on elintarvikekauppa, josta ei erikoistuotteita pysty ostamaan, sillä se lukeutuu päivittäistavarakauppoihin. Mainituilla erikoistuotteilla tarkoitetaan tämän hintaselvityksen yhteydessä lähinnä uutuuksia ja paljon erilaisia tuotekokeiluja. Yksittäisillä ihmisillä on paljon mieluisia vakiotuotteita, joita haluavat ostaa kaupasta. Ja koska tutkimusaineisto sisälsi yhden ihmisen elintarvikeostokset, toistuivat näin tietyt tuotteet tutkimusaineistossa useampaan kertaan.

Samaisesta aiheesta sekä samanlaisella tutkimusaineistolla on tehty myös aikaisemmin opinnäytetyö. Opinnäytetyön teki tuolloin Virpi Karttunen ja se valmistui vuonna 2003. Silloinen opinnäytetyö käsitti tutkimusvuodet 1995 - 2001. Lopuksi verrataan nyt saatuja tuloksia tämän aikaisemmin toteutetun hintaselvityksen tuloksiin.

5.2 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineistoina käytettiin yhden yksityishenkilön säilyttämiä kauppakuitteja, jotka olivat tarkalleen ajalta helmikuu 2002 – elokuu 2008. Näitä kyseisiä kauppakuitteja oli siis kerätty seitsemän vuoden ajan. Tutkimusaineiston perusteella

rajattiin tutkimus yhteen elintarvikekauppaan, Mänttä-Vilppulan S-Market Sokkariin.

Alkuperäinen tutkimusaineisto sisälsi myös ostokuitteja muista kaupoista ja ravintoloista, jotka kuuluvat S-ryhmän yhteistyökumppaneihin, niistäkin saa halutessaan kerättyä S-Etukortilla bonuksia. Henkilö, jolta tutkimusaineisto on peräisin, on myös S-ryhmän kanta-asiakas. Käynnit näissä olivat niin satunnaisia, että niitä ei otettu mukaan lopulliseen tutkimusaineistoon. Ostot olivat siis valtaosin tehty S-Marketissa, joten tutkimus keskittyi tähän samaiseen elintarvikekauppaan.

Jokaista tuotetta ei kuitenkaan voinut ottaa mukaan tutkimukseen, sillä kuiteista ei tarpeeksi tarkasti selvinnyt, mikä tuote kulloinkin oli kyseessä. Kuiteista löytyi paljon pelkistettyjä ja yleisiä nimiä ja nimityksiä, joita ei voinut tarkasti yksilöidä. Näitä olivat muun muassa seuraavat nimikkeet: täyttöpussi, puuvillavanu, terveystide, makeispussi, huuhteluaine, pesuaine, shampoo, saippua, nenäliina, astianpesuaine, suklaapatukka, makeinen. Hinnat olivat niin eroavaisia toisistaan, esimerkiksi pakkauskokojen ja merkkierojen takia, ettei niidenkään perusteella kyennyt arvioimaan, oliko kyseessä jo aikaisemmin ostettu sama tuote. Tietenkin suurin tekijä siinä, että valittiinko tutkimusaineistossa esiintyvä tuote mukaan hintaselvitykseen vai ei, oli se, että kuinka usein tämä tuote aineistossa esiintyi.

Kertaostoja sekä turhan satunnaisia ostoja ei huomioitu. Nimikkeet ovat myös kuiteissa saattaneet vaihtua vuosien varrella sen verran, että tutkimusaineiston tuoreimmasta päästä on jäänyt tutkittavia tuotteita uupumaan. Nimikkeen vaihtuessa täysin, ei voinut varmuudella tässäkin tapauksessa tietää, oliko kyseessä sama tuote kuin aikaisemmin.

Tutkimusaineistosta löytyi myös muutama sellainen tuote, joita ei enää tänä päivänä valmisteta, joten ne jätettiin tarkoituksellisesti tutkimuksen ulkopuolelle. Eikä suurta osaa tuotteista ollut ostettu säännöllisesti koko seitsemän vuoden ajan, tuotteet vaihtelivat, joten vain muutamia tuotteita pystyi seuraamaan koko seitsemän vuoden ajan.

Näiden huomioiden jälkeen hintavertailuun lopulta siis kuului yhteensä 157 tuotetta. Näistä tuotteista koottiin 13 eri ryhmää. Ostoksia oli tehty lähes joka toinen päivä, mikä tekee keskimääräiseksi ostojen määräksi noin 15 kertaa kuukaudessa, eli noin 15 kuuttia/kuukausi. Näin ollen tutkimusaineisto koostui arvioltaan jopa 1 170 ostokuitista.

5.3 Tutkimusmenetelmä

Ostokuitit käytiin ensimmäisen kerran läpi etsien vain usein toistuvia tuotteita kirjaten niitä samalla ylös. Tämän jälkeen tutkittiin ylös kirjattuja tuotteita, huomioiden, että aineiston loppupäästä, eli viimeisimmiltä vuosilta, löytyi huomattavasti enemmän tuotteita kuin alkuvuosilta. Luultavasti loppua kohden katseet olivat hieman jo harjaantuneet ja tiedettiin enemmän mitä etsiä. Tuotteen ei tarvinnut olla joka viikko ostettu tai edes joka kuukausi ostettu, vaan se oli mahdollista ottaa tutkimukseen mukaan, vaikka sitä ei ollut niin usein ostettu. Tarkastellessa uudelleen kuitteja, havaittiin myös alkuvuosilta sellaisia tuotteita, mitä oltiin jo aikaisemmin löydetty loppuvuosiltakin. Kuitit täytyi käydä läpi useaan kertaan, jotta saatiin mahdollisimman kattava tutkimusaineisto. Tämä olikin tutkimuksen varmasti eniten aikaa vievin vaihe. Aina löytyi loppuajan kuiteista jokin uusi toistuva tuote, jota täytyi sitten etsiä myös alkuvuosien kuiteista, jotta saisi hintatietoja mahdollisimman pitkältä aikaväliltä.

Kun aineisto oli viimein kerätty, tiedot syötettiin tietokoneelle. Ohjelma, jolla aineistoa käsiteltiin, oli Microsoft Office Excel 2003. Tuotteet lajiteltiin aluksi taulukoihin kuukausittain, mutta huomattiin, ettei tämä järjestely ollut kovinkaan käytännöllinen ja järkevin tapa esittää aineistoa. Hinnat muuttuivat enemmänkin vuositasolla, kuin kuukausittain. Mikäli tulokset olisi esitetty kuukausitasolla, olisi esitettävää materiaalia määrällisesti ollut aivan liikaa. Näin esitettynä materiaali olisi ollut myös itseään toistavaa, sillä kuten edellä jo mainittiin, eivätkä tuotteiden hinnat vaihdelleet kuitenkaan kuukausittain. Joidenkin tuotteiden kohdalla hinnanvaihtelu tapahtui kuitenkin mielenkiintoisen useasti, ja sen perusteella aloitettiin ensin lajitella tuotteita kuukausiperusteisesti, mutta vain pieni osa tuotteista osoitti näin nopeasti vaihtelevaa hintaa. Näin olisi tullut myös paremmin ilmi hinnan muuttumisen tarkka ajankohta, mutta sitä ei pidetty tutkimuksen

kannalta oleellisimpana asiana. Joten lopuksi päätettiin esittää tuotteet ja hinnanvaihtelut vuositasolla.

Tuotteet jaettiin omiin pääryhmiinsä, jotta tulosten esittämistapa olisi mahdollisimman selkeä, sekä näin saatiin tutkimusaineistoa tiivistettyä. Pääryhmistä tehtiin omat taulukkonsa, jotka näkyvät sekä tekstissä, että liitteenä työn lopussa. Mikäli hinta oli vuoden aikana muuttunut, kirjattiin siitä tieto kuluneen vuoden kohdalle. Kirjattuna on se hinta, mikä tuotteella oli kuluneen vuoden lopussa. Mikäli hinta taas ei ollut muuttunut, tai kyseistä tuotetta ei ollut kuluneen vuoden aikana ostettu ollenkaan, löytyy siitäkin oma tietonsa taulukosta. Oma tieto on lisätty myös siitä, mikäli hinta oli oleellisesti muuttunut kuluneen vuoden aikana vaikkapa kaksi kertaa.

Lopuksi, kun hinnat oli syötetty taulukoihin, jokaisesta tuotteesta laskettiin muutosprosentti. Näin saatiin selville vuoden 2002 ja vuoden 2008 välisen prosentuaalisen muutoksen. Näiden vuosien välissä tapahtunut asteittainen hinnannousu on myös huomioitu. Jokaisen vuoden jälkeen tapahtunut muutos on siis myös laskettu erikseen, mikäli hinnassa oli tapahtunut muutoksia. Tämä muutos on myöskin laskettu prosentteina. Kaikkien vuosien välillä tapahtunutta muutosta ei voinut laskea, sillä jos esimerkiksi vuonna 2006 ei kyseistä tuotetta ollut ostettu, niin näin ei ollut vertailuhintaa vuoden 2005 ja 2006 välille, eikä siis myöskään vuoden 2006 ja 2006 välille.

Lopuksi saatuja tuloksia verrattiin aiemmin toteutettuun, Karttusen V. 2003, opinnäytetyön tuloksiin.

6 ELINTARVIKKEIDEN HINTASELVITYS

Jokaisen tutkimuksessa esiintyvän tuotteen hintaa seurattiin koko tutkimusajankohdan ajan, vuodesta 2002 vuoteen 2008, mikäli tutkimusaineisto sen vain mahdollisti. Kaikkien tuotteiden kohdalla hintaselvitystä ei ollut mahdollista toteuttaa yhtäjaksoisesti. Tämä johtui siitä, ettei kaikkia tuotteita ollut ostettu säännöllisestä jokaisena tutkimusvuonna.

Tuotteista on koottu ryhmitellyt taulukot, jotka on otettu mukaan tekstiin tulosten selkiyttämisen sekä mahdollisimman hyvän havainnollistamisen vuoksi. Osa tuloksista on liitteenä, eikä mukana varsinaisessa tekstissä.

Taulukoissa hinnat ovat koottu yhteen vuosikohtaisesti. Jokaiselta tutkimusvuodelta on kirjattu ylös kuluvan vuoden ajalta saatu hintatieto. Jos vuoden aikana oli tuotteen hinta noussut tai laskenut, on taulukossa ilmoitettu se hinta, mikä kyseisellä tuotteella oli ollut kuluneen tutkimusvuoden lopussa. Joidenkin tuotteiden kohdalla hinta oli oleellisesti muuttunut kaksi kertaa vuoden aikana, ja tästä on myös tieto tulevissa taulukoissa. Näissä tapauksissa, joissa yhden vuoden kohdalla on ilmoitettu kaksi hintaa, on viimeisin hinta se, mikä on ollut hintana vuoden lopussa, sekä näin se sama hinta on myös muutoksen vertailuhinta. Muutosprosentit vuosien välissä näkyvät liitteessä 1. Pääongelmaksi tutkimuksessa muodostui se, kuinka paljon hinta on noussut ensiostosta viimeiseen ostokertaan.

Tekstissä esitetyissä taulukoissa viimeisessä sarakkeissa näkyvät muutosprosentit. Muutosprosentti on katsottu pääasiassa vuoden 2002 lopussa olevasta tuotteen hinnasta, sekä vuoden 2008 lopussa olevasta tuotteen hinnasta. Joidenkin tuotteiden kohdalla ei juuri näiden vuosien aikana ollut tuotetta ostettu, mutta tällaisessa tilanteessa muutosprosentti on katsottu sen vuoden hinnasta, jolloin tuotetta on ensimmäisen kerran ostettu, ja puolestaan verrattu sen vuoden hintaan, milloin tuotetta on ostettu viimeisen kerran tutkimusajankohtana. Tekstissä mainitaan erikseen, mikäli puhutaan peräkkäisten vuosien välisestä hintamuutoksesta tutkimusaikana.

Osa tuotteista saatiin tutkimuksen aikana yksilöityä täydellisesti, mutta osa tuotteista on esitetty vain yleisnimillä, sen suuremmin niitä yksilöimättä. Jokaista tutkimusaineistossa ollutta tuotetta oli vaikea ja osakseen jopa mahdotonta yksilöidä. Vaikka jokaisen tuotteen merkkiä sekä valmistaa ei saatu selvitettyä, haettiin siitä huolimatta pitää kaikki tuotteet mukana hintaselvityksessä, jotta kaikille tulisi parempi kuva siitä, kuinka hinta vuosien varrella voi yhden tuotteen kohdalla muuttua.

6.1 Leipätuotteet

Seuraavassa taulukossa on esitetty leipätuotteiden hinnat tutkimusajankohtana. Taulukossa ovat myös mukana pullat sekä keksit. Kappalemäärän mukaan voisi sanoa tämän ryhmän olleen yksi ostetuimmista. Ryhmään on kerätty yhteensä 24 tuotetta.

TAULUKKO 3, LEIVÄT, PULLAT, KEKSIT

Leipä, pulla, keksi	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%		
Ruisvarras, Perheleipurit, Leivon leipomo 230g	0,76	0,79	0,85	0,9	x	0,89	0,95	1	1,05	38,2
Ruisleipä, Perheleipurit Leivon leipomo 400g	0,76	0,79	0,85	x	0,89	x	0,95	1	1,05	38,2
Ruislimppu pyöreä		2,00	2,10	x	2,1	2,19	x	2,4	2,38	19,0
Arinarievä	1,50	1,55	1,60	1,69	1,79	x	1,85	2	2,00	33,3
Maalaisruislimppu		0	0	1,69	x	x	0		0	0,0
Muhku täysjyväämpylät 6 kpl		1,45	1,60	x	1,69	x	x		x	16,6
Kiviarinarievä		0	1,74	0	0	1,95	1,99		2,19	25,9
7-sortin sekaleipä Elonen		1,65	x	x	0	1,79	x		1,89	14,5
Täysjyväämpylä 10 kpl		1,35	0	x	x	1,25	x		0	-7,4
Vaasan Koulunäkki		0	1,38	x	1,45	x	0		0	5,1
Pieni pyöreä näkkileipä		0,99	x	0	0	0	0		0	0,0
Pieni pyöreä ruis		1,05	x	0,99	1,05	0,99	x		1,09	3,8
Vaasan Ruispalat 6 kpl		0	0	0	0	1	1,19	x	x	20,2
Ruissämpylä 5 kpl		0	0	0	0	1,4	1,49	1,5	1,65	18,7
Pitkojen pitko, Oululainen,600g		0	0	0	0		0	3,09	0	0,0
Pitkojen pitko 1/2, Oululainen		1,83	0	0	0	1,85	x		1,99	8,7
Rainbow kahvirinkeli		1,5	x	x	x	1,39	x		1,39	-7,3
Perunapiirakat 5kpl		1,68	1,75	x	x	1,8	x		1,95	16,1
Pikkuannan pitko, Oululainen		0	2,70	x	x	2,29	2,25	2,5	2,59	-4,1
Murea täysjyväkorppu, Töysäläinen		0	0	1,55	x	x	0		0	0,0
Murea sokerikorppu, Töysäläinen		0	0	1,59	x	x	0		1,69	6,3
Kaurakeksi 175g		0	1,50	x	0	x	1,45		0	-3,3
Rainbow sokerikorppu		0	1,25	x	0	0	0		0	0,0
Kulta Marie keksi		0	0	0	0,82	x	0,79		0	-3,7

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Leipätuotteissa muutosta on tapahtunut monipuolisesti. Kuten taulukosta voi huomata, oli joidenkin tuotteiden hinta alentunut, kun taas joidenkin rajusti noussut. Suurin nousuprosentti leipätuotteissa oli 38,2 prosenttia ja pienin nousuprosentti 3,8. Eniten hinta oli noussut Perheleipureiden Ruisvartaalla, sekä Ruisleivällä. Ruisvartaan hinta oli eniten noussut vuosien 2002 sekä 2003 välissä. Näiden kyseisten vuosien välissä tapahtunut muutos oli 13,9 prosenttia.

Ruisleivän kohdalla suurin muutos oli puolestaan tapahtunut vuosien 2007 ja 2008 välillä. Muutosprosentti Ruisleivällä oli tuolloin 10,5 prosenttia. Taulukossa ilmenee myös tuotteita, joiden muutosprosentti osoittautui nolllaksi. Osaksi nolllaprosentti saattoi johtua siitä, että kyseistä tuotetta ei ollut ostettu muuta kuin esimerkiksi yhtenä tai kahtena vuonna, ei siis läheskään koko tutkimusaikaa.

Suurimmat hinnanmuutokset näyttävät tapahtuneen tämän ryhmän sisällä vuosien 2007 ja 2008 välillä. Poikkeuksina tästä on Muhku täysjyväsämpylät joiden hinta nousi eniten vuosien 2002 ja 2003 välillä 10,3 prosenttia. Sekä Pikkuanan pitko, jonka hinta laski 15,2 prosenttia vuosien 2005 ja 2006 välillä, kyseisen tuotteen kohdalla hinta nousi kuitenkin melkein takaisin entiseen hintaansa seuraavien tutkimusvuosien aikana.

Koko tutkimuksen perusteella on lähes varmaa, että hinta on tutkimusajankohdana muuttunut suuntaan tai toiseen, mutta sitä ei näy nyt tuloksissa, koska sitä ei ollut ostettu niin useasti, jotta muutos olisi tullut näissä tuloksissa näkyviin. On siis hyvin epätodennäköistä, että tässä ryhmässä nolllaprosentin saaneilla tuotteilla olisi hinta ollut muuttumaton koko seitsemän vuoden ajan, sillä lähes jokaisella leipätuotteella hinta tässä tutkimuksessa muuttui.

Eniten hintaa laskenut tuote leivistä, pullista sekä kekseistä oli Täysjyväsämpylä 10 kpl, jolla hinta oli tippunut 7,4 prosenttia ensimmäisestä ostokerrasta viimeiseen ostokertaan. Toiseksi eniten laskenut hinta, lähes saman prosenttimäärän verran, oli Rainbow Kahvirinkeli-tuotteella. Tämän tuotteen kohdalla muutosprosentti oli -7,3. Tämä oli ainoa hinnanmuutos, joka tapahtui kyseiselle tuotteelle koko tutkimusaikana. Muutos tapahtui vuosien 2005 ja 2006 välillä. Alentunut

hinta oli myös Kaurakekseillä, Pikkuannan Pitkolla sekä Kulta Marie Kekseillä. Ryhmän 24 tuotteesta vain viiden tuotteen hinta oli alentunut, muiden hinta oli noussut.

6.2 Leivontatarvikkeet

Seuraavassa taulukossa on esitetty jauhojen, kaurahiutaleiden, sokerin, kananmunien, hiivan sekä suolan ja lihaliemikuution hinnat tutkimusajankohtana.

TAULUKKO 4, JAUHOT, HIIVAT, SOKERI

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%
Hiiva 50g	0,17	x	x	x	0,18	x	0,2	17,6
Talous kidesokeri	1,16	1,09	x	x	0,99	x	x	-14,7
Kaurahiutale Myllyn Paras	1,09	1,19	0	0	0	0	1,27	16,5
Sirkku palasokeri	1,38	1,45	1,39	1,38	1,39	x	x	0,7
Hillosokeri	2,17	x	0	0	0	0	0	0,0
Original Kultamuna 6 kpl	0,76	0,85	0,95	1,05	x	x	x	23,5
Puolikarkea vehnäjauho 1kg	0,66	x	x	x	x	x	0	0,0
Lihaliemikuutio	0,95	0,98	x	x	0	0	0	3,2
Perunajauho	0	1,05	x	0	0	0	0	0,0
Pouta Vahnajauho 1kg	0,66	0,66	x	0	0	0	0	0,0
Myllyn Paras Korppujauho	0	0,85	0	0	0	0,89	0	4,7
Kaurahiutale	0,82	x	0	0	0	0	0	0,0
Kaurahiutale	0	0	1,65	x	1,69	1,79	0	8,5
Perunajauho	0	0	0	0,85	0,93	0	x	9,4
Leivinjauhe	0	0,55	x	0	0	0,7	0	27,3
Ruokasuola	0	0	0,64	x	0	0	0	0,0
Ruisjauho	0	0	0,65	0	0	0	0	0,0

0 = tuotetta ei ole kyseisenä aikana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Näiden tuotteiden keskuudessa muutosprosentti vaihteli 27,3 prosentin, sekä -14,7 prosentin välillä. Toiseksi eniten hinta oli noussut kananmunilla, joiden hinta oli noussut 76 sentistä aina 1,05 euroon saakka. Nousu itsessään voidaan todeta tasaiseksi, sillä tämä oli myöskin yksi niistä tuotteista, joiden hintaa oli mahdollista seurata yhtäjaksoisesti lähes koko tutkimusajan. Ainoastaan vuodelle 2008 ei hintatietoja tälle tuotteelle tutkimusaineistosta enää löytynyt. Suurin hinnannousu kananmunien kohdalla oli vuosien 2002 sekä 2003 välillä. Tuolloin hinta nousi jopa 11,8 prosenttia. Eniten tämän ryhmän tuotteiden hinnat näyttivät muuttuneen juuri vuosien 2002 ja 2003 välillä.

Suurin nousu oli tapahtunut leivinjauheen hinnalle. Prosentuaalisesti hinta oli noussut noin 27 prosenttia. Myös hiiva, sekä Myllyn Paras merkin alta löytyvät kaurahiutaleet kuuluvat niihin tuotteisiin, joiden hinta oli noussut eniten.

Hinnan alenemista oli tämän ryhmän sisällä tapahtunut ainoastaan Talous kidesokerille, jonka hinta oli tippunut vuodesta 2002 vuoteen 2008 noin 14 prosenttia. Eniten hinta oli kyseisen tuotteen kohdalla laskenut vuosien 2002 ja 2003 välillä.

Tässäkin taulukossa on havaittavissa paljon sellaisia tuotteita, joiden hinnamuutos tutkimuksessa osoittautui nolaksi, niin euroissa kuten tietysti sitten myös prosenteissa. Suurin osa näistä tuotteissa olivat sellaisia, joita oli ostettu vain yhtenä, kahtena tai kolmena vuonna seitsemästä. Tästä taulukosta täytyy nostaa esille vielä Puolikarkeat vehnäjauhot, koska kyseistä tuotetta oli ostettu kuutena vuotena seitsemästä, eikä tänä aikana hinta ollut muuttunut ollenkaan. Tämä poikkeaa lähes täysin muista tutkimuksessa saaduista tuloksista.

Tämän ryhmän taulukko sisälsi yhteensä 17 tuotetta, joista vain kahdella tuotteella hinta oli laskenut. Laskenut hinta oli Talous kidesokerilla, sekä lihaliemi-kuutiolla.

6.3 Maitotuotteet

Seuraava taulukko esittää maidon sekä piimän hinnat tutkimusajankohtana. Valtaosaa tämän taulukon tuotteista oli ostettu säännöllisesti koko seitsemän vuoden ajan. Mukana tässä ryhmässä olivat vain yhden litran kokoiset pakkaukset Valiolta sekä Ingmanilta.

TAULUKKO 5, MAIDOT, PIIMÄT

Maidot	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008		%
Kevyt maito Ingman 1l	0,75	x	0,77	x	0,79	x	0,87	0,95	26,7
Rasvaton maito Ingman 1l	0,75	x	0,77	x	0,79	x	0,87	0,95	26,7
Gefilus maito rasvaton Valio 1l	1,04	1,09	1,12	x	1,14	x	1,24	1,36	30,8
Gefilus piimä rasvaton Valio 1l	1,04	1,09	1,12	x	1,14	x	1,24	1,36	30,8
Laktoositon kevyt maitojuoma Valio 1l	1,26	0	0	0	0	0		0	0,0
Piimä rasvaton Ingman 1l	0,76	x	0,79	x	x	x		0,87	14,5
AB-piimä Valio 1l	0,82	x	0,85	x	0,92	0		0	12,2

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Kevyen ja rasvattoman maidon hinnat olivat keskenään samat koko tutkimusjakson ajan. Näiden kyseisten tuotteiden muutosprosentti oli + 26,7 prosenttia. Eniten hinta oli kuitenkin noussut Valion Gefilus maidolla ja Gefilus piimällä. Hinta oli noussut 1,04 eurosta jopa 1,36 euroon. Maidon sekä piimän hinta oli molempien valmistajien kohdalla noussut yli 10 prosenttia. Näiden Gefilus tuotteiden kohdalla suurimmat hinnannousut olivat tapahtuneet vuosien 2002 ja 2003, sekä 2007 ja 2008 välillä. Vuosien 2002 - 2003 muutosprosentti oli 4,8 ja vuosien 2007 - 2008 9,7 prosenttia. Suurimmat hinnannousut osuivat muidenkin tämän ryhmän tuotteiden kohdalla vuosien 2007 ja 2008 väliin. Ainoa nolprosentti tässä taulukossa oli vain Valion laktoosittomalla maitojuomalla, mutta sitä olikin ostettu vain vuosina 2002 ja 2003, joten mahdollista hintamuutosta ei näiden vuosien kohdalla keritty havaitsemaan.

Niemi M. (2008. Maidon hinta nousee.) kirjoitti maidon hinnan noususta Taloussanomissa. Syyksi annettiin kiristynyt kilpailu sekä pula raakamaidosta. Kustannukset ovat nousseet tuottajien puolella entisestään. Tekstissä pelättiin myös, että euron raja rikkoutuu maidon hinnassa, mutta niin ei onneksi ainakaan vielä ole tullut käymään.

Toivotaan, että lehmien tuottavuus paranee, tai odotettavaa on, että maidon hinta nousee vielä tulevien vuosien aikana. Tämä tutkimus sitä ei kuitenkaan kerro, sillä tutkimusvuodet loppuvat kesken.

6.4 Juustot

Alla olevasta taulukosta näkyvät tutkimusajankohtana ostettujen juustojen hinnat sekä muutosprosentit. Ryhmässä on mukana sekä kokonaisia juustopaloja, sekä valmiita viipalepakkauksia.

Juustotuotteita hintaselvitykseen kertyi yhteensä yhdeksän kappaletta. Näistä vain yhtä tuotetta oli ostettu tutkimusajan jokaisena vuonna. Muita tuotteita oli ostettu myös usein, joten hintaselvitys näiden kohdalla on kattava. Juustotuotteet olivat selvimmin ilmaistuna sekä yksilöitynä tutkimusaineistossa joten näiden tuotteiden kohdalla hintaselvitys oli helpointa.

TAULUKKO 6, JUUSTOT

Juustot	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%		
Emmental Kevyt	3,15	3,18	0	0	0	3,35	0	0	6,3	
Polar 15 %, Valio 350g		3,35	x		3,6	0	0	0	7,5	
Polar 5 %, Valio 350g		3,35	x		0	3,6	x	x	4,4	31,3
Edam juusto 17% 350g	2,99	3,1	3,2		x	x	x	3,20	3,49	16,7
Tuorejuusto maustamaton		2	0		0	0	0	0	1,99	-0,5
Kevyt Edam 350g		2,7	2,79		2,95	0	0	0	0	9,3
Polar 15 viipale, Valio, 150g		0	0	1,75	1,8	1,95	x	x	2,15	22,9
Delite 5% viipale		0	0		0	0	1,75	0	0	0,0
Kadett 5% viipale		0	0		0	0	1,75	0	0	0,0

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Vain yhden juuston hinta oli alentunut viimeisenä tutkimusvuonna. Tämä tuote oli Tuorejuusto maustamaton, hinta oli laskenut 0,5 prosenttia. Muiden juustojen hinta oli tasaisesti vuosien aikana vain kohonnut. Suurin hinnan nousu oli tapahtunut Polar 5 % juustolla. Muutosprosentiksi osoittautui tälle tuotteelle jopa 31,3 prosenttia. Näin olisi varmasti käynyt myös Polar 15 % juuston hinnalle, mikäli sitä olisi ostettu useammin tutkimusajan loppua kohden mentäessä. Sillä tutkimusaineistoa tutkittaessa huomattiin, että näiden hinnat kulkivat käsi kädessä, molempien hinnat olivat samat, ja jos toisen hinta nousi, niin nousi myös toisenkin. Pakkaukset näillä kahdella tuotteella olivat samankokoiset.

Toiseksi suurin hinnan nousu oli myös saman valmistajan, Valion, tuotteella. Kyseinen tuote kuuluu myös samaan tuoteperheeseen kuin tuote, jonka hinta oli noussut eniten. Kyseessä on Polar 15 % viipale, jonka hinnan kohdalla muutosta oli tapahtunut 22,9 prosenttia. Eniten tämän tuotteen kohdalla hinta oli noussut vuosien 2007 ja 2008 välissä. Taulukon viimeiset tuotteet, joiden muutosprosentti säilyi nollassa, olivat sellaisia tuotteita, joita ei ollut ostettu kuin yhtenä vuotena koko tutkimusajasta. Ne haluttiin kuitenkin lisätä tutkimukseen, sillä niitä ostettiin lähes joka toinen ostokerta tuona kyseisenä ostovuonna, eikä hinta sillä aikaa muuttunut millään tapaa. Tämä osaltaan todistaa sitä, että tuotteiden hinnat eivät todella muutu kuin vasta vuositasolla.

6.5 Muut maitotuotteet

Seuraavassa taulukossa esiintyvät tutkimusajankohtana ostetut muut maitotuotteet sekä tuotteiden hinnat mainittuina vuosina. Tähän ryhmään kuuluvat viilit, margariini, jäätelö, kermat, maitorahka sekä juoksevat, paistamiseen sekä ruuanlaittoon tarkoitetut rasvat.

TAULUKKO 7, MUUT MAITOTUOTTEET

Muut maitotuotteet	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%	
Kevyt viili 250g		0,34	0	0	0	0	0,35	2,9	
Ykkösviili 250g	0,34	0,36	0,39	x	x	x	0,44	0,48	41,2
Kevyt Becel margariini 400g		1,5	1,55	1,6	x	0	0	0	6,7
Apetit vaniljakasvirasvajäätelö 1l	0,95	0,97	0,99	x	x	x	0	0	4,2
Ruokakerma 15 % uth	0,69	0,68	x	0,72	x	x	0	0,79	14,5
Ruokakerma 10 %		0,65	0,65	x	x	0	0	0	0,0
Maitorahka 250g		0,97	0,99	x	x	x	x	1,08	11,3
Becel juokseva kasviöljyvalmiste		1,79	1,8	0	x	0	0	0	0,6
Flora Culinesse		1,35	x	x	x	x	0	0	0,0
Kuohukerma 2 dl, Ingman		0,81	x	0,89	x	0	0,95	0	17,3

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Tässä ryhmässä ainoa tuote, jota oli ostettu säännöllisesti joka tutkimusvuosi oli Ykkösviili. Ykkösviili oli myös ainoa tuote tässä ryhmässä, jonka hinta oli muuttunut edes yli 20 prosenttia. Ykkösviilin hinnanmuutokset tapahtuivat vuosien 2002 ja 2003 välillä sekä vuosien 2007 ja 2008 välillä. Ensimmäinen hinnan-

nousu oli 8,3 prosenttia, toinen hinnannousu viimeisien vuosien aikana oli 23,1 prosenttia. Muiden tuotteiden hinnannousu pysyi alle kahdenkymmenen prosentin, kun taas Ykkösviilin hinta oli noussut jopa 41,2 prosenttia ensimmäisestä ostokerrasta viimeiseen ostokertaan. Tämä on koko tutkimuksen suurin muutosprosentti.

Seuraavaksi suurin hinnanmuutos oli tapahtunut Kuohukermalla, jonka hinta oli kohonnut 17,3 prosenttia. Kuohukerman suurin hinnanmuutos oli tapahtunut vuosien 2003 ja 2004 välissä. Muutosprosentti tuolloin oli 9,9. Toinen, yli kymmenen prosentin muutos oli tapahtunut Ruokakerma 15 % -tuotteen kohdalla. Tämän tuotteen hinta oli noussut 14,5 prosenttia. Myös tämän tuotteen hinta oli noussut Kuohukerman tapaan vuosien 2003 ja 2004 välillä. Tuolloinen muutosprosentti Ruokakermalla oli 5,9.

Muiden tuotteiden hinnannousu pysyi alle kymmenen prosentin. Yhdenkään tuotteen kohdalla ei hinta ollut laskenut. Kaikkien maitotuotteiden kohdalla on hinta selvästi noussut tutkimusaikana.

Niemi M. (2008. Maidon hinta nousee.) kirjoitti Taloussanomissa, että pula raakamaidosta nostaa kaikkien maitotuotteiden hintaa. Yhä useampi maidontuottaja on siirtynyt viljanviljelyyn kohonneen viljan hinnan houkuttelemana. Tämä alentaa mahdollisuuksia sen suhteen, että maidon hinta kääntyisi jopa laskuun, tai nousu pysähtyisi kokonaan. Eihän se ole mahdollista, mikäli meillä ei ole edes tarpeeksi maidontuottajia.

6.6 Valmisruoka

Seuraavasta taulukosta näkyvät eri valmisruokien, makaronin sekä riisin hinnat tutkimusajankohtana. Osaan tuotteista saatiin pakkausten koot, joko itse selvittämällä, tai ne olivat valmiina tutkimusaineistossa. Hernekeittojen pakkaukset ovat tölkkejä, sipulikeitot ovat kuiva-ainepusseissa.

TAULUKKO 8, VALMISRUUAT, MAKARONIT, RIISIT

Valmisruoka, makaroni, riisi	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%	
Myllynparas makaroni 400g	0,25	0,29	x	x	x	x	0,35	40,0	
Rainbow pitkäriisi	1,45	1,55	x	0	0	0	0	6,9	
Pitkäjyväinen riisi	0	0	0	1,38	x	0	0	0,0	
Knorr ranskalainen sipulikeitto	0,99	1,05	x	x	x	0	1,09	10,1	
Hernekeitto	0,66	x	0	0	0	0	0	0,0	
Pinaattihukaiset Atria	1,5	1,45	1,4	x	1,49	1,55	0	3,3	
Rainbow pinaattikeitto	1,09	0,99	x	0	x	0	0	-9,2	
Hartik.Pinaattihukainen	1,33	x	1,35	0	1,45	0	0	9,0	
Maksalaatikko 400g, Atria	1,26	1,28	1,29	1,29	0	1,3	0	3,2	
Lunden Hernekeitto	0,69	0	0	0	0	0	0	0,0	
Rainbow Hernekeitto	0,57	0,55	0	0	0,6	0	0	5,3	
Luomu Hernekeitto, Jalostaja	0,89	0	0,95	0,95	x	0,99	x	11,2	
Pinaattikeitto	0	1,33	0	0	0	0	0	0,0	
Maksalaatikko 400g	0	0	1,35	x	x	1,45	1,55	14,8	
Pinaattihukainen	0	0	0	1,09	1,19	x	1,29	18,3	
Veriohukaiset Atria	0	0	0	0	1,49	1,55	x	4,0	
Veriohukaiset	0	0	0	1,19	x	0	1,29	13,4	
Ransk. Sipulikeitto,Rainbow	0,82	0	0	0	0,89	x	0,95	15,9	
Veriohukaiset		0	1,09	x	0	0	0	0,0	
Broilerpyörökät	0	1,9	0	0	0	1,9	2,05	2,25	18,4

0 = tuotetta ei kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Tulokset osoittavat, että tähän ryhmään kuuluvien tuotteiden hinnat eivät ole paljoa muuttuneet. Poikkeuksena on taulukon ensimmäinen tuote, Myllyn Paras makaroni, jonka hinta on noussut jopa 40 prosenttia. Tämä on kolmanneksi suurin hinnannousu koko tutkimuksen tulokset huomioon ottaen. Eniten makaronin kohdalla hinta oli noussut vuosien 2007 ja 2008 välillä. Muutosprosentti oli tuolloin jopa 20,7 prosenttia. Makaronit ovat kuitenkin sellaisia tuotteita, jotka ovat usein tarjoushinnoin myynnissä, mutta tässä tutkimuksessa ei näitä tarjoushintoja pystytty erittelemään. Tätä kyseistä tuotetta lukuun ottamatta, kaikkien muiden tuotteiden hinnannousu oli vain alle 20 prosenttia. Toiseksi eniten hinta oli noussut Broilerpyöröillä, 18,4 prosenttia, sekä Pinaattihukaisella, 18,3 prosenttia.

Koko ryhmästä vain yhden tuotteen hinta oli laskenut. Tämä tuote oli Rainbown pinaattikeitto, jonka hinta prosenteissa oli laskenut 9,2 ja euromääräisesti 0,10 euroa. Tämän tuotteen kohdalla hinnan aleneminen oli tapahtunut vuosien 2002 ja 2003 välillä.

Muutosprosentti oli nolla Lundenin hernekeitolla sekä taulukossa viimeisenä esitetyillä Veriohukaisilla. Mutta jälleen täytyy huomioida, että Lundenin hernekeitolla oli hintatietoja vain vuodelle 2002. Kyseessä olevilla Veriohukaisilla hintatietoja oli puolestaan vain kahtena vuonna seitsemästä.

Havaittavissa oli, että valmisruokien kohdalla eniten muutosta hinnoissa oli tapahtunut vuosien 2002 ja 2003 välillä.

6.7 Pakastevihannekset

TAULUKKO 9, PAKASTEVIHANNEKSET

Pakastevihannes	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%
Vihannessekoitus 250g, Atria	0,42	x	0	x	0	x	0	0,0
Keittojuures 250g, Atria	0,42	x	x	0	0	0,4	x	-4,8
Herne-Maissi-Paprika 250g	0,59	x	x	x	0	0	0	0,0
Vihannessekoitus 250g	0,39	x	x	0	0	0	0	0,0
Keittojuures Rainbow	0,33	0	0,35	0,33	x	x	x	0,0
Vihannessekoitus Rainbow	0	0	0	0,33	0	0	0	0,0
Herne-Maissi-Paprika 250g	0	0,5	0,48	x	0	0	0	-4,0

0 = tuotetta ei kyseisenä aikana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Tämän ryhmän tuotteet ovat pysyneet samoissa hinnoissa lähes koko tutkimusajan. Vain kahden tuotteen kohdalla hinta oli muuttunut. Molemmissa tapauksissa hinta olin tällöin laskenut noin 4 prosenttia.

Pakastevihannesten kohdalta ei liitteistä löydy vuosien välillä tapahtuneiden hintamuutosten selvitystä, sillä hintojen vaihtelu oli niin vähäistä, ettei näiden tuotteiden kohdalla hintamuutosselvitys ollut tarpeellinen. Tämä taulukko jo kertoo siis tyhjentävästi sen, mitä pakastevihannesten hinnoille on tapahtunut tutkimusajankohtana.

6.8 Leikkeleet

Seuraavan taulukon riveiltä löytyvät erilaiset leivälle laitettavat leikkeleet, nakit sekä makkarat. Tähän ryhmään tutkimusaineistosta löytyi eniten tuotteita. Tuot-

teita on ryhmässä 27 kappaletta. Muutamiin tuotteisiin saatiin selvitettyä myös pakkausten koot, mutta tämä onnistui selviämään vain niiden tuotteiden kohdalla, jotka olivat tarpeeksi yksilöityjä ostokuiteissa. Muutosprosentit vuosien välisessä tapahtuneista muutoksista löytyvät liitteestä 1, jossa on myös muiden ryhmien vuosikohtaiset muutosprosentit.

TAULUKKO 10, LEIKKELEET, NAKIT, MAKKARAT

Leikkeleet, nakit, makkarat	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%	
Siskonmakkara	2,84	x	x	2,99	2,95	3,15	3,35	18,0	
Popsi talonpojanleike	1,67	0	0	0	0	0	0	0,0	
Ylikypsä kinkku	2,34	2,5	0	2,55	2,49	0	0	6,4	
Huhtahyvät, Ylikypsä kinkku	1,6	0	0	1,79	1,89	0	1,99	24,4	
Popsi Kevyt 10 300g	1,33	1,45	x	1,39	1,45	0	1,29	1,39	4,5
Ohuen ohut possupaisti	2,51	0	0	0	0	0	0	0,0	
Ohuen ohut possupaisti	1,7	1,69	0	1,65	x	1,79	0	5,3	
HK Kevyt Balkan	2	1,95	0	1,85	1,90	1,85	0	0	-7,5
Kevyt Lauantaimakkara	1,43	x	0	0	0	0	0	0,0	
Ohuen ohut kinkku	2,2	x	0	0	0	0	0	0,0	
Ohuen ohut kinkku	0	2,84	0	0	2,79	0	0	-1,8	
Kevyt Meetwursti	1,85	0	x	1,95	0	0	0	5,4	
Herra Snellman maksamakka- ra	1,33	1,33	1,25	x	x	0	0	-6,0	
Herra Snellman maksamakka- ra	0	0,66	0,7	0	0	0	0	6,1	
Herra Snellman meetwursti	1,83	x	0	2	0	0	0	9,3	
Kevyt Balkan	0	1,89	1,85	1,8	1,79	0	1,75	0	-7,4
HK Sininen Lenkki	0	1,95	0	2,1	0	0	2,19	12,3	
Lauantaimakkara	0	1,25	1,29	1,29	1,25	x	0	0	0,0
Korpelan maalaishyytelö 350g	0	2,8	2,95	2,99	3,09	3,15	3,29	17,5	
Gotler, Atria	0	2,2	0	0	0	0	0	0,0	
Kevyt Lauantai	0,95	0,99	0	x	x	x	1,05	10,5	
Kevyt Gotler	0	0	1,99	2	0	1,99	x	0	0,0
Herra SnellamanVoileipäkink- ku	0	0	1,67	0	0	0	0	0,0	
Ohuen ohut herkkukinkku	0	0	1,95	0	0	0	0	0,0	
Savupoikalenkki	0	0	0	0	2,99	3,15	3,25	8,7	
Savulenkki	2,84	0	2,7	3	x	3,15	x	3,25	14,4
Ohut kevyt kinkkumakkara	0	1,65	x	0	0	0	0	0,0	

0 = tuotetta ei ole kyseisenä aikana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Tässä ryhmässä vain yhden tuotteen hinta oli noussut yli 20 prosenttia. Voi siis jo tässä vaiheessa todetta, ettei lihan hinnalle ole tutkimusaikana tapahtunut täysin radikaaleja muutoksia. Ylikypsän kinkun hinta oli noussut eniten, 24,4 prosenttia. Saatujen tulosten perusteella hinnannousu oli tapahtunut vuosien 2005 ja 2006 välillä.

Seuraavaksi eniten noussut hinta oli Siskonmakkaralla; 18 prosenttia. Siskonmakkaran hinta oli eniten noussut vuosien 2005 ja 2006 välillä. Tuolloinen muutosprosentti oli 6,8. Vuosien 2006 ja 2007 välillä oli kyseisen tuotteen hinta noussut melkein saman prosenttimäärän verran. Kolmanneksi suurin muutosprosentti oli Korpelan maalaishyytelöllä. Sitä oli ostettu uskollisesti läpi koko tutkimusajankohdan, joten hintaselvitys on kattavampi kuin muiden tuotteiden. Maalaishyytelön hinta oli noussut 17,5 prosenttia. Vuosien välillä muutosta oli tapahtunut hyvin tasaisesti. Vuosien 2003 ja 2004 välillä hinta oli noussut 5,4 prosenttia. Vuosien 2004 ja 2005 1,4 prosenttia, vuosien 2005 ja 2006 3,3 prosenttia ja vuosien 2006 ja 2007 välillä 1,9 prosenttia. Sekä viimeisten vuosien 2007 ja 2008 välillä hinta oli noussut hieman enemmän 4,4 prosenttia. Tästä 18 prosentista muutosprosentit lähtevätkin laskemaan tasaisesti kohti nollaa, sekä neljän tuotteen kohdalla myös nollan alle. Hinnat olivat laskeneet seuraavilla tuotteilla: Kevyt Balkan, Herra Snellmanin maksamakkara, Ohuen ohut kinkku sekä HK:n Kevyt Balkan. Kevyt Balkanin kohdalla suurin hinnanlasku oli tapahtunut vuosien 2003 ja 2004 välillä, muutosprosentti oli tuolloin ollut -4,8. Herra Snellmanin maksamakkaran hinta oli laskenut myös samojen vuosien välillä. Maksamakkaran muutosprosentti oli -6,0. Ohuen ohut kinkku-tuotteen kohdalla hinnan alenemisajankohtaa ei tarkalleen pysty määrittelemään, sillä kyseistä tuotetta oli ostettu harvoin.

Yhdeksän nollan prosentin tulosta löytyi tästä ryhmästä. Tosin näitä tuotteita, joiden muutosprosentti osoittautui nolllaksi, ei ollut ostettu kuin korkeintaan kolmena vuotena seitsemästä.

6.9 Lihat

Seuraavassa taulukossa ovat eri lihojen kilohinnat niiden ostovuosina. Lihojen osalta vertailtavia tuotteita ei ollut kovain montaa, sillä toistuvasti oli ostettu aina sitä samaa ja tuttua lihaa. Tämä aina osaltaan helpotti työni määrää, mutta tietenkin myös näin kavensi kokonaiskuva. Toivottiin, että tähän ryhmään olisi saanut koottua enemmän eri lihoja, mutta myös näistä saamme suuntaa antavan tuloksen.

TAULUKKO 11, LIHAT

Lihat €/kg	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%			
Porsaan kyljys	7,22	7,49	6,9	x	6,99	6,95	7,9	0	9,4		
Porsaan suikaleet		5,87	0	0	0	0	0	0	0,0		
Porsaan ulkofilepihvi	10,1	10,9	0	9,9	9,95	10,9	x	11,5	14,2		
Porsaan lihasuikale		5,53	4,29	4,69	4,99	x	x	5,5	5,9	6,7	
Herkkulenkki		6,21	x	x	0	0	0	0	0,0		
Ohut lenkki		4,5	4,89	4,95	0	0	0	0	10,0		
Ohut lenkki		6,3	x	x	6,5	x	6,99	7,69	x	8,35	32,5
Savupoikalenkki		5,53	x	x	0	0	0	0	0	0,0	
Naudan sisäpaisti- pihvi		10,9	0	0	0	0	0	0	0	0,0	
Porsassuikale		5,29	x	5,7	5,49	0	0	0	0	3,8	
Possun ulkofilepihvi		0	0	7,95	0	0	0	0	0	0,0	
Naudan palapaisti		0	0	0	0	0	10,9	0	0	0,0	

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Tämän ryhmän tulokset myös vahvistavat tietoa siitä, etteivät lihan hinnat ovat kovin radikaalisti muuttuneet suuntaan tai toiseen tutkimusajankohtana. Valtaosa tuotteiden hinnoista oli noussut vain alle kymmenen prosenttia. Poikkeuksena tästä on toisen Ohut lenkin hinta, joka oli noussut 32,5 prosenttia. Euro-määräisesti tämä hinnanmuutos oli 2,05 euroa. Ohut lenkin hinta oli noussut eniten tarkalleen vuosien 2005 ja 2006 välillä. Tuolloin tuotteen hinta oli noussut 18,3 prosenttia. Sekä toinen poikkeus alle kymmenen prosentin noususta oli Porsaan ulkofilepihvi, jonka hinta oli noussut 14,2 prosenttia. Tämänkin tuotteen kohdalla hinta oli noussut eniten tarkalleen vuosien 2005 ja 2006 välillä.

Puolet tämän ryhmän tuotteista sai muutosprosenttikseen myös nollan, mutta näitä tuotteita oli ostettu samaan tapaan kuin aikaisempiakin tuotteita, joiden kohdalla muutosprosentti oli nolla. Eli vain korkeintaan muutaman vuotena kaikkiaan seitsemästä tutkimusvuodesta.

Pienin hinnannousu oli Porsassuikaleella, 3,8 prosenttia. Tämä hinnanmuutos oli tapahtunut vuosien 2003 ja 2004 välillä. Porsaan lihasuikaleiden nousuprosentti oli toiseksi pienin, 6,7 prosenttia. Tämän tuotteen kohdalla oli tapahtunut myös suurin vuosikohtainen hinnanlasku, sillä vuosien 2002 ja 2003 välillä Porsaan lihasuikaleiden hinta oli laskenut jopa 22,4 prosenttia.

Yhtäkään hinnan laskua ei ole tapahtunut tutkimusaineistosta saatujen tietojen perusteella, joten vaikka täysin radikaalia muutosta ei ollutkaan tapahtunut, on lihan hinta selvästi kuitenkin tasaisessa nousussa.

Vaalisto H. (2007. Lihan hinta uhkaa nousta.) kirjoitti Taloussanomissa lihan hinnan olevan nousussa ja että lihan hinnan korotukset tulisivat tuolloin voimaan seuraavan vuoden, eli vuoden 2008, alussa. Kirjoituksessa kerrottiin, että kaupat olivat tuolloin taipumassa lihatilojen vaatimuksiin hurjista hinnankorotuksista. Tuotannon sekä valmistuksen kustannukset olivat nousseet, sekä maailmanmarkkinoilla esiintyi paljon epävarmuustekijöitä. Samassa kirjoituksessa kerrottiin, että normaalisti lihateollisuus ja kauppaketjut neuvottelevat sopimuksesta kolme kertaa vuodessa.

Valitettavasti tämän tutkimuksen aikana raakalihaa ostettiin vuonna 2008 vähän, joten tämän hintapiikin jäljet eivät näkyneet tuloksissa. Tämän tiedon nojalla voidaan kuitenkin arvioida miten lihan hintojen olisi tullut tuona kyseisenä vuonna käymään. Sekä voidaan odottaa, että lihan hinta on mahdollista nousta jopa 3 kertaa vuodessa, mikäli kustannustekijät sitä vaativat.

6.10 Kalat

Seuraavasta taulukosta löytyvät tutkimusaikana toistuvasti ostetut kalat sekä niiden kilohinnat ostovuosina. Ryhmän kaloja oli ostettu useammin kuin tutkimuksessa mukana olleita lihoja, sillä muutosprosentteiksikin tuli vähemmän nolprosentteja kuin edellä olevissa lihoissa.

TAULUKKO 12, KALAT

Kala €/kg	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	%	
Siikafile	16,65	16,9	17,9	0	0	0	17,95	17,5	5,1
Haukifile	10,09		9,95	x	x	0	11,95	12,8	26,9
Kuhafile tuore nahaton	0		0	20,9	x	19,9	0	20,9	0,0
Siikafile nahaton	0		0	18,9	x	19,9	18,95	20,9	10,6
Ahvenfile	0		0	21	19,9	x	0	0	-5,2
Kuhafile	0		0	0	0	0	23,9	0	0,0
Kevyt sillifile	0		17,5	0	18,9	0	18,9	0	8,0
Tuore kirjolohifile	0		0	0	0	0	8,9	0	0,0
Siikafilee	0		0	0	0	0	23,9	23,9	0,0

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Kuten edellä jo mainittiin, ovat kalojen tulokset kattavampia kuin aikaisemmin esitettyjen lihojen tulokset. Useita kaloja ostettiin vuodesta toiseen. Hintojen nousuprosenttien voidaan sanoa osaltaan olevan samanlaisia kuin lihojenkin. Yksi suuri nousuprosentti ja muut ovat hieman matalampien nousuprosenttien omaavia tuotteita. Myös suurin osa nousuprosenteista jäivät alle kymmenen prosentin. Tässä ryhmässä on kuitenkin mukana myös yksi tuote, jonka hinta oli laskenut. Ahvenfileen hinta oli laskenut 5,2 prosenttia. Ahvenfileen hinta oli laskenut vuosien 2004 ja 2005 välillä noin viisi 5 prosenttia. Suurin nousuprosentti oli Haukifileellä 26,9 prosenttia. Tämän tuotteen hinta näyttää tulosten perusteella nousseen vuosien 2007 ja 2008 välillä.

Nollatuloksia oli havaittavissa samaan tapaan kuin lihoissakin. Harvoin ostetut tuotteet saivat nollaprosentin, koska ei ollut tarpeeksi vertailumateriaalia. Poikkeuksena mainitsen kuitenkin Kuhafileen, jota oli ostettu yli puolet tutkimusajasta, ja silti muutosprosentti oli nolla. Vuosien välissä tapahtuneen muutoksen voi katsoa liitteestä 1.

6.11 Säilykekalat

Alla oleva taulukko esittää tutkimusaikana ostettujen säilykekalojen hinnat niiden ostovuosina. Taulukko ei sisällä montaa tuotetta, mutta näitä tuotteita löytyi tutkimusaineistosta kuitenkin niin paljon, että ne haluttiin lisätä tutkimukseen. Osalla tuotteista nimensä perässä on ilmoitettu pakkauksen koko grammoissa.

TAULUKKO 13, SÄILYKEKALAT

Säilykekalat	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008		%
Saeby Makrillifile 125	0,93	x	0,98	1,04	0	1,1	1,15	1,19	28,0
Rainbow Janssonfilee 80	1,31	x	x	1,4	1,45	x		1,49	13,7
Juustomakrillifile	0	0	1,8	2	x	0		0	11,1
Rainbow sipulisilli	0	1,55	0	0	0	0	0	0	0,0

0 = tuotetta ei ole kyseisenä aikana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Tästä taulukosta saatavat tulokset tukevat myös kalan hinnannousua. Hinnat ovat selvästi nousseet koko tutkimusajan. Suurin nousu tässä ryhmässä oli Saebyn makrillifileen hinnalla. Kyseisen tuotteen hinta oli noussut 0,93 eurosta 1,19 euroon eli tasan 28 prosenttia. Eniten hinta oli tämän tuotteen kohdalla noussut vuosien 2007 ja 2008 välillä. Aikaisemmin kyseisen tuotteen hinnat olivat vuosien välillä nousseet 5,4 ja 6,1 prosenttia.

Rainbown Janssonfileen hinta oli eniten noussut vuosien 2005 ja 2006 välillä. Muutosprosentti oli tuolloin 6,9. Muiden tuotteiden kohdalla hinta oli myöskin vain noussut. Ainoa nollaprosentti on taulukossa viimeisenä olevalla tuotteen hinnalla. Rainbown sipulisillillä, mutta sitä olikin vain ostettu runsaasti vuonna 2003. Tämä puoltaa myös kalojen hintojen kohdalla sitä, ettei hinta nouse useammin kuin kerta vuoteen.

6.12 Kahvi

Seuraavassa taulukossa näkyvät kaikki tutkimusaikana ostetut kahvit, sekä osa tutkimusaikana ostetusta teestä ja kaakaosta. Teen ja kaakaon osalta ei toistuvia ostoja ollut niin paljoa, että kaikki tutkimusaineistossa esiintyvät tee sekä kaakaotuotteet olisi kannattanut ottaa mukaan hintaselvitykseen. Tee-tuotteiden nimikkeiden perässä oleva luku kertoo kuinka monta pussia pakkaus sisältää. Taulukossa esiintyvät kahvilaadut ovat suodatinjauhatusta.

TAULUKKO 14, KAHVIT, TEET

Kahvi, tee		2003	2004	2005	2006	2007	2008	%	
Brazil sj	2,19	x	2,25	0	0	2,89	2,99	3,09	41,1
Presidentti sj	0	2,85	2,95	0	3,35	2,99	0	0	4,9
Juhla Mokka sj	2,34	2,35	2,19	2,45	2,49	2,59	x	2,79	19,2
Kulta Katriina sj	2,17	1,95	2	2,19	2,35	2,29	2,09	2,45	12,9
Gold	0	0	2,7	2,6	0	0	0	0	-3,7
Cafe Hieno Pikakahvi	2,94	x	0	x	2,95	0	0	0	0,3
Nescafe Kulta	4,02	x	0	0	0	0	0	0	0,0
Cafe Arome sj	0	1,95	2,01	x	0	0	0	0	3,1
Saludo sj	0	0	2	2,35	2,19	2,29	2,35	2,45	22,5
Kaakaojuomajauhe	0	0	0	2,05	x	x	x	x	0,0
Vihreä tee sitruuna 10	0,76	x	x	x	0	0	0	0	0,0
Vihreä tee mandariini 10	0,76	x	x	x	0	0	0	0	0,0
Vihreä tee 20	0	0	0,89	0,8	x	x	x	x	-10,1

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Taulukko kertoo, että kahvin hinta on hyvin vaihtelevaa. Vaikka se jonakin vuonna olisikin noussut, on sen hinta voinut taas seuraavana vuonna laskea. Ettei voi sanoa, onko kahvin hinta nousussa vai laskussa, voi sanoa vain, että se on sekä että.

Suurin hintaero voidaan kuitenkin kertoa olevan Brazil kahvilla, se on jopa huikeat 41,1 prosenttia. Hinta oli eniten vaihtunut vuosien 2007 ja 2008 välillä. Tämä on koko tutkimuksen tulokset huomioiden toiseksi suurin hinnannousu tutkimusajankohtana.

Seuraavaksi suurin hinnanmuutos oli tässä ryhmässä tapahtunut Saludo kahvilla, jonka hinnannousu oli 22,5 prosenttia. Ainoa hinnanlasku kahvien kohdalla oli tapahtunut Gold kahvin hinnalle, joka oli alentunut 3,7 prosenttia. Ryhmässä tavattiin myös toinen alentunut hinta, joka oli Vihreällä teellä -10,1 prosenttia. Myös muutama nollaprosentti muutoksista löytyi, mutta tässä poikkeuksena saakin huomata, että nollaprosentit eivät täysin johdu harvoista ostoskerroista, sillä nollaprosentit omaavia tuotteita on kuitenkin ostettu monena vuotena tutkimusaikana.

Kulta Katriina kahvin hintamuutokset hahmottavat eniten kahvin hinnoittelua. Vuosien 2004 ja 2005 sekä vuosien 2007 – 2008 välillä hinta oli noussut yli 17 prosenttia, kun taas vuosien 2002 ja 2003 sekä vuosien 2006 ja 2007, sen hinta oli laskenut noin 10 prosenttia. Joten kahvien hinnat todellakin ovat muuttuvaisia.

6.13 Makeiset

TAULUKKO 15, MAKEISET

Makeiset	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos %
Leijona terva sokton aski	0,76	0,82	0	0,85	x	0,89	x	17,1
Panda täytelakritsi	1,2	x	0	0	0	0	0	0,0
Iso sisu sokton aski	0	0	0	0	1,08	x	x	0,0
Lakritsipussi	0	0	0	1,25	x	x	0	0,0

0 = tuotetta ei ole kyseisenä ajankohtana ostettu ollenkaan, ei hintatietoa

X = tuotteen hinta ei ole muuttunut

Makeisia oli ostettu harvoin ja satunnaisesti, että niistä oli vaikea tehdä tämän laajempaa selvitystä. Makeisia on tarjolla niin montaa laatua ja merkkiä, sekä erikokoisia pakkauksia, ettei voinut olla varma onko sama tuote aina kyseessä. Ja monesti oli myös ostettu aina eri makeinen, ettei hintaselvitystä näin ollen voinut edes toteuttaa. Makeisia oli myös kuiteissa olevien tuotenimikkeiden perusteella hyvin vaikea yksilöidä. Tästä johtuen tässä ryhmässä on vain muutama tuote.

Takana olevassa liitteessä löytyy makeisten kohdalla hintaselvitystä vuosien välillä, vaikka tuotteita otettiin mukaan tutkimukseen niin vähän sekä vaihtelu oli samoin hyvin vähäistä, mutta parin vuoden kohdalta muutosprosentin onnistui katsomaan, joten tauluko säilytettiin liitteessä. Taulukon avulla selviää että myös makeisten kohdalla hinnat ovat vuosien varrella nousseet.

7 YHTEENVETO

Kaiken kaikkiaan tämän tutkimuksen tulokset antavat sellaisen kuvan, että elintarvikkeiden hinnat ovat nousussa koko ajan. Tämän tutkimuksen perusteella vain 17 tuotteelle 157 tuotteesta on tapahtunut hinnan alenemista. Mukana tutkimuksessa oli myös tuotteita, joiden hinta ei ollut noussut käytettävissä olevien tietojen mukaan ollenkaan. Näitä tuotteita tutkimuksessa ilmeni yhteensä 45. Tästä siis voi laskea, että 95 tuotteen hinta 157 tuotteesta on noussut. Tämä on siis selvästi yli puolet. Mutta mihin tämä nousu sitten lakkaa, sitä ei kerrokaan.

Tämän tutkimuksen yhteydessä suoritetuissa vertailuissa täytyy ottaa huomioon, ettei tarkkaa vertailua voinut kuitenkaan suorittaa, sillä ajankohdat eivät välttämättä ole samanlaisia ja samalta ajanjaksolta katsottuja tietoja. Esimerkiksi Karttusen Virpin opinnäytetyössä, on voitu joitakin tuotetta ostaa täysin eri ajanjaksona kuin tässä tutkimuksessa. Siinä toteutuneissa tuloksissa ajankohta on voinut olla vaikka vain kolmelta vuodelta ja tässä tutkimuksessa taas vaikkapa kaikilta seitsemältä vuodelta.

Hinnannousu ei kuitenkaan ollut kovin radikaalia. Korkein nousuprosentti tuotteen ensimmäisen ja viimeisen ostokerran välillä oli kuitenkin vain 41,2 prosenttia. Kaksi muuta tuotetta osoittivat samansuuruista nousua, mutta muiden tuotteiden hinnannousun kohdalla muutos oli huomattavasti pienempää. Joten kohdistettuna nämä hinnannousut seitsemän vuoden ajanjaksolle, ei sitä voi pitää järkyttävänä. Huomion arvoista se on kyllä, mutta ei hälyttävää. Osa tuotteista piti samaisen hintansa loppuun asti, sekä suuri osa tuloksista osoitti vain 10 prosentin tai sen alemmaa hinnannousua. Kahvin hinta oli hyvin vaihtelevaista, eikä sen tuoteryhmän tuotteista voinut osoittaa hinnan selvää nousua tai laskua. Kahvi on myös sellainen tuote, jota usein ostetaan tarjoushintojen perusteella. Mutta sitä, oliko tutkimusaineistossa esiintyneet hinnat tarjouksia vai tavallisia hintoja, ei pystytty varmistamaan. Osa kahvin hinnanvaihtelusta saattaa siis myös johtua tarjouksista.

Yli-Kovero K. (2008. Ruuan hinnan nousupaineet hellittävät vasta ensi vuoden syksyllä.) kirjoitti Helsingin Sanomissa, että elintarvikkeiden hinnat olivat Suomessa nousseet eniten koko EU:n alueella. Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos (PTT) arvio tuolloin, että hinnat nousevat vuoden 2008 aikana yhteensä seitsemän prosenttia. PTT korjasi kuitenkin arvionsa myöhemmin 3,5 prosenttiin. Juurikin PTT kertoi myös hinnannousun rauhoittuvan seuraavana vuonna. Tämän mahdollistaisi tuolloin vasta tuleva arvonlisäveron aleneminen. PTT arvio, että siitä johtuen ruuan hinta laskee lokakuussa 2009.

Helsingin Sanomat julkaisivat samassa kirjoituksessa tiedon, että tammikuussa vuonna 2008 ruuan hinta kallistui keskimäärin viisi prosenttia joulukuusta. Eniten hinnat olivat kuitenkin nousseet maitotuotteilla, juustoilla, munilla, hedelmillä, öljyillä sekä rasvoilla. Näillä ryhmillä hinnannousu oli ollut 10 prosenttia. Viljatuotteiden kerrottiin kallistuneen seitsemän, ja kala ja liha noin kuusi prosenttia. Vuonna 2007 ohran hinta oli noussut Suomessa 40 prosenttia, rukiin ja kauran hinnat kolmanneksen. Vilja on ruokaketjun alku, siksi se valitettavasti nostaa näin samalla myös muiden tuotteiden hintaa.

8 ONGELMAT

Ongelmia ilmeni työn aikana monenlaisia, niin kuin jokaisen tutkimustyön kohdalla voidaan olettaakin. Eniten ongelmia tuotti tutkimusaineisto, ja samojen tuotteiden etsiminen. Aluksi oli vaikea tutkimusaineiston suuruuden takia hahmottaa, mistä tarkalleen kannattaisi lähteä liikkeelle. Tuotteet kuitenkin löytyivät, kun aineisto tarkastettiin tarpeeksi moneen kertaan. Työ oli pitkäjänteistä sekä kaiken huomion vaativaa.

Tutkimusaineistoon liittyvillä ongelmilla tarkoitetaan kuitenkin enemmän sitä, kuinka tuotteiden nimikkeet aiheuttivat ongelmia. Nimikkeet kuiteissa olivat yleistettyjä ja päivittäistavarakaupan valikoima on kuitenkin niin laaja, ettei tuotteita voinut yksilöidä. Pakkauksien kokoja ei ollut mukana aineistossa ja tämäkin osaltaan aiheutti aluksi ongelmia tuotteiden valikoinnissa. Sillä nimike saattoi olla sama, mutta sitten hinta kertoi kuitenkin sen, ettei kyseessä voinut olla sama tuote.

Hintaselvitykset olisivat olleet kattavampia, mikäli tutkimuksessa esiintyneitä tuotteita olisi ostettu säännöllisesti joka tutkimusvuosi. Tutkimus antaa kuitenkin hyvää suuntaa elintarvikkeiden hintojen kehitykselle, vaikka ostojen kohteet vaihtelivat sen verran, että vain muutamia tuotteita pystyi seuraamaan koko seitsemän vuoden ajalta.

Hedelmät sekä kasvikset muodostuivat myös omaksi ongelmakseen, sillä niitä en saanut hintaselvitykseen valitettavasti mukaan ollenkaan. Niiden poisjättäminen hintaselvityksestä johtui siitä, että niiden kilohintoja ei ollut tutkimusaineistossa. Ainoastaan vuoden 2008 ostokuiteissa näkyivät hedelmien sekä kasvien kilohinnat. Ja vuoden 2008 ostokuitteja oli vain elokuuhun saakka, joten näin lyhyeksi ajaksi en halunnut kyseisiä tuotteita ottaa tutkimukseen mukaan.

Myös virvoitusjuomat olivat itsessään ongelma, sillä niitäkään ei hintaselvityksessäni esiinny. Ostot olivat niin satunnaisia, ettei niiden mukaan ottaminen ollut mahdollista. Sekä joka ostokerta oli ostettu jokin eri juoma kuin mitä oli aikaisemmin ostettu.

Puhdistusaineet sekä –tarvikkeet jäivät myös hintaselvityksen ulkopuolelle, sillä ne esiintyivät tutkimusaineistossa aina yleisnimillä. Muutamia tämän ryhmän tuotteita oli ostokuiteissa yksilöity enemmän, mutta ne olivat eri merkkiä, joten tutkimusta ei näiltä osin voinut toteuttaa.

9 VERTAILUA

Jotta olisi kunnolla saatu vertailtua tämän tutkimuksen tuloksia, sekä Karttunen V. (2003) opinnäytetyön saamiin tuloksiin oli laskettava hänen tuloksista muutosprosentti, sillä hän oli toteuttanut tutkimuksen eri tavalla. Hänen tuloksistaan katsottiin muutosprosentin sen vuoden hinnasta kun tuotetta on ensimmäisen kerran ostettu ja verrattiin sitä puolestaan sen vuoden hintaan kun tuotetta on ostettu viimeisen kerran. Aikaisemman tutkimuksen tutkimusajankohta oli siis vuodesta 1995 vuoteen 2001. Tämän aikaisemmin tuotetun hintaselvityksen aihe keskittyi lähinnä siihen, kuinka valuutan muuttuminen euroksi vaikutti elintarvikkeiden hintoihin.

Taulukoissa ilmoitettu vuosiväli ei välttämättä jokaisen tuotteen kohdalla ole todellinen vuosiväli, joilta muutosprosentti on laskettu. Vuosiluvut toimivat otsikoina, sekä selkeyttävät osaltaan sitä, kumman tulos on kyseessä.

9.1 Maitotuotteet

Maitojen kohdalla pystyttiin suorittamaan vertailu vain kolmen tuotteen kohdalla. Muita samoja tuotteita ei vertailussa tämän ryhmän kohdalle sattunut. Ainoa suora vertailu voitiin toteuttaa näiden taulukossa olevien tuotteiden kohdalla:

TAULUKKO 16, MAITOTUOTTEET

Maitotuotteet	Muutos 2002-2008	Muutos 1995-2001
Kevyt maito Ingman 1l	26,7	10,5
Rasvaton maito Ingman 1l	26,7	23,5
Gefilus piimä rasvaton Valio 1l	30,8	47,6
Kevyt viili 250g	2,9	21,2
Apetit vaniljakasvirasvajäätelö 1l	4,2	12,24
Maitorahka 250g	11,3	26,6
Kuohukerma 2 dl, Ingman	17,3	0

Tämän tutkimukset tulokset osoittivat maitotuotteiden muutoksen prosenttien 12,2 ja 30,8 välille. Karttunen V. (2003) opinnäytetyön tulokset osoittivat hieman korkeampaa muutosta. Aikaisemmassa hintaselvityksessä muutosta tapahtui

tämän ryhmän kohdalla 10,5 sekä 47,6 prosentin välille. Vuosina 1995 – 2001 saaduissa tuloksissa suurin muutos oli tapahtunut Gefilus piimän hinnan kohdalla. Mutta tulokset osoittavat samanlaista hinnannousua kuin tämänkin tutkimuksen kohdalla. Mutta tuotekohtaiset hinnannousuerot ovat huimat. Vuosien 1995 – 2001 aikana Kevyt viilin, Apetit jäätelö, sekä Maitorahkan kohdalla nousu oli yli puolet enemmän kuin mitä vuosien 2002 – 2008 aikana.

Karttunen V. (2003) opinnäytetyön ja tämän tutkimuksen juustotuotteet olivat täysin eri valmistajien sekä eri merkkejä, joten suoraa vertailua ei tuotteiden kohdalla pystynyt tekemään. Juustojen muutokset tämän tutkimuksen tuloksissa kertoivat hintojen muuttuneen -0,5 ja 31,3 prosentin välillä. Karttunen V. (2003) opinnäytetyön tulokset osoittivat huomattavasti alhaisempaa muutosta. Siinä opinnäytetyössä muutosta juustojen hintojen kohdalla oli tapahtunut vain prosenttien -2,5 ja 10 välillä. Juustojen hinnannousu on ollut paljon suurempaa vuosien 2002 ja 2008 aikana.

9.2 Lihatuotteet

Tämän tutkimusten tulosten mukaan leikkeleiden eli lihavalmisteen muutosprosentti oli -7,4 sekä 24,4 välillä. Karttunen V. (2003) opinnäytetyön tulosten mukaan taas vain -8,3 ja 23,2 prosentin välillä. Vuosien 1995 – 2001 saatujen tuloksien perusteella tämän tuoteryhmän hinnat laskivat huomattavasti enemmän kuin tuoreemman tutkimusjakson aikana. Vaikka prosentit vaikuttavat olevan samaa luokkaa, oli aikaisemmin saaduissa tuloksissa huomattavasti pienempää hinnannousua sekä enemmän tuotteita, joiden hinta oli laskenut. 1995 – 2001 saaduissa tuloksissa suurin hinnannousu oli Popsin lauantai makkaralla. Toiseksi suurin nousu oli tuolloin ollut myös Popsin tuotteella, Popsi 10 nakeilla.

Varsinaiset lihatuotteet nousivat tutkimusvuosien 2002 – 2008 aikana 3,8 ja 32,5 prosentin välillä. Tämä tutkimuksen tuloksissa nollaprosentteja ilmeni monta tuotteiden harvojen ostojen takia. Karttunen V. (2003) opinnäytetyön tutkimusaikana ostot olivat tapahtuneet useammin ja tulokset olivat kattavampia. Silloin muutosta oli lihojen kilohinnoissa tapahtunut prosenttien 0,9 ja 26,5 välillä. Suurin hinnannousu oli tuolloin Porsaan kyljyksellä. Toiseksi suurin nousu oli

tapahtunut Ohutlenkillä, mikä tämän tuoreemman tutkimuksen tuloksissa osoit-
tautui tuotteeksi, jolla oli suurin hinnannousu tästä ryhmästä.

9.3 Kalat

Kalojen hinnat tutkimusaikana 2002 – 2008 osoittivat muutosta -5,2 ja 26,9 pro-
sentin välillä. Vuosien 1995 – 2001 tulokset osoittivat muutosta -0,8 ja 17,5 pro-
sentin välillä. Yksi poikkeus Karttunen V. (2003) opinnäytetyön tuloksissa oli
Frionar Seiti, jonka muutosprosentti oli huikeat +67,4 prosenttia. Huomion kiin-
nitti näissä aikaisemmin saaduissa tuloksissa myös Rainbown Janssonfilee,
jonka hinnan nousuprosentti oli tuolloin 13,1 ja nyt saaduissa tuloksissa melkein
sama; 13,7.

Tuotteet erosivat siinä mielessä, että tässä tutkimuksessa kalatuotteet olivat
melkeinpä kaikki raaka-kalaa ja Karttunen V. (2003) opinnäytetyössä olevista
tuotteista löytyi paljon erilaisia valmisteita. Mutta prosenttimäärät osoittivat tässä
ryhmässä poikkeusta lukuun ottamatta samanlaisia tuloksia.

9.4 Leivät, pullat

Leipätuotteiden kohdalla tässä tutkimuksesta sekä aikaisemmin toteutetusta
hintaselvityksestä, tuotteista löytyi paljon samoja, joten seuraavassa taulukossa
on vertailua näiden samojen tuotteiden muutosprosentteissa.

TAULUKKO 17, Leipä ja viljatuotteet

Leipä ja viljatuotteet	Muutos 2002- 2008	Muutos 1995- 2001
Maalaisruislimppu	0	26,7
Ruisvarras, Perheleipurit,	38,2	15,4
Ruisleipä, Perheleipurit	38,2	21,6
Arinarievä	33,3	12,7
Ruislimppu pyöreä	19	9,2
Vaasan Ruispalat	20,2	8,4
Pouta Vahnäjauho	0	-20,4
Kaurahiutale Myllyn Paras	16,5	0
Myllynparas makaroni 400g	20,7	-20

Tässä tuoteryhmässä muutosprosentit olivat hyvin erilaisia. Esimerkiksi Myllyn Paras makaroni, on tutkimusaikana 1995 – 2001 laskenut sen verran, mitä tutkimusvuosien 2002 – 2008 aikana se on noussut. Leivät ovat tuoreemman tutkimusajan aikana nousseet yli puolet siitä mitä ovat nousseet Karttunen V. (2003) opinnäytetyön tutkimusajankohtana. Nyt leivän hinta on siis herkemmin nousussa kuin esimerkiksi kymmenen vuotta sitten. Kaiken kaikkiaan nyt tuoreempaan tutkimusajankohtana leipien hinnat muuttuivat -7,4 ja 38,2 prosentin välillä ja vuosina 1995 – 2001 lähinnä – 20,4 prosentin ja + 26,7 prosentin välillä.

10 PÄÄTÄNTÄ

Kuinka kauan hinnat nousevat, ja kuka määrää mikä on kohtuutonta? Mielenkiinnolla jäädään odottamaan jos vain joku myöhemmin saa tehtäväkseen samanlaisen hintavertailun, ja mitä tulokset silloin kertovat. Nythän päättäjät tänä vuonna yhteistuumin päättivät laskea elintarvikkeiden arvonlisäveron 17 prosentista 12 prosenttiin. Tämä tapahtui 1.10.2009, joten tähän hintaselvitykseen tämä tapahtuma ei valitettavasti kerinnyt enää mukaan. Edellisen kerran elintarvikkeiden arvonlisäveroa alennettiin vuonna 1995. Tällöin lasku tapahtui 22 prosentista 17 prosenttiin. Uusimmasta alenemisesta johtuen, olisi toivottavaa, että joku tällaisen tutkimuksen saa vielä tehtäväkseen, ja kertoo kuluttajille, onko arvonlisäveron lasku todella näkynyt elintarvikkeiden hinnoissa. Alkuun kyllä, mutta kuinka kauan kunnes hinnat taas alkavat nousta. Tämä tutkimus kertoo sen, että elintarvike tuotteiden hinnat nousevat lähes joka vuosi.

Tutkimus oli mielenkiintoista toteuttaa, sillä aineisto ei ollut ihan tavanomaista, kuten esimerkiksi kyselylomakkeita ja niiden purkamista. Haastavaa oli kyllä, ja työn toteutus vaati paljon pitkäjänteisyyttä. Tarkkaavaisuus hintojen suhteen varmasti muuttuu ja kauppareissulla aletaan kiinnittää hieman enemmän huomiota ostettaviin tuotteisiin.

Kuluttajavirasto onneksi toteuttaa tämänkaltaisia tutkimuksia vuosittain, sillä ne ovat tärkeitä toteuttaa kuluttajien hyväksi, sillä elintarvikkeita ostamme päivittäin. Suomalaiset kuluttavatkin vuonna 2006 jopa 4 168,00 euroa elintarvikkeisiin, sekä vuonna 2007, 4 389,00 euroa. Kun taas esimerkiksi vuodessa asumiin suomalainen kuluttaa reilut 8 000 euroa. (Elintarviketeollisuusliitto. Kotitalouksien kulutusmenot 2006 ja 2007.)

Suomessa hinnannousut tulevat niin sanotusti piikkeinä, koska elintarviketeollisuus käy hintaneuvottelut kaupan kanssa kolme kertaa vuodessa. Tutkimuksen myötä niihin voi nyt ainakin valmistautua, mutta sitä ei voi ajatella vain kriittisin mielin, vaikka kaikki toivoisimme että hinnat laskisivat ja pysyisivät alhaisina. Monet tekijät elintarviketeollisuudessa sekä kotimaassa että maailmalla vaativat ajoittaisia hinnantarkastuksia, jotta talous voisi hyvin joka puolella.

LÄHTEET

Elintarviketeollisuusliitto. Kotitalouksien kulutusmenot 2006 ja 2007. Luettu 17.11.2009.

http://www.etl.fi/www/fi/liitetiedostot/tilastot/muut_tilastot/kotital_kulutusmenot.pdf

Karttunen, V. 2003. Hintakehitysselvitys, EU-jäsenyyden vaikutus elintarvikkeiden hintoihin. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Luettu 30.9.2009.

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Itäsuomi, 2003. Luettu 11.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/1383c6c5-2eb3-4ec9-b3b9-c3968805bc76/0312+It%c3%a4-Suomi.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Rovaniemi 2005. Luettu 11.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/c57f77ad-927b-47f0-a755-9336ab89d432/0504+Rovaniemi.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Naantali ja Maarianhamina 2005. Luettu 11.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/98b01e0c-0bbf-4b3d-b996-da2fc6bdcfb1/0512+Naantali+ja+Maarianhamina+.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Tampere, 2006. Luettu 12.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/ad26a6c2-98de-44eb-a9a3-56bfa8de6503/0610+Tampere.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Ii ja Liminka 2006. Luettu 12.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/63656a6d-5e6a-4b51-beaa-4a826ff15311/0611+Ii+ja+Liminka.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Hyvinkää 2007. Luettu 12.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/98a400cc-5942-4a55-8121-a26691cc023e/0708+Hyvink%c3%a4%c3%a4.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Länsi-Suomi 2007. Luettu 12.11.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/dd255bfa-7da4-47a7-b7e4-a0b4b80f37df/0711+L%c3%a4nsi-Suomi.pdf>

Kuluttajavirasto, Hintavertailut, Ruokakorivertailut. Ruokakori, Hämeenlinna 2008. Luettu 12.11.2009.

http://www.kuluttajavirasto.fi/File/3ab05afe-044b-41c8-a536-787ca0f755d4/080919_ruokakori_hameenlinna.pdf

Kuluttajavirasto. Tiedotteet. 22.11.2007. Elintarvikkeiden hintavertailu Länsi-Suomessa. Ruokakorin hinta vaihteli neljä prosenttia Salon-Halikon alueella. Luettu 5.10.2009.

http://www.kuluttajavirasto.fi/File/dd255bfa-7da4-47a7-b7e4-a0b4b80f37df/211107_ruokakori_lansisuomi.pdf

Kuluttajavirasto. Tiedotteet. 18.12.2007. Ruokakorivertailu Ahvenanmaalla. Suurmyymälät halvimpia. Luettu 5.10.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/fea4b886-bf73-444f-927f-6bc787f11ac4.aspx?groupId=ca12b07e-d2cc-40df-b4d4-9318c32ade57&announcementId=657439e7-46e0-45b3-aa5f-140176b3fc42>

Kuluttajavirasto. Tiedotteet. 27.5.2008. Prismassa ja Lidlissä edullisin ruokakori Hämeenlinnassa. Luettu 5.10.2009.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/348c20b1-30f9-4a8d-96dd-5fa4b8f9ad34.aspx?announcementId=23f1a3cc-d403-4cda-9bcb-e9f315aa7c7c&groupId=2809227d-50ac-4c71-8fef-7f4b502891b4>

Niemi M. 2008. Maidon hinta nousee. Taloussanomat. Maidon hintaan luvassa jo toinen korotus tänä vuonna. Pula raakamaidosta nostaa tuottajahintoja ja kustannukset siirtyvät vapusta lähtien kuluttajille. Tulostettu 20.9.2009.

<http://m.taloussanomat.fi/?page=showSingleNews&newsID=200812075>

S-ryhmä. Asiakasomistajaedut. Maksutapaetu. Tulostettu 25.10.2009.

http://www.s-kana-va.fi/valtakunnallinen/asiakasomistajuus_artikkeli?nodeid=Asom_Asiakasomistajanedut_0000&aid=Asom_Asiakasomistajanedut_0000&exp=true

S-ryhmä. Asiakasomistajaedut. Luettu 26.10.2009.

http://www.s-kanava.fi/valtakunnallinen/sryhma_artikkeli?fid=s_ska_basicarticle2_05396.xml

S-ryhmä. Bonus. Bonuksen kertyminen. Tulostettu 25.9.2009.

http://www.s-kana-va.fi/valtakunnallinen/asiakasomistajuus_artikkeli?nodeid=Asom_Bonus_0000__s_ska_basicarticle2_02847.xml&aid=Asom_Bonus_0000__s_ska_basicarticle2_02847.xml&exp=true

S-ryhmä. Mikä on S-ryhmä. Historia. Tulostettu 25.11.2009.

http://www.s-kana-va.fi/valtakunnallinen/sryhma_artikkeli?nodeid=Sryh_Sryhmanesittely_0000&aid=Sryh_Sryhmanesittely_0000&exp=true

S-ryhmä. Mistä saa bonusta ja etuja. S-ryhmän bonustoimipaikat. Tulostettu 25.11.2009.

http://www.s-kana-va.fi/valtakunnallinen/asiakasomistajuus_artikkeli?nodeid=Asom_mista_bonust

a_ja_etuja_0000__s_ska_basicarticle2_01322.xml&aid=Asom_mista_bonusta_j
a_etuja_0000__s_ska_basicarticle2_01322.xml&exp=true

S-ryhmä. Oma kauppa – asiakasomistajan kumppani. Tulostettu 25.11.2009.

[\[va.fi/valtakunnallinen/sryhma_artikkeli?nodeid=Sryh_Sryhmanesittely_0000__s_ska_basicarticle2_00854.xml&aid=Sryh_Sryhmanesittely_0000__s_ska_basicarticle2_00854.xml&exp=true\]\(http://www.valtakunnallinen/sryhma_artikkeli?nodeid=Sryh_Sryhmanesittely_0000__s_ska_basicarticle2_00854.xml&aid=Sryh_Sryhmanesittely_0000__s_ska_basicarticle2_00854.xml&exp=true\)](http://www.s-
kana-</p></div><div data-bbox=)

Vaalisto H. 2007. Lihan hinta uhkaa nousta. Taloussanomat. Tulostettu 9.9.2009.

<http://www.taloussanomat.fi/perusteollisuus/2007/11/28/lihan-hinta-uhkaanousta/200730205/12>

Yli-Kovero K. 2008. TT: Ruuan hinnan nousupaineet hellittävät vasta ensi vuoden syksyllä. Helsingin Sanomat. Tulostettu 8.9.2009.

<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/PTT+Ruuan+hinnan+nousupaineet+hellitt%C3%A4v%C3%A4t+vasta+ensi+vuoden+syksyll%C3%A4/1135235285702>

LIITE

Tuotteiden hintojen muutokset prosentein vuosien välissä LIITE 1: 1 (5)

Valmisruoka, riisi, makaroni	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Myllynparas makaroni 400g	16	0	0	0	0	20,7
Rainbow pitkäriisi	6,9	0				
Pitkäjyväinen riisi				0		
Knorr ranskalainen sipulikeitto	6,1	0	0	0		
Hernekeitto	0					
Pinaattihukaiset Atria	-3,3	-3,4	0	2,8	4	
Rainbow pinaattikeitto	-9,2	0				
Hartik. Pinaattihukainen	0	1,5				
Maksalaatikko 400g	1,6	0,8	0			
Lunden Hernekeitto						
Rainbow Hernekeitto	-3,5					
Luomu Hernekeitto, Jalostaja			0		4,2	0
Pinaattikeitto						
Maksalaatikko 400g			0	0	7,4	6,9
Pinaattihukainen				9,2	0	8,4
Veriohukaiset Atria					4	0
Veriohukaiset				0		
Ransk. sipulikeitto Rainbow					0	6,7
Veriohukaiset			0			
Broilerpyörökät						18,4

Lihat	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Porsaan kyljys	-7,9	0	1,3	-0,6	13,7	
Porsaan suikaleet						
Porsaan ulkofilepihvi			0,5	9,5	0	5,5
Porsaan lihasuikale	-22,4	9,3	0	0	10,2	7,3
Herkkulenkki	0	0				
Ohut lenkki	8,7	1,2				
Ohut lenkki	0	3,2	0	18,3	0	8,6
Savupoikalenkki	0	0				
Naudan sisäpaistipihvi						
Porsassuikale	0	3,8				
Possun ulkofilepihvi						
Naudan palapaisti						

LIITE 1: 2 (5)

Kalat	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Siikafile	7,5					-2,5
Haukifile	-1,4	0	0			7,1
Kuhafile tuore nahaton			0	-4,8		
Siikafile nahaton			0	5,3	-4,8	10,3
Ahvenfile			-5,2	0		
Kuhafile						
Kevyt sillifile						
Tuore kirjolahifile						
Siikafilee						0

	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Hiiva 50g	0	0	0	5,9	0	11,1
Talous kidesokeri	-6,1	0	0	-9,2	0	0
Kaurahiutale Myllyn Paras	9,2					
Sirkku palasokeri	5,1	-4,2	-0,7	0,7	0	0
Hillosokeri	0					
Original Kultamuna 6 kpl	11,8	10,5	0	0	0	
Puolikarkea vehnäjauho 1kg	0	0	0	0	0	
Lihaliemikuutio	3,2	0	0			
Perunajauho		0				
Pouta Vahnäjauho	0	0				
Myllyn Paras Korppujauho						
Kaurahiutale		0				
Kaurahiutale			0	2,4	5,9	
Perunajauho				9,4		
Leivinjauhe		0				
Ruokasuola			0			
Ruisjauho						

Juustot	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Emmental Kevyt						
Polar 15 juusto	0	7,5				
Polar 5 juusto	0					
Edam juusto 17% 350g	3,2	0	0	0	0	9,1
Tuorejuusto maustamaton						
Kevyt Edam 350g	3,3	5,7				
Polar 15 viipale			8,3	0	0	10,3
Delite 5% viipale						
Kadett 5% viipale						

LIITE 1: 3 (5)

Muut maitotuotteet	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Kevyt viili 250g						
Ykkösviili 250g	8,3	0	0	0	0	23,1
Kevyt Becel margariini 400g	3,3	3,2	0			
Apetit vaniljakasvirasvajäätelö 1l	2,1	0	0	0		
Ruokakerma 15 % UHT	0	5,9	0	0		
Ruokakerma 10 %	0	0	0	-9,2	0	0
Maitorahka 250g	2,1	0	0	0	0	9,1
Becel juokseva kasviöljyvalmiste	0,6	0				
Flora Culinesse	0	0	0	0		
Kuohukerma 2 dl	0	9,9	0			

Kahvi, tee	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Brazil sj	0	2,7				6,9
Presidentti sj		3,5			-10,7	
Juhla Mokka sj	0,4	-6,8	11,9	5,7	0	7,7
Kulta Katriina sj	-10,1	2,6	17,5	-2,6	-8,7	17,2
Gold			-3,7			
Cafe Hieno Pikakahvi	0			0,3		
Nescafe Kulta	0					
Cafe Arome sj		3,1	0			
Saludo sj			17,5	-6,8	7,3	4,3
Kaakaojuomajauhe				0	0	0
Vihreä tee sitruuna 10 ps	0	0	0			
Vihreä tee mandariini 10 ps	0	0	0			
Vihreä tee 20 ps			-10,1	0	0	0

Säilykekala	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Saeby Makrillifile 125	0	5,4	6,1			8,2
Rainbow Janssonfilee 125/80	0	0	6,9	3,6	0	2,8
Juustomakrillifile			11,1	0		
Rainbow sipulisilli						

LIITE 1: 4 (5)

Leikkeleet, nakit, makkarat	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Siskonmakkara	0	0	5,3	-1,3	6,8	6,3
Popsi talonpojanleike						
Ylikypsä kinkku	6,8			-2,4		
Ylikypsä kinkku				5,6		
Popsi Kevyt 10 300g	9	0	0			7,8
Ohuen ohut possupaisti						
Ohuen ohut possupaisti	-0,6			0	8,5	
HK Kevyt Balkan	-2,5			-2,6		
Kevyt Lauantaimakkara	0					
Ohuen ohut kinkku	0					
Ohuen ohut kinkku						
Kevyt Meetwursti			0			
Herra Snellman maksamakka- ra	0	-6	0	0		
Herra Snellman maksamakka- ra		6,1				
Herra Snellman meetwursti	0					
Kevyt Balkan		-4,8	-0,6			
HK Sininen Lenkki						
Popsi Kevyt Lauantai		3,2	-3,1	0		
Korpelan maalaishyytelö 350g		5,4	1,4	3,3	1,9	4,4
Gotler						
Kevyt Lauantai				0	0	
Kevyt Gotler					0	
Voileipäkinkku						
Ohuen ohut herkkukinkku						
Savupoikalenkki					5,4	3,2
Savulenkki			0	5	0	3,2
Ohut kevyt kinkkumakkara		0				

Makeiset	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Leijona terva sokton aski	7,9			0	4,7	0
Panda täytelakritsi	0					
Iso sisu sokton aski					0	0
Lakritsipussi				0	0	

LIITE 1: 5 (5)

	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Leipä, pulla, keksi						
Ruisvarras halkaistu, Perheleipurit						
Leivon leipomo 230g	13,9	5,9	0	-1,1	6,7	10,5
Ruisleipä, Perheleipurit						
Leivon leipomo 400g	7,6	0	4,7	0	6,7	10,5
Ruislimppu pyöreä	5	0	0	4,3	0	8,7
Arinarievä	3,2	5,6	5,9	0	3,4	8,1
Maalaisruislimppu			0	0		
Muhku täysjyväsämpylät 6 kpl	10,3	0	5,6	0	0	0
Kiviarinarievä					2,1	10,1
7-sortin sekaleipä Elonen	0	0			0	5,6
Täysjyväsämpylä 10 kpl			0	-7,4	0	
Koulunäkki		0	5,1	0		
Pieni pyöreä näkkileipä	0					
Pieni pyöreä ruis	0	-5,7	6,1	-5,7	0	10,1
Ruispalat 6 kpl					0	0
Ruissämpylä 5 kpl					0,7	10
Pitkojen pitko						
Pitkojen pitko 1/2					0	7,6
Rainbow kahvirinkeli	0	0	0	-7,3	0	0
Perunapiirakat 5kpl	4,2	0	0	2,9	0	8,3
Pikkuannan pitko		0	0	-15,2	-1,7	15,1
Murea täysjyväkorppu			0	0		
Murea sokerikorppu			0	0		
Kaurakeksi 175g		0		0	-3,3	
Rainbow sokerikorppu		0				
Kulta Marie keksi				0	-3,7	

	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Maidot						
Kevyt maito Ingman 1l	0	2,7	0	2,6	0	20,3
Rasvaton maito Ingman 1l	0	2,7	0	2,6	0	20,3
Gefilus maito rasvaton Valio 1l	4,8	2,8	0	1,8	0	9,7
Gefilus piimä rasvaton Valio 1l	4,8	2,8	0	1,8	0	9,7
Laktoositon kevyt maitojuoma Valio 1l						
Piimä rasvaton Ingman 1l	0	3,9	0	0	0	10,1
AB-piimä Valio 1l	0	3,7	0	8,2		