

JULKAISUJA 1 • 2006

Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoosta

Merja Isoniemi, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg,
Piritta Lampila, Jaana Paananen, Katariina Roininen



Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 1:2006

Konsumentforskningscentralen, publikationer 1:2006

National Consumer Research Centre, publications 1:2006

Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoosta

Konsumenternas och beslutsfattarnas åsikter om närmat och ekomat

Consumers' and municipal decision makers' views about local and organic food

Tekijät / Författare / Authors

Merja Isoniemi, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg, Piritta Lampila, Jaana Paananen, Katariina Roininen

Hinta / Pris / Price

16,80 €

Kannen valokuva

Eija Niiranen

Julkaisija / Utgivare / The publisher

KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

PL 5 (Kaikukatu 3)

00531 HELSINKI

Puh. (09) 77 261

Faksi (09) 7726 7715

www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

Helmikuu 2006

ISSN 0788-5415

ISBN 951-698-135-6

ISBN 951-698-136-4 (verkkojulkaisu: www.kuluttajatutkimuskeskus.fi, www.ncrc.fi)

Edita, Annankatu, Helsinki, 2006

TIIVISTELMÄ

Merja Isoniemi, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg, Piritta Lampila, Jaana Paananen, Katariina Roininen

Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta

Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa yleistettävää tietoa kuluttajien ja päättäjien suhtautumisesta lähi- ja luomuruokaan ja siten edesauttaa elintarvikealan pk-sektorin toimintaedellytyksiä. Tutkimuksen taustalla on keskustelu elintarvikkeiden turvallisuudesta, laadusta ja tuotantomenetelmistä sekä lähi- ja luomuruoan tarjoamista uusista mahdollisuuksista yrittäjille ja kuluttajille. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää mm. tuotekehityksessä, markkinoinnissa ja elintarviketuotannon strategioiden suunnittelussa. Hankkeen ovat toteuttaneet yhteistyössä Kuluttajatutkimuskeskus, MTT taloustutkimus ja VTT Elintarvikkeiden biotekniikka.

Tutkimuksen aineistot kerättiin kolmella Internet-kyselyllä marraskuussa 2004. Kuluttaja-aineisto (N = 2 429) on edustava otos suomalaisista Internetin käyttäjistä. Päättäjä-aineisto koostuu kahdesta kyselystä, jotka lähetettiin kaikkiin Suomen kuntiin. Ensimmäinen oli suunnattu kunnanjohdolle (N = 144) ja toinen suurkeittiöiden edustajille (N = 212). Kyselyissä käsiteltiin mm. lähiruoan määrittelyä, lähi- ja luomuruokaan liitettyjä mielikuvia ja ominaisuuksia, lähi- ja luomuruoan käyttöä ja siihen vaikuttavia tekijöitä sekä elintarviketalouden tulevaisuutta.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että sekä lähi- että luomuruokaan suhtaudutaan hyvin myönteisesti, joskin käsite ”lähiruoka” koetaan epämääräisenä. Lähi- ja luomuruoka arvioidaan joiltakin ominaisuuksiltaan hieman tavanomaista suomalaista ruokaa paremmiksi. Lähiruokaa pidetään enemmän kotiseudun yrittäjiä tukevana ja sen raaka-aineiden jäljitettävyys koetaan helpompana. Toisaalta lähiruoka on vaikeampi tunnistaa kaupassa. Kalliimpana pidetty luomuruoka arvioidaan ympäristövaikutuksiltaan ja puhtaudeltaan lähiruokaa paremmaksi. Lähi- ja luomuruoan käyttöä rajoittavat tuotteiden korkea hinta ja saatavuus. Kunnallisissa ruokapalveluissa määrärahojen riittävyys koetaan erityisesti luomuruoan käytön esteeksi.

Lähiruoan käytön edistäminen edellyttää sen napakampaa profiloimista suhteessa muuhun ruokaan. Lähiruoassa kuluttajille tärkeitä ominaisuuksia ovat hyöty itselle, hyvinvoinnille ja yhteiskunnalle. Sekä kuluttajille että päättäjille ovat merkityksellisiä myös lähiruoan aluetaloudelliset vaikutukset ja oman alueen elinvoimaisuus.

Tutkimus osoittaa, että kiinnostus etenkin lähiruokaa kohtaan ei ole mikään marginaalilmiö vaan kotimainen luomuruoka ja paikallinen lähiruoka voisivat hyvin löytää paikkansa niin kuluttajien ostoskoreissa kuin kunnallisissa ruokapalveluissa. Käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta kertovat, että samat vastaajat uskovat osittain sekä globalisaation lisääntymiseen että lähi- ja luomuruokakulttuurin nousuun. Näin ollen globaali ja lokaali eivät välttämättä ole toisensa poissulkevia ilmiöitä, vaan niiden yhteensovittaminen on mahdollista. Globaalin ja lokaalin rinnakkaiselo ja vuoropuhelu on mahdollista myös Suomessa.

Asiasanat:

Lähiruoka, luomuruoka, mielikuvat, kuluttajat, kunnalliset päättäjät, suurkeittiöt, elintarviketalouden tulevaisuus

SAMMANDRAG

**Merja Isoniemi, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg,
Piritta Lampila, Jaana Paananen, Katariina Roininen**

Konsumenternas och beslutsfattarnas åsikter om närmat och ekomat

Syftet med forskningen var att producera generaliserbar information om konsumenternas och beslutsfattarnas inställning till närmat och ekomat och därigenom förbättra de små och medelstora livsmedelsföretagens verksamhetsbetingelser. Bakgrunden till forskningen utgörs av diskussionen om livsmedlens säkerhet och kvalitet, metoderna inom livsmedelsproduktionen och de nya möjligheter som när- och ekomaten erbjuder för företagare och konsumenter. Forskningens resultat kan utnyttjas bl.a. i produktutveckling, marknadsföring och livsmedelsproduktionens strategier. Projektet har genomförts av Konsumentforskningscentralen, MTT Ekonomisk forskning och VTT Livsmedelsbioteknik som fungerat i samarbete.

Forskningsmaterialet insamlades med hjälp av tre internetenkäter i november 2004. Konsumentdatat (N = 2 429) är ett representativt urval av finländska internetanvändare. Beslutsfattarmaterialet kommer från två enkäter som skickades till alla kommuner i Finland. Den ena var riktad till kommunledningen (N = 144) och den andra till storkökens representanter (N = 212). I enkäterna behandlades bl.a. definiering av närmat, vilka föreställningar och egenskaper som förknippas med när- och ekomat, hur när- och ekomat används och vilka faktorer som inverkar på dess användning samt livsmedelsekonomins framtid.

Forskningens resultat visar att människorna har en mycket positiv inställning till både när- och ekomat, även om begreppet "närmat" upplevs som oklart. Några av när- och ekomatens egenskaper upplevs vara litet bättre än hos vanlig finsk mat. Närmaten anses ge bättre stöd åt hemtraktens företagare och dess råvaror anses vara lättare att spåra. Å andra sidan är det svårare att känna igen närmaten i butiken. Ekomaten anses vara dyrare än närmaten och dess miljökonsekvenser och renhet anses vara bättre. Användningen av när- och ekomat begränsas av produkternas höga pris och dåliga tillgänglighet. Inom kommunal matservice upplevs tillräckligheten av anslag som ett hinder för användning av ekomat.

Främjandet av användningen av närmat förutsätter emellertid en slagkraftigare profilering i förhållande till annan mat. De saker som konsumenten upplever som viktiga i närmaten är den egna nyttan och nyttan för välfärden och samhället. Också närmatens regionalekonomiska verkningar och det egna områdets livskraft är viktiga både för konsumenterna och för beslutsfattarna.

Forskningen visar att i synnerhet intresset för närmat inte är ett marginalfenomen, utan inhemsk ekomat och lokal närmat kunde väl finna sin plats både i konsumenternas matkorgar och inom kommunal matservice. Uppfattningarna om livsmedelsekonomins framtid visar att samma svarare tror delvis både på ökad globalisering och på ett uppsving inom när- och ekomatkulturen. Det globala och det lokala är alltså inte nödvändigtvis fenomen som utesluter varandra, utan det är möjligt att förena dem. Samexistensen och dialogen mellan det globala och det lokala är möjliga även i Finland.

Ämnesord:

Närmat, ekomat, föreställningar, konsumenter, kommuner, beslutsfattare, storkök, livsmedelsekonomi, framtiden

ABSTRACT

Merja Isoniemi, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg, Piritta Lampila, Jaana Paananen, Katariina Roininen

Consumers' and municipal decision makers' views about local and organic food

The aim of this study was to provide generalisable information about the attitudes of Finnish consumers and decision makers towards local and organic food, and thereby to enhance the operating conditions of the domestic SME food sector. The study background lies in the public debate on food safety, food quality and food production methods, and the new opportunities that local and organic food offers to entrepreneurs and consumers. The results can be applied, e.g., in product development, marketing and planning of food production strategies. This project was implemented jointly by the National Consumer Research Centre, MTT Economic Research, and VTT Biotechnology and Food Research.

The data were collected by means of three online questionnaires in November 2004. The consumer data set (N = 2 429) is a representative sample of Finnish Internet users. The data set on decision makers comprises two questionnaires mailed to all of Finland's 444 municipalities. The first one was addressed to municipal leaders (N = 144) and the second to representatives of large-scale kitchens (N = 212). The questionnaires dealt with such issues as the definition of "local food", images and properties associated with local and organic food, use of local and organic food products and factors affecting their use, and the future of the food economy.

Respondents' attitudes to both local and organic food were very favourable, although the concept of "local food" was considered somewhat obscure. Respondents estimated local and organic food to be slightly better than ordinary Finnish food with respect to certain properties. Local food products were seen to support the home district more, and their traceability was deemed easier. On the other hand, local food products were harder to identify in the shop. Organic food products, which were considered more expensive, were estimated to be better than local food products as to their environmental impacts and purity. Respondents' use of local and organic food products was restricted mainly by their high price and limited availability. Representatives of municipal food services saw their insufficient budget allocations as a constraint especially to the use of organic food.

The promotion of locally produced food calls for more effective profiling in relation to other food products. The properties of local food products that consumers considered most important were the benefit they gained themselves, and the benefit to well-being and to society as a whole. Consumers and decision makers both valued the effects of local food on the regional economy and the region's vitality.

The results indicate that the interest towards local food in particular is not a marginal phenomenon; instead, domestic organic and local food products might well find their place in the shopping baskets of consumers as well as in municipal food services. Respondents' perceptions of the future of the food economy show that those who partly believed in the growth of globalisation also partly believed in the rise of a local and organic food culture. Thus, "global" and "local" are not necessarily mutually exclusive phenomena, but can be reconciled. Their coexistence and a dialogue between them is possible also in Finland.

Keywords:

Local food, organic food, images, consumers, municipalities, decision makers, large-scale kitchens, food economy, future

ESIPUHE

Maa- ja metsätalousministeriön johdolla arvioitiin muutama vuosi sitten elintarviketaloutemme tulevaisuuden reunaehdoista eri näkökulmista aina vuoteen 2030 saakka. Kuluttaja-kansalaisen sekä elinympäristön kannalta optimaalisimmaksi ruokajärjestelmäksi arvioitiin elintarvikemarkkinat, jossa globaali ja lokaali tarjonta olisivat tasapainossa keskenään. Tähän katsottiin tarvittavan erityisiä toimenpiteitä koko elintarvikeketjun kehittämiseksi. Keskittymiseen ja globalisaation hintahyötyihin perustuvien markkinavoimien todettiin muutoin vääjäämättä valtaavan alaa, eikä kuluttajilla yksin todettu olevan riittävästi valtaa mekanismien ohjauksessa, vaikka toisin väitettäisiin. On hyvä asia, että maa- ja metsätalousministeriön sekä usean tutkimuslaitoksen yhteisrahoituksella on voitu toteuttaa hanke lähi- ja luomuruoan tulevaisuuden mahdollisuuksista kuluttajamarkkinoilla, kunnallisissa ruokapalveluissa sekä pk-sektorilla.

Globaaleita ruokamarkkinoita ravistelevat parhaillaankin toimintaympäristön uhat, energian hinnannousu ja lintuinfluenssa mukaan lukien. Nämä markkinoiden riskitekijät eivät olleet kuluttajilla ja kuntapäätäjillä tiedossa vuosina 2003 ja 2004, jolloin käsillä olevaan tutkimuskokonaisuuteen liittyvät laadulliset ja kyselyaineistot kerättiin. Tutkimuksen ydintä ovat kysymykset, miten kuluttajat ja kunnalliset päätöksentekijät tunnistavat lähiruoka- ja luomumarkkinat ja -tuotteet, mitä laadullisia, taloudellisia sekä imagotekijöitä niihin liitetään eri toimijoiden tahoilla sekä mitä mahdollisuuksia ja odotuksia erityisesti pk-sektorin kehittämisessä edelleen tarvittaisiin. Hankkeen tulokset ovat rohkaisevia ja kannustavat konkreettiseen pk-sektorin kehittämiseen. Kuluttajien ja kunnallisten päätöksentekijöiden kiinnostus lähi- ja luomuruokaa kohtaan ei ole marginaali-ilmiö. Tutkimuksen mukaan kotimaiseen, paikalliseen ja alueelliseen tarjontaan voidaan sekä tavantomaisessa että luomutuotannossa perustaa vahvaa liiketoimintaosaamista.

Tutkimuskokonaisuudesta on valmistunut useita osatutkimuksia käsillä olevan loppuraportin lisäksi. Tutkimushanke on toteutettu Kuluttajatutkimuskeskuksen (KTK), VTT Elintarvikkeiden biotekniikan ja MTT taloustutkimuksen yhteistyönä. Tutkimushankkeen koordinaatiosta, raportin viimeistelystä ja loppuunsaattamisesta on vastannut Kuluttajatutkimuskeskus tutkimuspäällikkö Johanna Mäkelän johdolla. Kuluttajatutkimuskeskus kiittää lämpimästi tutkimusryhmää, johon Mäkelän lisäksi ovat kuuluneet Merja Isoniemi KTK:sta, Anne Arvola, Piritta Lampila, Katariina Roininen, Kaisu Honkapää sekä Liisa Lähteenmäki VTT:sta sekä Sari Forsman-Hugg ja Jaana Paananen MTT:sta. Arvokkaita kommentteja kyselylomakkeesta ovat antaneet Kaj Työppönen Efeko Oy:stä sekä Heidi Valtari Ruoka-Suomi-teemaryhmästä. Raportin viimeistelyvaiheessa ovat avustaneet Erja Pylvänäinen KTK:sta sekä Katri Jakosuo MTT:sta. Tutkimushankkeen ohjausryhmänä on toiminut maa- ja metsätalousministeriön asettamana luomutuotantohjelman asiantuntijaryhmä: Markku Järvenpää (pj) MMM, Helena Kahiluoto MTT, Minna Kantén Finfood-Luomu, Eila Kilpiö KTK, Miia Kuisma Suomen Luonnonsuojeluliitto, Paavo Kuisma Petla, Heikki Latostenmaa YM, Sari Mäkinen-Hankamäki ELO-verkosto, Esa Partanen ja Arja Peltomäki Luomu-liitto, Tuuli Pulkkinen ja Juha Kieksi KTTK, Eeva-Liisa Ryhänen MTT, Riitta Tainio Suomen Kuluttajaliitto, Kaisa Tolonen Pro Agria MKL, Tero Tolonen MMM, Kaj Työppönen Efeko Oy, Kirsi Viljanen MMM ja Mika Virtanen MTK. Luomutuotantohjelman koordinaattori on ollut Arja Nykänen MTT.

Kuluttajatutkimuskeskus kiittää kaikkia tutkimuksen toteuttamista edesauttaneita tahoja: rahoittajia, ohjausryhmää, tutkimusryhmää sekä ennen kaikkea tutkimukseen vastaajina osallistuneita kuluttajia ja kuntapäätäjiä. Kannustava palaute ja innostunut osallistuminen tutkimukseen ovat osaltaan merkki siitä, että markkinoilla uskotaan kotimaisen lähi- ja luomuruoan onnistumisen mahdollisuuksiin.

Helsingissä helmikuussa 2006

Eila Kilpiö
Johtaja, professori
Kuluttajatutkimuskeskus

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Globaali ja lokaali elintarviketalous	1
1.2	Kuluttajat, päättäjät sekä lähi- ja luomuruoka. Mahdollisuuksia pk-sektorille -tutkimushanke	2
1.3	Raportin tavoitteet	4
1.4	Raportin rakenne	5
2	AINEISTOT JA MENETELMÄT	6
2.1	Internet-kyselyt kuluttajille ja päättäjille lähi- ja luomuruoasta	6
2.2	Kuluttaja-aineiston kuvaus ja edustavuus	7
2.3	Päättjäaineistojen kuvaus ja edustavuus	12
2.4	Aineistojen analyysit	14
3	LÄHIRUOAN MÄÄRITTELY	16
3.1	Näkökulmia lähiruoan määrittelyyn	16
3.2	Kuluttajien lähiruoan määrittely	18
3.3	Päättäjien lähiruoan määrittely	19
3.4	Yhteenveto lähiruoan määrittelystä kuluttajilla ja päättäjillä	20
4	MIELIKUVAT ERI RUOKATYYPEISTÄ – LÄHIRUOKA, KOTIMAINEN LUOMURUOKA, KOTIMAINEN RUOKA, ULKOMAINEN RUOKA	21
4.1	Kuluttajien mielikuvat eri ruokatyypeistä	21
4.1.1	Mielikuvien keskiarvot kuluttaja-aineistossa	21
4.1.2	Ruokatyypien olennaisimmat erot kuluttajien näkemyksissä	25
4.1.3	Kuluttajaryhmien mielikuvat lähi- ja luomuruoasta	28
4.2	Päättäjien mielikuvat eri ruokatyypeistä	29
4.2.1	Mielikuvien keskiarvot päättjäaineistoissa	30
4.2.2	Ruokatyypien olennaisimmat erot päättäjien näkemyksissä	31
4.3	Yhteenveto kuluttajien ja päättäjien mielikuvista eri ruokatyypeistä	35
5	LÄHI- JA LUOMURUOAN KÄYTTÖ KULUTTAJILLA JA KUNNALLISISSA RUOKAPALVELUISSA	38
5.1	Lähi- ja luomuruoan käyttö kuluttajilla	38
5.1.1	Lähi- ja luomuruokaa käyttävien kuluttajaryhmien kuvaus	38
5.1.2	Lähi- ja luomuruokatuotteiden ostohalukkuus kuluttajilla	38
5.1.3	Kuluttajien mielikuvat lähi- ja luomuruoasta ostohalukkuuden ennustajina	43
5.1.4	Tuoteominaisuuksien vaikutus kuluttajien ostohalukkuuteen	45
5.2	Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa	49
5.2.1	Aloitteentekijät lähi- ja luomuruoan käytön edistämässä	49
5.2.2	Lähi- ja luomuruoan käyttö, ostohinta ja maksuhalukkuus kunnallisissa ruokapalveluissa	51
5.2.3	Lähi- ja luomuruoan käytön esteitä ja hyötyjä kunnallisissa ruokapalveluissa	54
5.2.4	Kuntien ryhmittely lähi- ja luomuruoan käyttöasteen perusteella	60

5.3	Yhteenveto lähi- ja luomuruoan käytöstä kuluttajilla ja kunnallisissa ruokapalveluissa	67
6	LÄHI- JA LUOMURUOKA OSANA ELINTARVIKETALOUDEN TULEVAISUUTTA	69
6.1	Lähi- ja luomuruoan tulevaisuus osana elintarviketaloutta vuoteen 2010 mennessä.....	69
6.1.1	Kuluttajien käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta.....	72
6.1.2	Päätäjien käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta	74
6.2	Lähi- ja luomuruoka osana kunnallisia ruokapalveluja vuoteen 2010 mennessä.....	75
6.3	Yhteenveto kuluttajien ja päätäjien näkemyksistä lähi- ja luomuruoan kehityssuunnista globalisoituvassa elintarviketaloudessa.....	77
7	TULOSTEN TARKASTELUA	79
7.1	Aineistojen ja menetelmien tarkastelu.....	79
7.2	Tulokset aikaisemman tutkimuksen valossa	80
8	LÄHI- JA LUOMURUOKA TULEVAISUUDEN MAHDOLLISUUTENA.....	83
8.1	Myönteinen, mutta jäsentymätön lähiruoka.....	83
8.2	Tuttu, mutta hintava luomuruoka.....	84
8.3	Lähi- ja luomuruoka pk-sektorilla.....	85
	LÄHTEET	88
	LIITTEET	

TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1

Kuluttaja-aineiston vertailu suomalaisiin Internetin käyttäjiin ja väestöön..... 9

TAULUKKO 2

NPI-keskiarvomuuttujaan liittyvät väittämät ja niiden reliabiliteetti. 11

TAULUKKO 3

Kunnanjohtojen ja suurkeittiöiden edustajien jakautuminen läänin, maakunnan, tilastollisen kuntaryhmittelyn ja kunnan asukasluvun mukaan sekä lähi- ja luomuruoan hankintatapa kunnissa. 13

TAULUKKO 4

Kuluttajien mielikuvia eri ruokatyypeistä mittaavista väittämistä muodostetut keskiarvomuuttujat ja niiden reliabiliteetit..... 22

TAULUKKO 5

Selittävien muuttujien ja lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan sekä ulkomaisen ruoan mielikuvia erotteluvierien erottelufunktioiden välinen korrelaatiomatriisi kuluttaja-aineistossa. 25

TAULUKKO 6

Selittävien muuttujien ja lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvia erotteluvierien erottelufunktioiden välinen korrelaatiomatriisi kuluttaja-aineistossa. 27

TAULUKKO 7	
Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktioille, suurkeittiöiden edustajien aineisto.	32
TAULUKKO 8	
Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktioille, kunnanjohton aineisto.	33
TAULUKKO 9	
Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktioille suurkeittiöiden edustajien aineistossa.	33
TAULUKKO 10	
Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktioille, kunnanjohton aineistossa.	34
TAULUKKO 11	
Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan olennaisimmat erot ja yhtäläisyydet kuluttajien mielikuvissa.....	36
TAULUKKO 12	
Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan olennaisimmat erot ja yhtäläisyydet päättäjien mielikuvissa.	37
TAULUKKO 13	
Kuluttajien ruokailu eri joukkoruokailupaikoissa työ- tai koulupäivän aikana.	42
TAULUKKO 14	
Mielikuvat lähi- ja luomuruoan ostohalukkuuden ennustajina kuluttaja-aineistossa. Regressioanalyysien tulokset.....	44
TAULUKKO 15	
Kuluttajille esitetyt conjoint-tuotekortit selvitetessä tuoteominaisuuksien vaikutusta ostohalukkuuteen.....	46
TAULUKKO 16	
Tuoteominaisuuksien vaikutus ostohalukkuuteen kuluttaja-aineistossa..	47
TAULUKKO 17	
Eri kiinnostusryhmien kuvaus.....	49
TAULUKKO 18	
Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien maksuhalukkuus lähi- ja luomuruoasta verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin.	54
TAULUKKO 19	
Lähi- ja luomuruoan käytön esteistä kunnallisissa ruokapalveluissa muodostetut keskiarvomuuttujat ja niiden reliabiliteetit.....	56
TAULUKKO 20	
Lähi- ja luomuruoan käytön hyödyistä kunnallisissa ruokapalveluissa muodostetut keskiarvomuuttujat ja niiden reliabiliteetit.....	58
TAULUKKO 21	
Lähi- ja luomuruoan käyttöryhmät.....	67
TAULUKKO 22	
Elintarviketalouden tulevaisuutta vuoteen 2010 mennessä koskevista kysymyksistä muodostetut keskiarvomuuttujat ja niiden reliabiliteetit kuluttaja-aineistossa.	72

KUVALUETTELO

KUVA 1	
Arkiaterian valmistustavat kuluttajien kotitalouksissa.....	10
KUVA 2	
Kuluttajien, kunnan johdon ja suurkeittiöiden edustajien näkemykset lähiruoan määrittelyä koskeviin väittämiin.....	17
KUVA 3	
Vasemmalla) Vastaajan asuinalueen ja lähiruoan käytön vaikutus sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeyden kokemiseen. Oikealla) Vastaajan asuinalueen ja lähiruoan käytön vaikutus ulkomailla tai millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotetun ruoan sopivuuteen lähiruoaksi.....	19
KUVA 4	
Lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan, kotimaiseen ruokaan ja ulkomaiseen ruokaan liittyvien mielikuvien keskiarvomuuttujien profiilit kuluttaja-aineistossa .	23
KUVA 5	
Hyvää ja huonoa omaatuntoa kuvaavien keskiarvomuuttujien profiilit kuluttaja-aineistossa.	24
KUVA 6	
Keskiarvomuuttujien ulkopuolelle jääneiden yksittäisten mielikuvaväittämien keskiarvot kuluttaja-aineistossa.	24
KUVA 7.	
Kuluttajien mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.	26
KUVA 8	
Kuluttajien mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.	27
KUVA 9	
Suurkeittiöiden edustajien mielikuvien keskiarvot lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta, kotimaisesta ruoasta ja ulkomaisesta ruoasta.....	30
KUVA 10	
Kunnan johdon mielikuvien keskiarvot lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta, kotimaisesta ruoasta ja ulkomaisesta ruoasta.	31
KUVA 11	
Päätäjien mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.	32
KUVA 12	
Päätäjien mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.	34
KUVA 13	
Marinoitujen porsaanlihasuikaleiden, puurohiutaleiden, juuston ja pakastemarjojen ostohalukkuus kuluttajilla eri ruokatyypeissä.	40
KUVA 14	
Kuluttajien halukkuus lisätä lähi- ja luomuruokatuotteiden käyttöä tuotteiden hinnan laskiessa ja saatavuuden parantuessa.	41
KUVA 15	
Joukkoruokailussa tarjottavia aterioita koskevan tiedon kiinnostavuus kuluttajilla.	43
KUVA 16	
Eri tuoteminaisuuksien tärkeys eri kuluttajaryhmille.....	48

KUVA 17	
Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien näkemykset eri tahojen aloitteellisuudesta lähi- ja luomuruoan käytön edistämässä kuntien ruokapalveluissa.	50
KUVA 18	
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa vuonna 2004.....	51
KUVA 19	
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa vuonna 2004.....	52
KUVA 20	
Lähiruoan ostohinta kunnallisissa ruokapalveluissa verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin.....	53
KUVA 21	
Kotimaisten luomutuotteiden ostohinta kunnallisissa ruokapalveluissa verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin.....	53
KUVA 22	
Suurkeittiöiden edustajien näkemykset lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käytön esteistä kunnallisissa ruokapalveluissa.	55
KUVA 23	
Suurkeittiöiden edustajien näkemykset lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käytön hyödyistä kunnallisissa ruokapalveluissa.	57
KUVA 24	
Kunnanjohton käsitykset lähiruoan käytön hyödyistä omassa kunnassa tai seutukunnassa.	60
KUVA 25	
Lähiruoan vuotuinen käyttöarvio suurkeittiöissä tuoteryhmittäin eri käyttöryhmissä.	62
KUVA 26	
Lähiruoan käytön esteet ja hyödyt eri käyttöryhmissä.	63
KUVA 27	
Kotimaisen luomuruoan vuotuinen käyttöarvio suurkeittiöissä tuoteryhmittäin eri käyttöryhmissä.	64
KUVA 28	
Kotimaisen luomuruoan käytön esteet ja hyödyt eri käyttöryhmissä.....	66
KUVA 29	
Elintarviketalous vuoteen 2010 mennessä. Kuluttajien, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien näkemykset elintarviketalouden tulevaisuudesta.	70
KUVA 30	
Elintarviketalouden tulevaisuutta kuvaavien keskiarvomuuttujien keskiarvot kuluttaja-aineistossa.....	73
KUVA 31	
Suurkeittiöiden edustajien ja kunnanjohton käsitykset kunnan ruokapalvelujen tulevaisuudesta vuoteen 2010 mennessä.....	76

1 JOHDANTO

1.1 Globaali ja lokaali elintarviketalous

Elintarvikemarkkinat ovat niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa polarisoituneet voimakkaasti. Yhtäältä markkinat ovat globalisoituneet, mutta toisaalta ruoan alkuperä kiinnostaa entistä enemmän kuluttajia. Elintarvikeketjun jäljitettävyyden ja läpinäkyvyyden ovatkin nousseet keskusteluun ketjun eri toimijoiden taholta. Suomen kansallisen elintarviketalouden laatustrategian ytimessä on pellolta pöytään -ajattelu, joka korostaa jäljitettävyyden ja läpinäkyvyyden ohella ketjun toimintaa kuluttajien eduksi.

Globalisoituvassa maailmassa kuluttajien rooli nähdään merkittävänä. Suomessakin kuluttajalähtöisyys korostuu kansallisen elintarviketalouden laatustrategian ja -työn perusteissa, joissa kuluttajan tarpeiden ja odotusten katsotaan ohjaavan koko elintarvikeketjun toimintaa (Suomen...1999 ja 2004; <http://www.laatuketju.fi>). Laatustrategia luottaa siihen, että suomalaiset kuluttajat myös tulevaisuudessa haluavat suomalaisia elintarvikkeita. Elintarviketalouden kansainvälistyminen on toisaalta hämärtänyt kuluttajien käsitystä tuotteiden kotimaisuudesta, suomalaisuudesta ja ulkomaisuudesta. Enää ei keskustellakaan vain raaka-aineiden alkuperästä tai yrityksen omistussuhteista vaan myös elintarvikkeiden valmistukseen tarvittavien työpanosten alkuperästä (esim. SEL ry:n Valmistusmaa esiin -kampanja).

Elintarvikemarkkinoiden muuttuminen Suomessa on moniulotteinen ilmiö, joka sisältää osin eri suuntiin vetäviä suuntauksia. Mahdollisimman edullisilla hinnoilla kilpailevien ns. hard discount -kauppojen saapuminen Suomen markkinoille on lisännyt elintarvikkeiden hintakilpailua. Niinpä suomalaiset kaupparyhmittymät ovat luoneet omia tuotemerkkejään (private labels). Kaupan omia merkkejä on toki ollut jo jonkin aikaa, mutta olennaista viime aikaisessa kehityksessä on ollut niiden markkinaosuuden voimakas kasvu. Kauppojen omat tuotemerkit ovat osin hankaloittaneet tuotteiden alkuperän hahmottamista, vaikka joukkoon on myös mahtunut pienten yritysten valmistamia tuotteita.

EU-jäsenyyden myötä suomalaisen alkutuotannon ja elintarviketalouden tulevaisuutta on ruodittu paljon. Yksi osa keskustelua ovat olleet lähi- ja luomuruoka, joiden roolia on pohdittu erilaisissa työryhmissä ja joita on pyritty edistämään erilaisilla strategioilla. Lähiruokaa pohti aikoinaan ns. lähiruokatyöryhmä ja Suomessa on myös erityinen luomustrategia (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000). Lähiruokatyöryhmän mukaan lähiruoka on ruoan tuotantoa ja kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia ja edistää samalla oman alueensa taloutta ja työllisyyttä (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000).

Myös joukkoruokailun tärkeys ja julkisten suurkeittiöiden rooli on tunnustettu tärkeäksi sekä lähi- että luomuruoan käytön edistämisen väyläksi (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000, Paananen ja Forsman 2003, Efektia 2004a, Pulliainen 2006). Elintarvikkeiden kotimaisuus (mielessä suomalaisuus) on ulottuvuus, joka korostuu tarkasteltaessa kuluttajien asenteita ja jopa valintoja (esim. Grönroos & Seppälä 2000, Ahvonen & Honkanen 2003, Isoniemi 2003). Myös lähiruoka ja paikallisuus kiinnostavat kuluttajia (Tregear & Ness 2005).

Ruoan tuotanto on esillä myös vuonna 2005 julkaistussa kestävästä tuotantosta ja kulutuksesta tarkastelleen KULTU-toimikunnan ehdotuksessa kansalliseksi ohjelmaksi. Siinä esitetään pellolta pöytään kestävästi -tavoitteet kestävämmistä elintarvikkeista ja ruokapalveluista. Suomessa onkin viime aikoina tehty elinkaarianalyyskejä joistakin esimerkkielintarvikkeista (Grönroos & Seppälä 2000, Katajajuuri ym. 2003a ja 2003b).

KULTU-ohjelmassa lähi- ja luomuruoka nähdään yhtenä keinona ylläpitää suomalaista maatalous- ja elintarviketuotantoa. (Vähemmästä enemmän ja paremmin... 2005, 25).

Lähiuokakeskusteluun liittyy olennaisesti paikallisuus. Paikallisuus sinänsä ei ole uusi ulottuvuus ruoan tuotannossa ja kulutuksessa, mutta sen merkitys on nostettu uudella tavalla esiin globalisaatio-lokaalisaatio-vastakkainasettelussa. Paikallisessa ruokatuotannossa yhdistyvät sekä ympäristötekijät että tuotannon sosiaaliset ja eettiset vaikutukset (Seppälä ym. 2004). Lähiuokatoiminnalla on keskeinen rooli myös maaseudun elintarvikeyrityksien kehittämisessä. Lähiuokajärjestelmät edustavat uusia toimintamalleja elintarvikeketjussa ja maaseudun kehittämisessä (Marsden & Arce 1995, Marsden 2000, Marsden ym. 2000, La Trobe & Acott 2000).

Näyttää siis siltä, että suomalainenkin elintarviketalous yhtä aikaa globalisoituu ja lokalisoituu. Tämän raportin tarkoituksena on tarjota tutkimustuloksia siihen keskusteluun, jossa pohditaan, minkälaista voisi olla globaalin ja lokaalin vuoropuhelu suomalaisessa elintarviketaloudessa ja ruokajärjestelmässä.

1.2 Kuluttajat, päättäjät sekä lähi- ja luomuruoka. Mahdollisuuksia pk-sektorille -tutkimushanke

Käsillä oleva tutkimus on osa Maa- ja metsätalousministeriön Luomututkimusohjelmaan kuuluvaa tutkimushanketta ”Kuluttajat, päättäjät sekä lähi- ja luomuruoka. Mahdollisuuksia pk-sektorille”. Hankkeen ovat toteuttaneet yhteistyössä MTT taloustutkimus, VTT Elintarvikkeiden biotekniikka ja Kuluttajatutkimuskeskus, joka on vastannut hankkeen koordinoinnista ja hallinnosta. Kolmevuotisen (2003–2005) tutkimushankkeen tavoitteena oli tutkimalla ja vertailemalla kuluttajien ja päättäjien käsityksiä lähi- ja luomuruoasta edesauttaa elintarvikealan pk-sektorin toimintaedellytyksiä.

Tutkimuksen taustalla on suomalainen ja eurooppalainen keskustelu elintarvikkeiden turvallisuudesta, laadusta ja tuotantomenetelmistä sekä lähi- ja luomuruoan tarjoamista uusista mahdollisuuksista sekä yrittäjille että kuluttajille. Hanke liittyy laajempiin tutkimuskokonaisuuksiin, joiden tavoitteena on kehittää elintarvikealan maaseutuyritysten kilpailukykyä, lähi- ja luomutuotteiden tuotekehitystä ja jalostusta sekä tarkastella elintarvikeketjua kuluttajien näkökulmasta.

Hankkeen tulokset tuottavat tietoa pk- ja joukkoruokailusektorille kuluttajien ja päättäjien suhtautumisesta lähi- ja luomuruokaan. Näitä tietoja voidaan hyödyntää tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Julkisten ruokapalvelujen näkökulma haluttiin mukaan, sillä aluetalouden kannalta kunnallisten ammattikeittiöiden ostopäätökset voivat olla merkittäviä paikallisille yrittäjille. Lisäksi tuloksia voidaan käyttää tuoteinformaation ymmärrettävyyden parantamisessa sekä kuluttaja- ja elintarvikepolitiikan suunnittelussa.

Tutkimushanke on toteutettu kahdessa vaiheessa, ja siinä on hyödynnetty sekä laadullisia että määrällisiä tutkimusmenetelmiä ja -aineistoja. Erityyppisten menetelmien ja aineistojen käytön taustalla on tutkimusryhmän eri tieteenaloja edustava osaaminen ja pyrkimys kehittää erityisesti kuluttajatutkimuksen menetelmiä. Tutkimushankkeen ensimmäisessä vaiheessa vuonna 2003 toteutettiin kolme laadullista tutkimusta.

Yhteenveto laadullisista tutkimuksista

Laadullisissa tutkimuksissa selvitettiin, miten kunnalliset päättäjät ja kuluttajat määrittelevät lähi- ja luomuruoan ja millaiset arvot liittyvät lähi- ja luomuruoan käyttöön. Lisäksi selvitettiin lähi- ja luomuruoan käytön mahdollisuuksia julkisessa päätöksenteossa ja vaikutuksia paikallistalouteen sekä kuluttajien kokemia esteitä ja hyötyjä lähi- ja luomuruoan käytössä. Tutkimuksen kohteena olivat myös lähi- ja luomuruoan hyväk-

syttävyys ja käyttöhalukkuus kuluttajilla ja millaiset mielikuvat heikentävät tai parantavat niitä.

Laadulliset tutkimukset on julkaistu erillisinä raporteina, mutta ne toteutettiin tutkimuslaitosten kiinteänä yhteistyönä. Esimerkiksi haastattelupaikkakunnat valittiin tulosten vertailtavuuden vuoksi siten, että samoilta paikkakunnilta saatiin sekä päättäjia- että kuluttaja-aineistoja. Tutkimuksissa käytettiin erilaisia laadullisia aineistonkeruumenetelmiä. Kunnallisten päättäjien näkemyksiä selvitettiin teemahaastatteluin (Paananen & Forsman-Hugg 2005). Kuluttajien näkemyksiä selvitettiin sana-assosiaatiomenetelmällä ja laddering-haastatteluin (Arvola ym. 2005) sekä ryhmäkeskustelujen avulla (Isoniemi 2005).

Kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta

Neljältä kunnasta (Espoo, Kiuruvesi, Mikkeli, Oulu) kerätty päättäjien haastatteluaineisto osoitti, että lähiruoka mielletään kuntasektorilla hyvin moniulotteisena ilmiönä. Päättäjät liittivät lähiruokaan vahvasti aluetaloudellisen näkökulman (mm. työllistävyysaspekti, pienyritysten kannattavuus, alueen elinvoimaisuus). Myönteisestä imagostaan huolimatta lähiruokaa pidettiin epäselvänä käsitteenä. Luomuruoalla nähtiin olevan paljon yhtäläisyyksiä lähiruokaan; molempiin käsitteisiin liitettiin muun muassa ihmisläheisyys, eläinystävällisyys ja perhekeskeisyys. Lisäksi lähi- ja luomuruokaa yhdisti päättäjien näkemyksissä vahvasti käsitys tuotteiden puhtaudesta, tuotannosta ilman keinotekoisia väkilannoitteita ja kasvinsuojeluaineita. Eroja lähi- ja luomuruoan välillä nähtiin olevan erittäin vähän, ja usein koettiin, että ruokailijatkin mieltävät ne helposti samaksi asiaksi.

Lähiruoan hyödyntämisen mahdollisuudet koettiin paremmiksi pienemmissä kuin suuremmissa suurkeittiöyksiköissä. Suurkeittiöissä lähi- ja luomuruoan käytön taustalla olevina arvoina korostuivat yhtäältä asiakaslähtöisyys ja kasvatuksellisuus, kuten kuluttajille esikuvana toimiminen, ja toisaalta myös suurkeittiöiden ammattiosaaminen. Lähi- ja luomuruoan käytön hyödyt koettiin enemmän imagollisina kuin taloudellisina. Lähiruoan käytön suurimpina esteinä kunnallisissa ruokapalveluissa pidettiin suurkeittiöiden tarpeita vastaavien jalostettujen tuotteiden huonoa saatavuutta, paikallisten yrittäjien heikkoa tunnettuutta, markkinoinnin ja alueellisen logistiikan puutetta sekä pienistä valmistusmääristä johtuvaa korkeaa hintaa. Vastaavasti luomuruoan käytön suurimpina esteinä pidettiin tuotteiden huonoa saatavuutta ja korkeaa hintaa. (Paananen & Forsman-Hugg 2005).

Kuluttajien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta

Mikkelissä ja Espoossa tehdyissä sana-assosiaatio- ja laddering-haastatteluissa lähellä tuotettu ruoka liitettiin paikallisen talouden tukemiseen, lyhyisiin kuljetusmatkoihin, tuoreuteen ja luottamukseen tuotteen alkuperästä. Luonnonmukaisesti tuotetun ruoan herättämät mielikuvat liittyivät eläinten hyvinvointiin, torjunta-aineettomuuteen sekä tuotteen parempaan laatuun. Kuitenkin luomuruoka herätti myös negatiivisia mielikuvia, jotka tyypillisesti liittyivät korkeaan hintaan. Jalostuksen ei myöskään nähty soveltuvan luonnonmukaiselle ruoalle.

Eri paikkakuntien haastattelutuloksissa havaittiin eroja. Sana-assosiaatiohaastatteluissa Mikkelissä haastateltujen mielikuvat lähiruoasta olivat myönteisempiä kuin heidän mielikuvansa luomuruoasta ja Espoossa haastateltujen mielikuvat luomuruoasta olivat puolestaan myönteisempiä kuin heidän mielikuvansa lähiruoasta. Mikkelissä ja Espoossa haastateltujen vastausten pohjalta saadut hierarkia-arvokartat erosivat rakenteeltaan selvästi toisistaan. Erityisesti Mikkelissä korostui lähiruokavalintojen positiivinen vaikutus maaseutuun ja sitä kautta yhteiseen hyvinvointiin. Espoossa lähi- ja luomuruokavalintojen vaikutukset olivat yleisemmällä tasolla kuin Mikkelissä. (Arvola ym. 2005).

Espossa, Mikkelissä ja Oulussa pidetyt ryhmäkeskustelut osoittivat, että lähiruoka on luomuruokaan verrattuna kuluttajille käsitteenä jäsentymättömämpi ja kiistanalaisempi. Ruoan tuotantotapa oli keskusteluihin osallistuneille keskeisin luomuruokaa määrittävä ulottuvuus, joka samalla erotteli luomuruoan tavanomaisesti tuotetusta ruoasta, mutta ei täysin aukottomasti lähiruoasta. Erityislainsäädäntö, viranomaisvalvonta ja merkintäjärjestelmä antavat luomuruoalle virallisen statuksen, mikä erottaa luomuruoan myös lähiruoasta. Ruoan tuotannon ja valmistuksen etäisyys kulutuksesta oli keskeisin lähiruokaa määrittävä ulottuvuus. Tämä kuitenkin edellyttää, että etäisyys ymmärretään maantieteellisen etäisyyden lisäksi kulttuurisena ja sosiaalisena etäisyytenä, mikä keskustelijoiden näkemysten mukaan on mahdollista juuri pienimuotoisessa ruoantuotannossa.

Lähiruokaa suosimalla haluttiin tukea paikallisia pientuottajia ja näin edistää oman alueen taloudellista kehitystä ja ylläpitää työllisyyttä. Erityisesti ruoan tuoreus ja hyvä maku, mutta myös tuotteiden yksilöllisyys, terveellisyys ja turvallisuus tekivät lähiruoasta kuluttajille kiinnostavan vaihtoehdon. Luomuruoan käyttöhalukkuus perustui hyvä maun ohella nimenomaan ruoan terveellisyyteen ja turvallisuuteen, mutta myös ympäristön ja eläinten hyvinvoinnin huomioon ottavaan tuotantotapaan. Lähi- ja luomuruokatuotteiden korkeampi hinta ja erityisesti pääkaupunkiseudulla lähiruoan heikko saatavuus olivat tärkeimpiä syitä, miksi periaatteellisesta halukkuudesta huolimatta ostoskoriin valitaan tavanomaisesti tuotettu ja/tai kauempaa tuotu kotimainen vaihtoehto. Pääkaupunkiseutulaisista osa piti lähiruokana myös muualta kuin asuinpaikkakunnalta hankittuja, nimenomaan hankintapaikkaan kiinteästi yhdistettyjä tuotteita, jotka kiinnostivat yksilöllisyydellään ja erinomaisella laadullaan. (Isoniemi 2005).

1.3 Raportin tavoitteet

Tutkimushankkeen toisessa vaiheessa vuonna 2004 toteutettiin kolme kyselyä, jotka osaltaan perustuivat edellä esiteltyjen laadullisten tutkimusten tulosten ja tulkintojen esiintuomiin kysymyksenasetteluihin. Käsillä oleva raportti keskittyy näiden kyselyjen tulosten esittelyyn ja tulkintaan. Kyselyjen tavoitteena oli tuottaa yleistettävää tietoa kuluttajien ja päättäjien suhtautumisesta lähi- ja luomuruokaan sekä verrata kuluttajien ja päättäjien näkemyksiä. Samalla kyselyt olivat osa hankkeen menetelmäkehittelyä.

Raportissamme haluamme vastata seuraaviin kysymyksiin. Ensimmäiseksi käsittelemme kuluttajien ja päättäjien lähiruoan määrittelyä. Tämän jälkeen tarkastelemme kuluttajien ja päättäjien mielikuvia neljästä eri ruokatyyppistä: lähiruoka, kotimainen luomuruoka, kotimainen ruoka, ulkomainen ruoka. Tarkoituksemme on kuvata yhtäältä, miten lähi- ja luomuruoka asemoituvat suhteessa kotimaiseen ja ulkomaiseen ruokaan ja toisaalta lähi- ja luomuruoan keskinäistä suhdetta. Kolmanneksi käsittelemme lähi- ja luomuruoan käyttöä kuluttajilla ja kunnallisissa ruokapalveluissa. Analysoimme kuluttajien ostohalukkuutta ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Kunnallisissa ruokapalveluissa erityisinä tarkastelukohteina ovat lähi- ja luomuruoan käyttöaste ja käytön kustannukset sekä maksuhalukkuus. Lisäksi tarkastelemme, ketkä ovat toimineet aloitteentekijöinä lähi- ja luomuruoan käytön edistämisessä ja millaisia esteitä ja hyötyjä kunnallisissa ruokapalveluissa koetaan olevan lähi- ja luomuruoan käytössä. Tarkastelujen avulla vastaamme mm. kysymykseen, keitä lähi- ja luomuruoan käyttäjät ovat identifioimalla erilaisia käyttäjä- ja kuluttajaryhmiä. Erittelemme myös tulosten antia pk-sektorille keskittyen siihen, ketkä voisivat olla lähi- ja luomuruoan mahdollisia käyttäjiä. Neljänneksi pohdimme lähi- ja luomuruoan mahdollisuuksia globalisoituvassa elintarviketaloudessa perustuen kuluttajien ja päättäjien näkemyksiin lähi- ja luomuruoan todennäköisestä ja toivotusta tulevaisuudesta.

1.4 Raportin rakenne

Johdannon jälkeen luvussa kaksi kuvaamme tutkimuksessa käytetyt aineistot ja menetelmät. Selostamme ensin lyhyesti, miten laadullisten tutkimusten tuloksista rakennettiin yleistettäviin tuloksiin tähtäävät kyselyt ja mitkä muut tekijät otettiin huomioon kyselyjen suunnittelussa ja kysymysten operationalisoinnissa. Tämän jälkeen esitämme kyselyjen toteuttamistavan ja kuvaamme lähemmin eri aineistoja. Päätulokset kuvaamme luvuissa 3–6, joissa käsitellään rinnakkain kuluttajia ja päättäjiä. Jokainen luku päättyy lyhyeen yhteenvetoon keskeisimmistä sekä kuluttajia että päättäjiä koskevista tuloksista. Luvussa seitsemän peilaamme tutkimuksemme tuloksia aikaisempaan tutkimukseen. Tutkimustuloksiin perustuvat johtopäätöksemme esitämme luvussa kahdeksan. Liitteissä ovat kyselyt sekä raportin tekstiosaa täydentävät taulukot ja kuvat.

2 AINEISTOT JA MENETELMÄT

2.1 Internet-kyselyt kuluttajille ja päättäjille lähi- ja luomuruoasta

Kuluttajakyselyn kohderyhmänä olivat suomalaiset kuluttajat, ja kyselyyn saadut vastaukset muodostavat tutkimuksen kuluttaja-aineiston. Päättäjäkyselyt kohdennettiin kahdelle päättäjär ryhmälle, kunnanjohton edustajille ja kunnallisten suurkeittiöiden edustajille, ja heiltä saadut vastaukset muodostavat tutkimuksen päättäjääineistot. Kunnanjohton edustajista käytetään jatkossa raportissa myös lyhennettä ”kunnanjohto” ja suurkeittiöiden edustajista myös lyhennettä ”sk-edustajat”.

Kyselystä toteutettiin kolme eri versiota (Liite 1 kuluttajat, Liite 2 sk-edustajat ja Liite 3 kunnanjohto). Eri versiot laadittiin siten, että niissä oli kullekin vastaajaryhmälle kohdistettujen kysymysosioiden lisäksi myös kaikille yhteisiä kysymysosioita tai osin samoja kysymyksiä, joiden perusteella vertailtiin sekä kuluttajien ja päättäjien että kahden päättäjär ryhmän käsityksiä.

Edellä esiteltyjen laadullisten tutkimusten tuloksia käytettiin kyselyn kysymysten työstämisessä. Sekä päättäjien että kuluttajien näkemyksiä selvittäneet laadulliset tutkimukset osoittivat, että lähiruokakäsitteestä ei ole yksimielisyyttä. Yhtenä kyselyn tavoitteena olikin saada yleistettävää tietoa lähiruokakäsitteen määrittelystä. Tätä varten kyselyyn rakennettiin kaksi väittämäosiota (Liitteet 1, 2 ja 3). Väittämien laadinnassa lähiruokakäsitettä lähestyttiin niiden ominaisuuksien näkökulmasta, jotka olivat laadullisissa tutkimuksissa osoittautuneet tärkeiksi.

Laadullisten tutkimusten mukaan kunnallisten päättäjien ja kuluttajien näkemyksissä lähi- ja luomuruoalla oli myös paljon yhtäläisyyksiä. Kyselyyn laadittiinkin kysymysosio, jolla selvitettiin vastaajien mielikuvia eri ruokatyypeistä (Liitteet 1, 2 ja 3). Ruokatyyppejä otettiin mukaan neljä: lähiruoka, kotimainen luomuruoka, kotimainen ruoka ja ulkomainen ruoka. Tämä teki mahdolliseksi vertailla lähi- ja luomuruokaan liitettyjen mielikuvien ohella myös sitä, miten ne asemoituvat suhteessa kotimaiseen ja ulkomaiseen ruokaan. Siksi luomuruokakin haluttiin määrittellä kotimaiseksi. Laadullisissa aineistoissa tärkeitä lähi- ja luomuruokaan liitettyjä uskomuksia olivat laatuun, luottamukseen, luonnollisuuteen, saatavuuteen ja hyvinvointiin liittyvät uskomukset. Lähiruoka liitettiin paikallisen talouden tukemiseen, yksilöllisyyteen, hyvään laatuun, huonoon saatavuuteen, tuoreuteen ja luottamukseen tuotteen alkuperästä. Luonnonmukaisesti tuotetun ruoan herättämät mielikuvat liittyivät eläinten hyvinvointiin, puhtauteen, hyvään makuun ja laatuun. Kyselyn mielikuvaväittämät kehitettiin näiden laadullisissa tutkimuksissa esille nousseiden lähi- ja luomuruokaan liitettyjen tärkeiden uskomusten pohjalta. Mielikuvaväittämiä esitettiin kuluttajille yhteensä 34 ja päättäjille 10. Mielikuvaväittämien esitysjärjestys vaihteli eri vastaajilla.

Kuluttajille esitettiin lähiruoan määrittelyn ja eri ruokiin liitettyjen mielikuvien lisäksi myös lähi- ja luomuruoan käyttöä, ostohalukkuutta ja saatavuutta koskevia kysymyksiä (Liite 1). Kysymysten avulla haluttiin selvittää lähi- ja luomuruokaan liitettyjen mielikuvien vaikutusta käyttöön ja ostohalukkuuteen. Lähiruoan huono saatavuus ja luomuruoan korkea hinta olivat tulleet esille laadullisissa aineistoissa. Tämän takia haluttiin vielä selvittää, ovatko saatavuus ja hinta esteitä lähi- ja luomuruoan käytölle.

Päättäjien näkemyksiä selvittäneessä laadullisessa tutkimuksessa (Paananen & Forsman-Hugg 2005) lähi- ja luomuruoan käytöllä koettiin olevan kunta- ja seutukuntatasolla useita hyötyjä, joista tärkeimpiä olivat aluetaloudelliset vaikutukset, erityisesti työpaikkojen säilyminen alueella. Tässä tutkimuksessa vain kunnanjohtolle kohdistetun kysymysosion tavoitteena oli saada käsitys siitä, missä määrin kunnanjohtossa uskotaan lähiruoan käytön edistävän aluetaloudellisia vaikutuksia kunnissa/seutukunnissa (Liite 3). Laadullisen tutkimuksen mukaan myös suurkeittiöiden edustajat kokivat lähi- ja luomu-

ruoan käytön taustalla selviä arvotekijöitä. Näitä olivat asiakaslähtöisyys ja kasvatuksellisuus, kuten kuluttajille esikuvana toimiminen ja myös suurkeittiöiden ammattiosaaminen. Tässä tutkimuksessa yksinomaan suurkeittiöiden edustajille kohdistetun hyötyjä koskevan kysymysoseion tavoitteena oli saada yleistettävää tietoa kunnallisten ruokapalvelujen lähi- ja luomuruoan käytön taustalla olevista tekijöistä ja arvoista (Liite 2).

Laadullisen tutkimuksen mukaan päättäjät kokivat lähi- ja luomuruoan käytön hyötyjen ohella paljon myös niiden käyttöä estäviä tekijöitä. Merkittävimpinä esteinä pidettiin jalostettujen tuotteiden huonoa saatavuutta, paikallisten yrittäjien heikkoa tunnettua, markkinoinnin ja alueellisen logistiikan puutetta sekä pienistä valmistusmääristä johtuvaa korkeaa hintaa. Tämän tutkimuksen lähi- ja luomuruoan käytön esteitä koskevan osion tavoitteena oli saada käsitys, ovatko nämä esteet yleisesti merkityksellisiä kunnallisissa ruokapalveluissa (Liite 2). Kysymysoseio kohdistettiin sen spesifisyyden takia vain kunnallisten ruokapalvelujen operatiivisesta toiminnasta vastaaville suurkeittiöiden edustajille.

Lisäksi päättäjäkyselyyn valittiin lähi- ja luomuruoan käytön aloitteentekijöitä ja maksuhalukkuutta koskevat kysymysoseiot (Liitteet 2 ja 3) sekä pelkästään suurkeittiöiden edustajille kohdistettuna lähi- ja luomuruoan käyttömääriä ja ostohintaa koskevat kysymykset (Liite 2).

Edelleen tutkijoiden yhteisissä työpajoissa käydyn keskustelun ja aivoriihen perusteella kyselyyn päätettiin ottaa myös elintarviketalouden ja kuntien ruokapalvelujen tulevaisuutta koskevat kysymysoseiot (Liitteet 1, 2 ja 3).

Tässä tutkimuksessa kuluttajille (K) ja päättäjille (P) suunnatuissa kyselyissä selvitetiin seuraavia teemoja:

- Lähiruoan määrittely (K, P)
- Mielikuvat erilaisista ruokatyypeistä (lähiruoka, kotimainen luomuruoka, kotimainen ruoka, ulkomainen ruoka) (K, P)
- Lähi- ja luomuruokatuotteiden käyttö ja ostohalukkuus kuluttajilla (K)
- Lähi- ja luomuruokatuotteiden saatavuus ja hinta kuluttajille (K)
- Lähi- ja luomuruoan käyttö, ostohinta ja maksuhalukkuus kunnallisissa ruokapalveluissa (P)
- Aloitteentekijät lähi- ja luomuruoan käytössä kunnallisissa ruokapalveluissa (P)
- Lähi- ja luomuruoan käytön esteet ja hyödyt kunnallisissa ruokapalveluissa (P)
- Lähi- ja luomuruoka osana elintarviketalouden (K, P) ja kunnallisten ruokapalvelujen (P) tulevaisuutta
- Taustatiedot (K, P)

Kyselyjen teknisestä toteutuksesta ja aineistojen keruusta vastasi Taloustutkimus Oy. Aineistot kerättiin marraskuussa 2004 Internet-tiedonkeruohjelmistolla (CAWI).

2.2 Kuluttaja-aineiston kuvaus ja edustavuus

Kuluttaja-aineiston (N = 2 429) yksityiskohtainen kuvaus taustamuuttujittain esitetään liitteessä 4. Kyselyyn vastanneissa naisten ja miesten osuudet olivat yhtä suuret. Vastanneet olivat 15–77-vuotiaita, ja heidän keski-ikänsä oli 38,2 vuotta (keskihajonta 13,9). Aineiston analysointia varten vastaajat luokiteltiin kolmeen ikäryhmään. Kyselyyn osallistuneet olivat suhteellisen hyvin koulutettuja, sillä pelkästään perusasteen koulutuksen saaneita oli heistä alle viidesosa (16 %). Vastanneista noin puolet kuului pieneen, yhden tai kahden hengen talouteen, ja lapsiperheellisten osuus oli noin kaksi viidesosaa. Talouden vuosituloissa vastaajat jakautuivat tasaisesti kolmeen ryhmään. Alle 30 000 euroa vuodessa ansaitsevia oli 31 prosenttia. Keskituloisia eli 30 001–50 000 ja yli 50 000 euroa vuodessa ansaitsevia talouksia oli molempia 33 prosenttia. Kolme prosenttia vastaajista jätti vastaamatta talouden vuosituloja koskevaan kysymykseen.

Kyselyyn osallistuneista vajaa puolet (45 %) asui Etelä-Suomen läänissä ja kolmannes (34 %) Länsi-Suomen läänissä. Runsas neljännes (27 %) osallistuneista oli pääkaupunkiseudulta ja hieman harvempi (23 %) muualla maassa sijaitsevista suurista kaupungeista (yli 50 000 asukasta). Pääkaupunkiseudun ulkopuolella, pienemmissä, alle 50 000 asukkaan kunnissa asuvia oli vastaajista puolet. Enemmistö (83 %) vastaajista asui taajama-alueilla. Suurin osa kyselyyn vastanneista (87 %) oli vastuussa taloutensa ruoka-ostoista joko yksin tai yhdessä jonkun toisen talouteen kuuluvan kanssa. Valtaosa vastaajista (89 %) noudatti sekaruokavaliota.

Kuluttajakyselyyn tavoiteltiin 1 200 vastaajan otosta. Taloustutkimus lähetti 3 226 kutsua omalle Internet-paneelilleen. Vastaajia saatiin lopulta 1 695, jolloin vastausprosentiksi tuli 53 %, jota voidaan pitää kohtuullisena. Saatua aineistoa korjattiin painokertoimin paremmin edustamaan kaikkia suomalaisia Internetin käyttäjiä siten, että Taloustutkimuksessa rakennettiin datamatriisiin painokertoimet sukupuolen, iän, koulutuksen ja läänin mukaan. Painokertoimet on laskettu Taloustutkimuksen Internetin käyttäjistä keräämien tietojen perusteella.

Taulukossa 1 on esitetty sekä painottamaton että painotettu kuluttaja-aineisto. Painotetussa kuluttaja-aineistossa on molempia sukupuolia edustava otos Internetin käyttäjiä. Internetin käyttäjiin verrattuna painotettu kuluttaja-aineisto on edustava ikä- ja asuinläänijakaumiltaan, ja myös koulutusjakauma vastaa melko hyvin Internetin käyttäjien saamaa koulutustasoa. Sukupuolen mukaan painotettu aineisto on myös väestöä edustava. Painotetussa kuluttaja-aineistossa ovat Internetin käyttäjiin verrattuna jonkin verran yliedustettuina pääkaupunkiseudulla ja kaksin puolisonsa kanssa asuvat. Väestöön verrattuna painotettu kuluttaja-aineisto poikkeaa iän ja koulutuksen suhteen ja toisaalta painottuu myös hieman pääkaupunkiseutuun ja muihin suuriin kaupunkeihin. Toisaalta Internetin käyttäjät ovat hieman nuorempia, hieman koulutetumpia ja hieman useammin kaupunkilaisia kuin koko väestö keskimäärin (Taloustutkimus 2005).

TAULUKKO 1. Kuluttaja-aineiston vertailu suomalaisiin Internetin käyttäjiin ja väestöön.

		15–77 v. painottamatto- massa aineistossa	15–77 v. painotetussa aineistossa	15–79 v. Internetin käyttäjissä ¹	15 vuotta täyttäneessä väestössä ²
		N = 1 695 %	N = 2 429 %	N = 2 196 %	%
Sukupuoli	Nainen	49	50	50	51
	Mies	51	50	50	49
Ikä	15–24 vuotta	14	23	22	16
	25–34 vuotta	18	20	20	16
	35–49 vuotta	32	33	33	28
	50–59 vuotta	23	17	17	19
	60–79 vuotta	13	7	9	22
Koulutus ³	Perusaste	9	16	21	39
	Keskiaste	56	61	58	37
	Korkea-aste	35	23	21	24
Talouden tyyppi	Yhden hengen talous	17	17	19	NA ⁴
	Lapseton pari	36	31	23	NA
	Lapsiperhe	40	39	44	NA
	Muu aikuistalous	7	13	14	NA
Asuinpaikka	Pääkaupunkiseutu	31	27	22	23
	Muu suuri kaupunki	25	23	23	20
	Muu kunta	45	50	55	57
Asuinlääni	Etelä-Suomi	47	45	43	41
	Länsi-Suomi	33	34	35	36
	Itä-Suomi	10	9	10	11
	Oulu	8	8	9	9
	Lappi	3	3	4	4

¹ Kuluttaja-aineiston vertailu Internetin käyttäjiin perustuu Taloustutkimus Oy:n Internet Tracking 2004 -tutkimuksessa keräämiin tietoihin Internetin käyttäjistä. (<http://www.toy.fi>).

² Väestövertailut perustuvat Suomen tilastollisen vuosikirjan 2004 taulukoihin 45, 51 ja 516, joiden perusteella luvut on laskettu. Asuinpaikkaa ja -asuinläänää koskevat tiedot perustuvat Suomen Kuntaliiton Kuntatiedon keskuksen tietoihin 31.12.2003 tilanteen mukaan. Tiedot perustuvat koko väestöön. (<http://www.kunnat.net>).

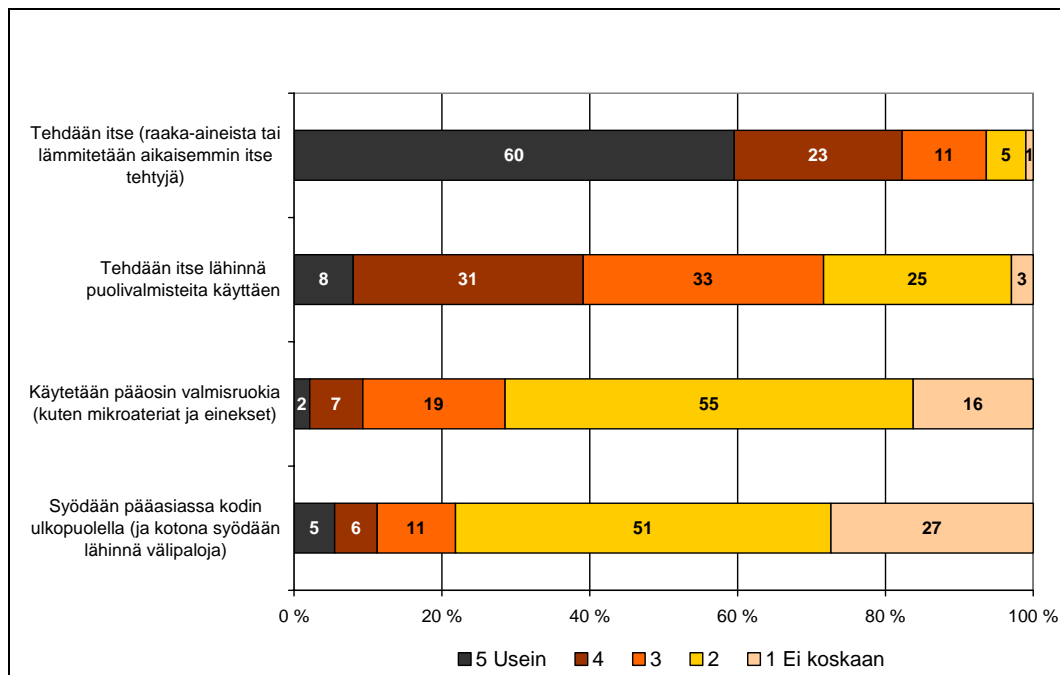
³ Perusasteen koulutuksella tarkoitetaan kansa-, kansalais-, keski- tai peruskoulua, keskiasteen koulutuksella ammattikoulua, lukiota tai opistoa, korkea-asteen koulutuksella ammattikorkeakoulua, korkeakoulua tai yliopistoa.

⁴ NA = ei tietoa.

Ruoanvalmistus vastaajien talouksissa ja vastaajien suhtautuminen ruoan luonnollisuuteen

Arkiaterian valmistustavat

Kuluttajakyselyn vastaajia pyydettiin arvioimaan neljässä väittämässä viisiportaisella asteikolla (1 = ei koskaan; 5 = usein), miten heidän talouksissaan valmistetaan ateriat arki-iltaisina. Väittämät käsittelivät ruoan valmistamista itse raaka-aineista, valmistamista itse käyttäen puolivalmisteita, valmisruokien käyttöä sekä kodin ulkopuolella syömistä. Yli puolet kyselyyn osallistuneista vastasi, että heidän talouksissaan valmistetaan usein arkiateriat itse raaka-aineista (Kuva 1). Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö oli vähäisempää. Vain pieni osa vastaajista ilmoitti käyvänsä usein syömässä kodin ulkopuolella arki-iltaisina.



KUVA 1. Arkiaterian valmistustavat kuluttajien (N = 2 429) kotitalouksissa.

Arkiaterian valmistustapaan liittyvien vastausvaihtoehtojen perusteella vastaajat jaoteltiin kolmeen ryhmään K-means-klusterianalyysillä. Ryhmistä käytetään seuraavia nimityksiä: 1) ruokansa itse valmistavat, 2) puolivalmisteita käyttävät ja 3) kodin ulkopuolella ruokailevat (Liite 4). (Ryhmien muodostamiseen ja kuvailuun liittyvät yksityiskohtaiset tulokset ovat saatavissa tekijöiltä.)

Kaksi ensin mainittua ryhmää muodostivat ne kyselyyn osallistuneet, jotka valmistivat kodin ulkopuolella ruokailevien ryhmään kuuluvia useammin itse ruokaa kotona ja söivät harvoin arki-iltaisina kodin ulkopuolella. Näihin kahteen ryhmään kuului paljon suuremmissa, yli kolmen hengen talouksissa asuvia. Ryhmät erosivat toisistaan puolivalmisteiden käytössä. Puolivalmisteita käyttävien ryhmään kuuluivat ne vastaajat (n = 943), jotka valmistivat usein ruoan itse kotona mutta käyttivät myös usein puolivalmisteita ruoanvalmistuksessa (keski-ikä 36 vuotta). Ruokansa itse valmistavien ryhmä koostui kyselyyn vastanneista (n = 1 118), jotka useimmiten tekivät ruoan raaka-aineista itse kotona ja toisaalta käyttivät vähiten valmisruokia ja puolivalmisteita. Tähän ryhmään kuuluvat olivat keski-ikänsä vanhimpia (keski-ikä 41 vuotta) ja käyttivät useimmin säännöllisesti lähiruokaa.

Kodin ulkopuolella ruokailevien ryhmä oli kooltaan pienin (n = 368). Tähän ryhmään kuuluvat vastaajat käyttivät eniten valmisruokia ja valmistivat kaikkein vähiten ruokaa itse kotona. Ryhmään kuuluvista miltei puolet oli alle 30-vuotiaita (iän keskiarvo 35 vuotta), ja suurin osa heistä asui yhden tai kahden hengen taloudessa. Vastaajia, jotka eivät käyttäneet lähiruokaa, kuului tähän ryhmään enemmän kuin kahteen muuhun ryhmään.

Suhtautuminen ruoan luonnollisuuteen

Suhtautumista ruoan luonnollisuuteen mitattiin Natural product interest (NPI) -asennemittarilla (Roininen ym. 1999). Mittari sisältää kuusi väittämää, jotka liittyvät elintarvikkeiden lisäaineettomuuteen, luomutuotteisiin ja ruoan jalostusasteeseen (seitsemänportainen asteikko). Vastaajat, jotka saavat korkeita arvoja mittarilla, pitävät tärkeänä ruoan luonnollisuutta. NPI-arvo laskettiin kullekin kyselyyn osallistuneelle keskiarvona kuudesta väittämästä, joiden välinen reliabiliteetti oli 0,80 (Taulukko 2). Väittämässä, jotka on taulukossa merkitty (R), asteikko on käännetty ennen keskiarvon laskemista. NPI-arvon keskiarvo koko aineistossa oli 4,4 (keskihajonta 1,29). Keskiarvo vastaa aikaisemmin kerättyjen edustavien aineistojen keskiarvoja. Uralan ja Lähteenmäen suomalaisväestöä edustavissa aineistoissa NPI-arvon keskiarvo oli 4,2 vuonna 2002 ja 4,4 vuonna 2004 (Urala & Lähteenmäki 2004, Urala & Lähteenmäki 2006). Jatkoanalyysija varten vastaajat jaettiin NPI-arvon perusteella kolmeen kiinnostusluokkaan: vähiten kiinnostuneet, keskimääräisesti kiinnostuneet ja eniten kiinnostuneet (Liite 4).

TAULUKKO 2. NPI-keskiarvomuuttujaan (suhtautuminen ruoan luonnollisuuteen) liittyvät väittämät ja niiden reliabiliteetti.

Keskiarvomuuttuja	Alkuperäiset muuttujat	Cronbachin alfa
NPI	<ul style="list-style-type: none"> • Pyrin syömään elintarvikkeita, joissa ei ole lisäaineita • En välitä, vaikka päivittäin syömissäni elintarvikkeissa on lisäaineita (R) • En syö pitkälle jalostettuja tuotteita, koska en tiedä, mitä niissä on • Haluaisin syödä vain luomuruokaa • Mielestäni keinotekoisesti makeutetut elintarvikkeet eivät ole haitallisia terveydelleni (R) • Mielestäni luomutuotteet eivät ole sen parempia terveydelleni kuin tavanomaiset (R) 	0,80

(R) = asteikko käännetty

Naiset, yli 44-vuotiaat, keskituloiset, ruokansa itse valmistavat sekä lapsiperheissä asuvat vastaajat arvostivat muita enemmän ruoan luonnollisuutta (Liite 5). Lisäksi ne vastaajat, jotka huolehtivat taloutensa elintarvikkeistoista, arvostivat enemmän ruoan luonnollisuutta. Myös lähi- ja luomuruokaa käyttävät pitivät ruoan luonnollisuutta tärkeämpänä kuin ne, jotka eivät käytä lähi- ja/tai luomuruokaa. Ruoan luonnollisuuden arvostuksessa ei ollut eroa pääkaupunkiseudulla ja muualla Suomessa asuvien vastaajien välillä.

2.3 Päätäjäreineistojen kuvaus ja edustavuus

Päätäjäreikyselyt lähetettiin kaikkiin Suomen 444 kuntaan kahdelle kohderyhmälle: kunnanjohtajille, jotka edustavat lähinnä strategista päätöksentekoa ja kunnallisten suurkeittäiöiden edustajille, jotka edustavat operatiivista päätöksentekoa. Päätäjäreikyselyt toteutettiin lähettämällä vastaajien sähköpostiosoitteeseen linkki, jonka kautta he pääsivät Internet-kyselyyn. Osoitelähteenä käytettiin kuntien Internet-sivuja, tai yhteystiedot saatiin puhelimitse kunnista. Niillä suurkeittäiöiden edustajista, jotka eivät voineet vastata sähköisesti, oli mahdollisuus saada kyselylomake postitse. Sk-edustajista 17 prosenttia (36 kpl) vastasi kirjallisesti lomakekyselyyn. Päätäjäreikyselyihin oli mahdollisuus vastata sekä suomen että ruotsin kielellä. Ruotsinkieliseen versioon kyselystä vastasi yhteensä 13 vastaajaa.

Kunnanjohtolta saatiin vastauksia 144 kunnasta, joten vastausprosentiksi tuli 32 %. Sk-edustajilta saatiin vastauksia 212 kunnasta, ja vastausprosentiksi tuli 48 %. Kohderyhmät huomioon ottaen vastausprosentit ovat kohtuullisen hyvät, mikä osaltaan osoittaa kummankin kohderyhmän kiinnostusta lähi- ja luomuruokaa kohtaan.

Kyselyyn vastanneiden päätäjäreikryhmien jakautuminen eri lääneihin, maakuntiin, asukasluokkuihin sekä kunnanjohton aineistossa tilastolliseen kuntaryhmittelyyn on koottu taulukkoon 3. Kunnanjohton vastausten jakautuminen eri lääneihin noudatti likipitään kuntien todellista jakautumista lääneihin. Suhteellisesti eniten vastauksia saatiin Päijät-Hämeen, Itä-Uudenmaan, Kainuun, Keski-Suomen ja Pirkanmaan maakunnista. Tilastollisen kuntaryhmittelyn (kaupunkimainen, taajaan asuttu tai maaseutumainen kunta) mukaan taajaan asutut kunnat ovat hieman aliedustettuina. Asukasluvun mukaan tarkasteltuna aineisto on suhteellisen edustava.

Sk-edustajien vastausten jakautuminen lääneittäin noudatti myös likipitään kuntien jakautumista eri lääneihin. Suhteellisesti eniten vastauksia saatiin Uudenmaan, Etelä-Pohjanmaan, Pohjois-Karjalan, Etelä-Savon ja Lapin maakunnista. Asukasluvun mukaan tarkasteltuna aineistoa voidaan myös pitää melko edustavana.

Kunnanjohtajille annettiin mahdollisuus delegoida kysely toisen henkilön vastattavaksi, mikäli heillä itsellään ei ollut mahdollisuutta vastata. Lähes kaikki vastaajat olivat kuitenkin kaupungin/kunnanjohtajia (79 %). Muita kuin kaupungin/ kunnanjohtajia vastaajista oli 21 prosenttia. Nämä vastaajat olivat maaseututoimenjohtajia, maaseutupäälliköitä tai -sihteerejä, maaseutu- tai elinkeinoasiamiehiä (13 vastaajaa), talous- tai hallintojohtajia, hallinto-, kehittämis- tai suunnittelupäälliköitä, kaupunginsihteerejä (11 vastaajaa) sekä pääemäntiä, ravitsemis- tai ruokapalvelupäälliköitä tai ruokapalvelujohtajia (6 vastaajaa).

Sk-edustajista yli puolet (52 %) oli ruokapalvelu- tai ravitsemispäälliköitä. Pääemäntiä tai vastaavia keittäjiä oli hieman yli kolmannes (34 %). Ruokapalvelu- tai ravitsemisjohtajia oli seitsemän prosenttia. Jollakin muulla nimekkeellä toimivia (sivistystoimenjohtaja, kotitalousopettaja, keittiötyönjohtaja, ohjaaja, keittiöapulainen/keittäjä, kokki) oli seitsemän prosenttia sk-edustajista.

Kyselyssä suurkeittäiöiden edustajilta kysyttiin lähi- ja luomuruoan hankintatapaa vastaajan kunnassa tai vastuulla olevalla alueella vuonna 2004. Yleisin sekä lähiruoan että kotimaisen luomuruoan hankintatapa oli suora hankinta ilman tarjouskilpailua (Taulukko 3). Lähiruokaa hankittiin usein myös rajoitetuilla avoimilla tarjouspyynnöillä sekä avoimella hankintamenettelyllä.

TAULUKKO 3. Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien jakautuminen läänin, maakunnan, tilastollisen kuntaryhmittelyn ja kunnan asukasluvun mukaan sekä lähi- ja luomuruoan hankintatapa kunnissa.

		Kunnanjohton edustajat (N = 144)			Suurkeittiöiden edustajat (N = 212)		
		n	%	% Suomen kunnista ¹⁾	n	%	% Suomen kunnista ¹⁾
Lääni	Etelä-Suomi	26	18	20	47	23	20
	Länsi-Suomi	68	48	46	88	42	46
	Itä-Suomi	19	14	14	34	16	14
	Oulu	16	11	11	25	12	11
	Lappi	7	5	5	13	6	5
	Ahvenanmaa	5	4	4	2	1	4
Maakunta	Uusimaa	5	4	5	15	7	5
	Varsinais-Suomi	19	13	13	24	11	13
	Itä-Uusimaa	4	3	2	2	1	2
	Satakunta	11	8	6	12	6	6
	Kanta-Häme	2	1	4	8	4	4
	Pirkanmaa	14	10	7	14	7	7
	Päijät-Häme	8	6	3	7	3	3
	Kymenlaakso	5	4	3	7	3	3
	Etelä-Karjala	4	3	3	3	1	3
	Etelä-Savo	7	5	5	13	6	5
	Pohjois-Savo	5	4	6	11	5	6
	Pohjois-Karjala	5	4	4	11	5	4
	Keski-Suomi	15	10	7	17	8	7
	Etelä-Pohjanmaa	5	4	6	16	8	6
	Pohjanmaa	4	3	4	7	3	4
	Keski-Pohjanmaa	3	2	3	7	3	3
	Pohjois-Pohjanmaa	12	8	9	18	9	9
	Kainuu	4	3	2	3	1	2
	Lappi	7	5	5	13	6	5
		Ahvenanmaa	5	4	4	2	1
Tilastollinen kunta-ryhmittely ²⁾	Kaupunkimainen kunta	24	17	16	-	-	-
	Taajaan asuttu kunta	17	12	16	-	-	-
	Maaseutumainen kunta	103	72	68	-	-	-
Kunnan asukasluku	alle 2000	31	22	19	26	12	19
	2 000–6 000	59	41	41	74	35	41
	6 001–10 000	24	17	17	48	23	17
	10 001–20 000	17	12	11	28	13	11
	20 001–40 000	9	6	8	22	10	8
	40 001–100 000	2	1	3	9	4	3
	yli 100 000	2	1	1	4	2	1
Lähiruoan hankintatapa (n = 200) ³⁾	Suora hankinta	-	-	-	45		
	Rajoitettu avoin tarjouspyyntöhankinta	-	-	-	34		
	Avoin hankinta	-	-	-	21		
	Muu tapa	-	-	-	1		
Luomuruoan hankintatapa (n = 153) ³⁾	Suora hankinta	-	-	-	54		
	Rajoitettu avoin tarjouspyyntöhankinta	-	-	-	22		
	Avoin hankinta	-	-	-	22		
	Muu tapa	-	-	-	3		

¹⁾ Kuntia koskevat tiedot perustuvat Suomen Kuntaliiton Kuntatiedon keskuksen tilastoihin (<http://www.kunnat.net>) joulukuun 2004 tilanteen mukaan.

²⁾ Kysyttiin vain kunnanjohtolta.

³⁾ Kysyttiin vain suurkeittiöiden edustajilta.

2.4 Aineistojen analyysit

Muuttujien perusanalyysit tehtiin kuluttaja- ja päättäjääineistoissa frekvenssejä, ristiintaulukointia, keskiarvoja ja Pearssonin sekä Spearmannin korrelaatioita käyttäen. Kuluttaja-aineistossa arkiruoan valmistukseen liittyvä ryhmittelyanalyysi tehtiin K-means-klusterianalyysillä. Kyselyihin osallistuneiden vastauksia tutkittiin taustatekijöiden mukaisissa ryhmissä varianssianalyysillä, ristiintaulukoinnilla ja ei-parametrisillä testeillä.

Kuluttaja-aineistossa taustamuuttujina käytettiin vastaajan sukupuolta, ikää, koulutusta, talouden kokoa ja tyyppiä, vuosituloja sekä vastaajan asuinkuntaa, asuinaluetta ja lääniä liitteen 4 mukaisesti. Tämän lisäksi taustamuuttujina käytettiin liitteessä 4 esitettyjä ruoan ostoaluetta, arkiaterian valmistustapaa sekä lähi- ja luomuruoan käyttöä mittaavia muuttujia ja NPI-asennemittaria. Päättäjääineistossa taustamuuttujina käytettiin lääniä (pois lukien Ahvenanmaa vähäisen vastaajamäärän takia), maakuntaa, tilastollista kuntaryhmittelyä ja kunnan asukaslukua sekä lähi- ja luomuruoan hankintatapaa taulukon 3 mukaisesti.

Selvitettäessä taustoiltaan erilaisten kuluttajien käsityksiä lähiruoan määrittelystä käytettiin pääkomponenttianalyysien avulla muodostettuja kahta keskiarvomuuttujaa ”suomalaisuus ja etäisyys” ja ”sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys”.

Kuluttaja-aineistossa eri ruokatyyppisiin (lähiruoka, kotimainen luomuruoka, kotimainen ruoka ja ulkomainen ruoka) liittyvistä mielikuvista muodostetut keskiarvomuuttujat tehtiin faktorianalyysien (Maximum likelihoo) ja Pearssonin korrelaatioiden perusteella. Keskiarvomuuttujien luotettavuutta tutkittiin reliabiliteettianalyysillä. Mielikuvien erojen selvittämisessä eri ruokatyyppien välillä sekä kuluttaja- että päättäjääineistossa käytettiin erotteluanalyysijä. Mielikuvien yhteyttä lähi- ja luomuruoan ostohalukkuuksiin tutkittiin kuluttaja-aineistossa regressioanalyysillä.

Tuoteominaisuuksien vaikutusta kuluttajien ostohalukkuuteen tutkittiin conjoint-analyysin avulla. Termi conjoint (yhdistetty, rinnakkainen) käsittää useita menetelmiä, joissa kuluttajan mieltymysten muodostuminen johdetaan kuluttajan tekemistä arvioinneista erilaisista tuotteen ominaisuuksista, toisin sanoen conjoint-analyysillä tarkastellaan tuotetta sen sisältämien ominaisuuksien yhdistelmänä. Conjoint on menetelmä, jossa tuotteesta saatavan kokonaisuuden ajatellaan muodostuvan tuotteen ominaisuuksista saatavista osittaisuudesta. Conjoint-analyysin avulla voidaankin arvioida eri tuoteominaisuuksien suhteellista tärkeyttä kuluttajille ja miten ne vaikuttavat kuluttajien kokemaan tuotteesta saatavaan kokonaisuuteen. Käytettäessä conjoint-analyysissä vastaajat esimerkiksi arvioivat halukkuuttaan ostaa tutkittavan tuotteen keskeisten ominaisuuksien (esimerkiksi hinta, maku ja tuotantotapa) eri tasojen (esimerkiksi keskihintainen ja 20 % kalliimpi) yhdistelmästä muodostettuja tuotevaihtoehtoja. Tämä voidaan toteuttaa usealla eri tavalla. Vastaajille voidaan esimerkiksi antaa katsottavaksi tuotteeseen liittyviä kuvia tai materiaalia tai heille voidaan tarjota pelkästään kirjoitettu kuvaus tuotteen ominaisuuksista.

Suurkeittiöiden edustajien aineistossa muodostettiin keskiarvomuuttujat lähiruoan käytön hyödyistä ja esteistä. Keskiarvomuuttujien muodostaminen perustui pääkomponenttianalyysiin (Varimax-rotointi) ja korrelaatioiden tarkasteluun. Keskiarvomuuttujien luotettavuutta tutkittiin reliabiliteettianalyysillä. Keskiarvomuuttujia tarkasteltiin jatkoanalyysissä eri ryhmissä yksisuuntaisella varianssianalyysillä ja t-testillä.

Suurkeittiöiden edustajien aineisto ryhmiteltiin lähiruoan käyttöasteen perusteella kolmeen ryhmään ja kotimaisen luomuruoan käyttöasteen perusteella kahteen ryhmään. Ryhmittely tehtiin Two step clustering -analyysillä, jossa on mahdollista käyttää ryhmittelevinä muuttujina myös järjestysasteikollisia muuttujia.

Kuluttaja-aineistossa vastaajien elintarviketalouden tulevaisuuden todennäköisenä pitämää (”usko”-muuttuja) ja toivomaa kehitystä (”toivo”-muuttuja) kuvaavat keskiarvo-

muuttujat muodostettiin pääkomponenttianalyysin (Varimax-rotatointi) tulosten perusteella. Luotettavuuden tutkimisessa käytettiin reliabiliteettianalyysiä. Jatkoanalyysissä käytettiin Mann-Whitneyn ja Kruskal-Wallisin parametrittomia testejä.

Raporttiin ei ole liitetty kaikkia tehtyjä analyysejä koskevia tulostaulukoita. Näistä on erikseen maininta raportin ao. kohdassa. Yksityiskohtaiset tulostaulukot ovat saatavissa tekijöiltä.

3 LÄHIRUOAN MÄÄRITTELY

Lähiruoan määrittelyä selvitettiin kahden viidestä väittämästä koostuvan väittämäpatteriston avulla. Ensimmäisessä patteristossa kaikki vastaajaryhmät arvioivat erilaisten suomalaisuuteen ja etäisyyteen liittyvien väittämien sopivuutta kuvaamaan lähiruokaa. Toisessa väittämäpatteristossa vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa, kuinka tärkeitä väittämissä esitetyt jakeluketjuun, valmistuspaikkaan ja -tapaan sekä myyntitilanteeseen ja -paikkaan liittyvät ominaisuudet ovat sen kannalta, että ruokaa voisi kutsua lähiruokaaksi. Molemmissa patteristoissa oli viisiportainen asteikko (1 = ei sovi lainkaan/ei lainkaan tärkeä; 5 = sopii erittäin hyvin/erittäin tärkeä).

Luvussa kolme tarkastellaan aluksi näkökulmia lähiruoan määrittelyyn (luku 3.1). Tämän jälkeen käsitellään lähiruoan määrittelyä kuluttajien ja päättäjien taustatekijöiden mukaan (luvut 3.2 ja 3.3). Lopuksi (luku 3.4) esitetään yhteenveto kuluttajien ja päättäjien lähiruoan määrittelystä.

3.1 Näkökulmia lähiruoan määrittelyyn

Suomalaisuus ja etäisyys

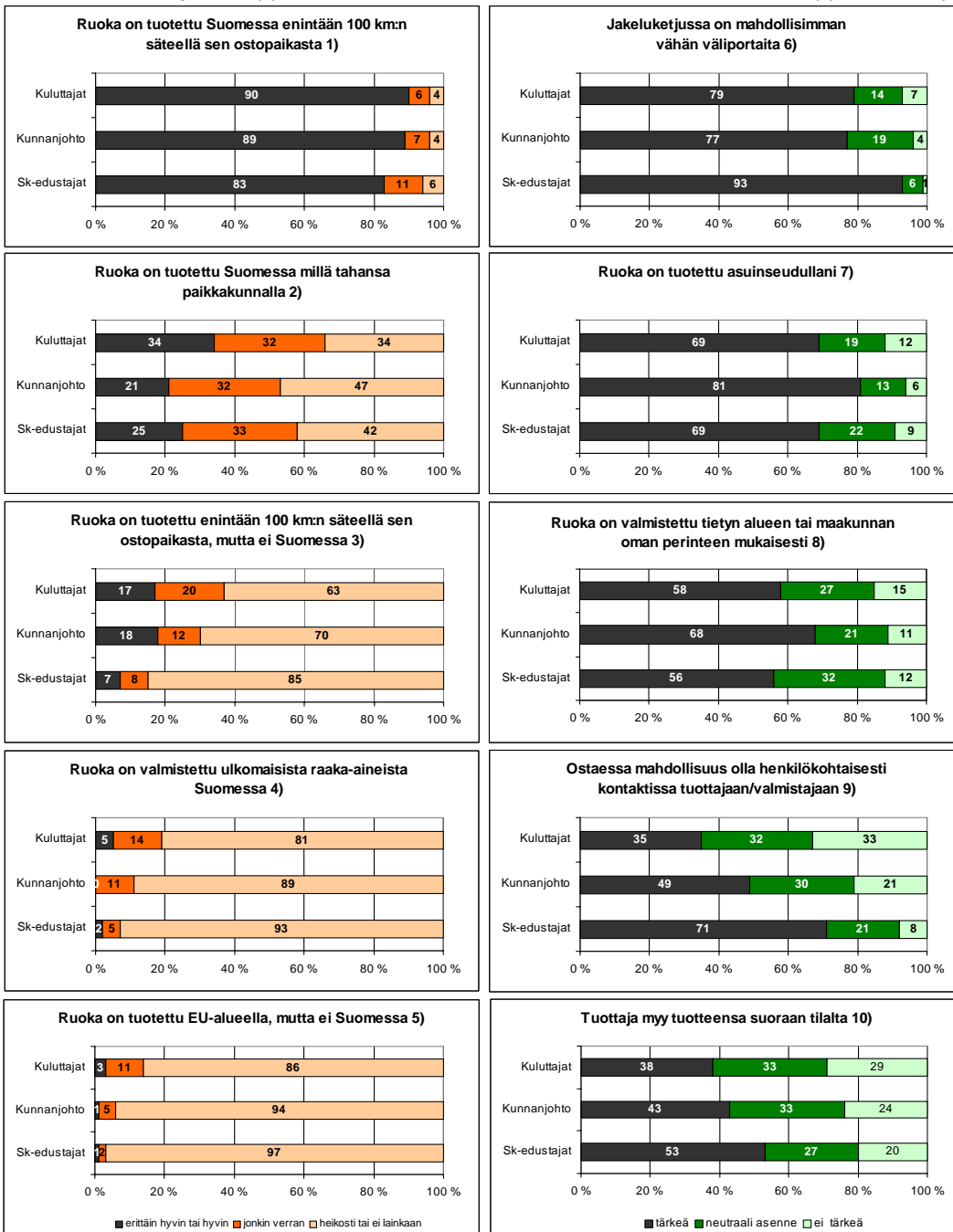
Kuvassa 2 vasemmalla on esitetty kuluttajien, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien näkemykset suomalaisuuteen ja etäisyyteen liittyvien väittämien sopivuudesta kuvaamaan lähiruokaa. Kuvassa alkuperäistä vastausasteikkoa on tiivistetty viisiportaisesta kolmiportaiseksi. Yksityiskohtaiset tulokset eri vastaajaryhmien vastausten jakaumista ovat liitteessä 6.

Väittämä *Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta* sopi kaikkien kolmen vastaajaryhmän mielestä selvästi parhaiten lähiruokaan. Kussakin ryhmässä valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että kyseinen väittämä sopii hyvin tai erittäin hyvin lähiruokaan. Lähiruokaa ei osalle vastaajista kuitenkaan ole kaikkialla Suomessa tuotettu ruoka, sillä kuluttajista yli kolmannes, kunnanjohtosta lähes puolet ja sk-edustajista yli kaksi viidesosaa oli sitä mieltä, että väittämä *Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla* sopii heikosti tai ei sovi lainkaan lähiruokaan. Kyseinen väittämä jakoi eniten mielipiteitä vastaajaryhmien sisällä, sillä kussakin ryhmässä, erityisesti kuluttajissa, oli varteenotettava määrä myös niitä vastaajia, joiden mielestä väittämä sopii kuvaamaan lähiruokaa joko hyvin tai erittäin hyvin. Lisäksi kussakin ryhmässä noin kolmannes vastaajista arvioi väittämän sopivan jonkin verran kuvaamaan lähiruokaa. Kuluttajat arvioivat kunnanjohtoa ja sk-edustajia useammin kyseisen väittämän sopivan kuvaamaan lähiruokaa. (Kuva 2, Liite 6).

Suurin osa kuluttajista, kunnanjohtosta ja sk-edustajista ei pitänyt ulkomaista ruokaa lähiruokaaksi sopivana. Kussakin vastaajaryhmässä useimmat vastaajista olivat sitä mieltä, että väittämä *Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa* ei sovi kuvaamaan lähiruokaa. Toisaalta kuluttajista ja kunnanjohtosta erottui myös vähemmistö vastaajia, jotka olivat sitä mieltä, että kyseinen väittämä sopii lähiruokaan joko hyvin tai erittäin hyvin. Valtaosa vastaajista ei myöskään pitänyt *EU:n alueella, mutta Suomen rajojen ulkopuolella tuotettua ruokaa* tai *ulkomaisista raaka-aineista Suomessa valmistettua ruokaa* lähiruokaaksi sopivana. Kuluttajat suhtautuivat ulkomaisen ruoan tai ulkomaisten raaka-aineiden sopivuuteen lähiruokaaksi tai sen raaka-aineiksi hieman väljemmin kuin kunnanjohto ja sk-edustajat. Suurkeittiöiden edustajat puolestaan suhtautuivat kaikkein tiukimmin ulkomaisen ruoan sopivuuteen lähiruokaaksi. (Kuva 2, Liite 6).

a) Suomalaisuus ja eitäisyys

b) Sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys



Vastaajaryhmien väliset tilastollisesti merkitsevät erot suhtautumisessa väittämiin. Tilastolliset merkitsevyydet perustuvat keskiarvoihin, ei-parametrinen Mann-Whitney U -testi. K = kuluttajat, Kj = kunnanjohto, Sk = sk-edustajat.

- 1) p<0,05 K vs. Kj, p<0,05 K vs. Sk
- 2) p<0,001 K vs. Kj, p<0,01 K vs. Sk
- 3) p<0,001 K vs. Sk, p<0,001 Kj vs. Sk
- 4) p<0,05 K vs. Kj, p<0,001 K vs. Sk, p<0,01 Kj vs. Sk
- 5) p<0,001 K vs. Kj, p<0,001 K vs. Sk
- 6) p<0,001 K vs. Sk, p<0,001 Kj vs. Sk
- 7) p<0,01 K vs. Kj
- 8) p<0,05 K vs. Kj
- 9) p<0,001 K vs. Kj, p<0,001 K vs. Sk, p<0,001 Kj vs. Sk
- 10) p<0,001 K vs. Sk

KUVA 2. Kuluttajien (N = 2 429), kunnanjohtojen (N = 144) ja suurkeittiöiden edustajien (N = 212) näkemykset lähiruuan määrittelyä koskeviin väittämiin.

- a) Ominaisuuksien sopivuus kuvaamaan lähiruuan oleellisia piirteitä,
- b) Ominaisuuksien tärkeys, jotta ruokaa voisi kutsua lähiruoka.

Sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys

Kuvassa 2 oikealla on esitetty kuluttajien, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien näkemykset jakeluketjuun, valmistuspaikkaan ja -tapaan sekä myyntitilanteeseen ja -paikkaan liittyvien ominaisuuksien tärkeydestä lähiruoalle. Kuvassa alkuperäistä vastausasteikkoa on tiivistetty viisiportaisesta kolmiportaiseksi. Yksityiskohtaiset tulokset eri vastaajaryhmien vastausten jakaumista ovat liitteessä 7.

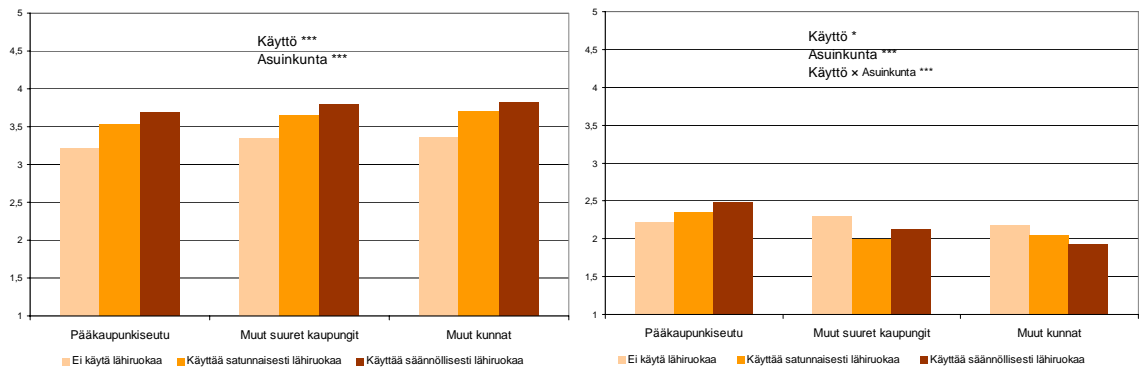
Mahdollisimman vähän väliportaita käsittävää jakeluketjua pidettiin kaikissa vastaajaryhmissä tärkeänä ominaisuutena lähiruoalle. Tärkeimpänä ominaisuutena lähiruoalle sitä pitivät sk-edustajat ja kuluttajat. Sk-edustajille kyseinen ominaisuus oli lisäksi selvästi tärkeämpi kuin kunnanjohtolle ja kuluttajille. Heistä suurin osa, yli kolme viidesosaa, piti vähän väliportaita käsittävää jakeluketjua erittäin tärkeänä ominaisuutena lähiruoalle (Liite 7). Suurin osa vastaajista kussakin ryhmässä piti myös *ruoan tuottamista omalla asuinseudulla* ja *ruoan valmistamista tietyn alueen tai maakunnan perinteen mukaisesti* lähiruoalle tärkeinä ominaisuuksina. Nämä ominaisuudet olivat tärkeitä erityisesti kunnanjohtolle, joille nimenomaan ruoan tuottaminen omalla asuinseudulla oli tärkein lähiruoan ominaisuus. Sekä *henkilökohtaisten kontaktien* että *ruoan suoramyynnin* merkitys oli tärkeämpi lähiruoan ominaisuus sk-edustajille kuin kuluttajille. Henkilökohtaisten kontaktien merkitys oli sk-edustajille myös tärkeämpi kuin kunnanjohtolle. Erityisesti kuluttajien mielipiteet jakautuivat siinä, miten tärkeinä edellä mainittuja ominaisuuksia pidettiin. Selvästi yli kolmannes kuluttajista piti kyseisiä ominaisuuksia lähiruoalle tärkeinä, noin kolmannes ei ottanut voimakkaasti kantaa ja kolmannes tai harvempi ei pitänyt niitä lähiruoalle tärkeinä ominaisuuksina. (Kuva 2, Liite 7). Henkilökohtaisten kontaktien ja ruoan suoramyynnin merkityksellisyys sk-edustajille saattaa johtua osittain ammatillisesta asemasta. Suurkeittiöiden edustajat ovat usein konkreettisesti tekemisissä lähiruoan tuottajien kanssa hankinnoista päättäessään.

3.2 Kuluttajien lähiruoan määrittely

Selvitettäessä taustoiltaan erilaisten kuluttajien käsityksiä lähiruoan määrittelystä käytettiin pääkomponenttianalyysien avulla muodostettuja kahta muuttujaa: *suomalaisuus ja etäisyys* ja *sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys*. Muuttujat muodostettiin laskemalla keskiarvo neljästä lähiruoan ominaisuuksien sopivuuden mittaamiseen käytetyistä väittämistä (kuvassa 2 vasemmalla) ja viidestä lähiruoan ominaisuuksien tärkeyden mittaamiseen käytetyistä väittämistä (kuvassa 2 oikealla). (Liite 8). Väittämää, *Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100:km säteellä sen ostopaikasta*, ei käytetty muodostettaessa keskiarvomuuttujia, koska väittämä ei pääkomponenttianalyysin perusteella mitannut samaa asiaa kuin muut neljä väittämää. Korkeat arvot muuttujalla ”suomalaisuus ja etäisyys” saava vastaaja pitää ulkomaisista raaka-aineista valmistettua, ulkomailla tai Suomessa millä tahansa paikkakunnalla tuotettua ruokaa lähiruoaksi sopivana. Muuttujalla ”sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys” korkeita arvoja saava vastaaja pitää lähiruoalle tärkeinä ominaisuuksina esimerkiksi henkilökohtaista kontaktia tuottajaan tai valmistajaan, tuotteiden myyntiä suoraan tilalta ja ruoan tuottamista omalla asuinseudullaan.

Lähiruoan määrittelyssä sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys korostui suurimmalla osalla kuluttajista (Liite 9). Erityisesti naiset, yli 30-vuotiaat ja pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvat pitivät sosiokulttuurista läheisyyttä tärkeänä. Sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys lähiruoan määrittelyssä korostui myös lähiruokaa satunnaisesti ja säännöllisesti käyttävillä (Kuva 3), ruoan luonnollisuutta arvostavilla, lapsiperheissä asuvilla, ruokansa itse valmistavilla ja taloutensa elintarvikeostoista vastaavilla. Nämä vastaajat olivat myös muita harvemmin valmiita hyväksymään Suomessa millä tahansa paikkakunnalla tai ulkomailla tuotetun ruoan lähiruoaksi. Ainoastaan miehet, nuorimmat

(alle 30-vuotiaat vastaajat) ja perusasteen koulutuksen saaneet sekä pääkaupunkiseudulla asuvat lähiruokaa säännöllisesti käyttävät (Liite 9) suhtautuivat muita myönteisemmin ajatukseen ulkomaisesta ruoasta tai millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotetusta ruoasta lähiruokana. Erot vastaajien välillä olivat kuitenkin pieniä.



Asteikot: vasemmalla 1 = ei lainkaan tärkeä; 5 = erittäin tärkeä; oikealla 1 = ei sovi lainkaan; 5 = sopii erittäin hyvin.

KUVA 3. Vasemmalla) Vastaajan asuinalueen ja lähiruoan käytön vaikutus sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeyden kokemiseen. Oikealla) Vastaajan asuinalueen ja lähiruoan käytön vaikutus ulkomailta tai millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotetun ruoan sopivuuteen lähiruoksi.

3.3 Päätäjien lähiruoan määrittely

Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien näkemyksiä lähiruoan määrittelyyn tarkasteltiin vastaajien edustamien kuntien taustatietojen mukaan. Näkemuseroja tarkasteltiin yksittäisiin väittämiin annettujen vastausten perusteella (ks. Kuva 2). Läänien välisessä tarkastelussa (pl. Ahvenanmaa) sk-edustajien käsitykset erosivat merkittävästi ainoastaan suhtautumisessa väittämään *Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla* (Liite 10). Vastaajat Oulun läänistä olivat muiden läänien vastaajia useammin sitä mieltä, että kyseinen väittämä sopii lähiruokaan. Sk-edustajien näkemyksissä oli tilastollisesti merkittäviä eroja myös asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa. Mitä suurempi oli kunnan asukasluku, sitä useammin vastaajat pitivät ulkomailta tai millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotettua ja ulkomaisista raaka-aineista Suomessa valmistettua ruokaa lähiruoksi sopivana (Liite 10).

Myös se, miten tärkeinä sk-edustajat pitivät eri ominaisuuksia, jotta ruokaa voisi kutsua lähiruoksi, vaihteli asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa. Kaikki viisi väittämää (ks. kuvassa 2 väittämät oikealla) korreloivat asukasluvun kanssa; mitä pienempi oli kunnan asukasluku, sitä tärkeimpinä lähiruoalle ominaisuuksia pidettiin (Liite 10). Läänien välisessä tarkastelussa sk-edustajien näkemykset erosivat merkittävästi ainoastaan siinä, miten tärkeinä henkilökohtaisia kontakteja tuottajaan tai valmistajaan pidettiin. Henkilökohtaisia kontakteja pidettiin tärkeimpinä Länsi- ja Itä-Suomen lääneissä muihin lääneihin verrattuna (Liite 10).

Kunnanjohton näkemyksissä lähiruoan määrittelyyn (ominaisuuksien sopivuus ja tärkeys) ei ollut merkittäviä eroja eri lääneissä ja asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa. Sen sijaan kunnanjohton käsitykset erosivat kuntatyyppien välisessä tarkastelussa suhtautumisessa väittämään *Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa*. Maaseutumaisissa kunnissa vastaajat olivat harvemmin sitä mieltä, että väittämä sopii hyvin lähiruokaan verrattuna vastaajiin kaupunkimaisissa tai taajaan asutuissa kunnissa (Liite 10).

3.4 Yhteenveto lähiruoan määrittelystä kuluttajilla ja päättäjillä

Useimmalle kuluttajalle, kunnanjohton ja suurkeittiön edustajalle lähiruoka-sana tarkoitti suomalaista, ostopaikan lähellä tuotettua ruokaa. Lähiruoka ja suomalainen ruoka näyttäsivät kuitenkin olevan eri asia, mikä ilmeni vastaajien erilaisina mielipiteinä missä tahansa Suomessa tuotetun ruoan sopivuudesta lähiruoksi. Esimerkiksi kuluttajista noin kolmannes piti millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotettua ruokaa lähiruoksi sopivana ja yhtä moni oli täysin päinvastaista mieltä. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että ulkomailla tai ulkomaisista raaka-aineista valmistettu ruoka ei sovi lähiruoksi. On kuitenkin todettava, että pieni vähemmistö kuluttajista ja kunnanjohtosta oli valmis hyväksymään ulkomailla, maantieteellisesti lähellä tuotetun ruoan lähiruoksi. Kuluttajilla oli kaikkein väljin näkemys ulkomaisen ruoan sopivuudesta lähiruoksi. Kuluttajat ja suurkeittiöiden edustajat pitivät tärkeimpänä lähiruoan ominaisuutena lyhyttä jakeluketjua, kunnanjohtolle sen sijaan tärkeintä oli, että ruoka on tuotettu omalla asuinseudulla. Kunnanjohtolle oli tärkeää myös se, että ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti. Lähiruoan määrittelyssä alueellisuudella, omaan asuinalueeseen liittyvillä tekijöillä, oli merkitystä nimenomaan kunnanjohtolle. Suurkeittiöiden edustajille kaikkein tärkeimpiä lähiruoan ominaisuuksia olivat jakeluketjun lyhyiden ohella henkilökohtainen kontakti tuottajaan tai valmistajaan ja myös se, että ruoka on tuotettu asuinseudulla. Henkilökohtaisten kontaktien ja ruoan suoramyynnin merkitys jakoi eniten kuluttajien mielipiteitä. Osalle kuluttajista ne olivat hyvinkin tärkeitä tekijöitä, osaa kuluttajista ne eivät kiinnostaneet lainkaan. Kaiken kaikkiaan kunnanjohtolla ja suurkeittiöiden edustajilla oli yhtenäisemmät näkemykset lähiruoan määrittelyyn kuin kuluttajilla, joiden mielipiteet jakaantuivat enemmän.

Osalle kuluttajista oli tärkeää eräänlainen sosiokulttuurinen läheisyys. Naiset, yli 30-vuotiaat kuluttajat, lähiruokaa säännöllisesti käyttävät ruoan luonnollisuutta arvostavat ja pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvat pitivät henkilökohtaista kontaktia tuottajaan tai valmistajaan sekä ruoan tuottamista omalla asuinseudulla ja tietyn alueen tai maakunnan perinteen mukaisesti lähiruokalle tärkeinä ominaisuuksina. Lisäksi nämä kuluttajat olivat muita harvemmin valmiita hyväksymään millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tai ulkomailla tuotetun ruoan lähiruoksi. Ainoastaan miehet, nuorimmat (alle 30-vuotiaat) kuluttajat ja perusasteen koulutuksen saaneet sekä pääkaupunkiseudulla asuvat lähiruokaa säännöllisesti käyttävät suhtautuivat muita myönteisimmin ajatukseen ulkomaisesta ruoasta tai millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotetusta ruoasta lähiruokana.

Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien näkemykset eivät voimakkaasti eronneet toisistaan taustatekijöiden mukaisessa tarkastelussa. Suurkeittiöiden edustajien näkemyksissä oli eniten eroa asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa. Asukasluvultaan suuremmissa kunnissa suhtauduttiin myönteisemmin siihen, että ulkomailla tai millä tahansa paikkakunnalla Suomessa tuotettu ja ulkomaisista raaka-aineista Suomessa valmistettu ruoka sopii lähiruoksi. Kaikkia viidessä väittämässä (ks. kuva 2 oikealla) esitettyjä lähiruoan ominaisuuksia pidettiin tärkeäimpinä asukasluvultaan pienemmissä kunnissa. Kaiken kaikkiaan päättäjien näkemyksissä korostui alueellisuuden merkitys lähiruokaa määriteltäessä.

4 MIELIKUVAT ERI RUOKATYYPEISTÄ – LÄHIRUOKA, KOTIMAINEN LUOMURUOKA, KOTIMAINEN RUOKA, ULKOMAINEN RUOKA

Kuluttajilta, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajilta kysyttiin mielikuvia neljästä eri ruokatyyppistä väittämien avulla. Neljä ruokatyyppiä olivat lähiruoka, kotimainen luomuruoka, kotimainen ruoka ja ulkomainen ruoka. Nämä ruokatyytit määriteltiin vastaajille ennen kysymykseen vastaamista (ks. Liite 1, 2 ja 3). Vastaajia pyydettiin arvioimaan, missä määrin esitetyt väitteet sopivat heidän mielikuvaansa ruokatyypeistä. Vastaajan tuli siis arvioida kunkin väitteen sopivuutta kussakin neljässä ruokatyyppissä.

Luvussa neljä tarkastellaan ensin kuluttajien mielikuvia eri ruokatyypeistä (luku 4.1) ja tämän jälkeen päättäjien mielikuvia (luku 4.2). Lopuksi (luku 4.3) esitetään yhteenveto kuluttajien ja päättäjien mielikuvista eri ruokatyypeistä. Yhteenvedossa esitetään lisäksi taulukoihin koottuna ruokatyyppien olennaisimmat erot kuluttajien ja päättäjien mielikuvissa.

4.1 Kuluttajien mielikuvat eri ruokatyypeistä

Kuluttajat arvioivat 34 lähiruokaa, kotimaista luomuruokaa, kotimaista ruokaa ja ulkomaista ruokaa koskevaa väittämää viisiportaisella asteikolla (1 = täysin eri mieltä; 5 = täysin samaa mieltä). Seuraavassa tarkastellaan ensin mielikuvien keskiarvoja kuluttaja-aineistossa ja uusien mielikuvamuuttujien muodostamista. Tämän jälkeen tarkastellaan ruokatyyppien olennaisimpia eroja kuluttajien mielikuvissa ja lopuksi eri kuluttajaryhmien mielikuvia lähi- ja luomuruoasta.

4.1.1 Mielikuvien keskiarvot kuluttaja-aineistossa

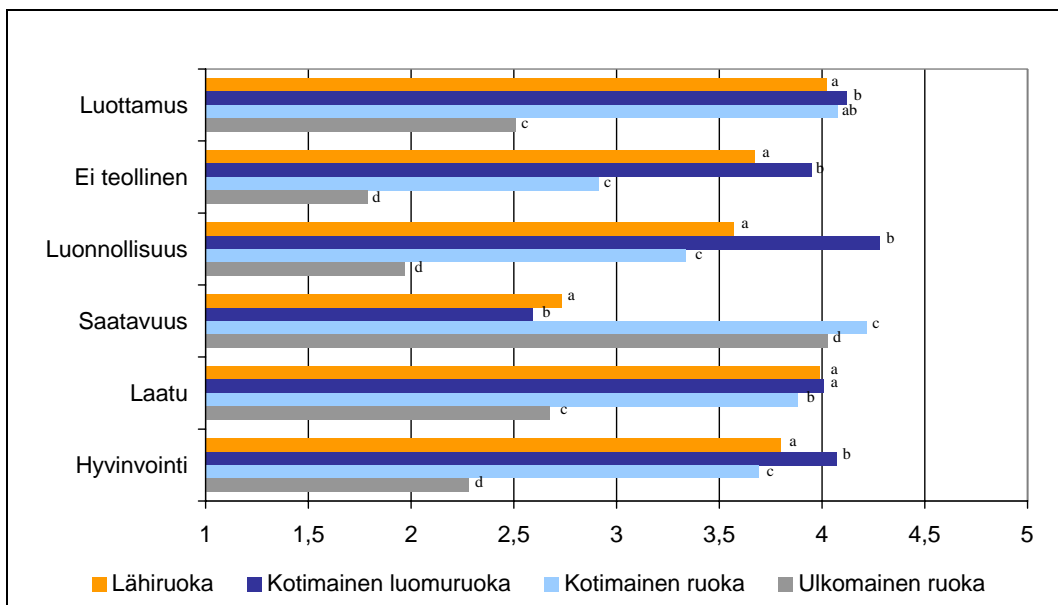
Yksittäisten mielikuvamuuttujien keskiarvot on esitetty liitteessä 11 lääneittäin ja koko kuluttaja-aineistossa. Yksittäisten mielikuvamuuttujien tuottamaa tietoa tiivistettiin muodostamalla uusia, ns. keskiarvomuuttujia. Keskiarvomuuttujien muodostaminen perustui erottelu- ja faktorianalyysiin, jotka tehtiin erikseen kullekin ruokatyyppille. Yhdistettäväksi valittiin muuttujat, jotka kuvasivat teoreettisesti samaa asiaa ja latautuivat faktoreille mahdollisimman samalla tavoin ruokatyyppistä riippumatta. Keskiarvomuuttujat, niiden osiot ja reliabiliteetit ovat taulukossa 4. Näiden ruokatyyppiin liittyvien mielikuvien keskiarvomuuttujien profiilit esitetään kuvassa 4, lukuun ottamatta kahta ”omatunto”-keskiarvomuuttujaa, joiden profiilit on erikseen esitetty kuvassa 5. Yhdeksän mielikuvaväittämää jäi keskiarvomuuttujien ulkopuolelle, koska ne eivät mitanneet muiden väittämien kanssa samaa asiaa. Näiden yksittäisten mielikuvamuuttujien keskiarvot on esitetty kuvassa 6.

TAULUKKO 4. Kuluttajien (N = 2 429) mielikuvia eri ruokatyypeistä mittaavista väittämistä muodostetut keskiarvomuuuttajat ja niiden reliabiliteetit.

Keskiarvo- muuttaja	Alkuperäiset muuttajat	Cronbachin alfa				
		Lähi- ruoka	Koti- mainen luomu	Koti- mainen ruoka	Ulko- mainen ruoka	Koko aineisto
Luottamus	<ul style="list-style-type: none"> • Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti • Herättää epäluottamusta (R) • Voin luottaa siihen, että tuote ja valmistustapa ovat sitä, mitä niiden pakkauksessa kerrotaan olevan • Tuntuu turvalliselta 	0,76	0,82	0,75	0,84	0,98
Ei-teollinen	<ul style="list-style-type: none"> • On vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat (R) • Teollisesti valmistettu (R) • Valmistettu käyttäen perinteisiä menetelmiä • Valmistettu pienyrityksessä 	0,78	0,83	0,77	0,84	0,85
Luonnollisuus	<ul style="list-style-type: none"> • Runsaasti lisä- tai säilöntäaineita (R) • Kaikki vitamiinit ja hivenaineet ovat tallella • Luonnollisin menetelmin tuotettua • Ei sisällä jäämiä torjunta-aineista 	0,69	0,73	0,68	0,74	0,89
Saatavuus	<ul style="list-style-type: none"> • Tuotevalikoima on suppea (R) • Saatavuus on hyvä 	0,65	0,61	0,59	0,67	0,79
Laatu	<ul style="list-style-type: none"> • Korkealaatuiset raaka-aineet • Maukasta • Ostettaessa tuoretta 	0,60	0,65	0,61	0,68	0,78
Hyvinvointi	<ul style="list-style-type: none"> • Edistää omaa tai perheeni terveyttä • Luo paremman tulevaisuuden tuleville sukupolville • Edistää eläinten hyvinvointia 	0,75	0,77	0,73	0,77	0,86
Hyvä omatunto	<ul style="list-style-type: none"> • Saa minut tuntemaan, että annan oman panokseni hyvän asian puolesta • Saa minut tuntemaan itseni hyväksi ihmiseksi • Saa minut tyytyväiseksi omaan toimintaani 	0,83	0,84	0,83	0,84	0,89
Huono omatunto	<ul style="list-style-type: none"> • Saa minut tuntemaan syyllisyyttä • On moraalisesti väärin 	0,75	0,78	0,74	0,86	0,84

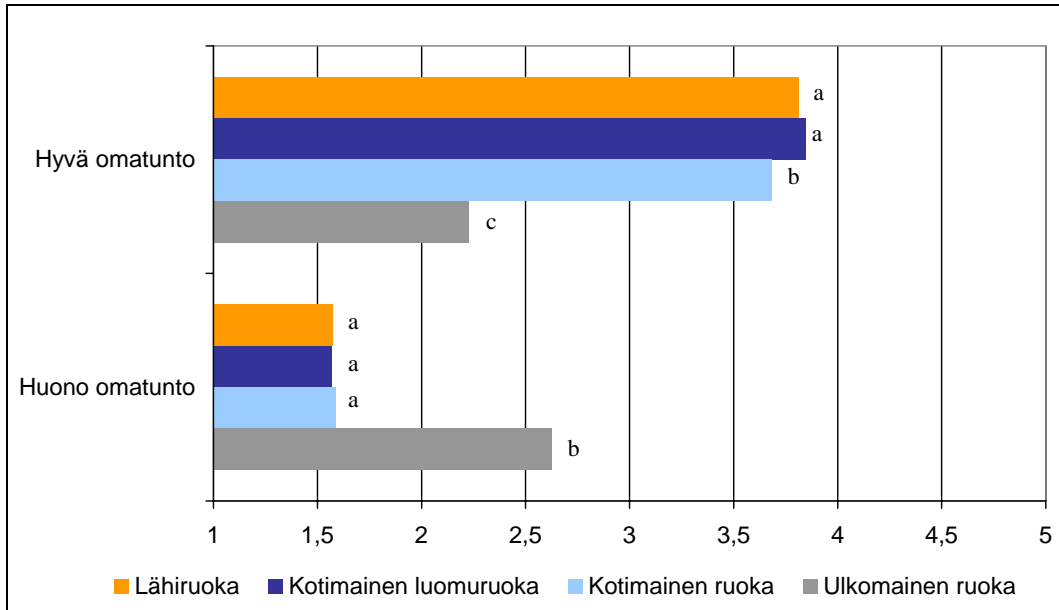
(R) = väittämän asteikko on käännetty

Kuluttajat liittivät lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan ja kotimaiseen ruokaan mielikuvia, jotka kuvastavat luottamusta ja uskoa hyvään laatuun (Kuva 4). Ilmaisuu "ulkomainen ruoka" herätti selvästi kielteisempiä mielikuvia. Kaikkien kotimaisten ruokatyyppejen uskottiin edistävän (omaa, perheen, tulevien sukupolvien tai eläinten) hyvinvointia. Kotimainen luomuruoka arvioitiin eniten hyvinvointia edistäväksi ja luonnollisemmaksi (vähemmän torjunta-ainejäämiä sisältävä, luonnollisemmin tuotettu, enemmän vitamiineja ja kivennäisaineita sekä vähemmän lisä- tai säilöntäaineita sisältävä). Lähiruokaan, kotimaisen luomuruokaan ja kotimaisen ruoan käytön arvioitiin tuottavan hyvää omaatuntoa (Kuva 5). Ulkomaisen ruoan käytön puolestaan koettiin aiheuttavan enemmän huonoa omaatuntoa kuin muiden ruokatyyppejen. Lähiruokaa pidettiin useammin muihin ruokatyyppeihin verrattuna oman kotiseudun yrittäjiä tukevana ja vaikeampana tunnistaa kaupassa (Kuva 6).



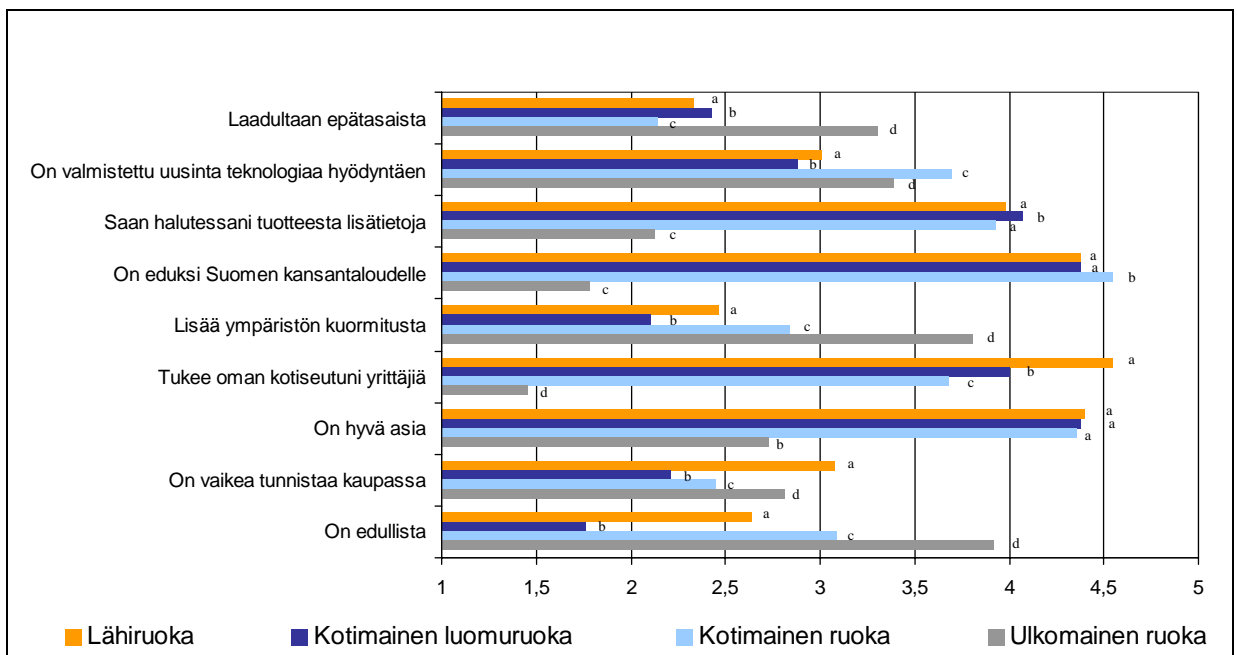
Asteikko 1 = täysin eri mieltä; 5 = täysin samaa mieltä. Samalla kirjaimella merkityt ruokat eivät eroa kyseisen mielikuvan suhteen tilastollisesti merkitsevästi merkitsevyydellä 0,05.

KUVA 4. Lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan, kotimaiseen ruokaan ja ulkomaiseen ruokaan liittyvien mielikuvien keskiarvomuuttujien profiilit kuluttajaineistossa (N = 2 429).



Asteikko 1 = täysin eri mieltä; 5 = täysin samaa mieltä. Samalla kirjaimella merkityt ruoat eivät eroa kysytyn mielikuvan suhteen tilastollisesti merkitsevästi merkitsevyydellä 0,05.

KUVA 5. Hyvää ja huonoa omaatuntoa kuvaavien keskiarvomuuuttujen profiilit kuluttaja-aineistossa (N = 2 429).



Asteikko 1 = täysin eri mieltä; 5 = täysin samaa mieltä. Samalla kirjaimella merkityt ruokatyytit eivät eroa kyseisen mielikuvan suhteen tilastollisesti merkitsevästi merkitsevyydellä 0,05.

KUVA 6. Keskiarvomuuuttujen ulkopuolelle jääneiden yksittäisten mielikuvaväittämien keskiarvot kuluttaja-aineistossa (N = 2 429).

4.1.2 Ruokatyyppien olennaisimmat erot kuluttajien näkemyksissä

Erotteluanalyysillä selvitettiin, mitkä mielikuvien ulottuvuudet kaikkein keskeisimmin erottavat ja yhdistävät kuluttajien näkemyksissä eri ruokatyyppisiä: lähiruokaa, kotimaista luomuruokaa, kotimaista ruokaa ja ulkomaista ruokaa. Analyysissä käytettiin selittävinä muuttujina mielikuvia kuvaavia keskiarvomuuttujia (Taulukko 4) ja niitä yksittäisiä mielikuvamuuttujia (Kuva 6), jotka osoittautuivat erottelun kannalta olennaisiksi.

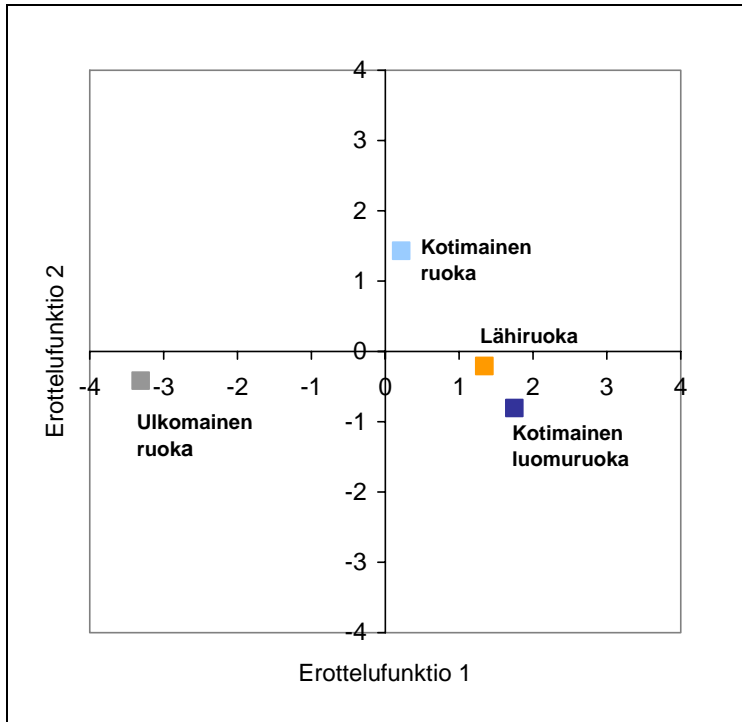
Kaikkien neljän ruokatyyppin välillä tehdyssä erotteluanalyysissä saatiin tuloksena kolme tilastollisesti merkitsevää erottelufunktiota (Taulukko 5). Suurin ero kuluttajien mielikuvissa oli kotimaisen ja ulkomaisen ruoan välillä. Sen sijaan lähiruoka, kotimainen luomuruoka ja muu kotimainen ruoka erottuivat toisistaan vain vähän. Useimmat muuttujista latautuivat voimakkaasti ensimmäiselle erottelevalle ulottuvuudelle (Taulukko 5, selitysosuus 78 %), joka erotti selvästi ulkomaisen ruoan lähiruosta, kotimaisesta luomuruosta ja kotimaisesta ruoasta. Ruokatyyppien sijoittuminen kahdelle ensimmäiselle erottelufunktiolle on esitetty kuvassa 7.

TAULUKKO 5. Selittävien muuttujien ja lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan sekä ulkomaisen ruoan mielikuvia erottelevien erottelufunktioiden välinen korrelaatiomatriisi kuluttaja-aineistossa (N = 2 429).

	Erotoelufunktio		
	1	2	3
Selitysosuus	78 %	14 %	7 %
<i>On eduksi Suomen kansantaloudelle.</i>	0,67(*)	0,56	-0,04
<i>Ei-teollinen-keskiarvomuuttuja</i>	0,64(*)	-0,28	0,00
<i>Tukee oman kotiseutuni yrittäjiä.</i>	0,64(*)	0,19	0,46
<i>Luottamus-keskiarvomuuttuja</i>	0,48(*)	0,32	-0,08
<i>Hyvinvointi-keskiarvomuuttuja</i>	0,43(*)	0,11	-0,14
<i>Laatu-keskiarvomuuttuja</i>	0,43(*)	0,20	0,07
<i>Edullista.</i>	-0,42(*)	0,34	0,41
<i>Luonnollisuus-keskiarvomuuttuja</i>	0,42(*)	0,02	-0,38
<i>Lisää ympäristön kuormitusta.</i>	-0,30(*)	0,09	0,10
<i>Saatavuus-keskiarvomuuttuja</i>	-0,32	0,71(*)	-0,24
<i>Vaikea tunnistaa kaupassa.</i>	-0,04	-0,03	0,46(*)

(*) Suurin korrelaatio kunkin muuttujan ja jonkun erottelufunktion välillä.
Kursiivilla merkityt yksittäisiä muuttujia.

Lähiruoka, kotimainen luomuruoka ja kotimainen ruoka erottuivat ulkomaisesta ruoasta Suomen kansantaloudelle edullisina, oman kotiseudun yrittäjiä tukevana, luotettavina, hyvinvointia edistävinä, laadukkaina ja luonnollisina. Ulkomainen ruoka erottui muista ruokatyypeistä enemmän teollisena, edullisempänä ja enemmän ympäristön kuormitusta lisäävänä (erottelufunktio 1). Toinen erottelufunktio erotteli kotimaisen ruoan muista ruokatyypeistä. Kotimaista ruokaa pidettiin paremmin saatavissa olevana ja parempana Suomen kansantaloudelle kuin ulkomaista ruokaa, lähiruokaa ja kotimaista luomuruokaa (erottelufunktio 2). Lähiruoka taas erottui kotimaisesta luomuruosta vaikeampana tunnistaa kaupassa ja oman kotiseudun yrittäjiä tukevana (erottelufunktio 3).



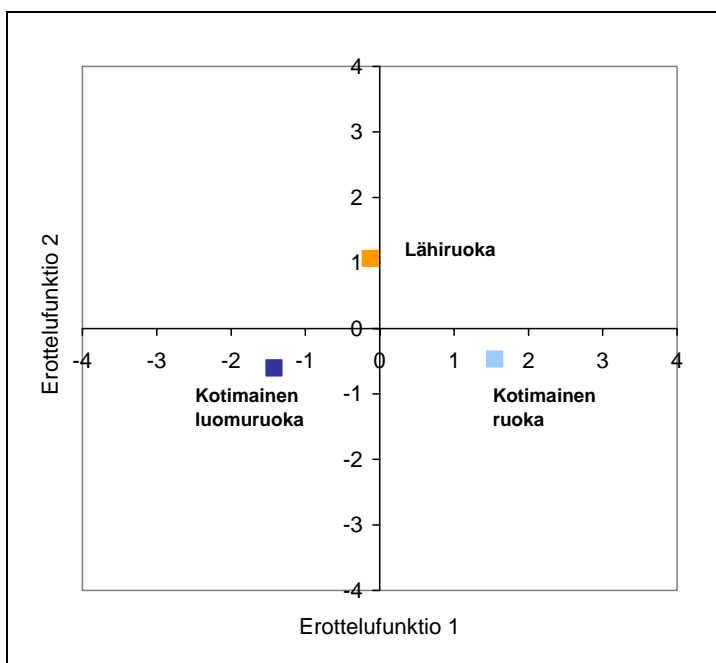
KUVA 7. Kuluttajien (N = 2 429) mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.

Vastaava erotteluanalyysi tehtiin ilman ulkomaista ruokaa, jotta nähtäisiin, miten lähiruoka, kotimainen luomuruoka ja kotimainen ruoka eroavat kuluttajien mielikuvissa. Erotteluanalyysin tuloksena muodostui kaksi erottelufunktiota (Taulukko 6). Ruokatyypien sijoittuminen näille erottelufunktiolle on esitetty kuvassa 8. Ensimmäinen erottelufunktio erotteli toisistaan kotimaisen ruoan ja kotimaisen luomuruoan. Kotimaista ruokaa pidettiin paremmin saatavissa olevana, edullisempänä ja enemmän ympäristön kuormitusta lisäävänä kuin kotimaista luomuruokaa. Kotimaista luomuruokaa ja lähiruokaa taas pidettiin vähemmän teollisena, luonnollisempänä ja enemmän oman kotiseudun yrittäjiä tukevana kuin kotimaista ruokaa (erottelufunktio 1). Toinen erottelufunktioista erotteli lähiruoan kotimaisesta luomuruoasta ja kotimaisesta ruoasta. Lähiruokaa pidettiin kahta muuta ruokatyypistä vaikeampana tunnistaa kaupassa, enemmän oman kotiseudun yrittäjiä tukevana ja huonommin saatavissa olevana (erottelufunktio 2).

TAULUKKO 6. Selittävien muuttujien ja lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvia erottelevien erottelufunktioiden välinen korrelaatiomatriisi kuluttaja-aineistossa (N = 2 429).

	Erotoelufunktio	
	1	2
Selitysosuus	74 %	26 %
Saatavuus-keskiarvomuuttuja	0,78(*)	-0,26
Ei-teollinen-keskiarvomuuttuja	-0,58(*)	0,02
<i>Edullista.</i>	0,52(*)	0,40
<i>Lisää ympäristön kuormitusta.</i>	0,25(*)	0,10
Hyvinvointi-keskiarvomuuttuja	-0,16(*)	-0,14
<i>On eduksi Suomen kansantaloudelle</i>	0,09(*)	-0,04
Laatu-keskiarvomuuttuja	-0,08(*)	0,02
<i>Vaikea tunnistaa kaupassa</i>	0,01	0,48(*)
<i>Tukee oman kotiseutuni yrittäjiä</i>	-0,20	0,47(*)
Luonnollisuus-keskiarvomuuttuja	-0,22	-0,39(*)
Luottamus-keskiarvomuuttuja	-0,01	-0,09(*)

(*) Suurin korrelaatio kunkin muuttujan ja jonkun erottelufunktion välillä.



KUVA 8. Kuluttajien (N = 2 429) mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.

4.1.3 Kuluttajaryhmien mielikuvat lähi- ja luomuruoasta

Lähi- ja luomuruoan käytön edistämisen ja markkinoinnin kannalta on kiinnostavaa tietää, minkälaiset kuluttajat mieltävät nämä ruokatyytit erilaisina kotimaiseen ruokaan verrattuna. Onko esimerkiksi mahdollista kuvailla, millainen kuluttaja pitää lähiruokaa ja/tai luomuruokaa kotimaista ruokaa laadukkaampana. Näitä kysymyksiä selvitettiin laskemalla kustakin mielikuvamuuttujien keskiarvomuuuttujista jokaiselle vastaajalle uudet ”eromuuttujat”, jotka kuvaavat sitä, miten paljon lähiruokaa koskeva uskomus eroaa vastaavasta kotimaista ruokaa koskevasta uskomuksesta kyseisellä vastaajalla. Eromuuttujien keskiarvoja tarkasteltiin tämän jälkeen varianssianalyseillä taustatekijöiden mukaisissa ryhmissä. Vastaavat muuttujat muodostettiin kuvaamaan myös mielikuvaeroja kotimaisen luomuruoan ja muun kotimaisen ruoan välillä.

Mielikuvat lähiruoasta

Liitteessä 12 on esitetty yhteenveto mielikuvien eroista lähiruoan ja kotimaisen ruoan välillä kuluttajien taustatekijöiden mukaan. Yhteenvetona lähiruokaa koskevista tuloksista voidaan sanoa, että useimmista taustatekijöistä riippumatta kaikki kuluttajat olivat samaa mieltä siitä, että muuhun kotimaiseen ruokaan verrattuna lähiruoka tukee oman paikkakunnan yrittäjiä paremmin ja että se on kaupassa vaikeammin tunnistettavissa. Kuitenkin myös joitakin eroja löytyi eri kuluttajaryhmien välillä. Seuraavassa esitetään päätulokset näistä mielikuvaeroista. Regressioanalyysissä parhaiten ostoaikomuksia ennustavat mielikuvat (ks. luku 5.1.3) on kursivoitu.

Naisilla oli positiivisempia uskomuksia lähiruoasta kuin miehillä kotimaiseen ruokaan verrattuna. Naiset luottivat useammin kuin miehet lähiruokaan hieman kotimaista ruokaa enemmän, pitivät lähiruokaa luonnollisempana, enemmän omaa, perheen, tulevien sukupolvien ja eläinten *hyvinvointia edistävänä*, *laadukkaampana* ja vähemmän ympäristöä kuormittavana sekä harvemmin laadultaan epätasaisena. Sen sijaan sukupuolesta riippumatta lähiruokaa pidettiin kotimaiseen ruokaan verrattuna heikommin saatavana, kalliimpana, kotiseudun yrittäjiä tukevana ja vähemmän teollisena.

Asuinpaikan mukaisessa tarkastelussa tuli esille seuraavia eroja: Ne kuluttajat, jotka ilmoittivat asuinkunnakseen jonkun muun pääkaupunkiseudun kunnan kuin Helsingin, mielsivät lähiruoan monissa suhteissa muuta kotimaista ruokaa huonommaksi. Esimerkiksi nämä kuluttajat pitivät lähiruokaa vähemmän luotettavana ja vähemmän luonnollisena, huonompilaatuisena, vähemmän omaa, perheen, tulevien sukupolvien ja eläinten hyvinvointia edistävänä ja enemmän ympäristöä kuormittavana. Yli 50 000 asukkaan kaupungeissa (lukuun ottamatta pääkaupunkiseudun kaupunkeja, Turku ja Tampere) vastaajat sen sijaan uskoivat useammin lähiruoan paremmuuteen edellä mainituissa ominaisuuksissa. Lähiruoan paremmuuteen uskottiin useammin tiettyjen ominaisuuksien osalta myös Turussa (mielikuvat luonnollisuudesta ja luotettavuudesta) ja Tampereella (mielikuvat luonnollisuudesta ja laadusta, lisätiedon saantimahdollisuus). Asuinkunnasta riippumatta kaikki kuluttajat olivat sitä mieltä, että lähiruoka tukee oman paikkakunnan yrittäjiä paremmin kuin muu kotimainen ruoka ja että se on kaupassa vaikeammin tunnistettavissa. Mielenkiintoista on, että helsinkiläisten mielikuvat edellisistä ominaisuuksista olivat lähempänä muualla Suomessa asuvien kuin muiden pääkaupunkiseudulla asuvien mielikuvia. Ainoastaan Helsingissä asuvat pitivät lähiruoan saatavuutta kotimaisen ruoan saatavuutta huonompana.

Korkea-asteen koulutuksen saaneet kuluttajat olivat taipuvaisia arvioimaan lähiruoan kotimaista ruokaa paremmaksi. Lähiruokaa pidettiin mm. kotimaista ruokaa luonnollisempana, vähemmän teollisena, enemmän kotiseudun yrittäjiä tukevana, enemmän *hyvinvointia edistävänä* ja vähemmän ympäristöä kuormittavana. Korkeasti koulutetut pitivät useammin kuin vähemmän koulutusta saaneet lähiruokaa kalliimpana ja laadultaan epätasaisempana kuin kotimainen ruoka.

Se, oliko perheessä **lapsia**, ei vaikuttanut mielikuviin lähiruosta suhteessa kotimaiseen ruokaan. Myöskään iällä ei ollut yksiselitteisen selkeää yhteyttä mielikuvaeroihin. Kaikenikäiset kuluttajat pitivät lähiruokaa ja kotimaista ruokaa yhtä luotettavina ja laadukkaina. Nuoremmat, alle 30-vuotiaat vastaajat mielsivät hieman vanhempia vastaajia useammin lähiruoalla olevan muuhun kotimaiseen ruokaan verrattuna enemmän *hyvinvointivaikutuksia*. Lisäksi nuoremmat vastaajat pitivät lähiruokaa vanhempia vastaajia useammin oman kotiseudun yrittäjiä tukevana ja luonnollisempana, mutta myös vaikeammin kaupassa tunnistettavana.

Muuta kuin sekaruokavaliota noudattavilla oli lähiruosta *luottamukseen ja hyvinvointivaikutuksiin* liittyvissä mielikuvissa hieman positiivisempi käsitys kuin sekaruokavaliota noudattavilla.

Mielikuvat kotimaisesta luomuruoasta

Liitteessä 13 on esitetty yhteenveto mielikuvien eroista luomuruoan ja kotimaisen ruoan välillä vastaajien taustatekijöiden mukaan. Seuraavassa esitetään päätulokset luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvaeroista vastaajien taustatekijöiden mukaan. Regressioanalyysissä parhaiten ostoaikomuksia ennustavat mielikuvat (ks. luku 5.1.3) on kursivoitu.

Naisilla oli myös positiivisempia mielikuvia kotimaisesta luomuruoasta kuin miehillä. Naiset pitivät useammin luomuruokaa kotimaista ruokaa *luotettavampana*, luonnollisempana, *laadukkaampana*, *hyvinvointia edistävänä* ja vaikeampana tunnistaa kaupassa. Miehet taas uskoivat naisia useammin luomuruoan epätasalaatuisuuteen ja huonompaan saatavuuteen kotimaiseen ruokaan verrattuna. Sen sijaan sukupuolesta riippumatta luomuruokaa pidettiin kotimaiseen ruokaan verrattuna vähemmän teollisena, kotiseudun yrittäjiä tukevana ja kalliina.

Pääkaupunkiseudulla asuvat pitivät luomuruokaa muualla Suomessa asuvia useammin vähemmän ympäristöä kuormittavana, vähemmän teollisena ja vaikeampana tunnistaa kaupassa kuin kotimainen ruoka. Asuinpaikasta riippumatta luomuruokaa pidettiin *luonnollisempana*, *enemmän hyvinvointia edistävänä*, kalliimpana ja huonommin saatavissa olevana.

Perusasteen koulituksen saaneilla luomuruoan ja kotimaisen ruoan välinen ero mielikuvissa ruoan luonnollisuudesta oli pienempi kuin korkeasti koulutetuilla. Sen sijaan perusasteen koulituksen saaneet pitivät luomuruokaa useammin kuin korkeasti koulutetut kotimaista ruokaa luotettavampana. Korkea-asteen koulituksen saaneet pitivät perusasteen koulituksen saaneita useammin luomuruokaa luonnollisempana, vähemmän teollisena, kalliimpana ja huonommin saatavissa olevana kuin kotimainen ruoka.

Muuta kuin sekaruokavaliota noudattavat kuluttajat pitivät luomuruokaa kotimaiseen ruokaan verrattuna *luotettavampana*, *luonnollisempana*, *laadukkaampana*, *enemmän hyvinvointia edistävänä*, vähemmän ympäristöä kuormittavana ja vaikeampana tunnistaa kaupassa. **Lapsiperheissä** asuvien kuluttajien mielikuvat luomuruoasta ja kotimaisesta ruoasta eivät eronneet aikuistalouksissa asuvien mielikuvista.

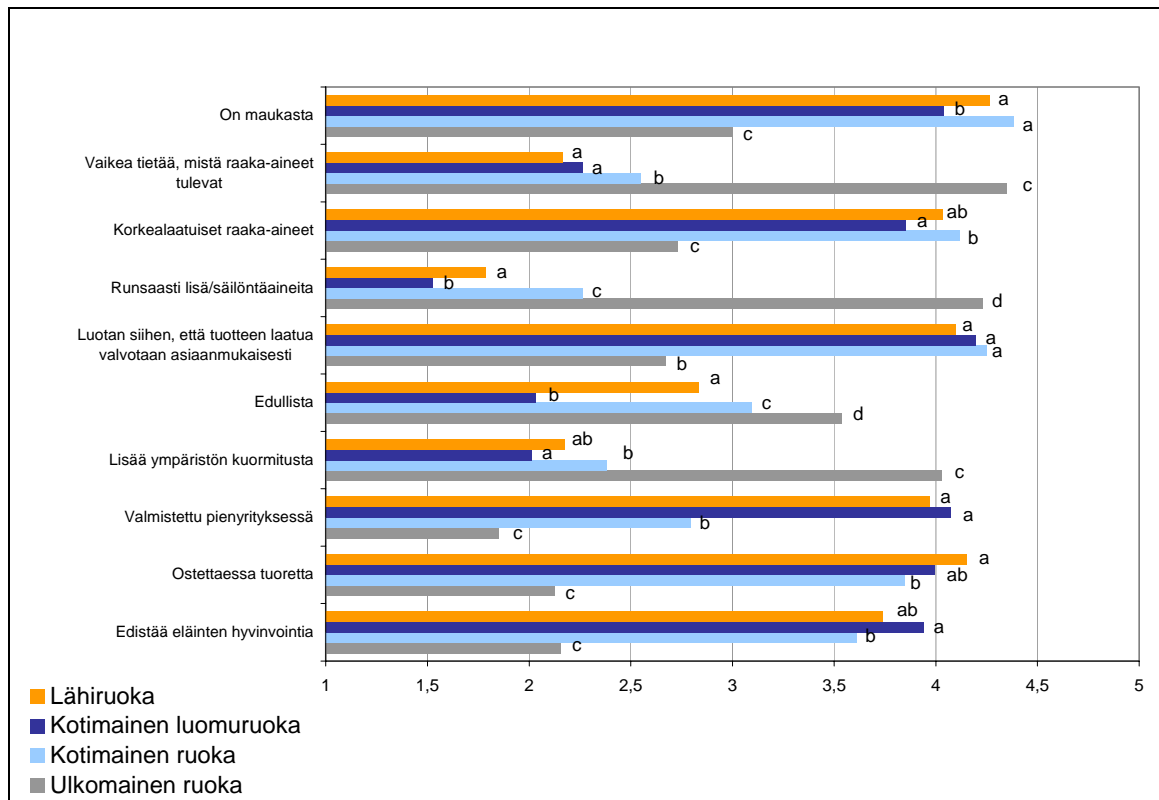
4.2 Päätäjien mielikuvat eri ruokatyypeistä

Päätäjiltä kysyttiin vastaavalla tavalla kuten kuluttajilta mielikuvia neljästä eri ruokatyypistä – lähiruoka, kotimainen luomuruoka, kotimainen ruoka, ulkomainen ruoka – viisiportaisella asteikolla (1 = täysin eri mieltä; 5 = täysin samaa mieltä). Päätäjille väittämiä esitettiin kuitenkin vähemmän kuin kuluttajille, yhteensä 10 väittämää (Kuvat 9–10). Seuraavassa tarkastellaan ensin mielikuvien keskiarvoja päättäjäaineistoissa ja sen jälkeen ruokatyypien olennaisimpia eroja päättäjien mielikuvissa.

4.2.1 Mielikuvien keskiarvot päättäjäaineistoissa

Samoin kuin kuluttajien myös kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien mielikuvat ulkomaisesta ruoasta erosivat selkeästi muista ruokatyypeistä (Kuvat 9–10). Ulkomainen ruoka herätti kielteisempiä mielikuvia kuin muut ruokatyypit.

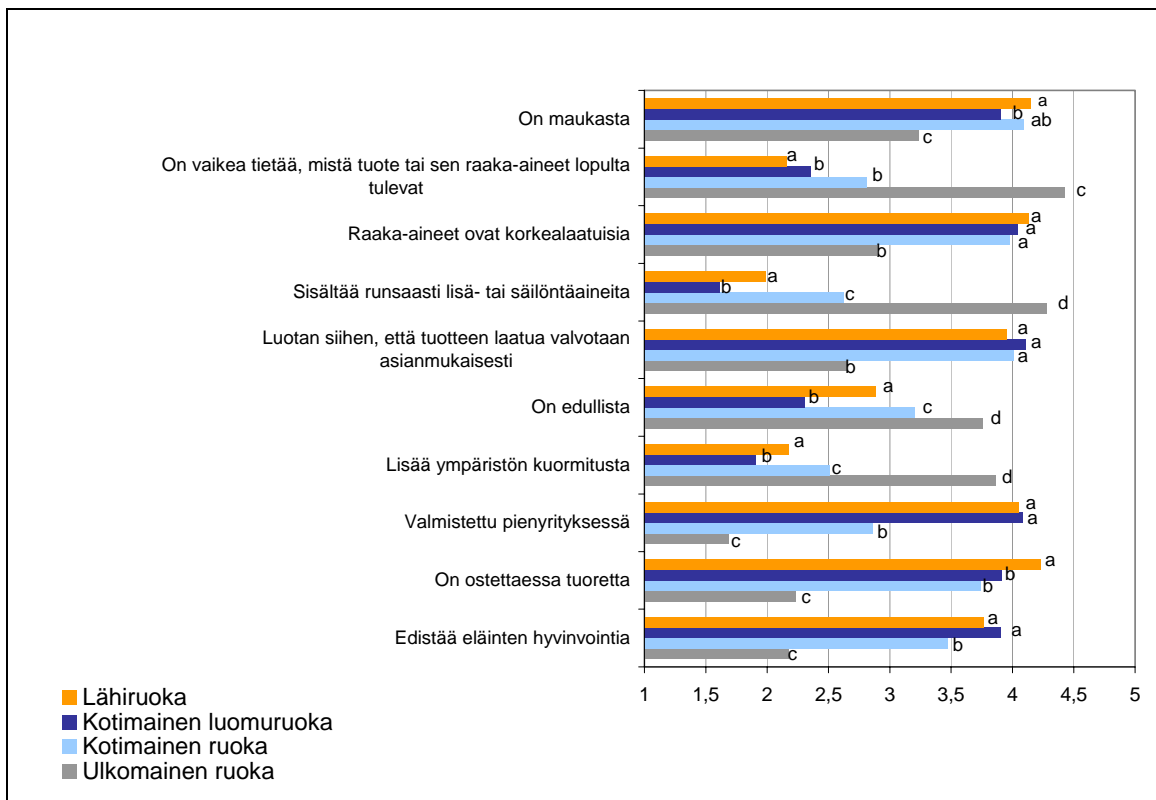
Sk-edustajat yhdistivät lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan ja kotimaiseen ruokaan tuotteiden laadun asianmukaisen valvonnan (Kuva 9). Ruokatyypit erotettiin edullisuutta ja lisäaineettomuutta koskevin mielikuvin; kotimaista luomuruokaa pidettiin kalleimpana, mutta sen miellettiin sisältävän vähiten lisä- tai säilöntäaineita. Mielikuvat yhtäältä lähiruoan ja kotimaisen ruoan ja toisaalta kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan välillä eivät monilta osin eronneet toisistaan. Tämä kertoo siitä, että mielikuvat näistä ruokatyypeistä ovat hyvin samantyyppiset.



Asteikko 1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä. Tukey-vertailu, samalla kirjaimella merkityt keskiarvot eivät poikkea tilastollisesti toisistaan merkitsevyystasolla 0,05.

KUVA 9. Suurkeittiöiden edustajien (N = 212) mielikuvien keskiarvot lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta, kotimaisesta ruoasta ja ulkomaisesta ruoasta.

Kunnanjohto yhdisti lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan ja kotimaiseen ruokaan raaka-aineiden korkealaatuisuuden ja tuotteiden laadun asianmukaisen valvonnan (Kuva 10). Myös kunnanjohton mielikuvissa kotimainen luomuruoka erottui muista ruokatyypeistä kaikkein kalleimpana mutta vähiten lisä- tai säilöntäaineita sisältävänä. Lähiruokaan ja kotimaiseen luomuruokaan liitettiin molempiin mielikuvia valmistuksen pienimuotoisuudesta, eläinten hyvinvoinnin edistämisestä ja paremmasta raaka-aineiden alkuperätiedosta. Mielikuvissa lähiruoka erottui tuoreempaan kuin kotimainen luomuruoka ja kotimainen ruoka. Kunnanjohton mielikuvissa lähi- ja luomuruoka erottuivat hieman paremmin toisistaan verrattuna suurkeittiöiden edustajien mielikuviiin.



Asteikko 1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä. Tukey-vertailu, samalla kirjaimella merkityt keskiarvot eivät poikkea tilastollisesti toisistaan merkitsevyystasolla 0,05.

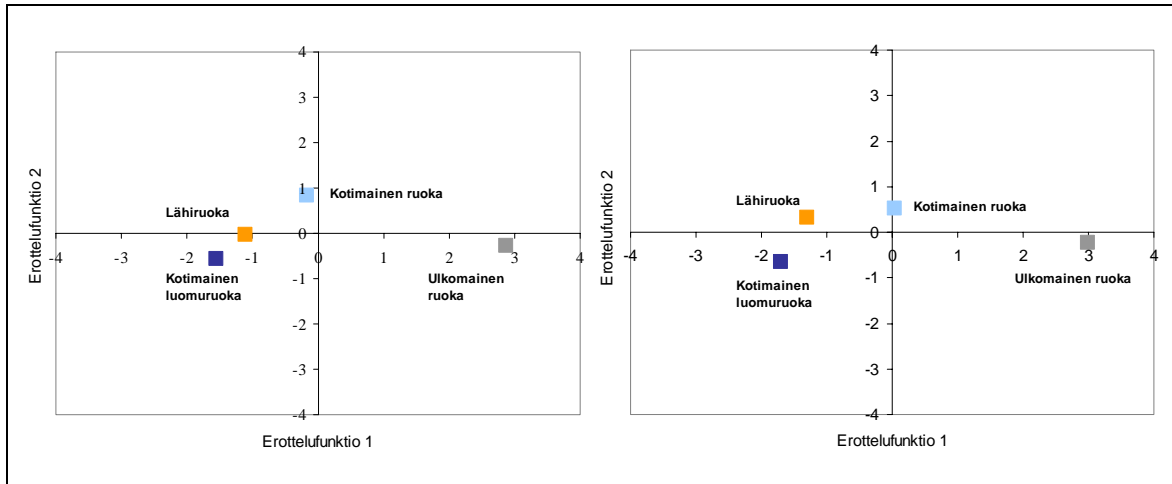
KUVA 10. Kunnanjohton (N = 144) mielikuvien keskiarvot lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta, kotimaisesta ruoasta ja ulkomaisesta ruoasta.

4.2.2 Ruokatyyppien olennaisimmat erot päättäjien näkemyksissä

Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien mielikuvia eri ruokatyypeistä tutkittiin jatkossa erotteluanalyysillä, jolloin oli mahdollista tarkastella eri ruokatyyppien mielikuvamuuttujien erottelevuutta samanaikaisesti. Erotteluanalyysi tehtiin ensin kaikille neljälle ruokatyyppille: lähiruoalle, kotimaiselle luomuruoalle, kotimaiselle ruoalle ja ulkomaiselle ruoalle. Kuten kuluttajien myös kunnanjohton ja sk-edustajien mielikuvissa ulkomainen ruoka erottui selvästi muista ruokatyypeistä ensimmäisen, painoarvoltaan suurimman erottelufunktion suhteen (Kuva 11, Taulukot 7 ja 8). Tämä tukee myös edellä esitettyjen keskiarvovertailujen tulosta.

Suurkeittiöiden edustajien mielikuvat
N = 212

Kunnanjohton mielikuvat
N = 144



KUVA 11. Päätäjien mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan sijoittuminen erotteelufunktioille 1 ja 2.

Ulkomaisen ruoan miellettiin sisältävän runsaammin lisä- tai säilöntäaineita, kuormittavan enemmän ympäristöä ja olevan vaikeammin jäljitettävissä kuin muut ruokatyypit. Ulkomaiseen ruokaan ei juurikaan liitetty mielikuvia tuoreudesta, tuotannon pienimuotoisuudesta eikä eläinten hyvinvoinnin edistämisestä. Sen sijaan mielikuvat lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta ja kotimaisesta ruoasta olivat hyvin samantyyppiset.

TAULUKKO 7. Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan mielikuvia erotteleville erotteelufunktioille, suurkeittiöiden edustajien aineisto (N = 212).

	Erotoelufunktio		
	1	2	3
Selitysosuus, % varianssista	89 %	8 %	3 %
Runsaasti lisä- tai säilöntäaineita	0,74(*)	-0,09	0,05
Ostettaessa tuoretta	-0,56(*)	0,39	0,27
Lisää ympäristön kuormitusta	0,55(*)	-0,23	0,10
Valmistettu pienyrityksessä	-0,53(*)	-0,49	0,47
Edistää eläinten hyvinvointia	-0,49(*)	0,21	-0,17
Vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat	0,45(*)	-0,24	-0,19
On maukasta	-0,31	0,57(*)	0,11
Korkealaatuiset raaka-aineet	-0,33	0,53(*)	0,09
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti	-0,40	0,45(*)	-0,22
On edullista	0,28	0,46	0,56(*)

(*) Suurin korrelaatio kunkin muuttujan ja erotteelufunktion välillä.

TAULUKKO 8. Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktioille, kunnanjohtojen aineisto (N = 144).

	Erottelufunktio		
	1	2	3
Selitysosuus, % varianssista	91 %	6 %	3 %
Runsaasti lisä- tai säilöntäaineita	0,74(*)	0,10	0,17
Valmistettu pienyrityksessä	-0,61(*)	-0,17	0,56
Lisää ympäristön kuormitusta	0,52(*)	-0,04	0,27
Vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat	0,49(*)	-0,36	-0,09
Edistää eläinten hyvinvointia	-0,49(*)	0,18	-0,24
Ostettaessa tuoretta	-0,56	0,65(*)	0,07
On maukasta	-0,233	0,54(*)	-0,13
On edullista	0,33	0,51(*)	0,16
Korkealaatuiset raaka-aineet	-0,39	0,45(*)	-0,22
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti	-0,40	0,34	-0,58(*)

(*) Suurin korrelaatio kunkin muuttujan ja erottelufunktion välillä.

Seuraavaksi erotteluanalyysit tehtiin ilman ulkomaista ruokaa, jotta saataisiin selville millaiset mielikuvat parhaiten erottelevat lähiruokaa, kotimaista luomuruokaa ja kotimaista ruokaa. Sk-edustajille erottelufunktioita saatiin kaksi (Taulukko 9, Kuva 12). Ensimmäinen erottelufunktio erotteli kotimaisen ruoan lähiruoasta ja kotimaisesta luomuruoasta. Kotimainen ruoka miellettiin harvemmin pienyrityksessä valmistetuksi ja runsaammin lisä- tai säilöntäaineita sisältäväksi kuin lähiruoka ja kotimainen luomuruoka. Toinen erottelufunktio erotteli lähiruoan kotimaisesta ruoasta ja erityisesti kotimaisesta luomuruoasta. Lähiruoka miellettiin useammin ostettaessa tuoreeksi kuin kotimainen ruoka ja kotimainen luomuruoka.

TAULUKKO 9. Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktioille suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212).

	Erottelufunktio	
	1	2
Selitysosuus, % varianssista	83 %	17 %
Valmistettu pienyrityksessä	-0,72(*)	0,47
Runsaasti lisä- tai säilöntäaineita	0,45(*)	0,00
Lisää ympäristön kuormitusta	0,22(*)	0,05
On maukasta	0,20(*)	0,16
Edistää eläinten hyvinvointia	-0,19(*)	-0,13
Korkealaatuiset raaka-aineet	0,15(*)	0,14
On edullista	0,50	0,54(*)
Ostettaessa tuoretta	-0,124	0,33(*)
Vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat	0,14	-0,21(*)
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti	0,05	-0,19(*)

(*) Suurin korrelaatio kunkin muuttujan ja erottelufunktion välillä.

Kunnanjohdolle saatiin vastaavasti myös kaksi erottelufunktiota (Taulukko 10, Kuva 12). Ensimmäinen erottelufunktio erotteli kotimaisen ruoan lähiruoasta ja kotimaisesta luomuruoasta. Kunnanjohton mielikuvissa kotimainen ruoka oli harvemmin pieni-
muotoisesti valmistettua. Kotimaisen ruoan miellettiin sisältävän runsaammin lisä- tai säilöntäaineita ja olevan suhteellisen edullista, mutta lisäävän ympäristön kuormitusta enemmän kuin lähiruoka ja kotimainen luomuruoka. Toinen erottelufunktio erotteli lähinnä lähiruoan kotimaisesta ruoasta ja kotimaisesta luomuruoasta. Lähiruoka miellettiin maukkaampana ja ostettaessa tuoreempaa. Lähiruoan raaka-aineiden jäljitettävyys koettiin helpommaksi kuin kahdella muulla ruokatyyppillä.

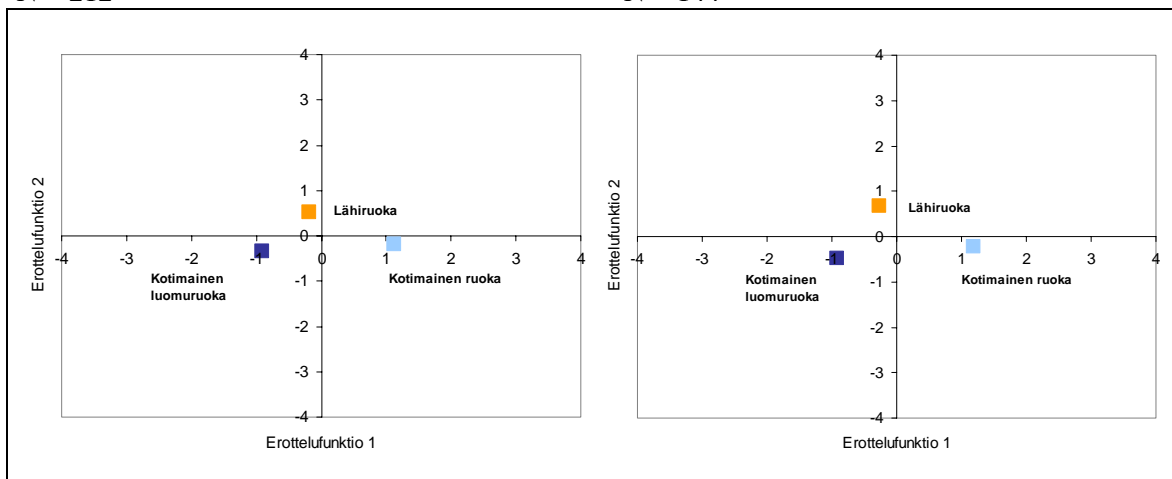
TAULUKKO 10. Selittävien muuttujien lataukset lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan mielikuvia erotteleville erottelufunktiolle, kunnanjohton aineistossa (N = 144).

	Erotoelufunktio	
	1	2
Selitysosuus, % varianssista	77 %	23 %
Valmistettu pienyrityksessä	-0,72(*)	0,39
Runsaasti lisä- tai säilöntäaineita	0,62(*)	0,08
On edullista	0,48(*)	0,35
Lisää ympäristön kuormitusta	0,37(*)	0,11
Edistää eläinten hyvinvointia	-0,27(*)	-0,01
Ostettaessa tuoretta	-0,20	0,55(*)
Vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat	0,25	-0,31 (*)
On maukasta	0,10	0,28(*)
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti	-0,05	-0,19 (*)
Korkealaatuiset raaka-aineet	-0,07	0,17(*)

(*) Suurin korrelaatio kunkin muuttujan ja erottelufunktion välillä.

Suurkeittiöiden edustajien mielikuvat
N = 212

Kunnanjohton mielikuvat
N = 144



KUVA 12. Päätäjien mielikuvat ruokatyypeistä. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan sijoittuminen erottelufunktiolle 1 ja 2.

4.3 Yhteenveto kuluttajien ja päättäjien mielikuvista eri ruokatyypeistä

Suurin ero sekä kuluttajien että päättäjien mielikuvissa eri ruokatyypeistä oli kotimaisen ja ulkomaisen ruoan välillä. Ulkomainen ruoka herätti selvästi kielteisempiä mielikuvia, joskin sitä pidettiin edullisempänä kuin kotimaisia ruokatyypejä. Sen sijaan mielikuvat lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta ja muusta kotimaisesta ruoasta erosivat vain vähän. Kuluttajat liittyivät sekä lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan että muuhun kotimaiseen ruokaan mielikuvia, jotka kuvastivat luottamusta ja uskoa hyvään laatuun. Kaikkien kotimaisten vaihtoehtojen uskottiin myös edistävän (omaa, perheen, tulevien sukupolvien tai eläinten) hyvinvointia. Nämä mielikuvat liittyivät kuitenkin vähän vahvemmin lähi- ja luomuruokaan kuin muuhun kotimaiseen ruokaan. Kotimaista ruokaa pidettiin suhteessa niin lähiruokaan, kotimaiseen luomuruokaan kuin ulkomaiseen ruokaankin paremmin saatavissa olevana, parempana Suomen kansantaloudelle, edullisempänä sekä luotettavampana. Lähiruoka puolestaan erottui muista ruokatyypeistä oman kotiseudun yrittäjiä tukevana, vaikeana tunnistaa kaupassa sekä suhteessa luomuruokaan edullisempänä ja vähemmän luonnollisena. Kotimaiseen ruokaan verrattuna lähiruoka erottui vähemmän teollisena ja teknologisena, perinteisemmin ja pienimuotoisemmin tuotettuna.

Useimmista taustatekijöistä riippumatta kuluttajat olivat samaa mieltä siitä, että muuhun kotimaiseen ruokaan verrattuna lähiruoka tukee paremmin oman paikkakunnan yrittäjiä, ja että se on kaupassa vaikeammin tunnistettavissa. Sen sijaan uskomukset, joiden voidaan tulkita kuvaavan lähiruoan hyödyllisyyttä tai paremmuutta kotimaiseen ruokaan nähden, erosivat joidenkin taustatekijöiden suhteen. Ruoan luonnollisuutta arvostavat naiset näyttävät selkeimmin olevan potentiaalinen kohderyhmä sekä lähi- että luomuruoalle, sillä he mieltävät todennäköisemmin lähi- ja luomuruoan tavanomaista kotimaista ruokaa parempana. Vastaavasti potentiaalisimmat luomuruoan ostajat olisivat muuta kuin sekaruokavaliota noudattavia naisia, yhtä lailla keski-ikäisiä kuin nuoria.

Sekä kunnanjohton että suurkeittiöiden edustajien mielikuvat eri ruokatyypeistä, lähiruoasta, kotimaisesta luomuruoasta, kotimaisesta ruoasta ja ulkomaisesta ruoasta olivat hyvin samansuuntaiset. Kunnanjohton mielikuvissa yhtäältä lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan sekä toisaalta lähiruoan ja kotimaisen ruoan välillä oli kuitenkin enemmän eroja sk-edustajiin verrattuna. Taulukkoon 11 on koottu olennaisimmat ruokatyyppien yhtäläisyydet ja erot kuluttajien mielikuvissa ja taulukkoon 12 suurkeittiöiden edustajien ja kunnanjohton mielikuvissa.

TAULUKKO 11. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan, kotimaisen ruoan ja ulkomaisen ruoan olennaisimmat erot ja yhtäläisyydet kuluttajien (N = 2 429) mielikuvissa.

Kaikelle kotimaiselle ruoalle yhteistä:

Seuraavissa suhteissa tavanomainen, kotimainen luomuruoka ja lähiruoka eivät erotu kuluttajien mielikuvissa keskimäärin

- Luotettavuus ja turvallisuus (km)
- Tuotteesta saa halutessaan lisätietoja
- Eduksi Suomen kansantaloudelle
- Hyvä laatu (= hyvä maku, tuoreus, korkealaatuiset raaka-aineet)
 - tosin lähi- ja luomuruoka hieman parempia: kotimainen luomuruoka parempi raaka-aineiden laadussa, lähiruoka tuoreudessa

Lisäksi kaikelle kotimaiselle ruoalle yhteistä, vaikka lähi- tai luomuruoka erottuvat hieman:

- Tukee oman kotiseudun yrittäjiä
- Ei kovin teollista (teollinen = on vaikea tietää mistä tuote tulee, käytetty vähemmän perinteisiä menetelmiä, harvemmin pienyrityksessä valmistettu)
- Melko luonnollista ja sisältää vähän lisä- tai säilöntäaineita tai torjunta-ainejäämiä

Lähiruoka erottuu selkeimmin kotimaisesta ja luomuruoasta seuraavasti:

- Vaikeampi tunnistaa kaupassa
- Tukee paremmin oman kotiseudun yrittäjiä

Lähiruoka (ja usein myös luomuruoka) kotimaiseen verrattuna vähän:

- Luonnollisempaa ja puhtaampaa (km)
- Parempi laatu (km)
- Edistää paremmin omaa, perheen, eläinten ja/tai tulevien sukupolvien hyvinvointia (km)
- Tukee oman kotiseudun yrittäjiä
- Lisää vähemmän ympäristön kuormitusta
- On harvemmin uuden teknologian avulla valmistettua
- Vähemmän teollista ja perinteisemmin valmistettua (km)
- Laadultaan epätasaisempaa
- Vaikeampi tunnistaa kaupassa
- Kalliimpaa
- Huonompi saatavuus ja valikoima

Luomuruoka (kotimainen) erottuu lähiruoasta ja kotimaisesta ruoasta seuraavasti:

- Vähemmän teollisesti tuotettu (km)
- Luonnollisempaa ja puhtaampaa (km)
- Lisää vähemmän ympäristön kuormitusta
- Edistää enemmän omaa, perheen, eläinten ja/tai tulevien sukupolvien hyvinvointia (km)

Ulkomainen ruoka kotimaiseen (tavanomaiseen, lähi- tai luomuruokaan verrattuna) mielletään:

- Vähemmän luotettavaksi (km)
- Teollisemmaksi (= on vaikea tietää, mistä tuote tulee, käytetty vähemmän perinteisiä menetelmiä, harvemmin pienyrityksessä valmistettu)
- Vähemmän luonnolliseksi (= enemmän torjunta-ainejäämiä, lisä/säilöntäaineita, vähemmän vitamiineja/kivennäisaineita, ei yhtä luonnollisesti tuotettua)
- Edullisemmaksi
- Lisää enemmän ympäristön kuormitusta

Taulukossa esitetty yhteenveto perustuu sekä keskiarvo- että erotteluanalyysiin. Lyhenne "km" tarkoittaa yksittäisistä mielikuvamuuttujista muodostettua keskiarvomuttujaa.

TAULUKKO 12. Lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan olennaisimmat erot ja yhtäläisyydet päättäjien mielikuvissa.

Vertailtavat ruokatyytit	Suurkeittiöiden edustajat (N = 212)	Kunnanjohto (N = 144)
Yhteistä kaikelle kotimaiselle ruoalle	<ul style="list-style-type: none"> • Luottamus tuotteiden laadun valvontaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Raaka-aineiden korkealaatuisuus • Luottamus tuotteiden laadun valvontaan
Yhteistä lähiruoalle ja kotimaiselle luomuruoalle mutta erottuminen kotimaisesta ruoasta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiedetään, mistä raaka-aineet tulevat • Pienyrityksessä valmistettu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiedetään, mistä raaka-aineet tulevat • Pienyrityksessä valmistettu • Eläinten hyvinvoinnin edistäminen
Lähiruoan erottuminen kotimaisesta ruoasta	<ul style="list-style-type: none"> • Tuoreempaa • Parempi tietämys raaka-aineiden alkuperästä • Vähemmän lisä- tai säilöntäaineita • Kalliimpaa • Pienyrityksessä valmistettu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuoreempaa • Parempi tietämys raaka-aineiden alkuperästä • Vähemmän lisä- tai säilöntäaineita • Kalliimpaa • Ympäristön kuormitus vähäisempää • Pienyrityksessä valmistettu • Edistää enemmän eläinten hyvinvointia
Lähiruoan erottuminen kotimaisesta luomuruoasta	<ul style="list-style-type: none"> • Maukkaampaa • Enemmän lisä- tai säilöntäaineita • Edullisempaa 	<ul style="list-style-type: none"> • Enemmän lisä- tai säilöntäaineita • Edullisempaa • Lisää enemmän ympäristön kuormitusta • Ostettaessa tuoreempaa • Ei yhtä maukasta

5 LÄHI- JA LUOMURUOAN KÄYTTÖ KULUTTAJILLA JA KUNNALLISISSA RUOKAPALVELUISSA

Luvussa viisi käsitellään ensin kuluttajien lähi- ja luomuruoan käyttöä (luku 5.1). Sitten tarkastellaan lähi- ja luomuruokaa kunnallisissa ruokapalveluissa (luku 5.2). Luku päättyy yhteenvetoon lähi- ja luomuruoan käytöstä sekä kuluttajien että päättäjien näkökulmasta (luku 5.3).

5.1 Lähi- ja luomuruoan käyttö kuluttajilla

Kuluttajakyselyssä tiedusteltiin, miten usein vastaajat ostavat lähi- ja luomuruokaa. Vastaajille oli aiempien kysymysten yhteydessä määritelty, mitä lähi- ja luomuruoalla tarkoitetaan. Vastausvaihtoehdoista muodostettiin lähi- ja luomuruoan käyttöä kuvaavat uudet taustamuuttujat, ”lähiruoan käyttö” ja ”luomuruoan käyttö”. Kuluttajista noin viidesosa ilmoitti käyttävänsä lähiruokaa säännöllisesti vähintään kerran viikossa (Liite 4). Lähiruokaa satunnaisesti käyttäviä oli kuluttajista lähes puolet, ja noin kolmannes ei käyttänyt lainkaan lähiruokaa. Luomuruoan käyttö oli kuluttajilla hieman vähäisempää kuin lähiruoan käyttö. Säännöllisesti vähintään kerran viikossa luomuruokaa käyttäviä oli 13 prosenttia kuluttajista. Hieman alle puolet kuluttajista ilmoitti käyttävänsä luomuruokaa satunnaisesti, ja kaksi viidesosaa ei käyttänyt lainkaan luomuruokaa. Lähes puolet (47 %) luomuruoan käyttäjistä käytti myös lähiruokaa.

5.1.1 Lähi- ja luomuruokaa käyttävien kuluttajaryhmien kuvaus

Lähiruokaa käyttävissä kuluttajissa oli enemmän pääkaupunkiseudun ulkopuolella ja haja-asutusalueella asuvia, keskiasteen koulutettuja, lapsiperheellisiä ja keskituloisia verrattuna kuluttajiin, jotka eivät lainkaan käytä lähiruokaa. Kuluttajat, jotka käyttävät lähiruokaa säännöllisesti, olivat keskimäärin vanhempia ja kiinnostuneempia ruoan luonnollisuudesta kuin lähiruokaa satunnaisesti tai ei lainkaan käyttävät. Lähiruoan käyttäjät valmistivat usein ruokansa itse kotona. Lähiruoan käytössä ei ollut merkitseviä eroja naisten ja miesten, erikokoisissa talouksissa asuvien tai erilaista ruokavaliota noudattavien välillä (Liite 14).

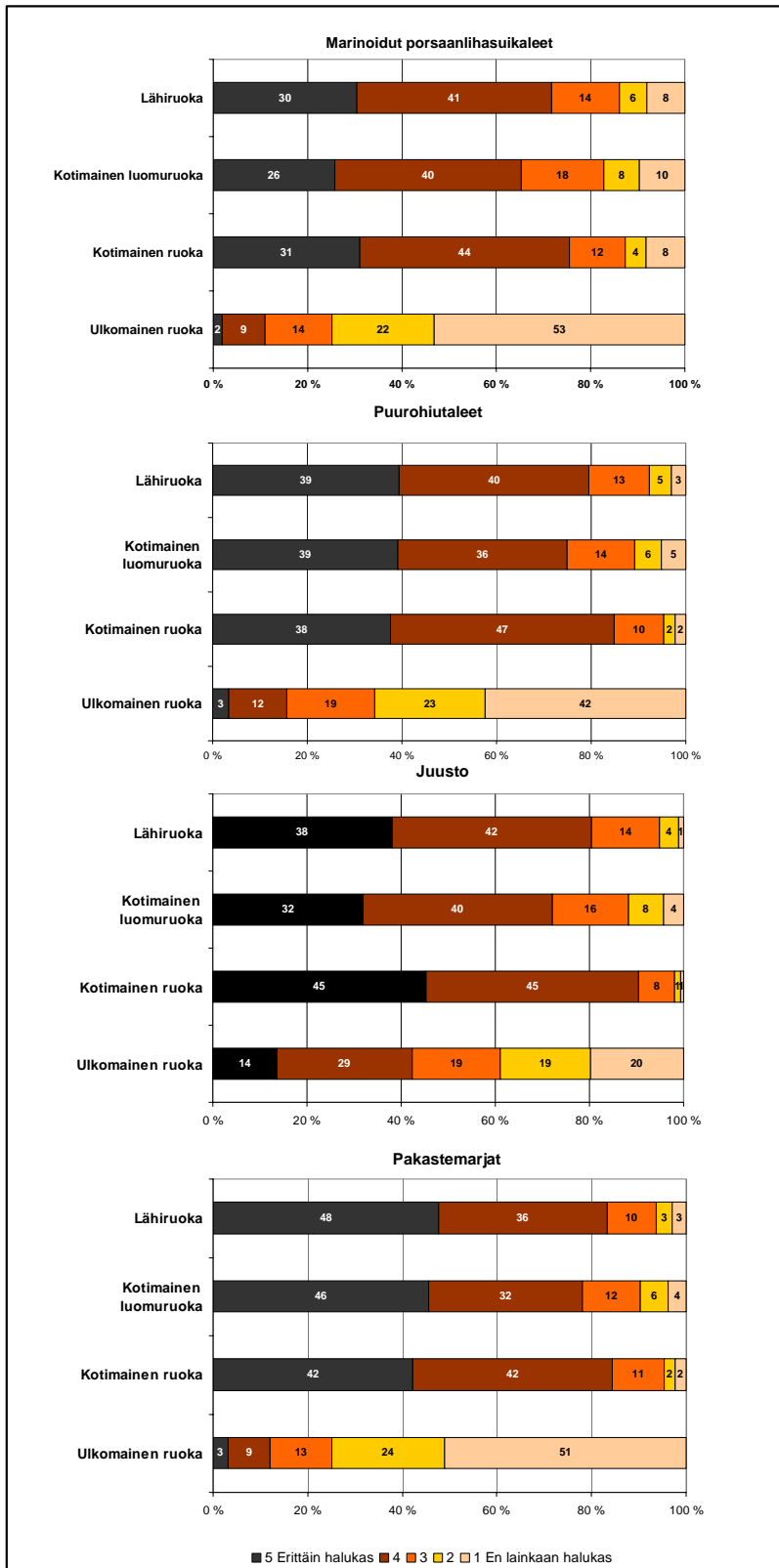
Luomuruokaa käyttävissä kuluttajissa oli enemmän naisia, keskituloisia ja muuta kuin sekaruokavaliota noudattavia verrattuna kuluttajiin, jotka eivät lainkaan käytä luomuruokaa. Kuten lähiruokaa säännöllisesti käyttävät, myös luomuruoan säännölliset käyttäjät olivat keskimäärin vanhempia ja kiinnostuneempia ruoan luonnollisuudesta kuin luomuruokaa satunnaisesti tai ei lainkaan käyttävät kuluttajat. Vastaavasti myös luomuruoan käyttäjät valmistivat usein ruokansa itse kotona. Talouden tyyppi ja koko, koulutustausta ja asuinalue eivät erotelleet luomuruoan käyttäjiä ja niitä, jotka eivät käytä luomuruokaa (Liite 15).

5.1.2 Lähi- ja luomuruokatuotteiden ostohalukkuus kuluttajilla

Tutkimuksessa kuluttajilta kysyttiin neljän eri ruokatuoteryhmän ostohalukkuutta. Tuoteryhmät olivat marinoidut porsaanlihasuikaleet, puurohiutaleet, juusto, pakastemarjat. Tuotteiden ostohalukkuutta kysyttiin neljässä eri ruokatyyppissä: lähiruoka, kotimainen

luomuruoka, kotimainen ruoka ja ulkomainen ruoka (viisiportainen asteikko: 1 = en lainkaan halukas; 5 = erittäin halukas). Suurin osa kuluttajista oli halukkaita ostamaan lähiruokaa, kotimaista luomuruokaa ja kotimaista ruokaa (Kuva 13). Ulkomaisen ruoan ostohalukkuus oli sen sijaan selvästi vähäisempää. Kaikkiaan noin puolet kuluttajista ei esimerkiksi ollut lainkaan halukas ostamaan ulkomaisia marinoituja porsaanlihasuikaleita tai pakastemarjoja.

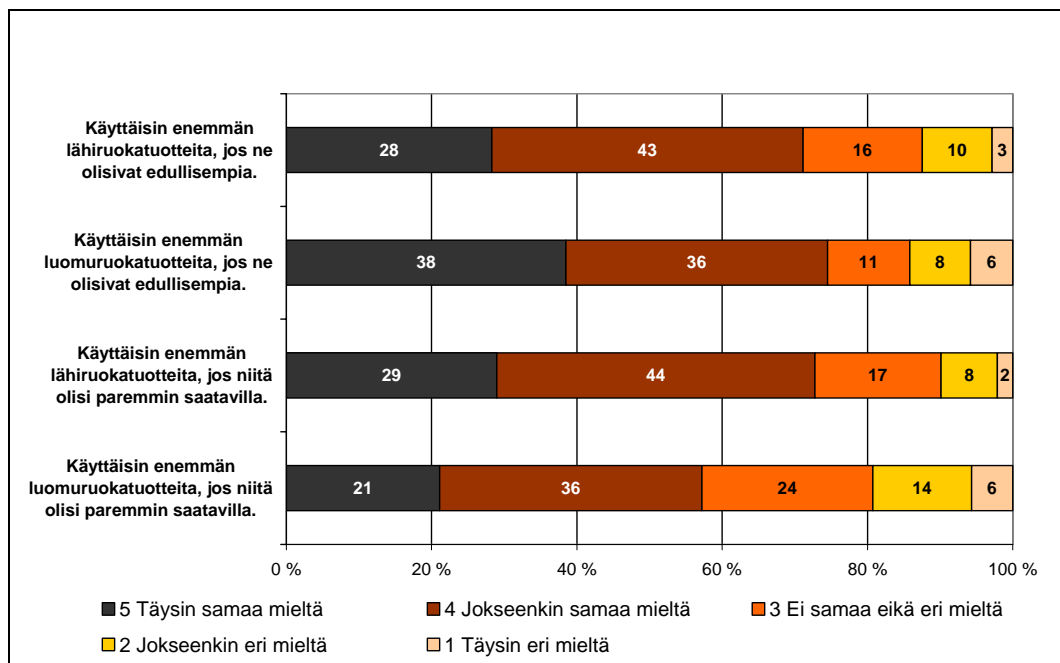
Halutuimpia lähi- ja luomuruokatuotteita olivat pakastemarjat ja vähiten haluttuja porsaanlihasuikaleet. Lähiruoan ostohalukkuus oli hieman luomuruoan ostohalukkuutta suurempaa tuoteryhmästä riippumatta. Suurimmillaan tämä ero oli juuston ostohalukkuudessa.



KUVA 13. Marinoitujen porsaanlihasuikaleiden, puurohiutaleiden, juuston ja pakastemarjojen ostohalukkuus kuluttajilla (N = 2 429) eri ruokatyypeissä.

Kuluttajien halukkuus lisätä lähi- ja luomuruoan käyttöä tuotteiden hinnan laskiessa tai saatavuuden parantuessa

Kuluttajien halukkuutta lisätä lähi- tai luomuruokatuotteiden käyttöä niiden hinnan laskiessa tai saatavuuden parantuessa mitattiin neljällä kysymyksellä (viisiportainen asteikko: 1 = täysin eri mieltä; 5 = täysin samaa mieltä). Enemmistö kuluttajista oli halukkaita lisäämään sekä lähi- että luomuruokatuotteiden käyttöä, mikäli niiden hinta laskisi tai saatavuus paranisi (Kuva 14). Luomuruokatuotteiden käyttöä oltiin eniten halukkaita lisäämään, jos tuotteet olisivat edullisempia (keskiarvo 3,9, keskihajonta 1,16; tulokset saatavissa tekijöiltä). Lähiruoan käyttöä oltiin puolestaan eniten halukkaita lisäämään, mikäli tuotteiden saatavuus olisi parempi (keskiarvo 3,9, keskihajonta 0,97), joskin käyttöhalukkuutta lisäisivät myös entistä edullisemmat lähiruokatuotteet (keskiarvo 3,8, keskihajonta 1,03). Tuotteiden parempi saatavuus ei vaikuttanut kuluttajien halukkuuteen lisätä luomuruoan käyttöä samassa määrin kuin se lisäsi lähiruoan käyttöhalukkuutta (keskiarvo 3,5, keskihajonta 1,13).



KUVA 14. Kuluttajien (N = 2 429) halukkuus lisätä lähi- ja luomuruokatuotteiden käyttöä tuotteiden hinnan laskiessa ja saatavuuden parantuessa.

Lähi- ja luomuruoka kuluttajille joukkoruokailussa

Tutkimuksessa kysyttiin kuluttajilta, missä he ruokailevat työ- tai koulupäivän aikana. Valtaosa kuluttajista (89 %) ilmoitti käyvänsä joko säännöllisesti tai satunnaisesti syömässä jossakin kysytyistä joukkoruokailupaikoista työ- tai koulupäivän aikana. Henkilöstöravintolassa ja koulu- tai oppilaitosruokalassa kävi säännöllisesti syömässä kaksi viidesosaa ja satunnaisesti yli puolet (55 %) kuluttajista (Taulukko 13). Yli kaksi kolmasosaa kuluttajista ilmoitti syövänsä satunnaisesti työ- tai opiskelupäivän aikana muussa ravintolassa tai kahvilassa kuin henkilöstöravintolassa tai koulu/oppilaitosruokalassa.

TAULUKKO 13. Kuluttajien (N = 2 429) ruokailu eri joukkoruokailupaikoissa työ- tai koulupäivän aikana.

	Ruokailee säännöllisesti		Ruokailee satunnaisesti		Ei ruokaile koskaan		Yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	N	%
Henkilöstöravintola	510	21	853	35	1 066	44	2 429	100
Koulu/oppilaitosruokala	460	19	417	17	1 552	64	2 429	100
Muu ravintola tai kahvila	196	8	1 640	68	593	24	2 429	100

Kuluttajille, jotka söivät joko säännöllisesti tai satunnaisesti jossakin kysytyistä joukkoruokailupaikoista työ- tai opiskelupäivän aikana, esitettiin maksuhalukkuutta ja tiedon saannin tarpeellisuutta koskevia lisäkysymyksiä (tulokset saatavissa tekijöiltä).

Kuluttajien halukkuus maksaa enemmän lähi- ja luomuruoasta joukkoruokailussa

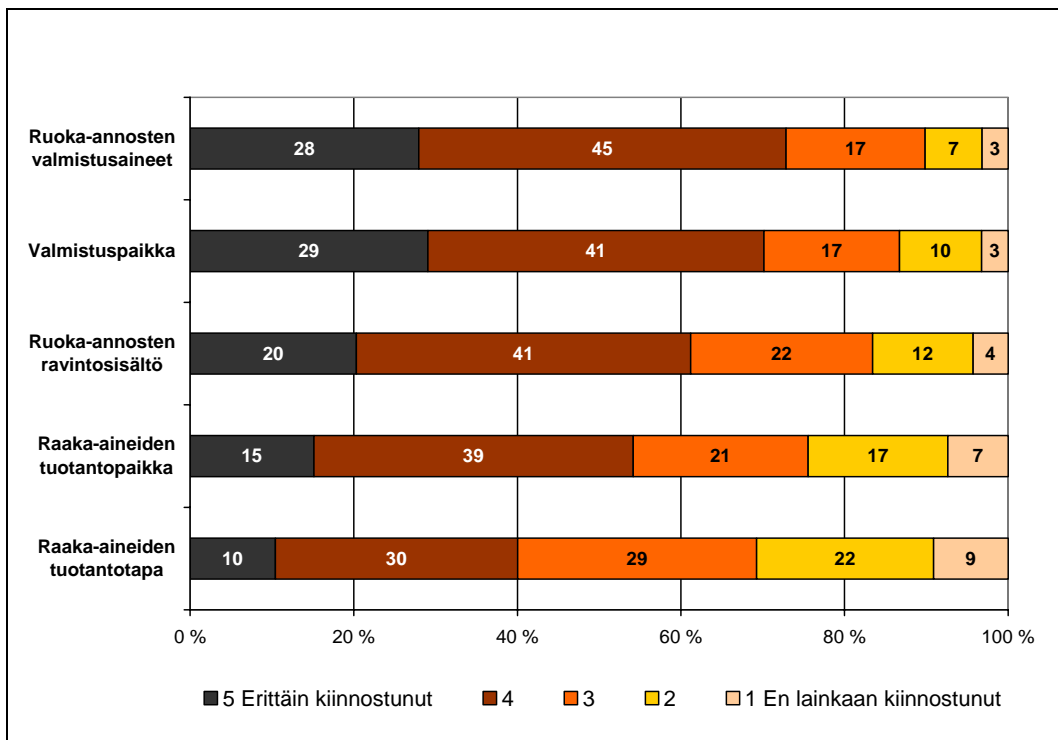
Joukkoruokailua käyttäviltä kuluttajilta kysyttiin heidän halukkuuttaan maksaa enemmän joukkoruokailussa luonnonmukaisesti tuotetuista raaka-aineista tai lähellä tuotetuista raaka-aineista valmistetuista aterioista. Puolet (51 %) joukkoruokailua käyttävistä oli halukkaita maksamaan enemmän lähiruoasta, ja hieman harvempi (43 %) oli halukas maksamaan enemmän luomuruoasta joukkoruokailussa.

Vanhimmat (yli 45-vuotiaat), perusasteen koulutuksen saaneet ja kaksin puolisonsa kanssa asuvat kuluttajat olivat muita useammin halukkaita maksamaan enemmän sekä lähiruoasta että luomuruoasta joukkoruokailussa. Naiset olivat hieman halukkaimpia maksamaan enemmän luonnonmukaisesti tuotetuista raaka-aineista valmistetusta ateriatesta kuin miehet.

Lähiruokaa käyttävät kuluttajat olivat halukkaita maksamaan enemmän lähellä tuotetuista raaka-aineista valmistetusta ateriatesta myös joukkoruokailussa. Vastaavasti kuluttajat, jotka käyttivät luomuruokaa, olivat halukkaita maksamaan enemmän luomuvaihtoehtosta. Myös ruoan luonnollisuudesta kiinnostuneet kuluttajat olivat halukkaita maksamaan enemmän sekä lähi- että luomuruoasta joukkoruokailussa.

Joukkoruokailussa tarjottavia aterioita koskevan tiedon kiinnostavuus

Joukkoruokailua käyttäviltä kuluttajilta kysyttiin joukkoruokailussa tarjottavia aterioita koskevan tiedon kiinnostavuutta. Kuluttajat pitivät kiinnostavimpina tiedon saantia tarjottavien aterioiden valmistusaineista ja valmistuspaikasta (esim. onko lihapyörykät valmistettu keittiössä vai käytetty teollisesti valmistettuja) (Kuva 15). Vähiten kiinnostavana pidettiin tietoa tarjottavien aterioiden raaka-aineiden tuotantotavasta.



KUVA 15. Joukkoruokailussa tarjottavia aterioita koskevan tiedon kiinnostavuus kuluttajilla (N = 2 168).

5.1.3 Kuluttajien mielikuvat lähi- ja luomuruoasta ostohalukkuuden ennustajina

Kuluttajien mielikuvien yhteyttä lähi- ja luomuruoan ostohalukkuuteen tutkittiin hierarkkisilla regressioanalyysillä. Ensimmäisessä vaiheessa selittäviksi muuttujiksi otettiin mielikuvien keskiarvomuuttujat (Kuva 4) sekä ne yksittäiset mielikuvamuuttujat (Kuva 6), jotka eivät olleet mukana keskiarvomuuttujissa. Toisessa vaiheessa tutkittiin, lisäävätkö ”hyvä ja huono omatunto” -keskiarvomuuttujat (Kuva 5) mallin selitysvoimaa, kun ne lisätään malliin muiden mielikuvamuuttujien jälkeen.

Lähiruoan ostohalukkuuteen liittyvän regressioanalyysin selitysaste oli 38 prosenttia (Taulukko 14). Tämä tarkoittaa sitä, että 62 prosenttia lähiruoan ostohalukkuudesta selittyy muilla tekijöillä kuin tutkimuksessa käytetyillä mielikuvilla. Kuluttajien halukkuutta ostaa lähiruokaa ennustivat parhaiten käsitykset lähiruoan hyvinvointivaikutuksista (oma tai perheen terveys, tulevien sukupolvien tai eläinten hyvinvointi), tuesta oman kotiseudun yrittäjille, edusta Suomen kansantaloudelle sekä luottamus. Myös mielikuvat uuden teknologian käytöstä, hyvästä laadusta sekä saatavuudesta olivat yhteydessä lähiruoan ostohalukkuuteen. Sen sijaan ostohalukkuuteen eivät vaikuttaneet vastaajien mielikuvat lähiruoan luonnollisuudesta, valmistustavasta (teollinen, pienyrityksessä valmistettu jne.), ympäristövaikutuksista, hinnasta tai lisätiedon saantimahdollisuuksista. Myöskään hyvää ja huonoa omaatuntoa kuvaavat keskiarvomuuttujat eivät ennustaneet lähiruoan ostohalukkuutta, eikä niiden lisääminen malliin parantanut selitystasetta.

Luomuruoan ostohalukkuuteen liittyvän regressioanalyysin selitysaste oli 43 prosenttia (Taulukko 14). Kuluttajien halukkuuteen ostaa luomuruokaa vaikuttivat eniten mielikuvat hyvinvointivaikutuksista, hyvästä laadusta, luotettavuudesta ja edusta Suomen kansantaloudelle. Muita vaikuttavia tekijöitä olivat tuki oman kotiseudun yrittäjille, edullisuus ja uusimman teknologian hyödyntäminen valmistuksessa. Mielikuvilla ympäristön kuormi-

tuksen lisääntymisestä ja epätasaisesta laadusta oli negatiivinen yhteys luomuruoan ostohalukkuuteen. Käsitykset luomuruoan luonnollisuudesta, saatavuudesta tai ei-teollisesta valmistustavasta eivät vaikuttaneet ostoaikomuksiin.

Kun hyvää ja huonoa omaatuntoa kuvaavat keskiarvomuuttujat lisättiin malliin selittäviksi muuttujiksi hierarkkisen analyysin toisessa vaiheessa, luomuruoan ostohalukkuuteen liittyvän regressioanalyysin selitysaste nousi hieman (43,3 %:sta 43,9 %:iin) ja ”hyvä omatunto” -keskiarvomuuttujan Beta-kerroin oli merkitsevä (tulokset saatavissa tekijöiltä). Tämä viittaa siihen, että luomutuotteiden ostamisesta koettu hyvä omatunto on yksi luomuruoan käyttöön motivoivista tekijöistä, toisin kuin lähiruoalla.

TAULUKKO 14. Mielikuvat lähi- ja luomuruoan ostohalukkuuden ennustajina kuluttaja-aineistossa (N = 2 429). Regressioanalyysien tulokset.

	Lähiruoka			Luomuruoka		
	Beta	t	sig.	Beta	t	sig.
		3,10	**	-0,70		ns
Luottamus-keskiarvomuuttuja	0,11	3,94	***	0,16	5,40	***
Luonnollisuus-keskiarvomuuttuja	0,02	0,88	ns	0,04	1,85	ns
Saatavuus-keskiarvomuuttuja	0,04	2,16	*	-0,02	-1,03	ns
Ei-teollinen-keskiarvomuuttuja	-0,01	-0,29	ns	-0,04	-1,88	ns
Laatu-keskiarvomuuttuja	0,06	2,71	**	0,18	7,83	***
Hyvinvointi-keskiarvomuuttuja	0,27	12,54	***	0,21	10,43	***
<i>Epätasainen laatu</i>	-0,05	-3,18	**	-0,06	-3,22	**
<i>Valmistettu uusinta teknologiaa hyödyntäen</i>	0,08	4,43	***	0,04	2,75	**
<i>Saan halutessani tuotteesta lisätietoja</i>	-0,01	-0,52	ns	-0,04	-2,10	*
<i>On eduksi Suomen kansantaloudelle</i>	0,14	6,99	***	0,15	8,05	***
<i>Lisää ympäristön kuormitusta</i>	-0,01	-0,57	ns	-0,06	-3,62	***
<i>Tukee oman kotiseutuni yrittäjiä</i>	0,19	9,38	***	0,12	7,15	***
<i>Vaikea tunnistaa kaupassa</i>	-0,01	-0,51	ns	0,04	2,29	*
<i>Edullista</i>	0,02	1,10	ns	0,11	6,92	***

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; ns = ei tilastollisesti merkitsevä

Regressioanalyysien tulosten perusteella voidaan päätellä, että kuluttajia motivoivat lähiruoan käyttöön erityisesti odotukset hyvinvointivaikutuksista (omaan ja perheen terveyteen, tuleville sukupolville tai eläimille), positiiviset aluetaloudelliset vaikutukset (oman kotiseudun yrittäjien tukeminen) sekä luottamus. Sen sijaan uskonnolla tuotantotavan ei-teollisuudesta (valmistettu pienyrityksessä, valmistettu perinteisin menetelmin, ei-teollinen valmistus, raaka-aineiden helppo jäljitettävyyys) ei näytä olevan merkitystä lähiruoan ostohalukkuudelle. Uskonnolla paremmasta lisätiedon saantimahdollisuudesta ei myöskään ollut yhteyttä ostohalukkuuteen. Toisaalta tässä yhteydessä on huomioitava, että vain 11 prosenttia kuluttajista uskoi saavansa lähiruoasta lisätietoja halutessaan.

Uskonus ei-teollisesta tuotantotavasta ei näytä myöskään olevan keskeinen luomuruoan käyttöön motivoiva tekijä. Myöskään huono saatavuus ei vaikuttanut luomuruoan ostoaikomuksiin, mihin saattaa olla syynä se, että lähes kaikki kuluttajat pitivät luomuruoan saatavuutta huonona. Motivaatiopohja luomutuotteiden ostoon näyttää melko laajalta, ja siihen sisältyy aikaisempien tutkimusten (Baker ym. 2004; Grunert & Juhl 1995) perusteella tunnettujen hyvinvointi- ja ympäristövaikutusten lisäksi myös tuki

oman kotiseudun yrittäjille, kuten lähiruoan kohdalla. On kuitenkin huomioitava, että tuki oman kotiseudun yrittäjille ja Suomen kansantaloudelle nousevat tässä tutkimuksessa luomuruoan käyttöä motivoiviksi tekijöiksi, koska kysymykset koskivat nimenomaan kotimaista luomuruokaa.

5.1.4 Tuoteominaisuuksien vaikutus kuluttajien ostohalukkuuteen

Erilaisten tuoteominaisuuksien vaikutusta kuluttajien ostohalukkuuteen tutkittiin conjoint-analyysin avulla. Tässä tutkimuksessa oltiin erityisen kiinnostuneita tuotantotavan merkityksestä kuluttajien ostopäätökseen. Tuotantotapoina vertailtiin tavanomaisesti tuotettua, lähellä tuotettua, luonnonmukaisesti tuotettua sekä lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettua tuotetta (yhteensä 4 tasoa). Tarkasteltaviksi tuotteiksi valittiin marinoidut porsaan lihasuikaleet ja porsaan paistiliha (2 tasoa) jalostusasteen vaikutuksen selvittämiseksi. Kolmanneksi ominaisuudeksi valittiin yrityskoko (2 tasoa: pieni ja suuri), koska haluttiin selvittää yrityskoon tärkeyttä kuluttajille erityisesti lähiruoassa. Viimeisenä ominaisuutena oli hinta (2 tasoa: keskitasoa, keskitasoa 20 % korkeampi). Yhteensä näistä muodostui 32 tuotevaihtoehtoa (4 x 2 x 2 x 2 tasoa). Vastaajien olisi ollut mahdotonta arvioida näin suurta määrää erilaisia tuotevaihtoehtoja. Tämän vuoksi ortogonaalisen koesuunnitelman avulla valittiin 10 tuotekorttia, joista muodostettiin 10 sanallista tuotekuvausta (Taulukko 15). Vastaajille esitettiin nämä 10 tuotekuvausta satunnaistetussa järjestyksessä, ja heitä pyydettiin arvioimaan omaa ostohalukkuuttaan jokaisen tuotekuvauksen kohdalla (seitsemänportainen asteikko: 1 = en lainkaan halukas; 7 = erittäin halukas). Tuotekuvaukset esitettiin vastaajille jäljempänä olevan tuotekorttiesimerkin mukaisesti.

Tuotekorttiesimerkki. Tuotekuvausten esittämistapa.

Tavanomaisesti tuotetut marinoidut porsaanlihasuikaleet <ul style="list-style-type: none"> • Hinta: keskitasoa • Tuottaja: pieni elintarvikeyritys 						
Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?						
<i>En lainkaan halukas</i> <i>Erittäin halukas</i>						

1	2	3	4	5	6	7

TAULUKKO 15. Kuluttajille esitetyt conjoint-tuotekortit selvittäessä tuoteominaisuuksien vaikutusta ostohalukkuuteen.

Tuotekortti	Tuotantotapa	Tuote	Yrityskoko	Hinta
1	Lähellä tuotettu	Marinoidut porsaan lihasuikaleet	Pieni	20 % korkeampi
2	Lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettu	Marinoidut porsaan lihasuikaleet	Pieni	Keskitasoa
3	Tavanomainen	Porsaan paistiliha	Pieni	Keskitasoa
4	Lähellä tuotettu	Porsaan paistiliha	Suuri	Keskitasoa
5	Lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettu	Porsaan paistiliha	Suuri	20 % korkeampi
6	Luonnonmukaisesti tuotettu	Porsaan paistiliha	Pieni	20 % korkeampi
7	Luonnonmukaisesti tuotettu	Marinoidut porsaan lihasuikaleet	Suuri	Keskitasoa
8	Tavanomainen	Marinoidut porsaan lihasuikaleet	Suuri	20 % korkeampi
9	Tavanomainen	Marinoidut porsaan lihasuikaleet	Pieni	Keskitasoa
10	Tavanomainen	Porsaan paistiliha	Suuri	Keskitasoa

Aineistosta laskettiin osittaishyötyluvut jokaiselle ominaisuuden tasolle vastaaja-kohtaisesti. Osittaishyötyluvut kertovat, kuinka herkkiä kuluttajien käsitykset ja mieltymykset ovat tuoteominaisuuksien muutoksia kohtaan. Mitä korkeampi positiivinen tai negatiivinen osittaishyötyluku (tason hyöty) on, sitä suurempi vaikutus osittaishyödyllä on kokonaishyötyyn. Suhteellinen tärkeys laskettiin jokaiselle ominaisuudelle sen tasojen minimi- ja maksimiarvoista. Kokonaishyöty ja ominaisuuksien suhteellinen tärkeys yhdessä vaikuttavat kuluttajien ostohalukkuuteen. Vastaajien ryhmittely osittaishyötylukujen perusteella tehtiin K-means-ryhmittelyanalyysillä.

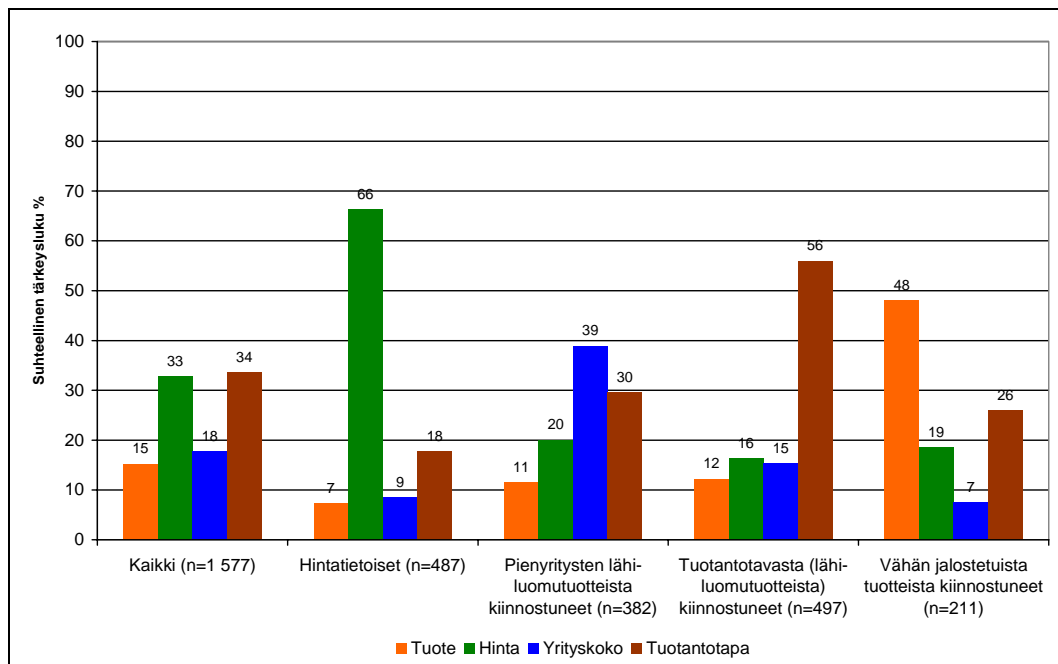
Conjoint-analyysillä havaitut kuluttajille tärkeimmät ostohalukkuuteen vaikuttavat ominaisuudet olivat tuotantotapa ja hinta (Taulukko 16). Yrityskoon ja tuotteen vaikutus oli huomattavasti vähäisempi. Tarkasteltaessa osittaishyötyarvoja keskitason hintaista tuotetta pidettiin parempana kuin 20 prosenttia keskitasoa kalliimpaa tuotetta. Tuotantotavoista etusijalla oli lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettu ja viimeisenä tavanomainen. Pientä yrityskokoa pidettiin parempana kuin suurta ja paistilihaa parempana kuin marinoitua porsaan lihasuikaleita.

TAULUKKO 16. Tuoteominaisuuksien vaikutus ostohalukkuuteen kuluttajaineistossa. Ominaisuuksien osittaisyötyluvut (kuinka suuri painoarvo kullakin ominaisuuden tasolla on) ja suhteelliset tärkeydet (kuinka tärkeänä ominaisuutta pidetään).

Ominaisuus	Osittaisyöty	Suhteellinen tärkeys, %
Tuote		15,3
• Porsaan paistiliha	0,15	
• Marinoidut porsaan lihasuikaleet	-0,15	
Hinta		32,8
• Keskitasoa	0,52	
• Keskitasoa 20 % korkeampi	-0,52	
Yrityksen koko		17,8
• Pieni	0,26	
• Suuri	-0,26	
Tuotantotapa		33,6
• Tavanomainen	-0,36	
• Luonnonmukainen	0,07	
• Lähellä tuotettu	0,03	
• Lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettu	0,27	

Tärkeyslukujen pohjalta suoritettussa ryhmittelyanalyysissä päädyttiin neljään ryhmään: tuotantotavasta (lähellä ja luonnonmukaisesti) kiinnostuneisiin, vähän jalostetuista tuotteista kiinnostuneisiin, hintatietoisiin ja pienyritysten lähi-luomutuotteista kiinnostuneisiin. Ryhmät nimettiin sen mukaan, mikä ominaisuus oli kullekin ryhmälle tärkein (Kuva 16).

Osittaisyötylukujen tarkastelu eri kuluttajaryhmissä on esitetty liitteessä 16. Liitteen kuvista nähdään eri kiinnostusryhmissä, millä tasolla ovat suurimmat osittaisyötyluvut (ryhmien joukossa) laskemalla yhteen yhden tason osittaisyödyt kussakin ryhmässä. Jos tarkastellaan osittaisyötylukujen keskiarvojen vaihteluväliä, nähdään että, mitä suurempi vaihteluväli on, sitä tärkeämpi tämä ominaisuus on ryhmälle. Esimerkiksi eri tuotantotapojen osittaisyötyjen vaihteluväli on 1,3 tuotantotavasta kiinnostuneella kuluttajaryhmällä, mikä tarkoittaa, että tuotantotapa oli tälle ryhmälle tärkein valintaperuste (Liite 16). Jos taas tarkastellaan, mikä tuotantotavoista saa suurimman osittaisyötyarvon, saadaan selville, mikä tuotantotavoista on tärkein valintaperuste. Esimerkiksi tuotantotavoista ”lähellä ja luonnonmukaisesti” saa suurimman osittaisyötyarvon (Liite 16). Ryhmään kuuluville siis tuotantopaikan läheisyys ja tuotantotavan luonnonmukaisuus olivat tärkeimmät valintaperusteet. Seuraavana esitetään osittaisyötyjen ja taustamuuttujien perusteella tehdyt ryhmien kuvailut.



KUVA 16. Eri tuoteominaisuuksien tärkeys eri kuluttajaryhmille.

Kiinnostusryhmien kuvaus

Eri kiinnostusryhmien kuvailu taustamuuttujittain on esitetty taulukossa 17. Noin kolmannes (32 %) vastaajista kuului ryhmään, jolle tärkein ominaisuus oli tuotantotapa. Tarkasteltaessa tuotantotapaa lähemmin havaitaan, että eri tuotantotavoista juuri lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettu ja luonnonmukaisesti tuotettu saivat suurimmat hyötyarvot, eli tuotantopaikan läheisyys ja luonnonmukaisuus ovat tärkeitä ominaisuuksia tälle ryhmälle. Tähän ryhmään kuuluvista vastaajista enemmistö oli 30–49-vuotiaita, keskituloisia, lähiruokaa satunnaisesti käyttäviä ja luomuruokaa sekä satunnaisesti että säännöllisesti käyttäviä. Vastaajista suurin osa oli hyvin kiinnostuneita ruoan luonnollisuudesta, ja heistä enemmistö asui pääkaupunkiseudulla tai muualla Suomessa suurissa kaupungeissa.

Lähes samansuuruisen ryhmän muodostivat hintatietoiset (31 %). Heille tärkein ominaisuus oli hinta ja hinnan sisällä keskihintaisuus, mikä tarkoittaa, että heille tärkeä valintaperuste on tuotteen keskihintaisuus. Ryhmään kuuluvat vastaajat olivat pienituloisia, lähiruokaa satunnaisesti käyttäviä, mutta eivät lainkaan luomuruokaa käyttäviä. Tähän ryhmään kuuluvat eivät myöskään olleet kiinnostuneita ruoan luonnollisuudesta. Heistä enemmistö asui pääkaupunkiseudulla tai muualla Suomessa suurissa kaupungeissa.

Kolmannessa ryhmässä (24 %) olivat pienyritysten lähi- ja luomutuotteista kiinnostuneet. Tähän ryhmään kuuluville tärkeitä valintaperusteita olivat, että tuote on tuotettu pienyrityksessä, lähellä ja luonnonmukaisesti. Enemmistö heistä oli 30–49-vuotiaita ja suurimpaan tuloluokkaan kuuluvia. Ryhmään kuuluvat käyttivät lähiruokaa satunnaisesti tai säännöllisesti, mutta luomuruokaa joko satunnaisesti tai ei lainkaan. Sekä lähi- että luomuruoan ostohalukkuus oli tähän ryhmään kuuluvilla yhdessä lähellä ja luonnonmukaisesti tuotetusta kiinnostuneiden kanssa suurinta. Ryhmään kuuluvat olivat myös melko kiinnostuneita ruoan luonnollisuudesta. Tähän ryhmään kuului eniten pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvia.

Pienimmän ryhmän (13 %) muodostivat vähän jalostetusta tuotteesta kiinnostuneet (vastaajat, jotka valitsivat porsaan paistilihan marinoitujen porsaan lihasuikaleiden sijaan). Tähän ryhmään kuului muihin ryhmiin verrattuna vanhempia vastaajia. Ryhmään kuuluvat olivat lähi- ja luomuruokaa satunnaisesti käyttäviä, mutta lähi- ja luomuruoan ostohalukkuus oli heillä muihin ryhmiin verrattuna alhaisinta. Tähän ryhmään kuului pääkaupunkiseudulla asuvia ruoan luonnollisuudesta melko kiinnostuneita kuluttajia.

TAULUKKO 17. Eri kiinnostusryhmien kuvaus.

Kiinnostusryhmät				
	Tuotantotavasta (lähi-luomutuotteista) kiinnostuneet (n = 497)	Hintatietoiset (n = 487)	Pienyritysten lähi-luomutuotteista kiinnostuneet (n = 382)	Vähän jalostetuista tuotteista kiinnostuneet (n = 211)
Sukupuoli	miehiä (52 %) naisia (48 %)	miehiä (55 %) naisia (45 %)	miehiä (51 %) naisia (49 %)	miehiä (51 %) naisia (49 %)
Ikä	30–49-vuotiaita	30–49-vuotiaita	30–49-vuotiaita	yli 50-vuotiaita
Koulutus	keskiaste (54 %)	keskiaste (61 %)	keskiaste (61 %)	keskiaste (51 %)
Tulot	yli 30 000 €	alle 30 000 €	yli 50 000 €	yli 50 000 €
Lähiruoan käyttö	satunnaisesti käyttäviä	satunnaisesti käyttäviä	satunnaisesti ja säännöllisesti käyttäviä	satunnaisesti käyttäviä
Luomuruoan käyttö	satunnaisesti ja säännöllisesti käyttäviä	ei lainkaan käyttäviä	ei lainkaan käyttäviä ja satunnaisesti käyttäviä	satunnaisesti käyttäviä
Lähiruoan ostohalukkuus, keskiarvo	4,1 ^{bc}	4,0 ^b	4,2 ^c	3,8 ^a
Luomuruoan ostohalukkuus, keskiarvo	4,1 ^c	3,7 ^b	4,1 ^c	3,6 ^a
Kiinnostus ruoan luonnollisuutta kohtaan	hyvin kiinnostuneita	ei kiinnostuneita	melko kiinnostuneita	melko kiinnostuneita
Paikkakunta	pääkaupunkiseutu ja muut suuret kaupungit (54 %)	pääkaupunkiseutu ja muut suuret kaupungit (56 %)	muut kunnat (51 %)	pääkaupunkiseutu ja muut suuret kaupungit (59 %)
Tärkeintä	tuotantotapa	hintaa	yrityskoko	tuote

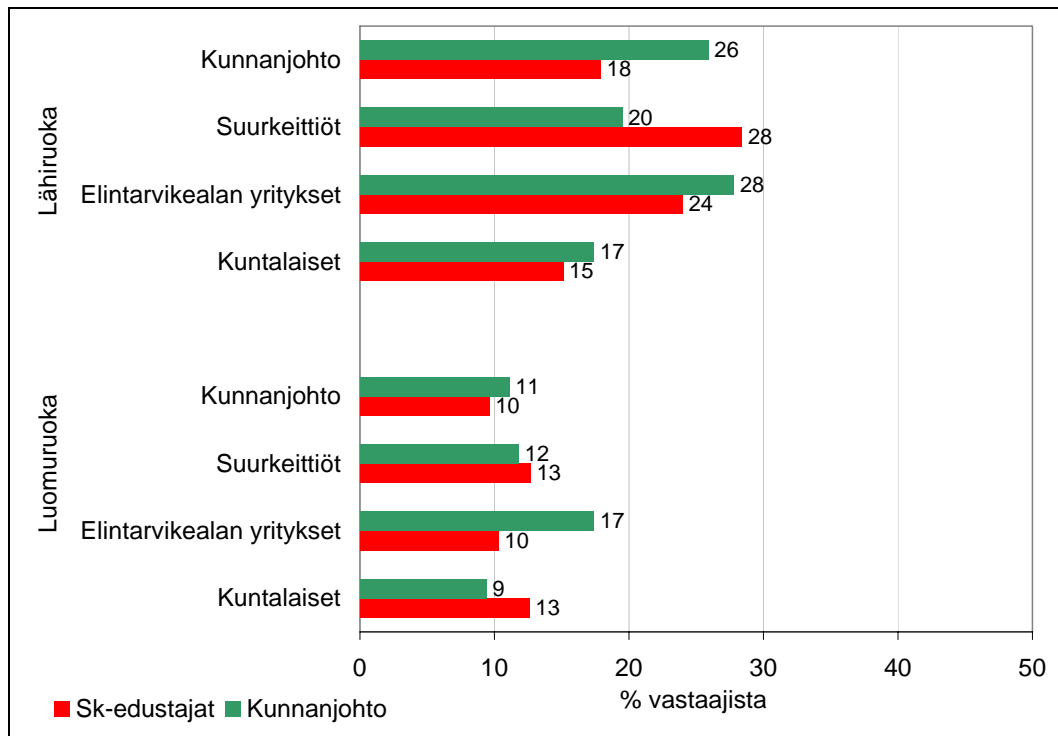
*samalla kirjaimella merkityt keskiarvot eivät poikkea tilastollisesti merkitsevästi toisistaan

5.2 Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa

5.2.1 Aloitteentekijät lähi- ja luomuruoan käytön edistämiseksi

Päätäjäkyselyssä selvitettiin päättäjien käsityksiä eri tahojen aloitteellisuudesta lähi- ja luomuruoan käytön edistämiseksi kunnallisissa ruokapalveluissa. Sekä kunnanjohton että

suurkeittiöiden edustajat pitivät eri tahojen aloitteellisuutta suurempana lähiruoan kuin kotimaisen luomuruoan käytön edistämässä (Kuva 17). Lähiruoan käytön edistämässä kuntalaisia pidettiin muita tahoja vähemmän aloitteellisina. Sekä sk-edustajat että kunnanjohto kokivat oman roolinsa lähiruoan käytön aloitteentekijöinä suhteellisen merkittävänä ja toisaalta toistensa roolin vähäisempänä. Eri tahojen aloitteellisuudessa ei koettu olevan suuria eroja kotimaisen luomuruoan käytön edistämässä, joskin kunnanjohtoon edustajat pitivät elintarvikealan yritysten roolia merkittävimpana.



Kunnanjohto (esim. kunnanvaltuutetut, ruokapalveluorganisaation johto)
 Suurkeittiöt (esim. yksittäiset suurkeittiöt/suurkeittiöemännät)
 Elintarvikealan yritykset (esim. raaka-aineiden tuottajat, maatilayritykset, elintarvikkeiden jalostajat)
 Kuntalaiset (esim. ruokailijat, lasten vanhemmat, kansalaisjärjestöt)

Kuvassa on esitetty erittäin tai melko aloitteellisina koetut tahot. Aloitteellisuutta kysyttiin viisiportaisella asteikolla: 1 = ei lainkaan aloitteellisia; 5 = erittäin aloitteellisia.

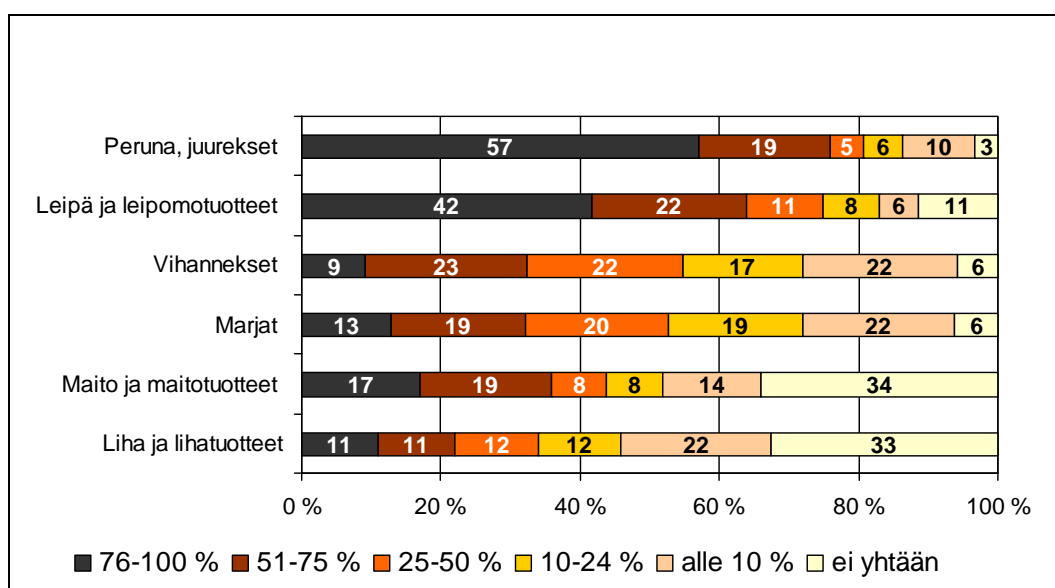
KUVA 17. Kunnanjohtoon (N = 144) ja suurkeittiöiden edustajien (N = 212) näkemykset eri tahojen aloitteellisuudesta lähi- ja luomuruoan käytön edistämässä kuntien ruokapalveluissa.

Kunnanjohtoon käsitykset kuntalaisten aloitteellisuudesta erosivat jonkin verran lääneittäin ($p=0,028$); Itä-Suomen läänissä kuntalaisia pidettiin aloitteellisimpina lähiruoan käytön edistämässä muihin lääneihin verrattuna. Myös sk-edustajien käsityksissä kuntalaisten aktiivisuudesta oli eroja lääneittäin ($p=0,022$); Itä- ja Länsi-Suomen lääneissä kuntalaisia pidettiin aktiivisimpina lähiruoan käytön edistämässä. Näissä lääneissä myös suurkeittiöitä pidettiin aloitteellisimpina muihin lääneihin verrattuna ($p=0,003$). Sk-edustajien näkemyksissä suurkeittiöiden aktiivisuudesta oli ero myös asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa. Mitä pienempi kunnan asukasluku oli, sitä aloitteellisimpina suurkeittiöitä pidettiin sekä lähiruoan ($r=-0,20$, $p=0,003$) että kotimaisen luomuruoan ($r=-0,16$, $p=0,021$) käytön edistämässä. (Päätäjien näkemysten vertailun tulokset saatavissa tekijöiltä).

5.2.2 Lähi- ja luomuruoan käyttö, ostohinta ja maksuhalukkuus kunnallisissa ruokapalveluissa

Lähi- ja luomuruoan käyttö

Suurkeittiöiden edustajia pyydettiin arvioimaan, kuinka monta prosenttia lähiruokaa kunnan suurkeittiöissä käytettiin vuoden 2004 aikana. Eniten lähiruokaa käytettiin tuoteryhmissä peruna ja juurekset sekä leipä ja leipomotuotteet (Kuva 18). Vastaajista kolme neljäsosaa ilmoitti käyttävänsä lähiperunaa ja juureksia yli puolet koko tuoteryhmän käyttömäärästä. Vähiten lähiruokaa käytettiin tuoteryhmissä maito ja maitotuotteet sekä liha ja lihatuotteet. Vastaajista yli kolme viidesosaa (62 %) ilmoitti arvion koskevan kunnan kaikkia suurkeittiöitä, viidesosa (20 %) osaa kunnan suurkeittiöistä ja hieman alle viidesosa (18 %) yksittäistä suurkeittiötä (tulokset saatavissa tekijöiltä). Tulokset lähiruoan käytöstä ovat samansuuntaisia kuin Efektian julkisten ruokapalvelujen nykytilaa ja kehittämisenäkymiä selvittäneessä raportissa (Seppälä ym. 2004).



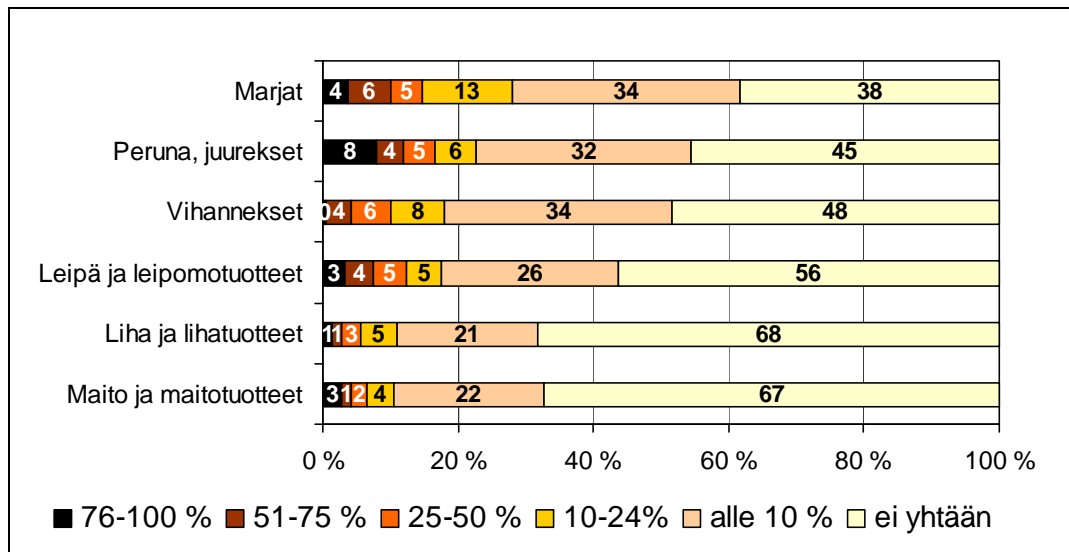
KUVA 18. Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa vuonna 2004.

Käyttömääriä tarkasteltaessa on kuitenkin otettava huomioon, ettei tarkalleen tiedetä, miten kukin vastaaja on määritellyt lähiruoan esimerkiksi tuotantopaikan etäisyyden näkökulmasta. Lähiruoan käyttö korreloi tuoteryhmissä liha ja lihatuotteet sekä maito ja maitotuotteet jossain määrin väittämän *Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla* kanssa. Mitä enemmän lähiruokaa käytettiin näissä tuoteryhmissä, sitä useammin vastaajat olivat sitä mieltä, että lähiruoksi sopii Suomessa millä tahansa paikkakunnalla tuotettu ruoka ($r=0,22-0,26$, $p=0,001-0,000$). (Lähi- ja luomuruoan käyttömäärien vertailuun liittyvät tulokset saatavissa tekijöiltä).

Lähiruoan käyttömäärissä oli kaikissa tuoteryhmissä eroa lääneittäin ($p=0,000-0,012$). Lähiperunaa ja -juureksia käytettiin eniten Oulun ja Itä-Suomen lääneissä ja vähiten Lapin läänissä. Lähialueiden vihanneksia käytettiin eniten Länsi- ja Itä-Suomessa ja selvästi vähiten Lapin läänissä. Lähialueilta hankittuja marjoja käytettiin eniten Itä-Suomessa ja vähiten Lapissa ja Etelä-Suomessa. Lähialueilla tuotettua lihaa käytettiin eniten Länsi-Suomessa ja vähiten Etelä-Suomessa ja Lapissa. Lähialueilta hankittuja

leipää ja leipomotuotteita puolestaan käytettiin eniten Itä-Suomessa ja maitoa ja maitotuotteita Oulun ja Länsi-Suomen lääneissä.

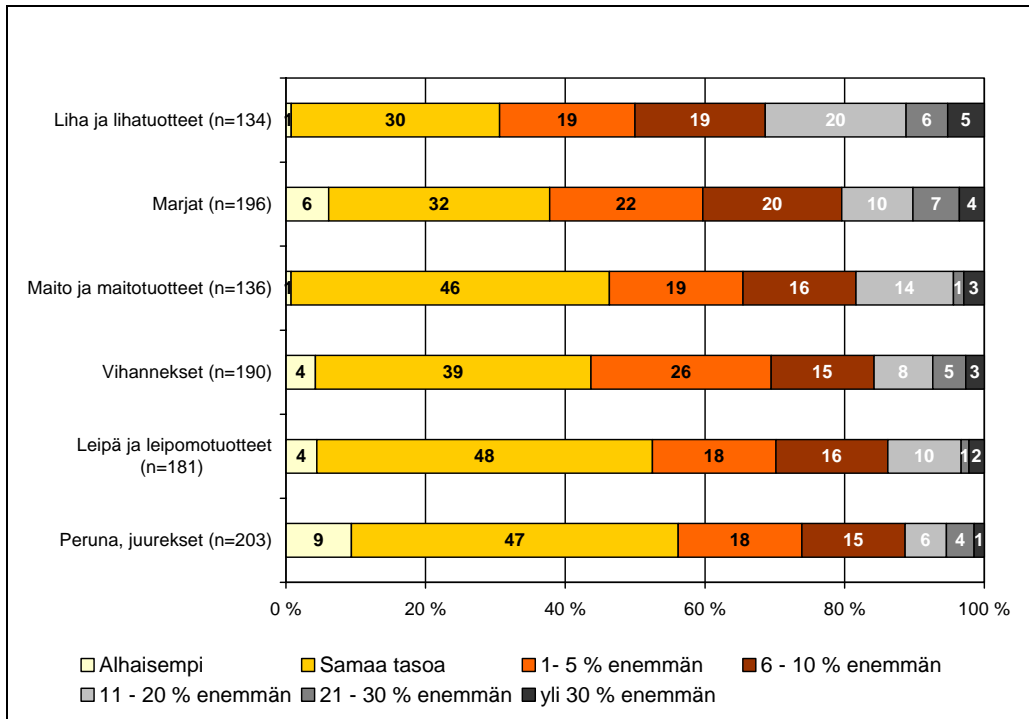
Kotimaisen luomuruoan käyttö oli selvästi vähäisempää kuin lähiruoan käyttö (Kuva 19). Kuitenkin lähes viidesosa (24 %) sk-edustajista ilmoitti kuntansa suurkeittiöissä käytettävän luomutuotteita kaikissa kysytyissä tuoteryhmissä. Vastaajista kolme viidesosaa (60 %) ilmoitti arvion koskevan kunnan kaikkia suurkeittiöitä, viidennes (20 %) osaa kunnan suurkeittiöistä ja viidennes (20 %) yksittäistä suurkeittiötä. Luomuruoan käyttö oli pääsääntöisesti satunnaista; useimmissa tapauksissa kotimaisten luomutuotteiden käytön arvioitiin olevan alle 10 prosenttia koko tuoteryhmän hankinnoista. Lähiruoan käyttömäärissä oli eroa lääneittäin kaikissa tuoteryhmissä lukuun ottamatta tuoteryhmiä peruna ja juurekset sekä maito- ja maitotuotteet ($p=0,000-0,040$). Luomutuotteiden käyttö oli selvästi vähäisintä Etelä-Suomessa muihin lääneihin verrattuna.



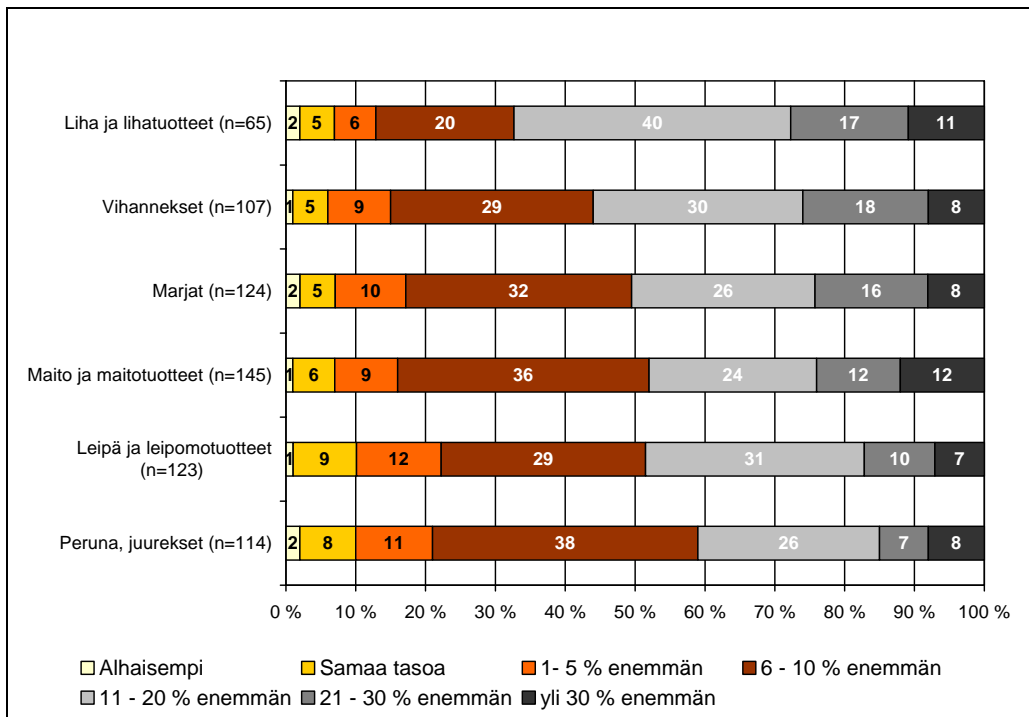
KUVA 19. Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa vuonna 2004.

Lähi- ja luomuruoan ostohinta

Suurkeittiöiden edustajilta kysyttiin myös lähiruoan ja kotimaisten luomutuotteiden ostohintaa verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin niissä tuoteryhmissä, joissa ilmoitettiin käytettävän lähiruoka- tai luomutuotteita. Lähiruoan ostohinnassa oli tuoteryhmäkohtaisia eroja. Pääsääntöisesti lähiruoasta maksettiin saman verran tai jonkin verran enemmän kuin tavanomaisista tuotteista (Kuva 20). Kotimaisten luomutuotteiden ostohinta oli tavanomaisien tuotteiden ostohintaa korkeampi kaikissa tuoteryhmissä; suurin osa sk-edustajista ilmoitti maksavansa kotimaisista luomutuotteista 6–20 prosenttia enemmän kuin tavanomaisista tuotteista (Kuva 21).



KUVA 20. Lähiruoan ostohinta kunnallisissa ruokapalveluissa verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin.



KUVA 21. Kotimaisten luomutuotteiden ostohinta kunnallisissa ruokapalveluissa verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin.

Maksuhalukkuus lähi- ja luomuruoasta

Sekä suurkeittiöiden edustajilta että kunnanjohtolta kysyttiin heidän maksuhalukkuuttaan lähiruoasta ja kotimaisesta luomuruoasta. Maksuhalukkuudessa oli jonkin verran eroja (Taulukko 18). Kunnanjohto oli sk-edustajia useammin halukkaampi maksamaan lähiruoasta 6–10 prosenttia enemmän kuin tavanomaisista tuotteista. Myös luomutuotteista kunnanjohto oli sk-edustajia useammin valmis maksamaan 6–10 prosenttia enemmän. Tämän enempää tavanomaisiin tuotteisiin verrattuna ei kummassakaan vastaajaryhmässä juurikaan oltu halukkaita maksamaan lähi- tai luomuruoasta.

TAULUKKO 18. Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien maksuhalukkuus lähi- ja luomuruoasta verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin, %.

Maksuhalukkuus verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	Kunnanjohto N = 144		Suurkeittiöiden edustajat N = 212	
	Lähiruoka	Kotimainen luomuruoka	Lähiruoka	Kotimainen luomuruoka
Vähemmän	0	0	1	1
Saman verran	40	39	41	34
1–5 % enemmän	42	41	50	48
6–10 % enemmän	17	19	8	15
11–20 % enemmän	1	1	1	1
21–30 % enemmän	0	0	0	0
yli 30 % enemmän	0	0	0	0
Yhteensä	100	100	100	100

Kunnanjohton maksuhalukkuus sekä lähi- että luomuruoasta oli hyvin samansuuntaista, kun taas sk-edustajat olivat valmiita maksamaan kotimaisesta luomuruoasta enemmän kuin lähiruoasta ($p=0,000$). Kunnanjohton maksuhalukkuus kotimaisesta luomuruoasta oli suurinta Itä-Suomessa muihin lääneihin verrattuna ($p=0,001$). Sk-edustajat Etelä-Suomessa olivat useammin valmiita maksamaan lähiruoasta vain saman verran kuin tavanomaisista tuotteista ($p=0,010$). (Päätäjien maksuhalukkuuden vertailun tulokset saatavissa tekijöiltä.)

5.2.3 Lähi- ja luomuruoan käytön esteitä ja hyötyjä kunnallisissa ruokapalveluissa

Lähi- ja luomuruoan käytön esteitä suurkeittiöiden edustajien näkökulmasta

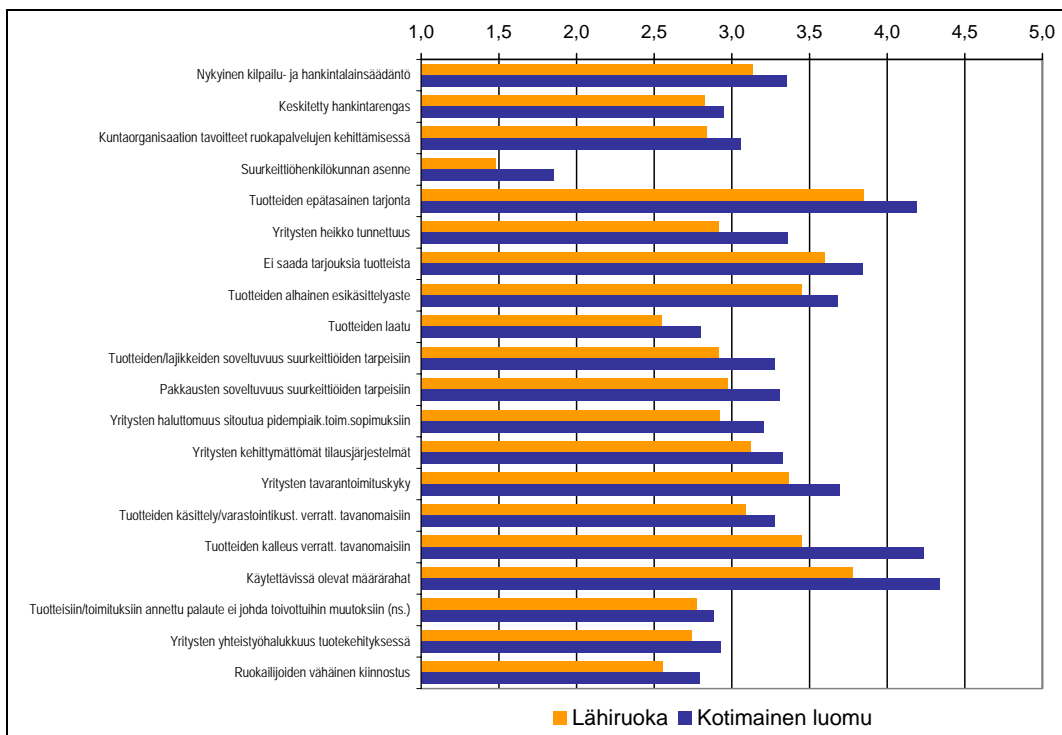
Suurkeittiöiden edustajia pyydettiin ottamaan kantaa viisiportaisella asteikolla (1 = ei lainkaan este; 5 = erittäin merkittävä este), missä määrin he ovat kokeneet tiettyjen asioiden estävän lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käyttöä oman kuntansa ruokapalveluissa.

Lähiruoan käytön suurimmat esteet (Kuva 22, Liite 17) liittyivät tuotteiden tarjontaan ja soveltuvuuteen suurkeittiökäyttöön sekä taloudellisiin mahdollisuuksiin hankkia lähiruokaa. Sk-edustajista lähes yhtä moni piti merkittävänä esteenä tuotteiden epätasaista tarjontaa (65 % vastaajista) ja käytettävissä olevia määrärahoja (64 %). Merkittävänä esteenä pidettiin myös sitä, ettei tuotteista saada tarjouksia (59 %), tuotteiden kalleutta

verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin (51 %), tuotteiden alhaista esikäsittelyastetta (49 %) ja yritysten tavarantoimituskykyä (48 %).

Kotimaisten luomutuotteiden käytön suurimpina esteinä (Kuva 22, Liite 17) valtaosa sk-edustajista piti käytettävissä olevia määrärahoja (83 %), tuotteiden korkeaa hintaa verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin (80 %), tuotteiden epätasaista tarjontaa (77 %). Merkittävänä esteinä pidettiin myös sitä, ettei tuotteista saada tarjouksia (67 %), yritysten kehittymättömiä tilausjärjestelmiä (56 %) ja yritysten tavarantoimituskykyä (56 %).

Lähiruoan ja luomuruoan käytön esteet kunnallisissa ruokapalveluissa näyttävät olevan hyvin samansuuntaisia. Merkittävää on, että esteet kotimaisten luomutuotteiden käytölle koettiin suurempina kuin lähiruoan käytön esteet. Lukuun ottamatta muuttujaa ”Tuotteisiin ja toimituksiin annettu palaute ei johda toivottuihin muutoksiin” erot lähi- ja luomuruoan käytön esteissä olivat tilastollisesti merkitseviä (Kuva 22).



Vastausten keskiarvot asteikolla 1 = ei lainkaan este, 5 = erittäin merkittävä este. Erot lähi- ja luomuruoan käytön esteissä olivat tilastollisesti merkitseviä ($p < 0,01-0,001$) lukuun ottamatta muuttujaa, jonka nimen perään on merkitty (ns).

KUVA 22. Suurkeittiöiden edustajien (N = 212) näkemykset lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käytön esteistä kunnallisissa ruokapalveluissa.

Aineiston tiivistämiseksi lähi- ja luomuruoan käytön esteistä muodostettiin keskiarvomuuttujat pääkomponenttianalyysin avulla (Liite 18). Sekä lähiruoan että kotimaisen luomuruoan käytön esteitä voitiin näin tarkastella neljän ulottuvuuden kautta; tuotteiden soveltuvuus ja toimitus, tuotteiden tarjonta ja saatavuus, nykyinen hankintapolitiikka sekä määrärahat (Taulukko 19).

TAULUKKO 19. Lähi- ja luomuruoan käytön esteistä kunnallisissa ruokapalveluissa muodostetut keskiarvomuuttajat ja niiden reliabiliteetit.

Keskiarvo- muuttuja	Alkuperäiset muuttajat	Cronbachin alfa	
		Lähiruoka	Kotimainen luomuruoka
Tuotteiden soveltuvuus ja toimitus	<ul style="list-style-type: none"> Tuotteiden/lajikkeiden soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin Tuotteiden laatu Pakkausten soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin Tuotteisiin ja toimituksiin annettu palaute ei johda toivottuihin muutoksiin Yritysten kehittymättömät tilausjärjestelmät Yritysten yhteistyöhalukkuus tuotekehityksessä Tuotteiden käsittely- ja varastointikustannukset verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin Yritysten tavarantoimituskyky Tuotteiden alhainen esikäsittelyaste Yritykset eivät halua sitoutua pidempiaikaisiin toimitussopimuksiin 	0,92	0,88
Tarjonta ja saatavuus	<ul style="list-style-type: none"> Emme tunne lähi/luomutuotteita tarjoavia yrityksiä Emme saa tarjouksia lähi/luomutuotteista Tuotteiden epätasainen tarjonta 	0,79	0,73
Nykyinen hankinta-politiikka	<ul style="list-style-type: none"> Keskitetty hankintarengas Kuntaorganisaation tavoitteet ruokapalvelujen kehittämisessä Nykyinen kilpailu- ja hankintalainsäädäntö 	0,71	0,71
Määrärahat	<ul style="list-style-type: none"> Käytettävissä olevat määrärahat Tuotteiden kalleus verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin 	0,88	0,84

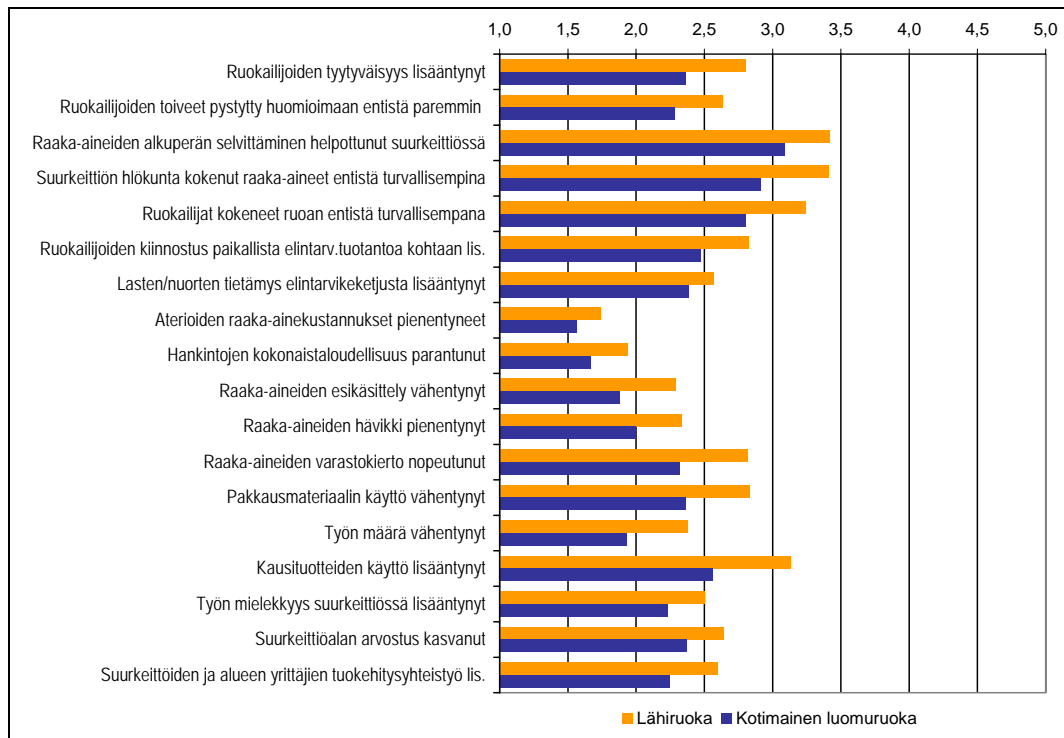
Lähi- ja luomuruoan käytön esteitä kuvaavia keskiarvomuuttajia tarkasteltiin sk-edustajien taustamuuttujien mukaan (tulokset saatavissa tekijöiltä). Lähiruoan käytön esteistä tuotteiden soveltuvuudessa ja toimituksissa ($p=0,046$) sekä määrärahoissa ($p=0,009$) oli eroja lääneittäin. Molemmat koettiin merkittäviksi esteiksi Lapin läänissä, määrärahat jossain määrin myös Oulun läänissä. Sitä vastoin luomuruoan käytön esteissä ei ollut eroja lääneittäin. Luomuruoan käytön esteistä kuitenkin ”tuotteiden soveltuvuus ja toimitukset” ($r=0,23$, $p=0,001$) sekä ”määrärahat” ($r=0,18$, $p=0,011$) korreloivat myös kunnan asukasluvun kanssa: tuotteiden soveltuvuuteen ja toimituksiin sekä määrärahojen riittävyyteen liittyvät ongelmat koettiin suurempina esteinä luomuruoan käytölle asukasluvultaan pienemmissä kuin suuremmissa kunnissa.

Lähi- ja luomuruoan käytön hyötyjä suurkeittiöiden edustajien näkökulmasta

Lähi- ja luomuruoan käytölle koettiin olevan monia esteitä. Näistä huolimatta lähi- ja luomuruoan käytöllä kunnallisissa ruokapalveluissa koettiin olevan myös monia hyötyjä. Sk-edustajilta kysyttiin, missä määrin lähi- ja/tai luomuruoan käyttö on vastaajan käsityksen mukaan edistänyt tiettyjä asioita vastaajan edustaman kunnan ruokapalveluissa (viisiportainen asteikko: 1 = ei lainkaan; 5 = erittäin merkittävästi).

Sekä lähiruoaan että kotimaisen luomuruoaan käytön merkittävimmät hyödyt (Kuva 23, Liite 19) liittyivät tuotteiden jäljitettävyyden helpottumiseen, mielikuvaan tuotteiden turvallisuuden paranemisesta sekä lähiruoaalla lisäksi kausituotteiden käytön lisääntymiseen. Sk-edustajista yli puolet (52 %) oli sitä mieltä, että lähiruoaan käytön myötä raaka-aineet on koettu suurkeittiöissä entistä turvallisemmiksi. Merkittävänä pidettiin myös, että raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut (51 %), ruokailijat ovat kokeneet ruoan entistä turvallisemmaksi (43 %) ja että kausituotteiden käyttö on lisääntynyt (41 %). Vähäisimmiksi lähiruoaan käytön hyödyt koettiin raaka-ainekustannusten pienenemisessä ja kokonaistaloudellisuuden paranemisessa. Toisaalta joissakin kunnissa myös näissä asioissa koettiin tapahtuneen myönteistä kehitystä. Mainitsemisen arvoisena voidaan myös pitää sitä, että 28 prosenttia vastaajista mainitsi merkittävänä lähiruoaan käytön hyötyinä suurkeittiöalan arvostuksen kasvun. Vastaajista 23 prosenttia koki myös työn mielekkyyden suurkeittiöissä lisääntyneen lähiruoaan käytön myötä.

Luomuruoaan käytön hyödyistä merkittävänä pidettiin, että raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut (39 %), suurkeittiön henkilökunta (33 %) ja ruokailijat (30 %) ovat kokeneet raaka-aineet tai ruoan entistä turvallisemmaksi. Kuten lähiruoaan myös luomuruoaan käytössä vähäisimmiksi hyödyt koettiin raaka-ainekustannusten pienenemisessä ja kokonaistaloudellisuuden paranemisessa.



Vastausten keskiarvot asteikolla 1 = ei edistä lainkaan, 5 = edistää erittäin merkittävästi. Erot lähi- ja luomuruoaan käytön hyödyissä ovat tilastollisesti merkitseviä ($p < 0,001$).

KUVA 23. Suurkeittiöiden edustajien (N = 212) näkemykset lähiruoaan ja kotimaisen luomuruoaan käytön hyödyistä kunnallisissa ruokapalveluissa.

Lähiruoaan käytön hyödyt koettiin selvästi merkittävämmiksi kuin kotimaisten luomutuotteiden käytön hyödyt ($p=0,001$, tulokset saatavissa tekijöiltä). Tuloksia tulkittaessa tulee kuitenkin ottaa huomioon, että vastaajien edustamissa kunnissa oli selvästi enemmän kokemusta lähiruoaan kuin luomuruoaan käytöstä. Voidaankin pohtia,

olisiko luomuruoalle enemmän kiinnostusta, jos hyödyt koettaisiin merkittävimpiä. Vai koetaanko hyödyt vähäisiksi juuri sen takia, ettei luomuruoan käytöstä ole kovin paljon kokemusta.

Myös lähi- ja luomuruoan käytön hyödyistä muodostettiin keskiarvomuuttajat (Liite 20). Hyötyjä voitiin näin tarkastella kolmen ulottuvuuden kautta: työn tehostuminen ja taloudellisuus suurkeittiössä, asiakastyytyväisyys ja ruokaturvallisuus sekä tieto ja vuorovaikutus (Taulukko 20).

TAULUKKO 20. Lähi- ja luomuruoan käytön hyödyistä kunnallisissa ruokapalveluissa muodostetut keskiarvomuuttajat ja niiden reliabiliteetit.

Keskiarvo- muuttaja	Alkuperäiset muuttajat	Cronbachin alfa	
		Lähiruoka	Koti- mainen luomu- ruoka
Työn tehostuminen ja taloudellisuus suurkeittiössä	<ul style="list-style-type: none"> • Raaka-aineiden hävikki on pienentynyt • Raaka-aineiden esikäsittely on vähentynyt • Työn määrä on vähentynyt • Raaka-aineiden varastokierto on nopeutunut • Hankintojen kokonaistaloudellisuus on parantunut • Pakkausmateriaalin käyttö on vähentynyt • Aterioiden raaka-ainekustannukset ovat pienentyneet 	0,91	0,92
Asiakastyytyväisyys ja ruokaturvallisuus	<ul style="list-style-type: none"> • Ruokailijoiden tyytyväisyys on lisääntynyt • Ruokailijat ovat kokeneet ruoan entistä turvallisempaan • Suurkeittiön henkilökunta on kokenut ruoan entistä turvallisempaan • Ruokailijoiden toiveet on pystytty ottamaan entistä paremmin huomioon • Ruoan raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut suurkeittiöissä 	0,89	0,89
Tieto ja vuorovaikutus	<ul style="list-style-type: none"> • Lasten ja nuorten tietämys elintarvikeketjusta on lisääntynyt • Työn mielekkyys suurkeittiössä on lisääntynyt • Suurkeittiön ja alueen yrittäjien yhteistyö on lisääntynyt • Kausituotteiden käyttö on lisääntynyt • Ruokailijoiden kiinnostus paikallista elintarviketuotantoa kohtaan on lisääntynyt • Suurkeittiöalan arvostus on kasvanut 	0,87	0,91

Lähi- ja luomuruoan käytön hyötyjä kuvaavia keskiarvomuuttajia tarkasteltiin skedustajien taustamuuttujien mukaan (tulokset saatavissa tekijöiltä). Läänillä oli vaikutusta ainoastaan lähiruoan käytön hyödyistä työn tehostumiseen ja taloudellisuuteen suurkeittiöissä ($p=0,018$). Vähäisimpinä tämä hyöty-ulottuvuus koettiin Lapin läänissä, joskin melko vähäiseksi myös Etelä-Suomen läänissä. Sen sijaan kokemuksiin luomuruoan käytön hyödyistä ei läänillä ollut vaikutusta. Kunnan asukasluvulla oli puolestaan vaikutusta asiakastyytyväisyyden ja ruokaturvallisuuden paranemiseen

($r=-0,22$, $p=0,002$): mitä pienempi oli kunnan asukasluku, sitä enemmän sk-edustajat kokivat lähiruoan käytöllä parannettavan asiakastytyväisyyttä ja käsitystä ruokaturvallisuudesta. Luomuruoan koetut hyödyt olivat vielä selvemmin yhteydessä kunnan asukaslukuun. Niin ”työn tehostuminen ja taloudellisuus”, ”asiakastytyväisyys ja ruokaturvallisuus” kuin ”tieto ja vuorovaikutuskin” korreloivat asukasluvun kanssa ($r=-0,17 - -0,024$, $p=0,001-0,016$), toisin sanoen luomuruoan käytön hyödyt koettiin merkittävimmiksi asukasluvultaan pienemmissä kuin suuremmissa kunnissa.

Lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käytön esteiden ja hyötyjen välinen yhteys

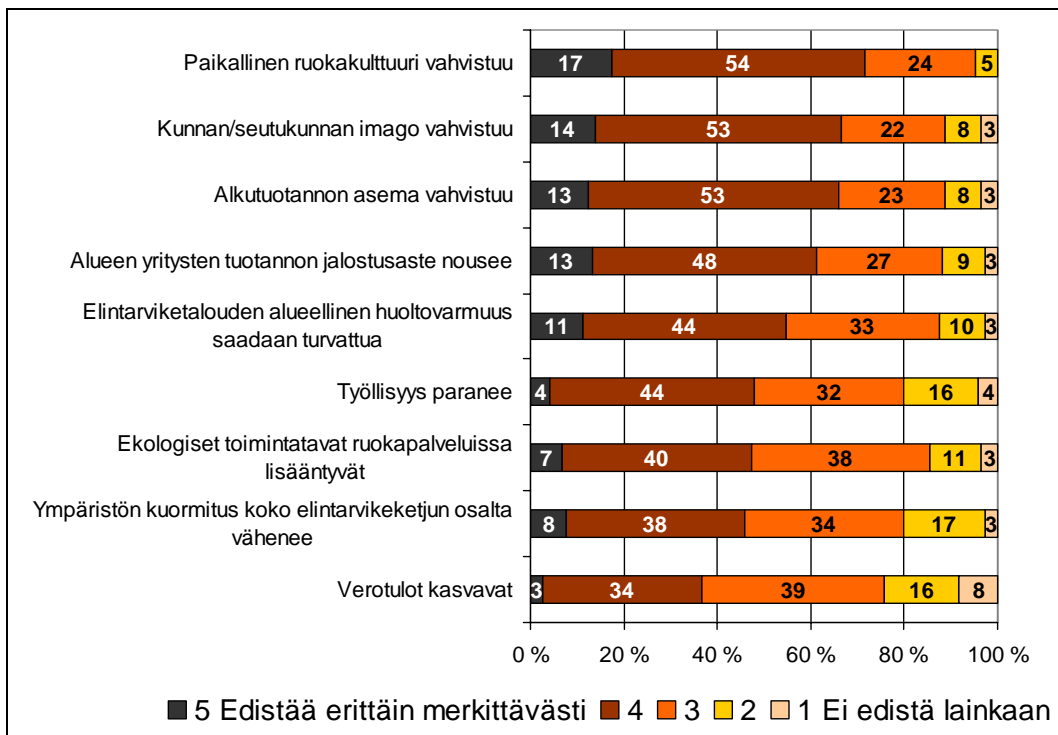
Sekä lähiruoan että kotimaisen luomuruoan käytön esteiden ja hyötyjen välillä oli selvä yhteys (Liite 21). Lähiruoan käytöstä saavutettavat hyödyt koettiin selvästi suurempina silloin, kun tuotteiden toimituksissa ja soveltuvuudessa suurkeittiökäyttöön ei ollut suuria ongelmia. Samoin hyötyjä työn tehostumisessa ja taloudellisuudessa suurkeittiöissä sekä asiakastytyväisyyden ja ruokaturvallisuuden parantumisessa pidettiin merkittävimpinä silloin, kun tuotteiden tarjontaa ja saatavuutta sekä määrärahoja ei koettu lähiruoan käytön esteiksi. Myös mitä vähäisempänä esteenä nykyistä hankintapolitiikkaa pidettiin, sitä suuremmaksi työn tehostumisen ja taloudellisuuden hyödyt koettiin.

Myös luomuruoan käytöstä saavutettavat hyödyt koettiin selvästi suuremmiksi silloin, kun tuotteiden soveltuvuuteen ja toimituksiin liittyviä tekijöitä ei koettu merkittäväksi ongelmaksi. Merkittävää on myös se, että silloin, kun määrärahojen riittävyttä ei koettu ongelmaksi, luomuruoan käytöllä nähtiin olevan myönteistä vaikutusta työn tehostumiseen ja taloudellisuuteen suurkeittiöissä.

Lähiruoan käytöstä saadut hyödyt koettiin eritavoin asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa; pienemmissä kunnissa lähiruoan käytössä koettiin olevan enemmän hyötyjä. Kaikki kolme hyötyulottuvuutta (työn tehostuminen ja taloudellisuus suurkeittiöissä, asiakastytyväisyys ja ruokaturvallisuus sekä tieto ja vuorovaikutus) korreloivat negatiivisesti asukasluvun kanssa ($r=-0,14 - -0,24$, $p=0,001-0,047$). Myös luomuruoan käytössä hyöty-ulottuvuudet korreloivat negatiivisesti asukasluvun kanssa ($r=-0,18 - -0,23$, $p=0,001-0,012$). Luomutuotteiden käytön esteistä ”tuotteiden soveltuvuus ja toimitus” ($r=0,25$, $p=0,000$) sekä ”määrärahat” ($r=0,17$, $p=0,012$) korreloivat asukasluvun kanssa; asukasluvultaan suuremmissa kunnissa tuotteiden soveltuvuuteen ja toimitukseen sekä määrärahoihin liittyvät tekijät koettiin selvästi suuremmiksi esteiksi luomuruoan käytölle kuin asukasluvultaan pienemmissä kunnissa. (Lähi- ja luomuruoan käytön esteiden ja hyötyjen vertailun tulokset saatavissa tekijöiltä).

Lähiruoan käytön hyötyjä kunnanjohton näkökulmasta

Koska kunnanjohto edustaa lähinnä strategista päätöksentekoa, heiltä kysyttiin hieman eri tavoin kuin sk-edustajilta, missä määrin he uskovat lähiruoan käytön edistävän tiettyjä asioita kunnassa tai seutukunnassa (Kuva 24). Vastauksissa esiintyi hajontaa, mutta tarkasteltaessa vastausten keskiarvoja tulokset osoittavat, että lähiruoan imagovaikutukset koettiin tärkeäimpinä kuin esimerkiksi vaikutukset kunnan verotuloihin. Kunnanjohtosta valtaosa oli sitä mieltä, että lähiruoan käyttö vaikuttaa myönteisesti paikallisen ruokakulttuurin vahvistumiseen (71 % vastaajista) ja että lähiruoalla on merkitystä kunnan tai seutukunnan imagon vahvistamisessa (67 %). Verotulojen kasvua piti merkittävänä hyötynä ainoastaan vajaa kaksi viidesosaa (37 %) vastaajista. Vastausten lähempi tarkastelu osoitti, että yksittäiset vastaajat olivat vastanneet kaikkiin väittämiin samansuuntaisesti: vastaaja suhtautui pääsääntöisesti kaikkiin kysymyksiin joko myönteisesti tai kielteisesti.



KUVA 24. Kunnanjohton (N = 144) käsitykset lähiruoan käytön hyödyistä omassa kunnassa tai seutukunnassa.

Kunnanjohto suhtautui eri tavoin eri lääneissä seuraaviin kolmeen väittämään: kunnan/seutukunnan imago vahvistuu, työllisyys paranee ja verotulot kasvavat (Liite 22). Näiden kolmen tekijän merkitystä pidettiin vähäisimpänä Etelä-Suomessa. Työllisyyden paranemisen ja verotulojen kasvun merkitys korostui erityisesti Itä-Suomen läänissä ja lähiruoan imagovaikutuksen merkitys erityisesti Oulun läänissä, mutta myös Itä-Suomessa.

Kunnan asukasluvulla ja muuttujilla ”Ympäristön kuormitus koko elintarvikeketjun osalta vähenee” sekä ”Kunnan/seutukunnan imago vahvistuu” oli negatiivinen korrelaatio ($r=-0,17$) (Liite 22). Lähiruoan käytöllä nähtiin saavutettavan enemmän parannusta näissä asioissa asukasluvultaan pienemmissä kuin suuremmissa kunnissa. Myös sillä, minkä tyyppisestä kunnasta oli kyse, oli merkitystä kunnanjohton kokemiin hyötyihin lähiruoan käytöstä (Liite 22). Kunnanjohto koki lähiruoan käytöllä olevan vähiten vaikutusta kunnan tai seutukunnan imagoon, verotulojen kasvuun tai alueen yritysten tuotannon jalostusasteen nousuun kaupunkimaisissa kunnissa verrattuna maaseutumaisiin ja taajaan asuttuihin kuntiin.

5.2.4 Kuntien ryhmittely lähi- ja luomuruoan käyttöasteen perusteella

Kuntien ryhmittely lähiruoan käytön perusteella

Suurkeittiöiden edustajien aineisto ryhmiteltiin lähiruoan käyttöasteen perusteella kolmeen ryhmään. Ryhmittelevinä muuttujina käytettiin lähiruoan vuotuista käyttöarviota eri tuoteryhmissä: peruna ja juurekset, vihannekset, marjat, liha- ja lihatuotteet, leipä ja leipomotuotteet sekä maito ja maitotuotteet. Two step clustering -ryhmittelyanalyysillä, jossa voidaan käyttää myös järjestysasteikollisia muuttujia, päädyttiin kolmen ryhmän ratkaisuun. Ryhmät nimettiin seuraavasti: 1) säännöllisesti lähiruokaa käyttävät kunnat,

2) satunnaisesti lähiruokaa käyttävät kunnat ja 3) lähiruoan käyttöä kokeilevat kunnat. Ryhmittelyn ulkopuolelle jäi viisi kuntaa. Lähiruoan käytön tuoteryhmäkohtaiset frekvenssit eri käyttöryhmissä on esitetty kuvassa 25 ja kuvaus käyttöryhmien taustamuuttujista liitteessä 23. Seuraavassa kuvataan tarkemmin lähiruoan eri käyttöryhmiä kiinnittäen huomiota erityisesti lähiruokaa säännöllisesti käyttäviin ja lähiruoan käyttöä kokeileviin kuntiin. (Käyttöryhmien kuvailuun ja vertailuun liittyvät tulostaulukot, joita ei ole esitetty raportissa ovat saatavissa tekijöiltä).

Säännöllisesti lähiruokaa käyttävät kunnat (n = 77)

Säännöllisesti lähiruokaa käyttävät kunnat -ryhmään kuului yli kolmannes (36 %) aineiston kunnista. Lähiruoan käyttö oli näissä kunnissa yleistä kaikissa tuoteryhmissä. Ryhmästä hieman yli puolet oli kuntia, joiden suurkeittiöissä lähiperunaa ja -juureksia sekä lähialueiden vihanneksia ilmoitettiin käytettävän jopa 75–100 prosenttia koko tuoteryhmän käytöstä. Myös muissa tuoteryhmissä lähiruokaa käytettiin suhteellisen paljon. Säännöllisesti lähiruokaa käyttävien ryhmään kuului suhteellisesti eniten kuntia Oulun läänistä, Itä-Suomesta ja Länsi-Suomesta. Maakunnittain tarkasteltuna säännöllisesti lähiruokaa käyttäviä kuntia oli eniten Satakunnassa, Etelä-Savossa, Pohjanmaalla ja Kainuussa.

Lähes viidennes (18 %) ryhmän kunnista oli sellaisia, joiden suurkeittiöissä lähiruokaa käytettiin kaikissa tuoteryhmissä vähintään puolet koko tuoteryhmän käytöstä. Kyseiset kunnat sijaitsivat Länsi-Suomen, Oulun ja Itä-Suomen lääneissä, yksikään ei sijainnut Etelä-Suomen tai Lapin läänissä. Kyseisissä kunnissa oli asukkaita enintään 40 000.

Tarkasteltaessa sk-edustajien mielikuvia eri ruokatyypeistä säännöllisesti lähiruokaa käyttävien ryhmässä oltiin kahteen muuhun ryhmään kuuluvia useammin sitä mieltä, että lähiruoka on edullista ($p=0,010$). Ulkomaista ruokaa koskevissa mielikuvissaan tähän ryhmään kuuluvat olivat myös hieman useammin sitä mieltä, että on vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat ($p=0,035$). Säännöllisesti lähiruokaa käyttävien ryhmässä oltiin myös kahteen muuhun ryhmään kuuluvia useammin sitä mieltä, että, jotta ruokaa voitaisiin kutsua lähiruoksi, on tärkeää, että *Ruoka on tuotettu asuinseudullani* ($p=0,012$) ja *Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan* ($p=0,033$).

Tähän ryhmään kuuluvissa kunnissa pidettiin kahteen muuhun ryhmään verrattuna lähiruoan ostohintaa tavanomaisiin tuotteisiin nähden edullisempana tuoteryhmissä vihannekset, marjat sekä liha- ja lihatuotteet. Sk-edustajien maksuhalukkuudella lähiruoasta ei kuitenkaan ollut yhteyttä lähiruoan käyttöasteeseen perustuvaan ryhmittelyyn.

Satunnaisesti lähiruokaa käyttävät kunnat (n = 58)

Satunnaisesti lähiruokaa käyttävät kunnat -ryhmään kuului 27 prosenttia aineiston kunnista. Kaikissa ryhmän kuntien suurkeittiöissä ilmoitettiin käytettävän lähiruokaa kaikissa tuoteryhmissä, mutta käyttöä voidaan pitää enemmän tai vähemmän epäsäännöllisenä verrattuna säännöllisesti lähiruokaa käyttävien kuntien ryhmään. Vain noin neljännes (24 %) ryhmän kunnista oli sellaisia, joiden suurkeittiöissä lähiruokaa käytettiin kaikissa tuoteryhmissä vähintään 10 prosenttia koko tuoteryhmän käytöstä.

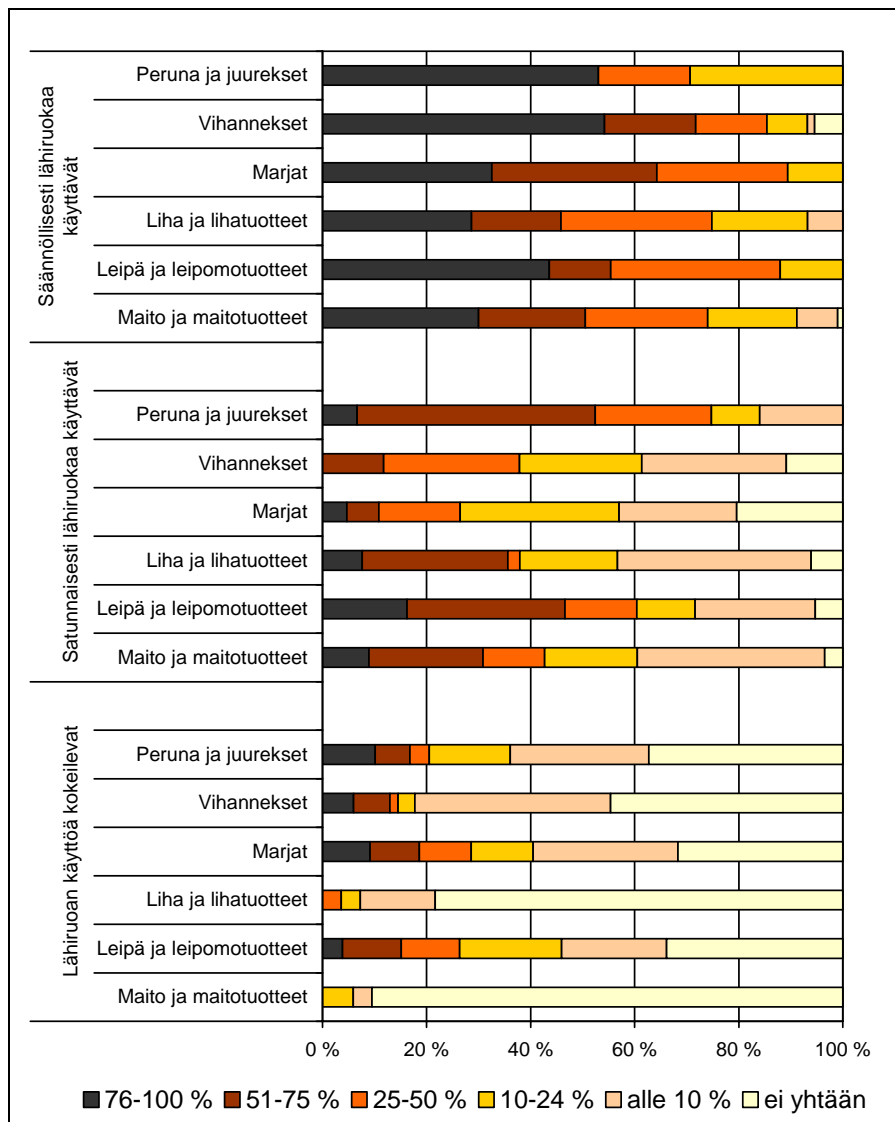
Satunnaisesti lähiruokaa käyttävät kunnat sijoittuivat suhteellisen tasaisesti kaikkiin lääneihin. Maakunnittain tarkasteltuna eniten tämän ryhmän kuntia sijaitsi Pohjois-Karjalassa ja Keski-Pohjanmaalla. Tähän ryhmään kuuluvissa kunnissa pidettiin lähiruoan ostohintaa tuoteryhmissä marjat sekä liha- ja lihatuotteet tavanomaisiin tuotteisiin verrattuna kalliimpina kuin muihin ryhmiin kuuluvissa kunnissa.

Lähiruoan käyttöä kokeilevat kunnat (n = 67)

Lähiruoan käyttöä kokeilevat kunnat -ryhmään kuului hieman alle kolmannes (32 %) aineiston kunnista. Lähiruoan käyttö oli tässä ryhmässä vähäisintä kaikissa tuoteryhmissä. Lähiruoan käyttöä näissä kunnissa voi luonnehtia lähinnä kokeilevaksi tai täydentäväksi. Erityisesti tässä ryhmässä ei juurikaan käytetty lähellä tuotettuja maito- ja lihatuotteita. Ryhmään ei kuulunut ainuttakaan kuntaa, jossa lähiruokaa olisi käytetty kaikissa tuoteryhmissä. Toisaalta vain kahdessa tapauksessa lähiruokaa ei ilmoitettu käytettävän yhdessäkään kysytyistä tuoteryhmistä.

Lähiruoan käyttöä ”kokeilevia” kuntia oli eniten Lapin ja Etelä-Suomen lääneissä. Maakunnittain tarkasteltuna tähän ryhmään kuuluvia kuntia oli eniten Itä-Uudellamaalla, Etelä-Karjalassa, Lapissa ja Uudellamaalla.

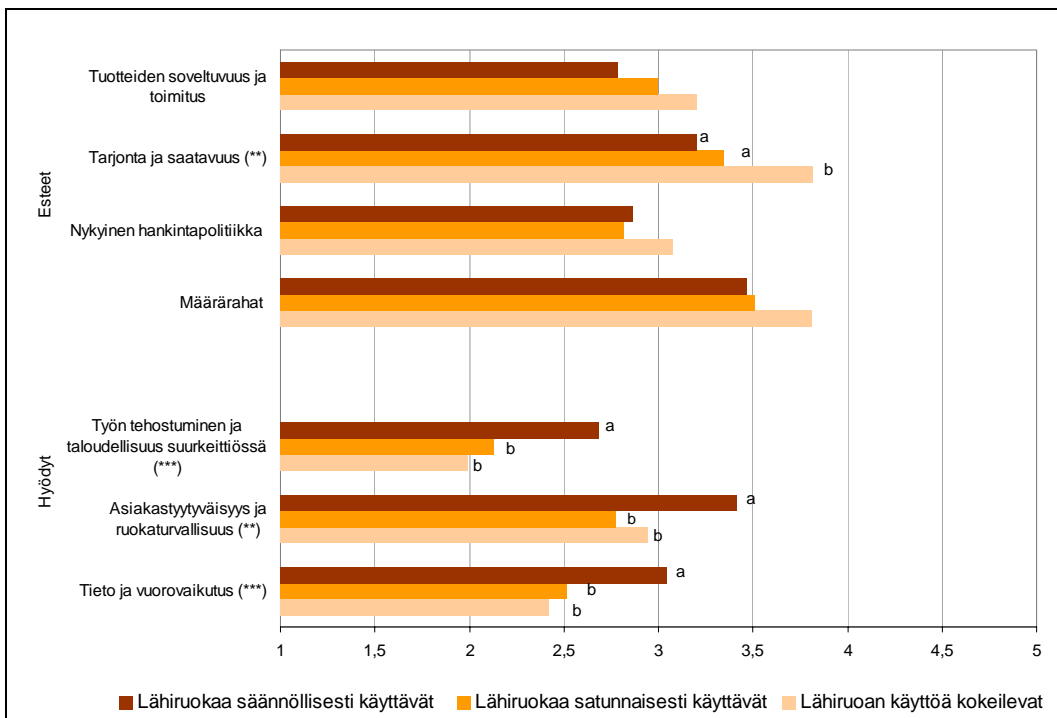
Lähiruoan käyttöasteessa ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa, joskin isommissa kunnissa ja kaupungeissa lähiruoan käyttö näyttäisi olevan vähäisempää. Tarkasteltaessa sk-edustajien mielikuvia eri ruokatyypeistä lähiruoan käyttöryhmittäin, lähiruokaa kokeilevien kuntien ryhmässä oltiin harvemmin sitä mieltä, että kotimainen ruoka on edullista (p=0,031).



KUVA 25. Lähiruoan vuotuinen käyttöarvio suurkeittiöissä tuoteryhmittäin eri käyttöryhmissä.

Lähiruoan käytön esteitä ja hyötyjä vertailtiin eri käyttöryhmissä luvussa 5.2.3 esitettyjen keskiarvomuuttujien avulla (Kuva 26). Lähiruoan käytön esteistä ainoastaan ulottuvuudella ”Tarjonta ja saatavuus” oli yhteyttä lähiruoan käyttöasteeseen perustuvaan ryhmittelyyn. Ero oli tilastollisesti merkitsevä ainoastaan säännöllisesti lähiruokaa käyttävien ja lähiruoan käyttöä kokeilevien kuntien välillä; lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa tuotteiden tarjontaan ja saatavuuteen liittyvät tekijät koettiin merkittävämmäksi esteeksi lähiruoan käytölle verrattuna säännöllisesti lähiruokaa käyttäviin kuntiin. Vaikka nykyinen hankintapolitiikka ja kunnalliset määrärahat koettiin hieman suuremmiksi esteiksi lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa verrattuna muihin ryhmiin kuuluviin kuntiin, erot lähiruoan käyttöryhmien välillä eivät olleet tilastollisesti merkitseviä.

Lähiruoan käytöstä koetuilla hyödyillä oli merkittävämpi yhteys lähiruoan käyttöön kuin lähiruoan käytön esteillä. Säännöllisesti lähiruokaa käyttävissä kunnissa kaikki kolme hyöty-ulottuvuutta koettiin selvästi tärkeämmiksi kuin lähiruokaa satunnaisesti käyttävissä ja lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa, joiden väliset erot eivät olleet tilastollisesti merkitseviä (Kuva 26).



Käytön esteet: asteikko 1 = ei lainkaan este; 5 = erittäin merkittävä este

Käytön hyödyt: asteikko 1 = ei edistä lainkaan; 5=edistää erittäin merkittävästi

Samalla kirjaimella merkityt keskiarvot eivät poikkea toisistaan tilastollisesti merkitsevyystasolla 0,05

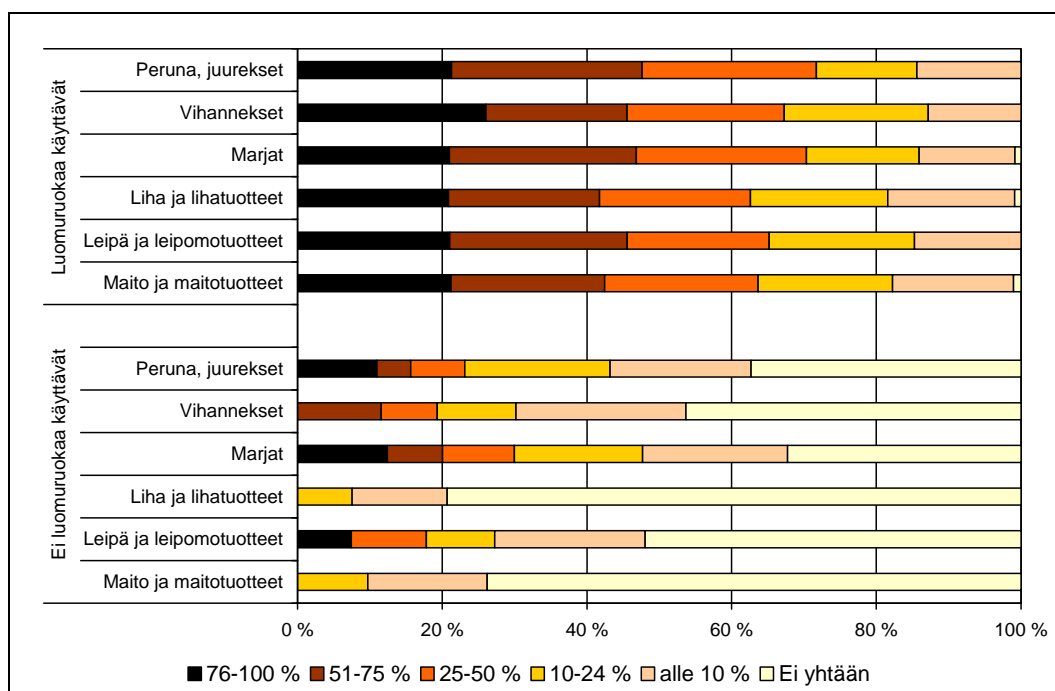
*** p<0,001, ** p<0,01, * p<0,05

KUVA 26. Lähiruoan käytön esteet ja hyödyt eri käyttöryhmissä.

Lähiruoan käyttöryhmissä arvioitiin eri tavoin sekä kuntalaisten, elintarvikealan yritysten, suurkeittiöiden että kunnanjohton aloitteellisuutta lähiruoan käytön edistämisessä kunnan ruokapalveluissa. Kyseisten tahojen aloitteellisuutta pidettiin aktiivisempänä lähiruokaa säännöllisesti käyttävissä kunnissa kuin lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa (p=0,000–0,034).

Kuntien ryhmittely luomuruoan käytön perusteella

Vastaava kuntien ryhmittely tehtiin käyttämällä ryhmittelevinä muuttujina kotimaisen luomuruoan vuotuista käyttöarviota eri tuoteryhmissä. Ryhmittelyanalyysillä päädyttiin kahden ryhmän ratkaisuun. Ryhmät nimettiin seuraavasti: 1) luomuruokaa käyttävät kunnat ja 2) ei luomuruokaa käyttävät kunnat. Luomuruoan käytön tuoteryhmäkohtaiset frekvenssit eri käyttäjäryhmissä on esitetty kuvassa 27 ja kuvaus käyttöryhmien taustamuuttujista liitteessä 24. Seuraavassa kuvataan tarkemmin luomuruoan käyttöryhmiä. (Käyttöryhmien kuvailuun ja vertailuun liittyvät tulostaulukot, joita ei ole esitetty raportissa, ovat saatavissa tekijöiltä).



KUVA 27. Kotimaisen luomuruoan vuotuinen käyttöarvio suurkeittiöissä tuoteryhmittäin eri käyttöryhmissä.

Luomuruokaa käyttävät kunnat (n = 65)

Luomuruokaa käyttävien kuntien -ryhmään lukeutui vajaa kolmannes (31 %) sk-edustajien edustamista kunnista. Tähän ryhmään kuuluvissa kunnissa luomuruoan käyttöfrekvenssit olivat selvästi suurempia, joskin käyttöaste vaihteli huomattavasti erittäin säännöllisestä käytöstä erittäin satunnaiseen käyttöön. Luomuruokaa käyttäviä kuntia oli suhteellisen tasaisesti eri lääneissä Etelä-Suomea lukuun ottamatta. Maakunnittain tarkasteltuna eniten luomuruokaa käyttäviä kuntia oli Pohjanmaalla, Ahvenanmaalla, Etelä-Savossa, Pohjois-Pohjanmaalla, Kymenlaaksossa ja Varsinais-Suomessa. Luomuruoan käyttöasteessa ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa asukasluvultaan erikokoisissa kunnissa.

Vain 29 prosentissa tähän ryhmään kuuluvista kunnista luomutuotteita käytettiin kunnallisissa ruokapalveluissa kaikissa kysytyissä tuoteryhmissä mutta tällöinkin vähemmän kuin 10 prosenttia. Kuntien lukumäärän suhteellinen jakautuminen huomioon ottaen eniten kyseisiä kuntia sijaitti Länsi-Suomen läänissä, sitten Oulun ja Itä-Suomen lääneissä.

Verrattaessa luomuruokaa käyttävien ja ei luomuruokaa käyttävien ryhmään kuuluvien sk-edustajien mielikuvia luomutuotteista, ainoa ero oli vastaajien mielikuvissa hinnan edullisuudesta. Luomuruokaa käyttävissä kunnissa sk-edustajat kokivat luomutuotteiden hinnan selvästi edullisemmaksi ($Z=-4,581$, $p=0,000$).

Myös luomuruoan käyttöryhmissä arvioitiin eri tavoin eri tahojen aloitteellisuutta luomuruoan käytön edistämiseksi kunnan ruokapalveluissa. Luomuruokaa käyttävissä kunnissa sekä kuntalaisia, elintarvikealan yrityksiä, suurkeittiötä että kunnanjohtoa pidettiin aloitteellisempina kotimaisen luomuruoan käytön edistämiseksi verrattuna ei luomuruokaa käyttävien ryhmään kuuluviin kuntiin ($p=0,002-0,014$).

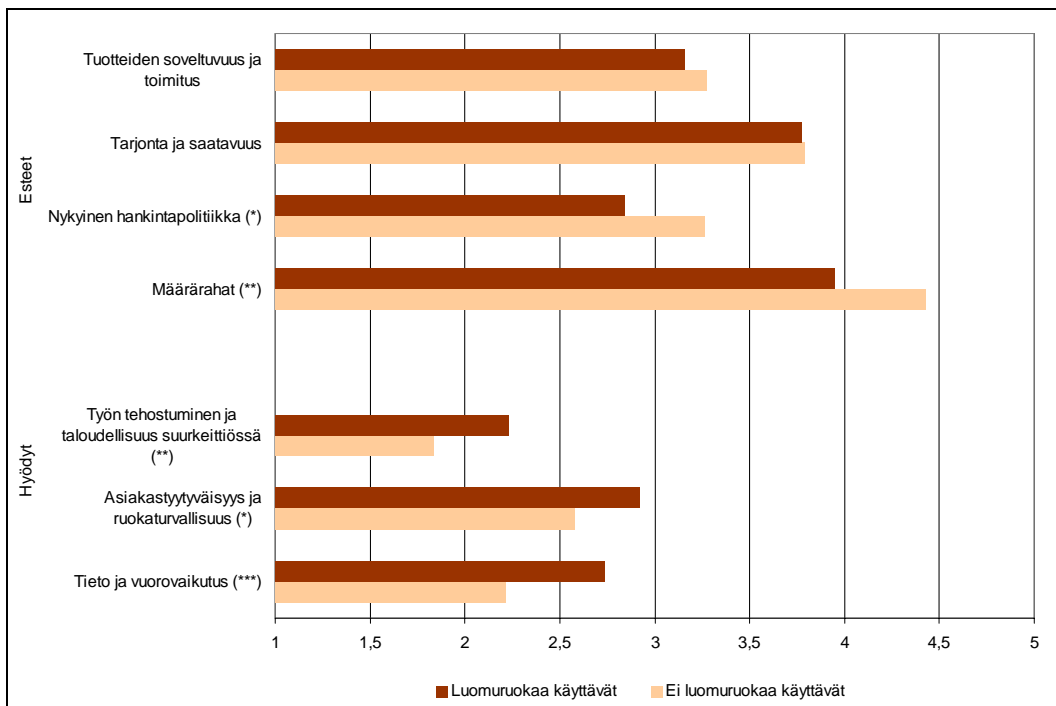
Luomuruoan ostohinnassa eri tuoteryhmissä ei ollut eroja luomuruokaa käyttävien ryhmään ja ei luomuruokaa käyttävien ryhmään kuuluvien kuntien välillä. Sen sijaan halukkuus maksaa kotimaisesta luomuruoasta enemmän tavanomaisiin tuotteisiin verrattuna oli suurempi luomuruokaa käyttävissä kunnissa ($Z=-2,775$, $p=0,006$). Esimerkiksi luomuruokaa käyttävien ryhmässä neljännes (25 %) oli halukkaita maksamaan kotimaisesta luomuruoasta 6–10 prosenttia enemmän kuin tavanomaisista tuotteista. Ei luomuruokaa käyttävien ryhmässä vastaavansuuruinen maksuhalukkuus oli vain 11 prosentilla.

Ei luomuruokaa käyttävät kunnat (n = 146)

Ei luomuruokaa käyttävien kuntien -ryhmään kuului 69 prosenttia vastaajien edustamista kunnista. Näistä hieman alle kaksi viidesosaa (38 %) oli kuntia, joissa ei käytetty lainkaan luomutuotteita yhdessäkään kysytyssä tuoteryhmässä. Tässä ryhmässä ei myöskään ollut yhtään kuntaa, jossa luomutuotteita olisi käytetty kaikissa kysytyissä tuoteryhmissä. Jonkin verran luomutuotteita ilmoitettiin käytettävän kysytyissä tuoteryhmissä, mutta käyttöä voi luonnehtia varsin satunnaiseksi. Mikäli luomutuotteita käytettiin, niitä käytettiin useimmiten tuoteryhmissä peruna ja juurekset sekä marjat ja harvemmin tuoteryhmissä liha- ja lihatuotteet sekä maito ja maitotuotteet. Ei luomuruokaa käyttävien ryhmään kuuluvissa kunnissa pidettiin ulkomaista ruokaa edullisempaan kuin luomuruokaa käyttävissä kunnissa ($Z=-2,081$, $p=0,037$).

Ei luomuruokaa käyttäviä kuntia oli eniten Etelä-Suomessa (87 % ryhmään kuuluvista kunnista). Maakunnittain tarkasteltuna luomuruokaa käyttäviin ei kuulunut ainuttakaan kuntaa Itä-Uudeltamaalta, Päijät-Hämeestä ja Etelä-Karjalasta. Ei luomuruokaa käyttäviä kuntia oli suhteellisen paljon myös Uudellamaalla, Kanta-Hämeessä, Keski-Pohjanmaalla ja Pohjois-Karjalassa.

Kotimaisen luomuruoan käytön koettuja esteitä ja hyötyjä tarkasteltiin luomuruoan käyttöryhmissä (Kuva 28). Esteiden ja hyötyjen tarkastelussa käytettiin luvussa 5.2.3 esitettyjä keskiarvomuuttujia. Koetuista esteistä ulottuvuudet ”Tuotteiden soveltuvuus ja toimitus” sekä ”Tuotteiden tarjonta ja saatavuus” eivät eronneet luomuruokaa käyttävien ja ei luomuruokaa käyttävien välillä. Tämä voi osin johtua siitä, että luomutuotteiden saatavuus on yleisestikin ottaen vähäistä. Sen sijaan ei luomuruokaa käyttävien ryhmään kuuluvissa kunnissa nykyinen hankintapolitiikka sekä kuntien käytettävissä olevat määrärahat koettiin merkittävimiksi esteiksi kotimaisen luomuruoan käytölle kuin luomuruokaa käyttävissä kunnissa. Kotimaisen luomuruoan käytön koettuja hyötyjä tarkasteltaessa luomuruokaa käyttävissä kunnissa kaikki kolme hyötyulottuvuutta koettiin suuremmiksi kuin ei luomuruokaa käyttävissä kunnissa.



*** p<0,001, ** p<0,01, * p<0,05

Käytön esteet: asteikko 1 = ei lainkaan este; 5 = erittäin merkittävä este

Käytön hyödyt: asteikko 1 = ei edistä lainkaan; 5 = edistää erittäin merkittävästi

KUVA 28. Kotimaisen luomuruoan käytön esteet ja hyödyt eri käyttöryhmissä.

”Lähi- ja luomuruokakunnat”

Lähiruoan käytöllä oli selvä yhteys luomuruoan käyttöön kuntien suurkeittiöissä (Taulukko 21). Aineiston kunnista 17 prosenttia voitiin lukea sekä lähiruoan säännöllisiin että luomuruoan käyttäjiin. Nämä ”lähi- ja luomuruokakunnat” sijaitsivat kuntien suhteellinen jakautuminen huomioon ottaen pääasiassa Itä-Suomen, Länsi-Suomen ja Oulun lääneissä. Asukasluvultaan yli 100 000 asukkaan kaupunkeja ei tässä joukossa ollut; ”lähi- ja luomuruokakunnat” olivat pääsääntöisesti asukasluvultaan pienempiä kuntia. (Lähi- ja luomuruokakuntien taustatietoja koskevat tulokset saatavissa tekijöiltä).

Kunnista 28 prosenttia edusti puolestaan kuntia, jotka voitiin lukea lähiruokaa kokeileviin ja ei luomuruokaa käyttäviin. Kuntien suhteellinen jakautuminen huomioon ottaen näitä kuntia oli selvästi eniten Etelä-Suomen ja Lapin läänissä. Koko aineiston neljästä yli 100 000 asukkaan kaupungista kolme kuului tähän ryhmään.

Aineistosta löytyi myös kuntia (21 %), jotka voitiin lukea lähiruokaa säännöllisesti käyttäviin mutta ei luomuruokaa käyttäviin. Toisaalta vain harva luomuruokaa käyttävistä kunnista voitiin lukea lähiruokaa kokeilevien kuntien ryhmään.

TAULUKKO 21. Lähi- ja luomuruoan käyttöryhmät, %.

Luomuruoan käyttöryhmät	Lähiruoan käyttöryhmät			
	Säännöllisesti käyttävät	Satunnaisesti käyttävät	Käyttöä kokeilevat	Yhteensä
Käyttävät	17	10	4	31
Ei käyttävät	21	18	29	69
Yhteensä	38	28	33	100

$$\chi^2 = 19,360, p=0,000$$

5.3 Yhteenvedo lähi- ja luomuruoan käytöstä kuluttajilla ja kunnallisissa ruokapalveluissa

Demografiset taustatekijät vaikuttivat lähi- ja luomuruoan käyttöön ja ostohalukkuuteen kuluttajilla. Lisäksi lähiruokaa ja luomuruokaa käyttävät eivät olleet demografisilta taustatekijöiltään samanlaisia. Lähiruokaa käyttävissä kuluttajissa oli enemmän pääkaupunkiseudun ulkopuolella ja haja-asutusalueilla asuvia, keskiasteen koulutettuja, lapsiperheellisiä ja keskituloisia verrattuna kuluttajiin, jotka eivät lainkaan käyttäneet lähiruokaa. Lähiruoan käytössä ei ollut merkitseviä eroja naisten ja miesten välillä. Luomuruokaa käyttävissä kuluttajissa oli enemmän naisia, keskituloisia ja muuta kuin sekaruokavaliota noudattavia kuluttajia verrattuna kuluttajiin, jotka eivät lainkaan käyttäneet luomuruokaa. Verrattaessa lähi- ja luomuruokaa säännöllisesti käyttäviä satunnaisesti tai ei lainkaan käyttäviin havaittiin, että sekä lähi- että luomuruokaa säännöllisesti käyttävät olivat keskimäärin vanhempia ja kiinnostuneempia ruoan luonnollisuudesta kuin lähi- ja luomuruokaa satunnaisesti tai ei lainkaan käyttävät.

Selvitettäessä mielikuvien merkitystä lähi- ja luomuruoan ostohalukkuuteen havaittiin, että kuluttajia motivoivat lähiruoan käyttöön erityisesti odotukset hyvinvointivaikutuksista (omaan ja perheen terveyteen, tuleville sukupolville tai eläimille), positiiviset aluetaloudelliset vaikutukset sekä luottamus. Sen sijaan mielikuvilla tuotantotavan eiteollisuudesta (pienyriyksessä ja perinteisin menetelmin valmistettu, ei-teollinen valmistus) ei näyttänyt olevan merkitystä lähiruoan ostohalukkuudelle. Ei-teollinen tuotantotapa ei näyttänyt myöskään olevan keskeinen luomuruoan käyttöä motivoiva tekijä. Luomuruoan ostohalukkuuteen vaikuttivat ensisijaisesti mielikuvat laadusta ja odotukset hyvinvointivaikutuksista sekä jonkin verran positiiviset aluetaloudelliset vaikutukset. Jos tarkastellaan erityisesti niitä uskomuksia (luottamus, laatu ja hyvinvointivaikutukset), jotka parhaiten ennustivat lähi- ja luomuruoan käyttöaikomuksia, voidaan sanoa, että potentiaalisimmat lähiruoan ostajat ovat naisia ja muuta kuin sekaruokaa syöviä ja/tai muualla kuin pääkaupunkiseudulla asuvia.

Kunnallisissa ruokapalveluissa lähiruoan käyttö oli selvästi luomuruoan käyttöä yleisempää. Lähiruokaa käytettiin eniten tuoteryhmissä peruna ja juurekset sekä leipä ja leipomotuotteet. Lähiruokaa säännöllisesti käyttävissä kunnissa lähiruoan käyttö oli yleistä kaikissa kysytyissä tuoteryhmissä.

Niissä kunnissa, joissa lähiruokaa käytettiin säännöllisesti kunnallisissa ruokapalveluissa, lähiruokaa pidettiin edullisempänä kuin lähiruokaa satunnaisesti käyttävissä ja lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa. Myös lähiruokaan liitettyistä ominaisuuksista henkilökohtaisia kontakteja tuottajaan tai valmistajaan ja sitä, että ruoka on tuotettu

omalla asuinseudulla, pidettiin tärkeämpinä kuin lähiruokaa satunnaisesti käyttävissä kunnissa. Niin ikään lähiruoan käytön koetut hyödyt koettiin selvästi merkittävimmiksi säännöllisesti lähiruokaa käyttävissä kunnissa, eikä tuotteiden heikkoa tarjontaa ja saatavuutta pidetty yhtä merkittävänä esteinä lähiruoan käytölle kuin lähiruokaa satunnaisesti käyttävissä ja lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa.

Lähiruoan käyttöä kokeilevia kuntia oli eniten Lapin ja Etelä-Suomen lääneissä. Asukasluvultaan suuremmissa kunnissa ja kaupungeissa lähiruoan kokeileva käyttö näytti olevan yleisempää. Lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa tuotteiden tarjontaan ja saatavuuteen liittyvät tekijät koettiin merkittäväksi esteeksi lähiruoan käytölle.

Kotimaista luomuruokaa käytettiin kunnallisissa ruokapalveluissa selvästi vähemmän kuin lähiruokaa. Säännöllisemminkin kotimaisia luomutuotteita käyttävissä kunnissa luomutuotteiden käyttö oli vain alle 10 prosenttia kysytyjen tuoteryhmien käytöstä. Luomutuotteita käyttävissä kunnissa luomutuotteisiin liitettiin edullisempi hintamielikuva verrattuna kuntiin, joissa ei käytetty luomuruokaa. Keskeisenä esteenä luomutuotteiden käytölle näyttäisi olevan kuntien ruokapalvelujen määrärahat. Myös luomutuotteita säännöllisesti käyttävissä kunnissa luomuruoan käytön hyödyt koettiin merkittävimmiksi kuin luomuruokaa ei lainkaan tai erittäin vähän käyttävissä kunnissa.

Kunnanjohtosta valtaosa oli sitä mieltä, että lähiruoan käyttö vaikuttaa myönteisesti sekä paikallisen ruokakulttuurin että kunnan tai seutukunnan imagon vahvistumiseen. Verotulojen kasvua piti tärkeänä vain hieman reilu kolmannes kunnanjohtosta.

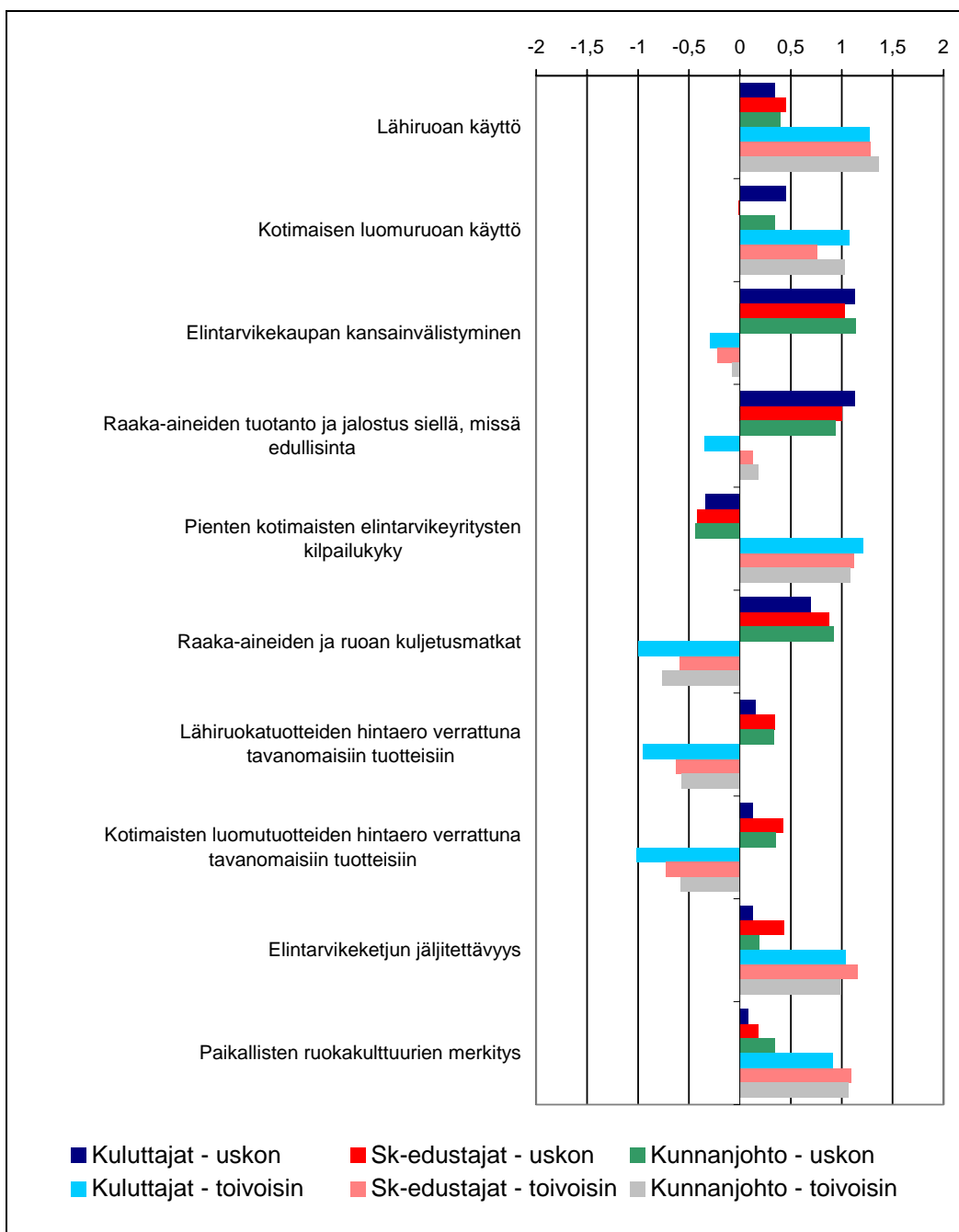
6 LÄHI- JA LUOMURUOKA OSANA ELINTARVIKOTALOUDEN TULEVAISUUTTA

Sekä kuluttajilta että päättäjiltä kysyttiin heidän näkemyksiään elintarviketalouden tulevaisuudesta vuoteen 2010 mennessä. Päättäjiltä kysyttiin lisäksi erikseen näkemyksiä oman kunnan ruokapalvelujen tulevaisuudesta vuoteen 2010 mennessä. Vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa kehitykseen, jota pitää todennäköisenä ja kehitykseen, jota pitää toivottuna. Tämäntyyppistä kysymyksenasettelua on käytetty aiemminkin tulevaisuutta luotaavissa tutkimuksissa (esim. Rikkonen 2003, Kaljonen & Rikkonen 2005).

Luvussa kuusi tarkastellaan aluksi lähi- ja luomuruoan tulevaisuutta osana elintarviketalouden kehitystä vuoteen 2010 mennessä (luku 6.1). Seuraavaksi käsitellään lähi- ja luomuruoan tulevaisuutta osana kunnallisia ruokapalveluja (luku 6.2). Luku päättyy yhteenvedoon (luku 6.3) kuluttajien ja päättäjien näkemyksistä lähi- ja luomuruoan kehityssuunnista globalisoituvassa elintarviketaloudessa

6.1 Lähi- ja luomuruoan tulevaisuus osana elintarviketaloutta vuoteen 2010 mennessä

Kuluttajilta, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajilta kysyttiin heidän näkemyksiään elintarviketalouden tulevaisuudesta yleisesti ja erityisesti lähi- ja luomuruoan tulevaisuudesta osana elintarviketaloutta vuoteen 2010 mennessä. Vastaaajaa pyydettiin kymmenessä väittämässä ottamaan kantaa kehitykseen, jonka hän *usko*o tapahtuvan ja kehitykseen, jonka hän *toivo*isi tapahtuvan. Kysymyksessä oli viisiportainen vastausasteikko: -2 = vähenee/pienenee huomattavasti; -1 = vähenee/pienenee; 0 = pysyy ennallaan; +1 = lisääntyy/kasvaa; +2 = lisääntyy/kasvaa huomattavasti. Kuvassa 29 on esitetty vastaajaryhmien kannanotot väittämiin keskiarvoina. Vastaajaryhmien vastausten vertailu on esitetty liitteessä 25 ja yksityiskohtaisemmat tulokset vastausten jakaumista liitteessä 26.



Asteikko: -2 = vähenee/pienenee merkittävästi; 2 = lisääntyy/kasvaa merkittävästi

KUVA 29. Elintarviketalous vuoteen 2010 mennessä. Kuluttajien (N = 2401–2426), kunnanjohton (N = 141–144) ja suurkeittiöiden edustajien (N = 206–210) näkemykset elintarviketalouden tulevaisuudesta.

Kuluttajien, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien elintarviketalouden tulevaisuutta koskevat toiveet erosivat hieman enemmän toisistaan kuin heidän todennäköisenä pitämänsä elintarviketalouden kehitys (Kuva 29, Liite 25 ja 26). Vastaajaryhmien sisällä toivottu kehitys väittämässä esitettyihin asioihin oli useissa kohdin vastakkainen sille, mitä pidettiin todennäköisenä kehityksenä. Kunnanjohton ja sk-edustajien keskinäiset näkemykset olivat yhtenäisemmät kuluttajien näkemyksiin verrattuna (Liite 26).

Näkemyseroista huolimatta eri vastaajaryhmillä oli paljon myös samansuuntaisia näkemyksiä. Eniten kaikissa vastaajaryhmissä toivottiin lähiruoan käytön lisääntyvän ja pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyvyn kasvavan. Valtaosa kuluttajista (90 %), kunnanjohtosta (90 %) ja sk-edustajista (84 %) toivoi pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyvyn kasvavan (Liite 26). Toive lähiruoan käytön lisääntymisestä oli vastaajaryhmissä hieman voimakkaampi kuin toive kotimaisen luomuruoan käytön kasvusta. Lähiruoan käytön toivoi lisääntyvän kuluttajista ja sk-edustajista 90 prosenttia ja kunnanjohtosta 94 prosenttia. Kotimaisen luomuruoan käytön lisääntymistä toivoi noin neljä viidestä kuluttajasta (80 %) ja kunnanjohtoon edustajasta (79 %). Sen sijaan sk-edustajista kotimaisen luomuruoan käytön kasvua toivoi selvästi harvempi (59 %).

Vastaajien todennäköisenä pitämä kehitys pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyvyn kasvusta ja sekä lähiruoan että kotimaisen luomuruoan käytön lisääntymisestä poikkesi heidän toivomastaan kehityksestä. Kussakin vastaajaryhmässä yli puolet vastaajista uskoi pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyvyn jopa heikkenevän (Liite 26). Kuluttajat ja kunnanjohto pitivät kotimaisen luomuruoan käytön lisääntymistä todennäköisempänä kuin sk-edustajat. Kaikkein todennäköisempänä tätä pitivät kuluttajat. Sk-edustajat olivat myös keskenään eri mieltä luomuruoan käytön todennäköisestä kehityksestä. Heistä yli puolet uskoi luomuruoan käytön pysyvän ennallaan, noin viidennes uskoi luomuruoan käytön vähenevän ja viidennes puolestaan uskoi käytön lisääntyvän. Suurin osa sekä kuluttajista, kunnanjohtosta että sk-edustajista toivoi lähiruoka- ja luomutuotteiden hintaeron tulevaisuudessa pienenevän suhteessa tavanomaisiin tuotteisiin, mutta uskoi hintaeron joko pysyvän ennallaan tai kasvavan. Lähiruoka- ja luomutuotteiden hintaerojen pienenemistä toivoivat useammin kuluttajat, jotka myös uskoivat hintaerojen pienenemiseen useammin kuin kunnanjohto ja sk-edustajat.

Suurin ero vastaajien toivomassa ja todennäköisenä pitämässä kehityksessä koski raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkoja (Kuva 29). Kuljetusmatkojen toivottiin yleisesti lyhenevän, mutta niiden uskottiin kasvavan. Kuljetusmatkojen lyhenemistä toivoivat useammin kuluttajat (Liite 26). Kunnanjohto ja sk-edustajat puolestaan uskoivat kuljetusmatkojen kasvuun useammin kuin kuluttajat. Näkemykset elintarvikekaupan kansainvälistymisestä olivat myös samansuuntaiset kaikilla vastaajaryhmillä. Valtaosa kussakin vastaajaryhmässä (81–91 % vastaajaryhmän mukaan) uskoi elintarvikekaupan kansainvälistymisen lisääntyvän, mutta harva toivoi näin tapahtuvan. Jokaisessa vastaajaryhmässä pidettiin myös todennäköisenä raaka-aineiden tuotannon ja jalostuksen lisääntyvän siellä, missä se on edullisinta. Kuluttajien tulevaisuuden toiveet sen sijaan poikkesivat kunnanjohtoon ja sk-edustajien toiveista. Kuluttajista lähes puolet (47 %) toivoi raaka-aineiden tuotannon ja jalostuksen siirtämisen edullisempiin tuotantopaikkoihin vähenevän tulevaisuudessa. Kunnanjohtosta puolestaan yli puolet (53 %) ja suurkeittiöiden edustajista runsas kaksi viidesosaa (43 %) toivoi elintarviketalouden kehityksen näiltä osin pysyvän ennallaan. Lisäksi kummassakin vastaajaryhmässä noin kolmannes (30–33 % vastaajaryhmän mukaan) toivoi raaka-aineiden tuotannon ja jalostuksen edullisimmissa tuotantopaikoissa lisääntyvän tulevaisuudessa.

Kussakin vastaajaryhmässä valtaosa (82–84 % vastaajaryhmän mukaan) toivoi elintarvikeketjun jäljitettävyyden paranevan tulevaisuudessa, mutta selvästi harvempi uskoi näin tapahtuvan (Liite 26). Erityisesti kunnanjohto ja sk-edustajat toivoivat myös paikallisten ruokakulttuurien merkityksen kasvavan tulevaisuudessa, joskin tällaiseen kehitykseen ei aivan samassa määrin uskottu. Kunnanjohto uskoi paikallisten ruokakulttuurien merkityksen kasvuun selvästi useammin kuin kuluttajat.

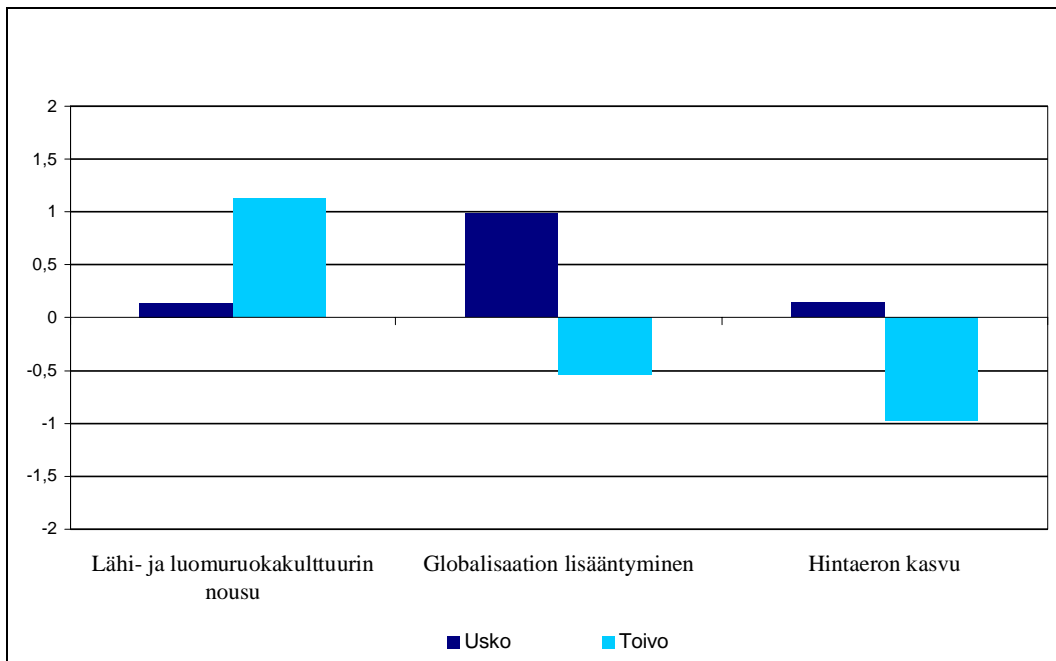
6.1.1 Kuluttajien käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta

Keskiarvomuuttujien muodostamien elintarviketalouden tulevaisuutta vuoteen 2010 mennessä koskevista kysymyksistä kuluttaja-aineistossa

”Usko”-muuttujista (vastaajan kanta kehitykseen, jonka hän uskoo tapahtuvan) ja ”toivo”-muuttujista (vastaajan kanta kehitykseen, jonka hän toivoisi tapahtuvan) ajettiin erikseen pääkomponenttianalyysit (Varimax-rotatointi). Muuttuja "elintarvikeketjun jäljitettävyyden" latautui huonosti pääkomponenttianalyysien ratkaisussa, joten se jätettiin pois jatkoanalyysistä. Jäljelle jääneistä yhdeksästä muuttujasta muodostui kolme komponenttia sekä usko- että toivomuuttujien analyyseissä (Liite 27). Kullekin komponentille latautuvista muuttujista muodostettiin vastaava keskiarvomuuttuja. Elintarviketalouden tulevaisuutta kuvaavien keskiarvomuuttujien sisältö ja reliabiliteetit on esitetty taulukossa 22 ja muuttujien keskiarvot kuvassa 30.

TAULUKKO 22. Elintarviketalouden tulevaisuutta vuoteen 2010 mennessä koskevista kysymyksistä muodostetut keskiarvomuuttujat ja niiden reliabiliteetit kuluttaja-aineistossa.

Keskiarvo- muuttuja	Alkuperäiset muuttujat	Cronbachin alfa	
		Usko	Toivo
Lähi- ja luomuruoka-kulttuurin nousu	<ul style="list-style-type: none">• Lähiruoan käyttö• Kotimaisen luomuruoan käyttö• Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky• Paikallisten ruokakulttuurien merkitys	0,62	0,70
Globalisaation lisääntyminen	<ul style="list-style-type: none">• Elintarvikekaupan kansainvälistyminen• Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta• Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat	0,63	0,62
Hintaeron kasvu	<ul style="list-style-type: none">• Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin• Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	0,76	0,74



Asteikko: -2 = vähenee/pienenee merkittävästi; 2 = lisääntyy/kasvaa merkittävästi

KUVA 30. Elintarviketalouden tulevaisuutta kuvaavien keskiarvomuuttujien keskiarvot kuluttaja-aineistossa.

Kuluttajat, jotka uskoivat lähi- ja luomuruokakulttuurin voimistuvan, uskoivat myös elintarviketalouden globalisaation vähenevän ja lähi- ja luomuruokien hintaeron pienenevän verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin (Liite 27). Vastaavanlaiset yhteydet näkyivät myös kuluttajien toiveiden välillä. Kuluttajat, jotka toivoivat lähi- ja luomuruokakulttuurin voimistuvan, toivoivat myös elintarviketalouden globalisaation vähenevän ja lähi- ja luomuruokien hintaeron pienenevän verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Kuluttajat, jotka toivoivat elintarviketeollisuuden globalisaation vähenevän, uskoivat sen itse asiassa kasvavan. Lähi- ja luomuruokakulttuurin vahvistumista toivovat kuluttajat myös uskoivat vahvistumista jonkin verran tulevan tapahtumaan. Hintaerojen pienenemistä toivovat kuluttajat eivät uskoneet hintaerojen kasvavan yhtä paljon kuin muut.

Kuluttajaryhmien käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta

Elintarviketalouden tulevaisuutta kuvaavia keskiarvomuuttujia tarkasteltiin kuluttajien taustatekijöiden mukaisissa ryhmissä (tulokset saatavissa tekijöiltä). Miehet uskoivat globalisaation lisääntymiseen enemmän kuin naiset, jotka puolestaan uskoivat ja toivoivat enemmän lähi- ja luomuruokakulttuurin nousua. Perusasteen koulutuksen saaneet uskoivat muita vähemmän globalisaation lisääntymiseen, mutta korkea-asteen koulutuksen saaneiden toiveet globalisaation lisääntymisestä olivat muiden toiveita korkeammat. Korkea-asteen koulutuksen saaneet uskoivat myös eniten lähi- ja luomuruokakulttuurin nousuun. Lapin läänissä asuvat uskoivat eniten globalisaation lisääntymiseen, mutta toivoivat sitä vähiten.

Lähi- ja luomuruoan hintaeron tavanomaisiin tuotteisiin verrattuna toivottiin yleisesti pienenevän, joskin ikäryhmien välillä oli näissä toiveissa eroja. Kahteen nuorempaan ikäryhmään kuuluvat sekä uskoivat, että toivoivat enemmän kuin iäkkäimpään ikäryhmään kuuluvat lähi- ja luomuruoan hintaeron tavanomaisiin tuotteisiin nähden

pienenevän. Perusasteen koulutuksen saaneet toivoivat hintaerojen pienenemistä harvimminkin.

Kuluttajien suhtautumista ruoan luonnollisuuteen mitattiin tutkimuksessa Natural product interest (NPI) -asennemittarilla. Vastaajat jaettiin heidän saamansa NPI-arvon perusteella kiinnostusluokkiin: vähiten kiinnostuneet, keskimääräisesti kiinnostuneet ja eniten ruoan luonnollisuudesta kiinnostuneet. Ruoan luonnollisuutta koskevan kiinnostuksen (NPI:n) yhteyttä elintarviketalouden tulevaisuutta kuvaaviin keskiarvomuuttujiin tutkittiin korrelaatioilla sekä toistomittausten varianssianalyysillä. Globalisaation uskottiin lisääntyvän ruoan luonnollisuutta koskevasta asenteista (NPI) riippumatta, mutta ruoan luonnollisuutta arvostavat eivät toivoneet niin tapahtuvan. Ruoan luonnollisuutta arvostavat toivoivat eniten lähi- ja luomuruokakulttuurin nousevan, mutta tämän uskottiin pysyvän ennallaan riippumatta suhtautumisesta ruoan luonnollisuuteen.

Myös lähi- ja luomuruoan käytön yhteyttä elintarviketalouden tulevaisuutta kuvaaviin keskiarvomuuttujiin tutkittiin toistomittausten varianssianalyysillä (tulokset saatavissa tekijöiltä). Luomuruokaa säännöllisesti käyttävät eivät toivoneet elintarviketalouden globalisaation lisääntymistä, mutta luomuruoan käytöllä ei ollut yhteyttä siihen, miten todennäköisenä globalisaation lisääntymistä pidettiin. Kuluttajat, jotka käyttivät sekä lähi- että luomuruokaa säännöllisesti, toivoivat eniten lähi- ja luomuruokakulttuurin vahvistuvan tulevaisuudessa. Kuluttajat, jotka eivät käyttäneet luomuruokaa lainkaan, uskoivat hintaeron lähi- ja luomuruokatuotteiden ja tavanomaisten tuotteiden välillä kasvavan, kun taas luomuruoan käyttäjät uskoivat hintaeron pysyvän ennallaan. Satunnaisesti luomuruokaa käyttävät toivoivat eniten hintaerojen pienenemistä.

6.1.2 Päätäjien käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta

Suurkeittiöiden edustajien näkemyksissä elintarviketalouden tulevaisuudesta oli vain pieniä eroja, kun näkemyksiä tarkasteltiin taustamuuttujien mukaan (tulokset saatavissa tekijöiltä). Elintarvikekaupan kansainvälistymiskehitykseen uskottiin eniten Lapin ja Oulun lääneissä ja vähiten Itä-Suomessa ($p=0,049$). Paikallisten ruokakulttuurien merkityksen toivottiin kasvavan enemmän Lapin ja Itä-Suomen lääneissä muihin lääneihin verrattuna ($p=0,040$). Kotimaisen luomuruoan käytön uskottiin lisääntyvän enemmän asukasluvultaan pienemmissä kunnissa ($r=-0,19$, $p=0,005$). Lisäksi sekä lähiruoan ($r=-0,23$, $p=0,001$) että kotimaisen luomuruoan ($r=-0,31$, $p=0,000$) käytön toivottiin lisääntyvän sitä enemmän, mitä pienemmästä kunnasta oli kyse. Lisäksi lähiruoan käytön toivottiin lisääntyvän enemmän lähiruokaa säännöllisesti käyttävissä kunnissa ja toisaalta lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa verrattuna lähiruokaa satunnaisesti käyttäviin kuntiin ($p=0,003$). Luomuruokaa käyttävissä kunnissa puolestaan uskottiin useammin kuin ei luomuruokaa käyttävissä kunnissa kotimaisen luomuruoan käytön lisääntyvän ($p=0,012$). Luomuruokaa käyttävissä kunnissa oltiin myös toiveikkaimpia siitä, että ruokailijoiden kiinnostus luomuruokaa kohtaan lisääntyisi tulevaisuudessa.

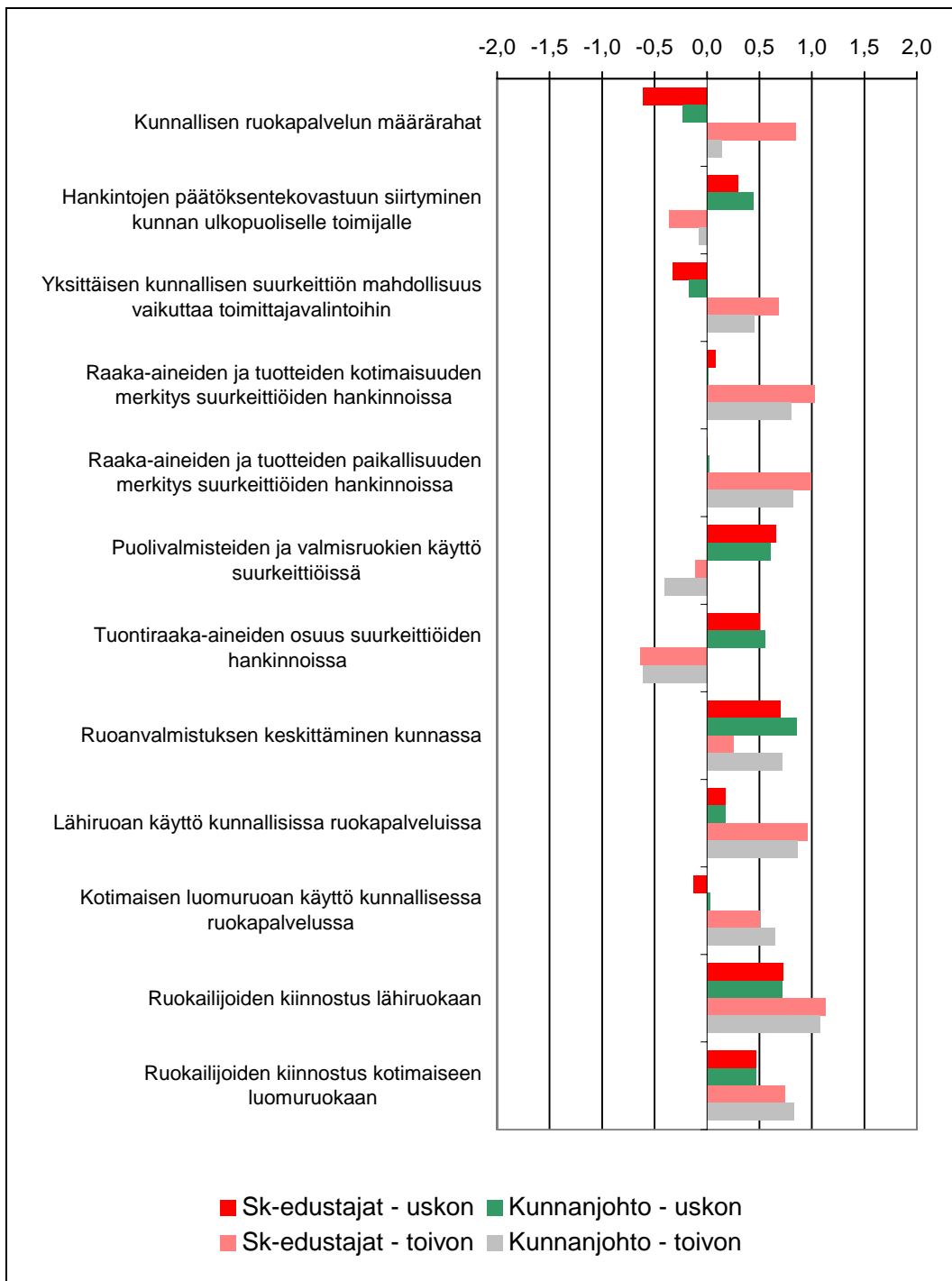
Kunnanjohtossa toivottiin sekä lähi- että kotimaisen luomuruoan käytön lisääntyvän Oulun läänissä enemmän verrattuna muihin lääneihin ($p=0,002-0,006$). Samoin kuin sk-edustajien näkemyksissä lähiruoan käytön uskottiin lisääntyvän enemmän asukasluvultaan pienemmissä kunnissa ($r=-0,19$, $p=0,023$). Lähiruoan käytön ($r=-0,19$, $p=0,020$) ja jossain määrin myös luomuruoan käytön ($r=-0,16$, $p=0,049$) toivottiin lisääntyvän sitä enemmän, mitä pienemmästä kunnasta oli kyse. (Tulokset saatavissa tekijöiltä).

6.2 Lähi- ja luomuruoka osana kunnallisia ruokapalveluja vuoteen 2010 mennessä

Päättäjiltä kysyttiin elintarviketalouden tulevaisuutta koskevien näkemysten lisäksi käsitteitä oman kunnan ruokapalvelujen tulevaisuudesta (Kuva 31, Liite 28 ja 29). Kunnanjohtosta kolmannes (33 %) ja sk-edustajista vajaa kolmannes (32 %) piti todennäköisenä lähiruuan käytön lisääntymistä oman kuntansa ruokapalveluissa. Luomuruuan käytön lisääntymiseen uskottiin vähemmän. Kunnanjohtosta luomuruuan käytön lisääntymistä piti todennäköisenä alle viidesosa (19 %) ja sk-edustajista vielä harvempi (13 %). Merkittävää on, että kunnanjohto uskoi sk-edustajia useammin kotimaisen luomuruuan käytön kunnassa lisääntyvän. Suurkeittiöissä näyttäisi taas olevan enemmän uskoa lähiruuan kuin luomuruuan käyttöön. Toisaalta sk-edustajista kuitenkin yli puolet uskoi ruoanvalmistuksen keskittämisen kunnissa lisääntyvän, kunnallisten ruokapalvelujen määrärahojen pienenevän ja sekä tuontiruuan että valmisruokien ja puolivalmisteiden käytön lisääntyvän.

Vastaajien toivoma kehitys erosi todennäköisenä pidetystä kehityssuunnasta. Kunnanjohtosta lähes neljä viidesosaa (78 %) ja sk-edustajista kolme neljäsosaa (75 %) toivoi lähiruuan käytön lisääntyvän oman kuntansa ruokapalveluissa. Vastaavasti luomuruuan käytön lisääntymistä toivoi 63 prosenttia kunnanjohtosta ja hieman alle puolet (46 %) sk-edustajista. Myös noin kolme neljästä vastaajasta kummassakin ryhmässä toivoi kotimaisuuden ja paikallisuuden merkityksen lisääntyvän suurkeittiöiden hankinnoissa.

Sk-edustajat toivoivat kunnanjohtoa useammin kunnallisten ruokapalvelujen määrärahojen ja yksittäisen suurkeittiön mahdollisuuden vaikuttaa toimittajavalintoihin kasvavan. Sk-edustajat toivoivat myös useammin sekä kotimaisuuden että paikallisuuden merkityksen kasvavan suurkeittiöiden hankinnoissa. Lisäksi he toivoivat puolivalmisteiden ja valmisruokien käytön lisääntyvän useammin kuin kunnanjohto. Kunnanjohto puolestaan oli hieman toiveikkaampi kotimaisen luomuruuan käytön lisääntymisestä.



Asteikko: -2 = vähenee/pienenee merkittävästi, 2 = lisääntyy/kasvaa merkittävästi

KUVA 31. Suurkeittiöiden edustajien (N = 212) ja kunnanjohton (N = 144) käsitykset kunnan ruokapalvelujen tulevaisuudesta vuoteen 2010 mennessä.

Asukasluvultaan pienempien kuntien suurkeittiöiden edustajat näkivät lähi- ja luomuruoan tulevaisuuden valoisampana. Lähiruoan käytön uskottiin lisääntyvän sitä enemmän, mitä pienemmästä kunnasta oli kyse ($r=-0,18$, $p=0,007$). Myös kotimaisen luomuruoan käytön uskottiin ($r=-0,24$, $p=0,001$) ja toivottiin ($r=-0,31$, $p=0,000$) kasvavan enemmän asukasluvultaan pienemmissä kunnissa. Kunnan asukasluvulla oli vaikutusta myös siihen, miten ruokailijoiden kiinnostuksen lähiruokaa kohtaan toivottiin ($r=-0,22$,

$p=0,002$) ja miten kehityksen kotimaista luomuruokaa kohtaan uskottiin ($r=-0,27$, $p=0,000$) ja toivottiin ($r=-0,24$, $p=0,001$) kehittyvän: pienemmissä kunnissa ruokailijoiden kiinnostuksen kasvuun suhtauduttiin optimistisemmin verrattuna suurempiin kuntiin. Myös paikallisuuden merkitykseen suurkeittiöiden hankinnoissa uskottiin jossain määrin ($r=-0,14$, $p=0,049$) ja vielä enemmän toivottiin ($r=-0,20$, $p=0,003$) kasvavan sitä enemmän, mitä pienemmästä kunnasta oli kyse. Sitä vastoin tuontiraaka-aineiden osuuden kasvuun suurkeittiöiden hankinnoissa sekä ruoanvalmistuksen keskittämisen lisääntymiseen kunnassa uskottiin ja niitä myös toivottiin sitä enemmän, mitä suuremmasta kunnasta oli kyse ($r=0,16-0,28$, $p=0,000-0,024$).

Ruokailijoiden kiinnostuksen lisääntymiseen lähiruokaa kohtaan uskottiin eniten Oulun läänissä ja vähiten Lapin ja Etelä-Suomen lääneissä ($p=0,036$). Kiinnostuksen lähiruokaa kohtaan toivottiin kehittyvän myönteisesti Oulun ja Itä-Suomen lääneissä. Paikallisuuden merkityksen suurkeittiöiden hankinnoissa toivottiin kasvavan erityisesti Itä-Suomessa mutta myös Länsi-Suomessa ($p=0,008$). Tuontiraaka-aineiden osuuden uskottiin kasvavan vähiten Itä-Suomessa ja eniten Lapissa ($p=0,023$). Erityisesti Oulun mutta myös Itä-Suomen läänissä pidettiin todennäköisenä kehityksenä hankintojen päätöksentekovastuun siirtymistä kunnan ulkopuolisille toimijoille.

Lähiruoan käytöllä kuntien suurkeittiöissä – toisin kuin olisi voinut olettaa – ei ollut yhteyttä siihen, miten sk-edustajat uskoivat ja toivoivat oman kunnan ruokapalvelujen kehittyvän tulevaisuudessa. Sitä vastoin luomuruokaa käyttävissä kunnissa uskottiin luomuruoan käytön lisääntymiseen oman kunnan ruokapalveluissa useammin kuin ei luomuruokaa käyttävien ryhmään kuuluvissa kunnissa ($p=0,019$).

Kunnanjohtojen näkemyksissä vastaajan edustamalla läänillä oli jossain määrin yhteyttä siihen, missä määrin sekä lähiruoan ($p=0,003$) että kotimaisen luomuruoan ($p=0,013$) käytön uskottiin lisääntyvän kunnallisissa ruokapalveluissa. Lähi- ja luomuruoan käytön uskottiin lisääntyvän eniten Oulun läänissä ja selvästi vähiten Etelä-Suomen läänissä. Etelä-Suomi oli ainoa lääni, jossa lähiruoan käytön uskottiin tulevaisuudessa vähenevän kuntien ruokapalveluissa. Samoin kotimaisen luomuruoan käytön uskottiin vähenevän Etelä-Suomen kunnissa. Sen sijaan Oulun läänissä ja Länsi-Suomessa kotimaisen luomuruoan käytön uskottiin hieman kasvavan, kun taas Itä-Suomessa ja Lapissa käytön uskottiin säilyvän jokseenkin ennallaan.

Kunnanjohto uskoi asukasluvultaan pienemmissä kunnissa ($r=-0,21$, $p=0,015$) enemmän paikallisuuden merkityksen kasvuun suurkeittiöiden hankinnoissa. Paikallisuuden ($r=-0,24$, $p=0,003$) ja kotimaisuuden ($r=-0,18$, $p=0,031$) merkityksen myös toivottiin kasvavan enemmän asukasluvultaan pienemmissä kunnissa. (Päätäjien näkemysten vertailuun liittyvät tulokset ovat saatavissa tekijöiltä).

6.3 Yhteenveto kuluttajien ja päättäjien näkemyksistä lähi- ja luomuruoan kehityssuunnista globalisoituvassa elintarviketaloudessa

Kuluttajien, kunnanjohtojen ja suurkeittiöiden edustajien toiveet elintarviketalouden kehityksestä olivat usein päinvastaisia todennäköisenä pidettyyn kehitykseen nähden. Sekä kuluttajat, kunnanjohto että suurkeittiöiden edustajat toivoivat elintarviketalouden kehittyvän sellaiseen suuntaan, jossa lähiruoan käyttö lisääntyy, pienten elintarvikeyritysten kilpailukyky kasvaa ja elintarvikeketjun jäljitettävyyden paranee. Lähiruoan käytön lisääntymiseen ei kuitenkaan uskottu samassa määrin. Kotimaisen luomuruoan käytön lisääntymistä toivoi noin neljä viidestä kuluttajasta ja kunnanjohtosta. Sen sijaan suurkeittiöiden edustajista kotimaisen luomuruoan käytön kasvua toivoi vain kuusi kymmenestä. Todennäköisenä kotimaisen luomuruoan käytön lisääntymistä piti kuitenkin

vain reilu puolet kuluttajista, vajaa puolet kunnanjohtosta ja suurkeittiöiden edustajista vain neljännes.

Kuluttajat, jotka uskoivat ja toivoivat lähi- ja luomuruokakulttuurin voimistuvan, uskoivat ja toivoivat myös elintarviketalouden globalisaation vähenevän ja lähi- ja luomuruokatuotteiden hintaeron pienenevän verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Lähi- ja luomuruokakulttuurin vahvistumista toivovat kuluttajat myös uskoivat vahvistumista jonkin verran tapahtuvan. Toisaalta kuluttajat, jotka toivoivat elintarviketalouden globalisaation vähenevän, uskoivat sen itse asiassa kasvavan. Hintaeron pienenemistä lähi- ja luomuruokatuotteiden ja tavanomaisten tuotteiden välillä toivovat kuluttajat eivät uskoneet hintaeron kasvavan yhtä paljon kuin muut. Miehet uskoivat enemmän globalisaation lisääntymiseen kuin naiset, jotka puolestaan uskoivat ja toivoivat enemmän lähi- ja luomuruokakulttuurin nousua. Kuluttajat, jotka käyttivät sekä lähi- että luomuruokaa säännöllisesti, toivoivat eniten lähi- ja luomuruokakulttuurin vahvistuvan tulevaisuudessa.

Suurkeittiöiden edustajat ja kunnanjohto eivät kuitenkaan uskoneet lähi- ja luomuruoan käytön lisääntymiseen oman kuntansa ruokapalveluissa siinä määrin kuin mitä pidettiin todennäköisenä lähi- ja luomuruoan käytön lisääntymisestä yleisesti elintarviketaloudessa. Kunnanjohtosta vain kolmannes ja sk-edustajista hieman harvempi uskoi lähiruoan käytön lisääntyvän oman kuntansa ruokapalveluissa. Luomuruoan käytön lisääntymiseen uskottiin selvästi harvemmin, kunnanjohtosta alle viidesosa ja suurkeittiöiden edustajista 13 prosenttia. Merkittävää on, että kunnanjohto uskoi suurkeittiöiden edustajia useammin kotimaisen luomuruoan käytön kunnassa lisääntyvän. Suurkeittiöissä näyttäisi taas olevan enemmän uskoa lähi- kuin luomuruoan käyttöön. Toisaalta suurkeittiöiden edustajista kuitenkin yli puolet uskoi ruoanvalmistuksen keskittämisen kunnissa lisääntyvän, kunnallisten ruokapalvelujen määrärahojen pienenevän ja tuontiruoan sekä valmisruokien ja puolivalmisteiden käytön lisääntyvän.

Todennäköisenä pidetyn kehityksen poikkeamiseen siitä, miten elintarviketalouden toivottiin kehittyvän, vaikuttanee se, että sekä kuluttajat että päättäjät uskoivat elintarviketalouden globalisoitumiseen. Elintarvikekaupan uskottiin edelleen kansainvälistyvän ja raaka-aineiden tuotannon ja jalostuksen enenevästi siirtyvän sinne, missä se on edullisinta.

7 TULOSTEN TARKASTELUA

Käsillä oleva tutkimus perustuu kolmeen kyselyyn, joissa on tutkittu kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta, lähi- ja luomuruoan käyttöä erityisesti kunnallisissa ruokapalveluissa sekä elintarviketalouden tulevaisuutta. Tässä luvussa tarkastellaan ensin lyhyesti tutkimuksen luotettavuuteen sekä tulosten pätevyYTEEN ja yleistettävyyteen liittyviä näkökohtia (luku 7.1), jonka jälkeen vertaillaan lyhyesti tutkimuksen tuloksia aikaisempaan tutkimukseen (luku 7.2).

7.1 Aineistojen ja menetelmien tarkastelu

Kyselyaineistojen edustavuutta on tarkasteltu raportin toisessa luvussa. Tutkimustulosten yleistettävyyttä arvioitaessa on otettava huomioon, että aineistot on kerätty pääosin Internetin avulla. Kuluttaja-aineiston vastaajat edustavat täten suomalaisia Internetin käyttäjiä, eikä tuloksia voida suoraan yleistää koskemaan koko väestöä. Koko Suomen väestöön verrattuna kuluttaja-aineisto poikkeaa hieman ikä-, koulutus- ja asuinaluejakaumiltaan. Edustavuustarkastelusta käy kuitenkin ilmi, että aineisto on melko edustava suhteessa Internetin käyttäjiin. Lisäksi voidaan todeta, että Internetin käytön yleistyessä Internetin käyttäjien profiili ei enää ratkaisevasti poikkea koko väestöstä. Suurkeittiöiden edustajien ammattinimike vaihteli pääemännästä ruokapalvelupäällikköön ja -johtajaan, joten vastaajajoukko on ollut melko heterogeeninen. Päättäjäaineistojen edustavuus on kuitenkin kohderyhmät huomioon ottaen hyvä. Vastauskiinnostukseen kaikissa kolmessa kyselyssä on saattanut vaikuttaa kiinnostus lähi- ja luomuruokaan. Toisin sanoen he, joita kyselyn aihepiiri ei ole kiinnostanut, eivät ole siihen välttämättä vastanneet.

Tulosten luotettavuuden arvioinnissa on oleellista, kuinka hyvin kysymykset mittasivat sitä, mitä niiden haluttiin mittaavan. Suunniteltaessa tutkimusta ja operationalisoitaessa tutkimuskysymyksiä lomakkeen kysymyksiksi tiedettiin, että esimerkiksi lähiruoka ja siihen liitetyt ulottuvuudet ovat käsitteen määrittelemättömyyden ja jopa kiistanalaisuuden vuoksi hankala tutkimusaihe. Tutkimustulosten luotettavuutta parannettiin laatimalla useita samaan aihepiiriin nivoutuvia väittämäsarjoja ja kysymällä samaa asiaa eri tavoilla. Näin pyrittiin vähentämään mittausvirheiden vaikutusta tuloksiin. Laadullisten osatutkimusten tuottamaa esiyymmärrystä hyväksi käyttäen kysymykset laadittiin niin, että niihin vastaaminen olisi yksiselitteistä.

Lähiruoka määriteltiin vastaajille ennen lähiruoan käyttöä koskevia kysymyksiä. Koska lähiruoka ei ole vakiintunut tai määritelty käsite, ei kuitenkaan voida olla aivan varmoja siitä, miten vastaajat lopulta ovat lähiruoan ymmärtäneet sen käyttöä koskeviin kysymyksiin vastatessaan. Voikin olla, että vastaukset kuvastavat enemmän asennetta kuin todellista käyttöä. Tulkittaessa tuloksia vastaajien lähiruokaan liittämistä mielikuvista on otettava huomioon, että kyselyssä mitattiin lähinnä sellaisia mielikuvia, joita oli spontaanisti tuotu esille laadullisissa tutkimuksissa. Tällainen aineistolähtöinen valinta on perusteltua, koska vastaajille päällimmäisenä mieleen tulevat mielikuvat ja uskomukset ovat yleensä niitä, joilla on myös ostopäätösten kannalta suurin merkitys (ks. Ajzen 1991).

Tehtyjen analyysien selitysasteet eivät kaikissa tapauksissa olleet kovin korkeita, vaan selittämättä jääneen vaihtelun osuus on melko suuri. Esimerkiksi selitettäessä kuluttajien ostohalukkuutta mielikuvilla lähi- ja luomuruoasta, regressioanalyyseissä jäi noin 60 prosenttia vaihtelusta selittämättä. Erotteluanalyyseissä kotimaisten ruokatyyppien väliset erot olivat melko pienet sekä kuluttaja- että päättäjäaineistoissa. Alhaisista selitysasteista ja erojen pienuudesta huolimatta tehdyt analyysit tuottivat tulkittavia tuloksia.

Edellä esitetyt varaukset on otettu huomioon tekemissämme tulosten tulkinnoissa. Olemme onnistuneet tavoittamaan erityisesti lähiruoasta mutta myös luomuruoasta

sellaisia ulottuvuuksia, joita aikaisemmissa tutkimuksissa ei ole tuotu esiin. Vastaavaa näin laajaa kyselytutkimusta kunnallisten päättäjien suhtautumisesta lähi- ja luomuruokaan ei tiettävästi ole muualla tehty. Uutta on myös kuluttajien ja päättäjien näkemysten vertaileva ja rinnakkainen tarkastelu. Kiinnostavaa on lisäksi tutkimushankkeen eri vaiheissa toteutettujen laadullisten ja määrällisten aineistojen analyysien tulosten vertailu. Kerätyt kyselyaineistot tarjoavat myös mahdollisuuden hienosyisempiin jatkoanalyysiin, joiden tuloksia julkaistaan myöhemmin artikkeleissa.

7.2 Tulokset aikaisemman tutkimuksen valossa

Kyselymme yhtenä lähtökohtana olivat hankkeen aikaisemmat laadulliset tutkimukset. Pääsääntöisesti tavoitteemme yleistää näiden laadullisten tutkimusten tuloksia onnistui. Esimerkiksi kaikissa kolmessa laadullisessa tutkimuksessa esille tullut lähiruokakäsitteen jäsentymättömyys tuli esille myös kyselyissä. Aikaisemmissa suomalaisissa tutkimuksissa on myös kiinnitetty huomiota siihen, että lähiruokaa ei aina tunnisteta lähiruokaiksi (esim. Leipämaa & Laaksonen 2003). Suomalaiset kuluttajat (Arvola & Lähteenmäki 2003) ja myös suurkeittiöiden ammattilaiset (Paananen & Forsman 2001) liittävät lähiruokaan ja luomuruokaan yhtäläisiä piirteitä kuten pienimuotoisen tuotannon ja perinteiset ”käsintehty” tuotteet, mikä ilmeni myös käsillä olevasta tutkimuksestamme. Lisäksi laadullisissa tutkimuksissa voimakkaasti esiin noussut lähiruoan suosiminen oman lähialueen taloudellisen kehityksen tukemiseksi sai kyselyjen tuloksista vahvistusta.

Paikallisesta ja alueellisesta ruoasta on keskusteltu myös muualla Euroopassa. Lähiruoan käsite ei muuallakaan Euroopassa ole aivan kristallinkirkas. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa on tehty useita tutkimuksia ”local food” (paikallinen ruoka/lähiruoka) -käsitteen täsmentämiseksi (mm. Hedges 2003, Hughes 2003, Schiopu 2005). Useimmiten sillä tarkoitetaan läheisyyttä, mutta käsitettä local food käytetään useissa merkityksissä. Käsitteen local food rinnalla käytetään myös ilmaisua regional food, jolla tarkoitetaan ruoantuotantoa tietyllä, nimenomaisella maantieteellisellä alueella.

Isossa-Britanniassa on myös tutkittu kuluttajien ruokavalintoja. Maaseudulla asuvat kuluttajat asettivat yhteiskunnalliset kysymykset tärkeämpään asemaan ruoan valinnassa ja osoittivat kiinnostusta lähellä tuotettua ruokaa kohtaan useammin kuin kaupungeissa asuvat kuluttajat (Weatherell ym. 2003). Iowassa, Yhdysvalloissa tehdyssä tutkimuksessa kuluttajien nimeämät kaksi tärkeintä syytä lähiruoan valinnalle olivat tuoreus ja pienten viljelijöiden tukeminen (Pirog 2003). Schiopun (2005) Englannissa tekemässä tutkimuksessa, jossa tarkasteltiin koulujen mahdollisuuksia hyödyntää paikallisia tuotteita, koulu-laisten vanhemmat nimesivät lähiruoan käytön perusteluiksi paikallistalouden tukemisen, tuotteiden tuoreuden ja lyhyet kuljetusmatkat.

Lähiruoan käyttöön ja toisaalta lähiruoan hyötyihin liittyvät ongelmat paljastuivat päättäjille suunnatuissa kyselyissä hyvin samantyyppisiksi kuin Paananen ja Forsmanin (2001) aikaisemmin tekemässä laadullisessa tutkimuksessa, jossa tarkasteltiin lähiruokaa suurkeittiöiden kokemana. Kunnallisten päättäjien suhtautumisesta lähiruokaan on olemassa lähinnä tapaustutkimuksia ja laadullisia selvityksiä. Esimerkiksi Englannissa kokeiltiin ja selvitettiin neljän koulun mahdollisuuksia hyödyntää paikallisia tuotteita. Osassa kouluista ruokakustannusten katsottiin vähentyneen 20 prosentilla, sitä vastoin osassa kouluista paikalliset tuotteet koettiin kalliiksi (Schiopu 2005). Länsi-Ruotsissa tehdyn selvityksen mukaan kunnalliset yksiköt (esim. koulut, vanhainkodit) nähdään potentiaalisina paikallisten tuotteiden käyttäjinä, mutta keskeisenä ongelmana pidetään logistisia kysymyksiä, kuten kuljetuksia ja toimitusaikoja. Myös tarjonnan puute rajoittaa paikallisten tuotteiden menekkiä (Local and Regional Food 2005).

Lähiruoan haasteet liittyvät jakelun kehittämiseen, tuottajien yhteistyöhön sekä pienten yritysten markkinoille pääsyyn. Yksi ratkaisu esimerkiksi Isossa-Britanniassa, Yhdys-

valloissa ja Ruotsissa on ollut perustaa ns. farmers marketteja (<http://www.farmersmarkets.net/>). Niiden ydin on paikallisten tuottajien ja kuluttajien kohtaaminen, joten niiden nähdään hyödyttävän paikallistaloutta. Ruotsissa kriteerinä on ollut, että markkinoilla myytävät tuotteet ovat tuotettu 250 kilometrin säteellä myyntipaikasta (ks. <http://www.bondensegen.com/>). Suomessa toteutettiin ensimmäinen Talonpojan tori Helsingissä syksyllä 2005. Suosio oli niin suuri, että todennäköisesti toimintaa jatketaan. (Saarva & Rantalainen 2005.) Talonpojat torit voisivatkin olla yksi hyvä keino markkinoida lähiruokaa kuluttajille.

Luomuruokaa koskevat tuloksemme ovat johdonmukaisia monissa aiemmissä tutkimuksissa saatujen tulosten kanssa (esim. Arvola & Lähteenmäki 2003, Bärh ym. 2004, Fotopoulous ym. 2003, Makatouni 2002, Zanolli & Naspetti 2002). Luomuruoka erottuu tavanomaisesti tuotetusta ruoasta kalliimpina, luonnollisempina, hyvälaatuisena sekä myönteisillä vaikutuksilla ihmisten, eläinten, tulevien sukupolvien ja ympäristön hyvinvointiin. Torjunta-aineettomuuden on useissa tutkimuksissa havaittu olevan yksi tärkeimmistä luomuruoan tarjoamista eduista (Baker ym. 2004, Grunert & Juhl 1995, Huang 1996, Mathinsson & Schollin 1994, Tregear ym. 1994).

EU-projektissa Consumer Decision Making on Organic Food (CONDOR, <http://www.condor-organic.org/researchresults/index.html>) vertailtiin luomutomaattia ja tomaattikastiketta koskevia uskomuksia kahdeksassa EU-maassa kyselytutkimuksen avulla. Kaikissa maissa luomutuotteita pidettiin tavanomaiseen ruokaan verrattuna vähemmän torjunta-ainejäämiä sisältävinä, luonnollisempina, paremman makuisina, terveydelle ja ympäristölle hyödyllisinä sekä ennen kaikkea kalliimpina. Maiden välillä havaittiin kuitenkin eroja, jotka viittaavat siihen, että luomumarkkinoiltaan vähemmän kehittyneissä maissa, kuten Espanjassa ja Kreikassa, luottamus luomuun on vähäisempää ja mielikuvat luomutomaattien ulkonäöstä huonompia. Sen sijaan uskomukset paremmasta mausta ja terveellisyydestä olivat vahvempia kuin luomumarkkinoiltaan kehittyneissä maissa, kuten esimerkiksi Tanskassa, Ruotsissa ja Suomessa.

Käsillä olevassa tutkimuksessa luomuruokaan liitettiin myös mielikuvia perinteisyydestä ja pienmuotoisesta tuotantotavasta. Lisäksi havaittiin naisten ja korkeasti koulutettujen suhtautuvan myönteisemmin luomuruokaan kuin miesten ja vain vähän koulutusta saaneiden. CONDOR-projektin laadullisissa tutkimuksissa tuli myös esille luomutuotteiden tai tuotannon perinteisyyteen liittyviä uskomuksia (Dean ym. 2003). Koska ne eivät kuitenkaan olleet yleisimpien uskomusten joukossa, niitä ei mitattu CONDOR-projektin kyselytutkimuksessa. Naisten ja korkeasti koulutettujen myönteinen suhtautuminen luomuruokaan näyttää pätevän CONDOR-tutkimuksen perusteella karkeasti ottaen useissa EU-maissa. Kaiken kaikkiaan luomutuotteiden kuluttajia on kuitenkin vaikea kuvailla demografisten taustatekijöiden perusteella, sillä luomuruokaan myönteisesti suhtautuvia on kaikenlaisten kuluttajien joukossa.

Myös australialaisen tutkimuksen mukaan sikäläiset kuluttajat uskoivat luomuruoan olevan terveellisempää, maukkaampaa ja ympäristöystävällisempää kuin tavanomaisesti tuotetun ruoan. Myönteisiin mielikuviin vaikuttivat suhtautuminen luontoon sekä sukupuoli. Naiset olivat jonkin verran kiinnostuneempia luomuruoasta kuin miehet. Luomuruoan käytön esteiksi kuitenkin koettiin korkea hinta ja heikko saatavuus. (Lea & Worsley 2005.) Luomuruoan tarjonta ei Suomessakaan aina vastaa luomusta kiinnostuneiden kuluttajien odotuksia. Kuluttajat kritisoivat tuotevalikoimaa ja luomutuotteiden hinta-laatusuhdetta. (Isoniemi 2005, ks. myös Niva ym. 2004.)

Ruotsissa, Suomessa, Liettuassa, Latviassa, Puolassa ja Saksassa toteutetussa tutkimuksessa ”Baltic Ecological Recycling Agriculture and Society” (BERAS 2005) selvitettiin lähi- ja luomuruoan käytön esteitä ja niiden ratkaisuja eri case-esimerkkien avulla. Tutkimus osoittaa, että paikallisen lähi- ja luomuruoan hyödyntäminen ja kuluttajien tietoisuuteen saattaminen vaatii eri toimijoiden avointa keskustelua sekä myös tarjonta-

kanavien kehittämistä. Lisäksi tarvitaan poliittisten päätöksentekijöiden tukea.
(Kakriainen & von Essen 2005.)

8 LÄHI- JA LUOMURUOKA TULEVAISUUDEN MAHDOLLISUUTENA

Tässä luvussa tarkastelemme aluksi erikseen lähi- ja luomuruoan erityispiirteitä aineistojemme pohjalta. Lopuksi pohdimme pk-sektorin mahdollisuuksia kehittää toimintaansa ja edistää lähi- ja luomuruoan käyttöä Suomessa.

8.1 Myönteinen, mutta jäsentymätön lähiruoka

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän (2000) mukaan ”lähiruoka on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä”. Toisaalta Suomen elintarviketyöläisten liiton ja Kuntalan ammattiliiton organisoimassa lähiruokakampanjassa lähiruoksi käsitetään koko Suomen alueella valmistetut elintarvikkeet (Kallio 2003). Jos vertaamme tuloksiamme Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän lähiruoaalle antamiin olennaisiin piirteisiin, huomaamme, että monet niistä ovat tärkeitä myös kuluttajille. Esimerkiksi kuluttajien käsityksen mukaan lähiruoan markkinat ovat alueelliset, sillä vain osa kuluttajista mieltää koko Suomen lähiruoka-alueeksi. Myös ajatus siitä, että lähiruoan tuotannossa käytetään mahdollisimman paljon talousalueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia vastaa kuluttajien käsityksiä. Samoin lyhyt jakeluketju koettiin olennaiseksi lähiruoan piirteeksi. Lisäksi monet kuluttajat liittivät ympäristönäkökulmat ja kestävä kehityksen osaksi lähiruokaa.

Poliittisesti lähiruoan käytön ja elintarviketuotannon paikallisuuden edistämistä ja lähituotannon käyttöä markkinointikeinona perustellaan yleensä lähituotannon myönteisillä aluetaloudellisilla vaikutuksilla. Lähiruoan nähdään tuovan mahdollisuuksia työpaikkojen turvaamiseen sekä pienten ja keskisuurten yritysten kilpailukyvyyn kehittämiseen (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000). Taloudellisten hyötyjen lisäksi lähiruoalla halutaan myös ylläpitää paikallista ruokakulttuuria ja -perinteitä (ks. Local and Regional Food 2005).

Kuluttajien mielikuva käsitteestä ”lähiruoka” on melko yksimielisesti hyvin myönteinen ja samansuuntainen kuin edellä esitetyt näkemykset. Lähiruoka arvioidaan monilta ominaisuuksiltaan hieman tavanomaista kotimaista ruokaa paremmaksi. Lähiruoalla ei kuitenkaan näytä olevan ainutlaatuisia muusta kotimaisesta ruoasta poikkeavia ominaisuuksia kuluttajien tai kuntapäätäjien mielikuvissa. Myös tavanomaista kotimaista ruokaa pidetään luotettavana, laadukkaana ja puhtaana. Lisäksi ympäristövaikutuksiltaan ja puhtaudeltaan luomuruoka arvioidaan lähiruokaa paremmaksi.

Tulosten perusteella on kiinnostavaa pohtia pääkaupunkiseudun ja muun Suomen eroja. Jos lähiruoaalle rakennetaan paikallisuuteen liittyvää sisältöä, lähiruoka voisi olla houkuttelevampaa myös pääkaupunkiseutulaisille. Lähiruoka ei näytä kiinnostavan yhtä paljon pääkaupunkiseudun asukkaita kuin esimerkiksi savolaisia, mutta toisaalta pääkaupunkilaiset saattavat kesäasukkaina olla kiinnostuneita paikallisista tuotteista. Se, että lähiruoka kiinnittyisi enemmän paikallisuuteen ja alueellisiin ruokakulttuureihin, ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei uusia tuotteita voitaisi kehittää.

Tutkimustuloksemme osoittavat, että lähiruoka ei ole käsitteenä kovin kirkas. Siksi sen laajentaminen maantieteellisen läheisyyden ohella kulttuuriseen läheisyyteen voisi tarjota uusia mahdollisuuksia profiloida suomalainen ruoka globalisoituvassa elintarvikeketjussa. Merkityksetöntä ei liene myöskään toimijoiden välinen sosiaalinen läheisyys (ks. Isoniemi 2005, Kloppenburg ym. 1996, Sage 2003, Winter 2003). Toisaalta lähiruoka ei voi olla yhtä kuin suomalainen ruoka, koska pk-yritysten näkökulmasta lähiruoalla olisi

oltava ominaisuuksia, jotka erottavat sen isojen yritysten tuotteista. Sitä paitsi monien pk-yritysten tuotantovolyyymi ei riitä koko Suomen markkinoille. Tutkimuksemme mukaan lähiruokaan liitetäänkin tällä hetkellä sellaisia ominaisuuksia kuin käsityömyyisyys ja pienyrityisyys tai tuotannon pienimuotoisuus, jotka eivät helposti ole liitettävissä suuryrityksiin. Lisäksi tulevaisuudessa ei liene itsestään selvää, että nuorempia sukupolvia kiinnostaa elintarvikkeiden kotimaisuus samalla vankkumattomuudella kuin iäkkäämpiä suomalaisia. Pikemminkin kysymys voi olla kotimaisuuden ja kansainvälisyyden yhtäaikaisesta kiinnostavuudesta, kuten joulukuussa 2005 julkistettu Kansallinen nuorisotutkimus osoitti (Honkaniemi 2005). Näin ollen kotimaisuuden suosimiselle ei enää välttämättä riitä vain se, että tuote on kotimainen. Joillekin jopa maantieteellinen etäisyys voi olla tärkeä ominaisuus esimerkiksi aitoja tuontielintarvikkeita hankittaessa. Lisäksi kuluttajat saattavat entistä enemmän tottua ulkomaisiin ruokiin esimerkiksi ulkomaisten kauppaketjujen myötä.

Lähiruokakäsitteen hyödyntäminen markkinoinnissa ja tuotekehityksessä onkin näin ollen haasteellista. Yksi ratkaisu voisi olla lähiruokan käsitteen sitominen paikallisuuteen esimerkiksi tietyn maakunnan ruokaperinteeseen kiinnittyen. Näinhän on esimerkiksi tehty anglosaksisissa maissa puhumalla local foodista (ks. edellä luku 7.2). Näin lähiruokakäsitteelle voitaisiin rakentaa uutta sisältöä paikallisen identiteetin kautta, jolloin voisi korostaa mahdollisia aluetaloudellisia ja imagohyötyjä. Samalla olisi mahdollista, että nimenomaan paikallisuus voisi tuoda lisää sisältöä suomalaisuudelle. Aivan viimeaikaisessa keskustelussa on Suomessakin aikaisempaa enemmän alettu kiinnittää huomiota ruokakulttuurin kokonaisuuteen. Lähiruokalle voisi tuoda uutta nostetta sen kiinnittäminen osaksi suomalaista alueellista ruokakulttuuria. Suomalainen ruokakulttuuri on koostunut ja koostuu osin yhä alueellisista ruokakulttuureista. Näiden argumenttien käyttäminen lähiruokatuotteiden asemoinnissa ja markkinoinnissa näyttää tämän tutkimuksen valossa järkevältä. On kuitenkin otettava huomioon, että tässä tutkimuksessa ei selvitetty arvostusten eroja kuluttajien välillä. Vaikka kuluttajat mieltävät lähiruokan tukevan oman kotiseudun yrittäjiä, tämän tutkimuksen perusteella emme vielä tiedä, olisivatko kuluttajat myös valmiita maksamaan tällaisesta vaikutuksesta.

Paikallisen ruokakulttuurin ja perinteiden ylläpitoon voisi liittyä eräänlainen psykososiaalinen kokemus siitä, että lähiruoka on jotakin, joka on lähellä juuri minua. Tämän projektin laadullisissa tutkimuksissa kuluttajat eivät kuitenkaan puhuneet paikallisidentiteettiin liittyvistä kysymyksistä. Tämä voi johtua siitä, ettei lähiruoka-käsite vielä toistaiseksi ole kuluttajien mielessä profiloitunut paikallisidentiteetin perusteella. Se voi myös kuvastaa paikallisuuden ja perinteisyyden suhteellisen vähäistä merkitystä. Toisaalta on todennäköistä, että identiteettiin liittyvät arvostukset ja valintaperusteet eivät ole tiedostettuja. Ne ovat siten vaikeasti verbalisoitavissa. Tulevissa lähiruokaa koskevissa tutkimuksissa olisi hyvä kiinnittää huomiota identiteetti- ja perinnettömyyden mittaamiseen ja sen merkityksen selvittämiseen.

8.2 Tuttu, mutta hintava luomuruoka

Lähiruokaan verrattuna luomuruoka vaikuttaa kuluttajille jo selvemmin jäsenyneeltä käsitteeltä. Tulos on sikäli odotettu, että luomutuotannolle ja -ruokalle on olemassa selkeät EU-säännökset ja luomu-käsitettä on käytetty markkinoinnissa jo pitkään. Merkillepantavaa on esimerkiksi, että luomuruokan tunnistamista kaupassa ei koeta ongelmaksi, ja sitä pidetään luotettavana ja turvallisena. Vaikka valtaosa mielikuvista oli myönteisiä, lähiruokaan verrattuna luomuruoka herätti enemmän myös kielteisiä mielikuvia. Tulos saattaa kuvastaa sitä tosiasiaa, että luomutuotanto ja -ruoka on käsitteenä ja julkisessa keskustelussa kuluttajille tutumpi käsite, jolloin sen huonoista puolista ollaan paremmin tietoisia. Toisaalta tulos heijastanee myös sitä, että

luomuruokaa on perinteisesti pidetty erityisryhmien ideologiana ja osa kuluttajista liittanee siihen edelleenkin ennakkoluuloisia käsityksiä. Sen sijaan lähiruoalla ei toistaiseksi näytä olevan tällaisia rasitteita. Tämän tutkimuksen tulokset kuitenkin vahvistavat käsitystä, että kuluttajat ovat kautta linjan hyvin myönteisiä luomuruokaa kohtaan. Luomuruokaa ei suosi ainoastaan jokin pieni erityisryhmä, vaan myös keskivertokuluttajilla on ainakin periaatteellista kiinnostusta luomuruokaan.

Tulokset osoittavat, että hinta on luomuruoan käytölle suuri este. Tämä tulee ilmi niin kuluttaja- kuin päättäjäaineistossakin. Kiinnostavaa on, että lähi- ja luomuruoan käyttö olivat yhteydessä toisiinsa. Luomuruoan käyttäjät kokevat lähiruoan käytöstä olevan enemmän hyötyä kuin ne, jotka eivät käytä luomuruokaa. Tämä tuntuisi viittaavan siihen, että ruoan valintakriteerejä ja niiden mahdollisia vaikutuksia on pohdittu silloin, kun valitaan luomu- tai lähiruokaa. Luomutuotteiden käyttö suurkeittiöissä on varsin marginaalista verrattuna lähiruoan käyttöön. Luomuruoan käyttöä rajoittavat osin samat tekijät kuin lähiruoan käyttöäkin, mutta määrärahojen riittävyys ja tuotteiden korkea hinta nousevat vielä keskeisemmiksi esteiksi luomuruoan kuin lähiruoan käytölle.

8.3 Lähi- ja luomuruoka pk-sektorilla

Erityisesti lähiruoan näkökulmasta tutkimuksemme tulosten viesti pk-sektorille on selvä. Lähiruoka olisi profiloitava ja asemoitava napakammin suhteessa muunlaiseen ruokaan. Kiinnostusta lähiruokaan on niin päättäjillä kuin kuluttajillakin, mutta heidän on tunnistettava ja tunnettava lähiruoka, joka ei aina erotu omaksi kokonaisuudekseen kotimaisesta ruoasta ja luomuruoasta. Lähiruokaan liitetyt mielikuvat ja asenteet osoittavat, että on olemassa edellytyksiä edistää lähiruoan menekkiä. Se vaatii hyvien markkinointiargumenttien löytämistä. Samalla on syytä pohtia, markkinoidaanko lähiruokaa yleensä vai tuotteita erityisesti. Profiloituminen vaikuttaa ratkaisevasti menekkiin yhdessä käytännön esteiden, kuten tuotteiden saatavuuden ja hinnan kanssa. Jos rakennetaan lähiruoan tulevaisuuden profiilia, kuluttajille tärkeitä ovat sellaiset ominaisuudet kuin hyöty itselle, hyvinvoinnille ja yhteiskunnalle. Sekä kuluttajille että päättäjille ovat merkityksellisiä myös lähiruoan aluetaloudelliset vaikutukset ja (oman alueen elinvoimaisuus ylipäätään).

Lähi- ja luomuruoan kehittämisen ja markkinoinnin kannalta on kiinnostava tietää, minkälaisia ovat ne kuluttajat, jotka uskovat lähi- tai luomuruoan eroavan muusta kotimaisesta ruoasta erilaisilta ominaisuuksiltaan ja käytön seuraamuksiltaan. Onko löydettävissä lähi- tai luomuruoan käyttöön eri lailla motivoituneita kuluttajaryhmiä? Tulosten perusteella ruoan luonnollisuutta arvostavat naiset näyttävät olevan selkeimmin potentiaalinen kohderyhmä sekä lähi- että luomuruoalle, sillä he todennäköisimmin kokevat lähi- ja luomuruoan tavanomaista kotimaista ruokaa paremmaksi. Lähi- ja luomuruokaan suhtaudutaan kuitenkin hieman eri tavoin eri paikkakunnilla. Kun verrataan pääkaupunkiseutua ja muuta Suomea, nähdään, että pääkaupunkiseutulaisilla on enemmän motivaatiota luomu- kuin lähiruokatuotteiden käyttöön ja muualla Suomessa asuvilla erityisesti lähiruoan käyttöön. Tarkempi asuinpaikan mukainen tarkastelu kuitenkin osoittaa, että jako voi olla liian yksinkertaistettu. Esimerkiksi helsinkiläiset erottuvat muista pääkaupunkiseutulaisista hieman myönteisimmillä mielikuvillaan lähiruoasta. Luomuruokaa satunnaisesti käyttävät voisivat mahdollisesti lisätä luomutuotteiden käyttöä, mutta tulokset eivät anna tietoa siitä, kuinka paljon. Lähiruokaan näyttävät uskovat ne, jotka mielestään jo käyttävät lähiruokaa. Voisikin olla syytä pohtia keinoja markkinoida lähiruokaa juuri niille, jotka eivät vielä ole kiinnostuneita siitä.

Kunnallisten ruokapalvelujen näkökulmasta lähi- ja luomuruoan potentiaalisimmat käyttäjät löytyvät pienten ja maaseutumaisten kuntien ruokapalvelujen ammatti-

keittiöistä. Näissä kunnissa lähi- ja luomuruoan käytön hyödyt ja lisäarvo tunnustetaan. Lähi- ja luomuruokaa aktiivisesti käyttävissä suurkeittiöissä käytön taustalla olevina arvoina korostuivat asiakaslähtöisyys ja kasvatuksellisuus sekä tiedon ja vuorovaikutuksen lisääminen keittiön ja ruokailijoiden välillä. Aktiivisesti lähiruokaa käyttävissä kunnissa suurkeittiöiden edustajat mielsivät lähiruoan hinnan edullisemmaksi kuin lähiruokaa satunnaisesti käyttävissä tai lähiruoan käyttöä kokeilevissa kunnissa. Onko sitten lähi- ja luomuruoka erityisesti vain pienten kuntien mahdollisuus, johon suurilla kaupungeilla ja suurkeittiöyksiköillä ei ole edes mahdollisuuksia? Tämä on kysymys, jota kunnissa olisi syytä pohtia.

Huolimatta siitä, että lähiruokaa pidetään epämääräisenä käsitteenä, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajilla on kuitenkin vahva toive juuri lähiruoan käytön lisääntymisestä tulevaisuudessa, sillä lähiruokaan näytetään uskottavan luomuruokaa enemmän. Koska suhtautuminen lähiruokaan on kunnallisissa suurkeittiöissä varsin myönteistä, erityisesti lähiruoalla voisi olla nykyistä enemmän markkinointipotentiaalia. Tämä on mahdollisuus ja haaste pk-yrityksille, sillä jos tarjonta ja kysyntä eivät kohta, ei voida moittia vain kuntia. Aktiivisempi tarjonta ja saatavuuden varmistaminen voisivat edesauttaa nimenomaan lähiruoan suosimista ja kenties vakiintumista kunnallisissa suurkeittiöissä. Myös muualla on saatu vastaavanlaisia tuloksia: eteläkarjalaisten ammattikeittiöiden lähiruokaan suhtautumista selvittäneen tutkimuksen mukaan ammattikeittiöt kaipasivat enemmän tietoa elintarvikeyrityksistä ja saatavilla olevista tuotteista (ks. Honkaniemi 2004).

Hankintalaki on joskus keskusteluissa tullut esiin esteenä lähi- ja luomuruoka-hankinnoille (ks. Finlex: Laki julkisista hankinnoista 1505/1992). Hankinnan kokonaistaloudellisuutta arvioitaessa kriteereinä voivat olla esimerkiksi hinta, laatu, toimitusvarmuus, käyttökustannukset tai muut tekijät, joilla on merkitystä valintaa tehtäessä (Efektia 2004b). Useimmiten kokonaistaloudellisuuden keskeisin peruste on hinnaltaan edullisin ratkaisu. Tulokset viittaavat siihen, että lähi- ja luomuruokaa ei liitetä osaksi kokonaistaloudellisesti edullisinta ratkaisua. Tämä on kestävä kehityksen kannalta merkityksellistä, koska taloudellisesti edullisin ratkaisu ei välttämättä ole pitkällä aikavälillä ekologisesti ja sosiaalisesti kestävin ratkaisu. Silti tutkimuksemme tulosten mukaan vaikuttaa siltä, että juuri tuotteiden saatavuus ja tarjonta sekä rajalliset määrärahat ovat nykyistä kilpailu- ja hankintalainsäädäntöä suurempia esteitä lähiruoan käytölle kunnallisissa ruokapalveluissa.

Joukkoruokailu voisi toimia sekä lähi- että luomuruoan menekin vahvistajana. Esimerkiksi Tukholmassa on asetettu tavoitteeksi, että vuonna 2006 päivähoitossa, kouluissa ja vanhusten tuetuissa asumismuodoissa tarjottavasta ruoasta 15 prosenttia olisi luomuruokaa (Gyllenberg 2005, ks. myös Local and Regional Food 2005). Ruokapalvelujen asiakkaille voisi aikaisempaa enemmän kertoa suurkeittiön raaka-aineiden hankintakriteereistä ja -strategioista ja siten osallistaa kuluttajia huomaamaan lähi- ja luomuruoan mahdollisuudet ja merkitys joukkoruokailussa. Tarvitaan yhteistyötä suurkeittiöväen kanssa, jotta lähiruoan lisäarvo välittyisi myös ruokailijoille, jotka eivät välttämättä ole pohtineet tarjottavien aterioiden raaka-aineiden alkuperää tai tuotantotapaa. Lähi- ja luomuruoan käytön lisäämiseen kuntien ruokapalveluissa olisi halukkuutta, mutta yleinen elintarviketalouden globalisaatiokehitys ja se suunta, johon kuntien ruokapalvelujen uskotaan tulevaisuudessa kehittyvän, ei tue kuntapäätäjien toivomaa kehitystä. Haasteena onkin luoda keinoja, joilla kehitys saataisiin lähemmäksi sekä kuluttajien että päättäjien toivomaa suuntaa.

Lähi- ja luomuruoan tulevaisuutta luodattaessa mielenkiintoisia ovat näkemykset elintarviketaloudesta vuonna 2010. On merkillepantavaa, että erityisesti kunnanjohtolla on elintarviketalouden tulevaisuutta koskeissa arvioissa eroja todennäköisenä pidetyssä ja toivotussa kehityskulussa. Periaatteessahan kunnanjohtajat voisivat omilla päätöksillään ja aloitteillaan vaikuttaa siihen, millaiseksi tulevaisuus esimerkiksi lähi- ja

luomuruoan käytössä heidän omassa kunnassaan muodostuu. Eron syynä voi tosin olla myös se, että lähi- ja luomuruokaa käsittelevässä tutkimuksessa halutaan kenties antaa myönteinen kuva omasta suhtautumisesta ko. asiaan. Joka tapauksessa on mielenkiintoista, että niin kuluttaja- kuin päättäjäaineistotkin antavat tulokseksi merkittävän eron käsityksissä toivottavasta ja todennäköisenä pidetystä kehityskulusta. Onko todella niin, että kansalaiset näkevät vaikutusmahdollisuutensa näin vähäisiksi? Tämä on syytä ottaa huomioon tulevaisuuden elintarviketuotannon strategioita rakennettaessa. Joka tapauksessa todennäköisenä pidetyn kehityksen tuominen lähemmäksi toivottua kehitystä edellyttää, että asian eteen on tehtävä jotakin esimerkiksi poliittisessa päätöksenteossa. Pelkkä tahto ei riitä.

Erityisen kiinnostavaa käsityksissä elintarviketalouden tulevaisuudesta on, että samat vastaajat uskovat osittain sekä globalisaation lisääntymiseen että lähi- ja luomuruokakulttuurin nousuun. Näin ollen globaali ja lokaali eivät välttämättä ole toisensa poissulkevia ilmiöitä, vaan vastaajat näkevät niiden yhteensovittamisen mahdollisena. Paikallisen ruokakulttuurin tai alueellisten elintarvikemarkkinoiden kehittäminen ja ylläpitäminen voisivat onnistua myös globalisoituvassa maailmassa. Paikallisuus voisi olla pk-sektorin mahdollisuus globaaleilla markkinoilla, jossa kuitenkin oman maan tai paikkakunnan tuotteet vielä kiinnostavat kuluttajia ja kunnallisista ruokapalveluista vastaavia päättäjiä. Toistaiseksi Suomessa on vain harvoja tuotteita EU:n elintarvikkeiden arvostus- ja suojausjärjestelmässä toisin kuin muualla Euroopassa (ks. http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/quali1_fi.htm), mutta paikallisuus voisi tarjota mahdollisuuksia myös vientimarkkinoilla (ks. Letmark 2005). Tutkimuksemme tulosten perusteella arvioimme, että kiinnostus etenkin lähiruokaa kohtaan ei ole mikään marginaali-ilmiö, vaan kotimainen luomu- ja paikallinen lähiruoka voisivat hyvin löytää paikkansa niin kuluttajien ostoskoreissa kuin kunnallisissa ruokapalveluissa. Globaalin ja lokaalin ruoan rinnakkaiselo ja vuoropuhelu on mahdollista myös Suomessa.

LÄHTEET

- Ahvonen A, Honkanen A (2003) Kalabarometri 2003. Elinkeino ja kuluttajat. Kala- ja riistaraportteja nro 280. Riista- ja kalantutkimuslaitos. Helsinki.
- Ajzen I (1991) The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50: 179–211.
- Arvola A, Lähteenmäki L (2003) Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista. Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityksen pohjaksi. VTT Tiedotteita 2217. Otamedia. Espoo.
- Arvola A, Roininen K, Honkapää K, Lähteenmäki L (2005) Luomuruoka ja lähiruoka - kuluttajien mielle yhtymiä. Työseloste sana-assosiaatiokyselyn ja ladderin - haastattelujen tuloksista. Raporttikäsikirjoitus 2005, VTT.
- Baker S, Thompson K E, Engelken J (2004) Mapping the values driving organic food choice: Germany vs the UK. *European Journal of Marketing* 38 (8) 995–1012.
- Baltic Ecological Recycling Agriculture and Society (BERAS 2005) Nr. 4. *Ekologiskt Lantbruk* nr 44. August 2005.
- Bähr M, Botschen M, Laberenz H, Naspetti S, Thelen E, Zanolli R (2004) The European Consumer and Organic Food (Vol. 4). School of Management and Business, University of Wales, Aberystwyth. Ceredigion.
- Dean M, Shepherd D, Saba A, Arvola A, Lähteenmäki L (2003) Technical report on wp1. EU-project QLK1-2002-02446 "Consumer Decision Making on Organic Products (CONDOR). Unpublished technical report.
- Efektia (2004a) Yrittäjän opas. Yhteistyö ja lähiruoan markkinointi kunnan suurkeittiöille. Efektia Oy. Helsinki.
- Efektia (2004b) Ostajan opas. Elintarvikkeiden tilaaminen lähiyrittäjältä. Efektia Oy. Helsinki.
- Finlex – ajantasainen lainsäädäntö. Laki julkisista hankinnoista 23.12.1992/1505. Saatavilla Internetissä: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19921505>
- Fotopoulos C, Krystallis A, Ness M (2003) Wine produced by organic grapes in Greece: using means-end chains analysis to reveal organic buyers' purchasing motives in comparison to the non-buyers. *Food Quality and Preference* 14 (7) 549–566.
- Grunert S C, Juhl H (1995) Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of Economic Psychology* 16: 39–62.
- Grönroos J, Seppälä J (toim.) (2000) Maatalouden tuotantotavat ja ympäristö. Suomen ympäristö 431. Ympäristöministeriö. Helsinki.
- Gyllenberg E-K (2005) Sex miljoner satsas på ekologisk mat i skolan. *Dagens Nyheter* 10.10.2005.
- Hedges A (2003) Local food - Report on qualitative research. COI Communications on behalf of the Food Standards Agency.
- Honkaniemi L (2005) Nuoria kiinnostavat samanaikaisesti kansainvälisyys ja kotimaisuus. www.finfood.fi 8.12.2005.
- http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/quali1_fi.htm
- <http://www.bondensegen.com/>
- <http://www.condor-organic.org/researchresults/index.html>
- <http://www.farmersmarkets.net/>
- <http://www.kunnat.net>
- <http://www.laatuketju.fi>
- <http://www.toy.fi>
- Huang, C L (1996) Consumer preferences and attitudes towards organically grown produce *European Review of Agricultural Economics* 23: 331–342.

- Hughes M (2003) Public Sector Procurement of Food and Drink in South West England Ed. by Phil Cookson, Co-ordinator, South West Local Food Partnership Ltd. A South West Local Food Partnership Ltd. report; funded by the South West of England Regional Development Agency (through South West Food and Drink) and the Countryside Agency. April 2003.
- Isoniemi M (2003) Kuluttajien juustovalinnat kaupassa. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 12/2003. Helsinki.
- Isoniemi M (2005) Pienimuotoista, läheltä ja laadukasta? Lähi- ja luomuruoka kuluttajien määrittelemänä. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 88/2005. Saatavilla Internetissä: <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/julkaisut/verkkojulkaisut2000.htm>.
- Kakriainen S, Essen von H (ed.) (2005) Obstacles and Solutions in Use of Local and Organic Food. *Ekologiskt lantbruk*. Nr. 44 August 2005.
- Kaljonen M, Rikkinen P (2005) Divergent images of multifunctional agriculture - a comparative study of the future images between farmers and agri-food experts in Finland. *International Journal of Agricultural Sustainability* 2 (3) 190–204.
- Kallio M (2003) Lähiruokakampanjalle lähtölaukaus eduskunnassa. *Finfoodin uutiset* 11.12.2003.
- Katajajuuri J-M, Virtanen Y, Voutilainen P, Tuhkanen H-R, Kurppa S (2003a) Elintarvikkeiden ympäristövaikutukset: FOODCHAIN. MMM:n julkaisuja 6. Saatavilla Internetissä: http://www.mmm.fi/julkaisut/julkaisusarja/MMMjulkaisu2003_6.pdf 15.10.2003
- Katajajuuri J-M, Voutiainen P, Tuhkanen H-R, Honkasalo N (2003b) Elovena-kaurahiutaleiden ympäristövaikutukset. *Maa- ja elintarviketalous* 33. Saatavilla Internetissä: <http://www.mtt.fi/met/pdf/met33.pdf>.
- Kloppenburg J, Hendrickson J Jr, Stewenson G W (1996) Coming in to the foodshed. *Agriculture and Human Values* 13 (3) 33–42.
- La Trobe H L, Acott T G (2000) Localising the global food system. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology* 7: 309–320.
- Lea E, Worsley T (2005) Australians' organic food beliefs, demographics and values. *British Food Journal* 107 (11) 855–869.
- Leipämaa H, Laaksonen P (2003) ”Kyllä lähiruokaa voisi syödä, mutta...” Kvalitatiivinen tutkimus lähiruoan hyväksymisestä osaksi omaa ruokailua. Vaasan yliopiston julkaisuja. *Selvityksiä ja raportteja* 104.
- Letmark P (2005) Tina ska sälja Sverige. *Dagens Nyheter* 22.10.2005.
- Local and Regional Food (2005) Report from the European Conference on Local and Regional Food, 27-28 September 2005 in Lerum Sweden. Nummer 9/2005. *Kungl. Skogs- och Lantbruksakademiens Tidskrift* 9/2005. Saatavilla Internetissä: http://www.ksla.se/sv/retrieve_File.asp?n=193&t=ksla_publication.
- Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000 (2000) Lähiruoan mahdollisuudet. Lähiruokatyöryhmän loppuraportti. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 6/2000. Sisäasiainministeriön monistamo. Helsinki. Saatavilla Internetissä: http://www.mmm.fi/el/julk/pdf/luomu_str.PDF.
- Makatouni A (2002) What motivates consumers to buy organic food in the UK? Results from a qualitative study. *British Food Journal* 104 (3/4/5): 345–352.
- Marsden T (2000) Food Matters and the Matter of Food: Towards a New Food Governance. *Sociologia Ruralis* 40 (1) 20–29.
- Marsden T K, Arce A (1995) Constructing quality: emerging food networks in the rural transition. *Environment and Planning A* 27:1261–1279.
- Marsden T, Banks J, Bristow G (2000) Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis* 40 (4) 425–438.
- Mathisson K, Schollin A (1994) Konsumentaspekter på ekologiskt odlade grönsaker – en jämförande studie. No. 18. Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för växtodlingslära. Uppsala.

- Niva M, Mäkelä J, Kujala J (2004) "Trust weakens as distance grows". Finnish results of the OMIaRD consumer focus group study on organic foods. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 83/2004. Helsinki. Saatavilla Internetissä: <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/docs/workingpapers-2004-83.pdf>.
- Paananen J, Forsman S (2001) Lähiruoka elintarvikealan maaseutuyritysten ja suurkeittiöiden kokemana. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Taloustutkimus (MTTL), tutkimuksia 252/2001.
- Paananen J, Forsman S (2003) Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. MTT Taloustutkimus, Maa- ja elintarviketalous 24. Helsinki.
- Paananen J, Forsman-Hugg S (2005) Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa. Esiselvitys päättäjien näkemyksistä. MTT:n selvityksiä 88. MTT. Saatavilla Internetissä <http://www.mtt.fi/mmts/pdf/mmts88.pdf>.
- Pirog R (ed.) (2003) Ecolabel Value Assessment Consumer and Food Business Perceptions of Local Foods. Iowa: Leopold Center for Sustainable Agriculture and the Iowa State University Business Analysis Laboratory.
- Pullianen E (2006) Bioenergia ja lähiruoka. Ochre Chronicles. Helsinki.
- Rikkonen P (2003) Maatalouden tulevaisuus vuoteen 2025: elintarvikeketjun asiantuntijoiden tulevaisuudenkuvia Suomen maataloudesta. MTT:n selvityksiä 32. MTT. Saatavilla internetissä <http://www.mtt.fi/mmts/pdf/mmts32.pdf>.
- Roininen K, Lähteenmäki L, Tuorila H (1999) Quantification of consumer attitudes to health and hedonic characteristics of foods. *Appetite* 33: 71–88.
- Saarva P, Rantalainen V (2005) Talonpojantori. *Ruoka-Suomi -tiedote* 4/2005: 8–9.
- Sage C (2003) Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies* 19: 47–60.
- Schiopu T (2005) Eating local food in Thames Valley Schools. The Food Group in Berks, Buckinghamshire, Milton Keynes and Oxfordshire. Project report.
- Seppälä R, Levo J, Työppönen K (toim.) (2004) Ruokapalvelumarkkinat 2004. Julkisten ruokapalvelujen nykytila ja kehittämissä näkymät. Efektia. Helsinki.
- Suomen elintarviketalouden laatustrategia ja tavoitteet (2004) Esite. Maa- ja metsätalousministeriö. Helsinki.
- Suomen elintarviketalouden laatustrategia ja tavoitteet (1999) Maa- ja metsätalousministeriön elintarvikkeiden laatujohtoryhmä. Elokuu 1999. MMM. www.mmm.fi/laatu.
- Taloustutkimus Oy (2005) Yleistä Internet-paneelistista. <http://www.toy.fi>
- Tregear A, Ness M (2005) Discriminant analysis of consumer interest in buying locally produced foods. *Journal of Marketing Management* 21:19–35.
- Tregear A, Dent J B, McGregor M J (1994) The Demand for Organically grown Produce. *British Food Journal* 96 (4) 21–25.
- Urala N, Lähteenmäki L (2004) Attitudes behind consumers' willingness to use functional foods. *Food Quality and Preference* 15: 793–803.
- Urala N, Lähteenmäki L (2006) Consumers' changing attitudes towards functional foods. *Food Quality and Preference*. In press.
- Vähemmästä enemmän ja paremmin (2005) Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunnan (KULTU) ehdotus kansalliseksi ohjelmaksi. Ympäristöministeriö ja kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki.
- Weatherell C, Tregear A, Allinson J (2003) In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local. *Journal of Rural Studies* 19: 233–244.
- Zanoli R, Naspetti S (2002) Consumer motivations in the purchase of organic food. A means-end approach. *British Food Journal* 104 (8) 643–653.
- Winter M (2003) Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies* 19: 23–32.

LIITE 1: Kuluttajien lähi- ja luomuruokakysely 2004

1. Seuraavassa pyydämme Sinua kuvaamaan, **mitä sana LÄHIRUOKA tarkoittaa** Sinun mielestäsi. **Arvioi** seuraavia ominaisuuksia sen mukaan, kuinka hyvin ne kuvaavat lähiruokan oleellisia piirteitä. **Valitse** jokaiselta vastausriviltä se vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten mielipidettäsi. Ole hyvä ja vastaa kaikkiin kohtiin.

	Ei sovi lainkaan lähiruokaan	Sopii heikosti lähiruokaan	Sopii jonkin verran lähiruokaan	Sopii hyvin lähiruokaan	Sopii erittäin hyvin lähiruokaan
Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta	1	2	3	4	5
Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa	1	2	3	4	5

2. Kuinka **tärkeitä** seuraavat ominaisuudet ovat Sinulle, **jotta voisit kutsua ruokaa lähiruokaaksi**? **Valitse** parhaiten mielipidettäsi vastaava vaihtoehto asteikolta ”ei lainkaan tärkeä” = 1 – ”erittäin tärkeä” = 5.

	Ei lainkaan tärkeä			Erittäin tärkeä	
Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita	1	2	3	4	5
Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu asuinseudullani	1	2	3	4	5
Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan	1	2	3	4	5
Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta	1	2	3	4	5

3. Seuraavassa on joukko tuotantotavan, hinnan ja tuottajan koon mukaan vaihtelevia elintarvikkeiden kuvauksia. Lue jokaisen tuotteen kuvaus huolellisesti ja arvioi, **kuinka halukas olisit ostamaan** kyseistä tuotetta, jos sitä olisi ruokakaupassasi saatavilla. **Valitse** ostohalukkuuttasi parhaiten vastaava vaihtoehto asteikolta ”en lainkaan halukas” = 1 – ”erittäin halukas” = 7. Ole hyvä ja arvioi ostohalukkuutesi **jokaisen** tuotekuvauksen kohdalla.

Tavanomaisesti tuotetut marinoidut porsaanlihasuikaleet:							
	<ul style="list-style-type: none"> • Hinta: keskitasoa • Tuottaja: pieni elintarvikeyritys 						
Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas					Erittäin halukas	
	1	2	3	4	5	6	7

Tavanomaisesti tuotettu porsaanpaistiliha:

- Hinta: keskitasoa
- Tuottaja: suuri elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Lähellä tuotetut marinoidut porsaanlihasuikaleet:

- Hinta: keskitasoa 20 % korkeampi
- Tuottaja: pieni elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Lähellä ja luonnonmukaisesti tuotetut marinoidut porsaanlihasuikaleet:

- Hinta: keskitasoa
- Tuottaja: pieni elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Tavanomaisesti tuotettu porsaanpaistiliha:

- Hinta: keskitasoa
- Tuottaja: pieni elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Lähellä tuotettu porsaanpaistiliha:

- Hinta: keskitasoa
- Tuottaja: suuri elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Lähellä ja luonnonmukaisesti tuotettu porsaanpaistiliha:

- Hinta: keskitasoa 20 % korkeampi
- Tuottaja: suuri elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Luonnonmukaisesti tuotettu porsaanpaistiliha:

- Hinta: keskitasoa 20 % korkeampi
- Tuottaja: pieni elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Luonnonmukaisesti tuotetut marinoidut porsaanlihasuikaleet:

- Hinta: keskitasoa
- Tuottaja: suuri elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

Tavanomaisesti tuotetut marinoidut porsaanlihasuikaleet:

- Hinta: keskitasoa 20 % korkeampi
- Tuottaja: suuri elintarvikeyritys

Kuinka halukas olisit ostamaan yllä kuvattua tuotetta?	En lainkaan halukas						Erittäin halukas
	1	2	3	4	5	6	7

4. Olemme kiinnostuneita Sinun mielikuvistasi neljästä erityyppisestä ruoasta, jotka ovat:

- A) Ulkomainen ruoka.** Missä tahansa muussa maassa kuin Suomessa tuotettu ruoka.
- B) Lähiruoka.** Ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia.
- C) Kotimainen luomuruoka.** Ruoka on tuotettu EU:n luomusäännösten mukaisesti missä tahansa Suomessa.
- D) Kotimainen ruoka.** Missä tahansa Suomessa tuotettu ruoka.

Pyydämme Sinua **arvioimaan**, kuinka hyvin seuraavana esitetyt väitteet **sopivat mielikuvaasi** näistä neljästä erityyppisestä ruoasta. Huom! Vastauksesi ei tarvitse perustua tietoon, vaan voit hyvin vastata pelkkien mielikuviesi perusteella. Jos sinulla ei ole mitään mielikuvaa asiasta, vastaa 3.

Merkitse jokaisen rivin kaikkiin kohtiin (A – D) omaa mielikuvaasi vastaava numero seuraavasti:

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä

<i>Esitysjärjestys satunnaistettu</i>	A) Ulkomainen ruoka	B) Lähi<u>ru</u>oka	C) Kotimainen luomuruoka	D) Kotimainen ruoka
Laadultaan epätasaista				
On luonnollisin menetelmin tuotettua				
On maukasta				
Ei sisällä jäämiä torjunta-aineista				
On vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat				
Tuotevalikoima on suppea				
Teollisesti valmistettua				
Kaikki vitamiinit ja hivenaineet ovat tallella				
Raaka-aineet ovat korkealaatuisia				
On valmistettu uusinta teknologiaa hyödyntäen				
Saan halutessani tuotteesta lisätietoja				
Sisältää runsaasti lisä- tai säilöntäaineita				
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti				
Valmistettu käyttäen perinteisiä menetelmiä				
On vaikea tunnistaa kaupassa				
On edullista				
Herättää epäluottamusta				
Valmistettu pienyrityksessä				
On ostettaessa tuoretta				
Saatavuus on hyvä				
Voin luottaa siihen, että tuote ja valmistustapa ovat sitä, mitä niiden pakkauksessa kerrotaan olevan				

5. Seuraavassa on joukko väitteitä, jotka liittyvät näiden neljän erityyppisen ruoan käytön seurauksiin.

- A) Ulkomainen ruoka.** Missä tahansa muussa maassa kuin Suomessa tuotettu ruoka.
- B) Lähiruoka.** Ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia.
- C) Kotimainen luomuruoka.** Ruoka on tuotettu EU:n luomusäännösten mukaisesti missä tahansa Suomessa.
- D) Kotimainen ruoka.** Missä tahansa Suomessa tuotettu ruoka.

Lue jokainen väite huolellisesti ja arvioi, mitä mieltä Sinä olet asiasta. Väitteisiin ei ole oikeita tai vääriä vastauksia. Huom! Vastauksesi ei tarvitse perustua tietoon, vaan voit hyvin vastata pelkkien mielikuviesi perusteella. Jos sinulla ei ole mitään mielikuvaa asiasta, vastaa 3.

Merkitse jokaisen rivin kaikkiin kohtiin (A – D) omaa mielikuvaasi vastaava numero seuraavasti:

- 1 = Täysin eri mieltä
2 = Jokseenkin eri mieltä
3 = Ei samaa eikä eri mieltä
4 = Jokseenkin samaa mieltä
5 = Täysin samaa mieltä

Tämäntyyppisen ruoan ostaminen ja syöminen ...

	A) Ulkomainen ruoka	B) <u>Lähi</u> ruoka	C) Kotimainen <u>luomuruoka</u>	D) Kotimainen ruoka
Tuntuu turvalliselta				
Saa minut tuntemaan syyllisyyttä				
On moraalisesti väärin				
On hyvä asia				
Saa minut tuntemaan, että annan oman panokseni hyvän asian puolesta				
Edistää omaa tai perheeni terveyttä				
Saa minut tuntemaan itseni hyväksi ihmiseksi				
Saa minut tyytyväiseksi omaan toimintaani				
Luo paremman tulevaisuuden tuleville sukupolville				
On eduksi Suomen kansantaloudelle				
Edistää eläinten hyvinvointia				
Lisää ympäristön kuormitusta				
Tukee oman kotiseutuni yrittäjiä				

6. SEURAAVAN KERRAN KUN ASIOIT RUOKAKAUPASSA, miten halukas olisit ostamaan seuraavia ruokia, joiden tuotantopaikka tai -tapa vaihtelee. Oletetaan, että kyseisiä ruokia olisi saatavilla ruokakaupassasi.

A) Ulkomainen ruoka. Missä tahansa muussa maassa kuin Suomessa tuotettu ruoka.

B) Lähiruoka. Ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia.

C) Kotimainen luomuruoka. Ruoka on tuotettu EU:n luomusäännösten mukaisesti missä tahansa Suomessa.

D) Kotimainen ruoka. Missä tahansa Suomessa tuotettu ruoka.

Merkitse ostohalukkuutesi jokaisen ruoan (A–D) kohdalle erikseen käyttäen seuraavaa asteikkoa. Ellet käytä ko. tuotetta (esim. puurohiutaleita) lainkaan, jätä kohta tyhjäksi.

En lainkaan
halukas

1

2

3

4

Erittäin
halukas

5

	A) Ulkomainen ruoka	B) <u>Lähi</u> ruoka	C) Kotimainen <u>luomuruoka</u>	D) Kotimainen ruoka	En käytä ko. tuotetta
Marinoidut porsaanlihasuikaleet					
Puurohiutaleet					
Juusto					
Pakastemarjat					

Seuraavat kysymykset (7–8) koskevat lähi- ja luomuruokatuotteiden käyttöä yleisesti.

7 a. Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten lähiruoan ostotapojasi?

- En ole koskaan ostanut lähiruokaa
- Olen joskus kokeillut, mutta en yleensä tietoisesti osta lähiruokaa
- Ostan lähiruokaa satunnaisesti muutamia kertoja vuodessa
- Ostan lähiruokaa satunnaisesti, noin kerran, pari kuussa
- Ostan lähiruokaa säännöllisesti noin kerran viikossa
- Ostan lähiruokaa säännöllisesti useamman kerran viikossa

7 b. Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten luomuruoan ostotapojasi?

- En ole koskaan ostanut luomuruokaa
- Olen joskus kokeillut, mutta en yleensä tietoisesti osta luomuruokaa
- Ostan luomuruokaa satunnaisesti muutamia kertoja vuodessa
- Ostan luomuruokaa satunnaisesti, noin kerran, pari kuussa
- Ostan luomuruokaa säännöllisesti noin kerran viikossa
- Ostan luomuruokaa säännöllisesti useamman kerran viikossa

8. Seuraavat väittämät koskevat lähi- ja luomuruokatuotteiden **saatavuutta ja hintaa**. Valitse itsellesi sopivin vaihtoehto asteikolta ”täysin eri mieltä” = 1 – ”täysin samaa mieltä” = 5.

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Käyttäisin enemmän <u>lähiruokatuotteita</u> , jos ne olisivat edullisempia.	1	2	3	4	5
Käyttäisin enemmän <u>luomuruokatuotteita</u> , jos niitä olisi paremmin saatavilla.	1	2	3	4	5
Käyttäisin enemmän <u>lähiruokatuotteita</u> , jos niitä olisi paremmin saatavilla.	1	2	3	4	5
Käyttäisin enemmän <u>luomuruokatuotteita</u> , jos ne olisivat edullisempia.	1	2	3	4	5

9. Seuraavassa osassa tiedustelemme **Sinun mielipiteitäsi** elintarvikkeisiin liittyvistä asioista. Väittämiin ei ole oikeita tai vääriä vastauksia. Lue jokainen väite huolellisesti ja arvioi, mitä mieltä Sinä olet asiasta.

Valitse mielipidettäsi parhaiten vastaava vaihtoehto. Jos et osaa sanoa, oletko samaa vai eri mieltä, valitse 4. Ole hyvä ja vastaa jokaiseen väittämään.

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Hieman eri mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Hieman samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
En välitä, vaikka päivittäin syömissäni elintarvikkeissa on lisäaineita.	1	2	3	4	5	6	7
Mielestäni keinotekoisesti makeutetut elintarvikkeet eivät ole haitallisia terveydelleni.	1	2	3	4	5	6	7
Haluaisin syödä vain luomuruokaa.	1	2	3	4	5	6	7
Pyrin syömään elintarvikkeita, joissa ei ole lisäaineita.	1	2	3	4	5	6	7
En syö pitkälle jalostettuja tuotteita, koska en tiedä mitä niissä on.	1	2	3	4	5	6	7
Mielestäni luomutuotteet eivät ole sen parempia terveydelleni kuin tavanomaiset.	1	2	3	4	5	6	7

Seuraavat kysymykset koskevat joukkoruokailua. Tässä joukkoruokailulla tarkoitetaan työpäivän aikana, koulussa tai opiskelupaikassa tapahtuvaa ruokailua, ei vapaa-ajan ruokailua.

10. Missä syöt työ- tai opiskelupäivän aikana? Valitse jokaiselta riviltä se vaihtoehto, joka kertoo, miten usein käytät ko. ravintolaa tai ruokalaa.

Syön työ- tai opiskelupäivän aikana...	Säännöllisesti	Satunnaisesti	En koskaan
Henkilöstöravintolassa/ruokalassa	1	2	0
Koulu/oppilaitosruokalassa	1	2	0
Muussa ravintolassa tai kahvilassa	1	2	0

Huom! jos vastaaja on vastannut kaikkiin kohtiin 0 = en koskaan, vastaaminen siirtyy automaattisesti kysymykseen 13.

11. Olisitko valmis maksamaan enemmän joukkoruokailussa seuraavista ateriavaihtoehtoista? Valitse maksuhalukkuuttasi vastaava vaihtoehto.

	Kyllä	En
Luonnonmukaisesti tuotetuista raaka-aineista valmistettu ateria	1	2
Lähellä tuotetuista raaka-aineista valmistettu ateria	1	2

12. Miten tarpeellisena pidät tiedon saamista seuraavista asioista joukkoruokailussa tarjottavien aterioiden osalta. Valitse parhaiten mielipidettäsi vastaava vaihtoehto asteikolta ”en lainkaan kiinnostunut” = 1 – ”erittäin kiinnostunut” = 5.

	En lainkaan kiinnostunut				Erittäin kiinnostunut
Raaka-aineiden tuotantotapa	1	2	3	4	5
Raaka-aineiden tuotantopaikka	1	2	3	4	5
Ruoka-annosten valmistusaineet	1	2	3	4	5
Ruoka-annosten ravintosisältö	1	2	3	4	5
Valmistuspaikka (esim. onko lihapyörykät valmistettu keittiössä vai käytetty teollisesti valmistettuja)	1	2	3	4	5

13. Millaisena näet elintarviketalouden vuonna 2010? Vastausarakeita on kaksi. Vasemmanpuoleinen vastausarake kuvaa kehitystä, jonka **uskot** tapahtuvan. Oikeanpuoleinen sarake kuvaa kehitystä, jonka **toivoisit** tapahtuvan. Vastaa kumpaankin sarakkeeseen käyttäen seuraavaa asteikkoa:

- 2 = Vähenee / pienenee huomattavasti
- 1 = Vähenee / pienenee
- 0 = Pysyy ennallaan
- +1 = Lisääntyy / kasvaa
- +2 = Lisääntyy / kasvaa huomattavasti

Millaisena näet elintarviketalouden tulevaisuuden yleisesti?	Uskon	Toivoisin
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Lähiruoan käyttö	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Kotimaisen luomuruoan käyttö	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Elintarvikeketjun jäljitettävyys	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2

Ole hyvä ja vastaa vielä lopuksi kaikkiin taustakysymyksiin.

14. Olen

- Nainen
- Mies

15. Syntymävuoteni on _____

16. Mikä on koulutuksesi?

- Perusaste (kansa-, kansalais-, keski- tai peruskoulu)
- Keskiaste (ammattikoulu, lukio tai opisto)
- Korkea-aste (ammattikorkeakoulu, korkeakoulu tai yliopisto)

17. Nykyinen elämänvaiheesi...

- Asun kotona vanhempien luona
- Asun yksin
- Asun kaksin puolison kanssa
- Asun puolison ja lasten kanssa
- Yksinhuoltaja
- Muu

18. Asun

- Taajama-alueella
- Haja-asutusalueella

19. Millä tavoin taloudessasi valmistetaan ateriat arkisin?

Ole hyvä ja vastaa jokaiseen väittämään valitsemalla asteikolta ”ei koskaan” = 1 – ”usein” = 5 se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa taloutesi tapaa valmistaa ateriat arkisin.

Tehdään itse (raaka-aineista tai lämmitetään aikaisemmin itse tehtyjä)

Ei koskaan	1	2	3	4	5	Usein
------------	---	---	---	---	---	-------

Tehdään itse lähinnä puolivalmisteita käyttäen

Ei koskaan	1	2	3	4	5	Usein
------------	---	---	---	---	---	-------

Käytetään pääosin valmisruokia (kuten mikroateriat ja einekset)

Ei koskaan	1	2	3	4	5	Usein
------------	---	---	---	---	---	-------

Syödään pääasiassa kodin ulkopuolella (ja kotona syödään lähinnä välipaloja)

Ei koskaan	1	2	3	4	5	Usein
------------	---	---	---	---	---	-------

20. Mikä seuraavista vaihtoehtoista kuvaa parhaiten Sinun ruokavaliotasi?

- Syön sekä liha-, kala- että kasvisruokia (= sekaruokaa)
- Syön muuten sekaruokaa, mutta vältän punaista lihaa
- Syön vain kala- ja kasvisruokia
- Syön kasvisruokaa, mutta käytän maitotuotteita ja/tai kananmunia
- Syön ainoastaan kasvisruokaa, vältän maitotuotteita ja/tai kananmunia
- Jokin muu, mikä? _____

21. Kuka taloudessasi pääasiassa vastaa siitä, mitä elintarvikkeita ja muita päivittäistavaroita talouteen ostetaan?

- Minä yksin
- Minä yhdessä jonkun muun kanssa
- Joku muu talouden jäsen
- En osaa sanoa

KIITOS VASTAUKSISTASI!

LIITE 2: Suurkeittiöiden edustajien lähi- ja luomuruokakysely 2004

1. Seuraavassa pyydämme Teitä kuvaamaan, **mitä sana LÄHIRUOKA tarkoittaa** Teidän mielestänne. **Arvioikaa** seuraavia ominaisuuksia sen mukaan, kuinka hyvin ne kuvaavat lähiruoan oleellisia piirteitä.

Valitkaa jokaiselta vastausriviltä se vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten mielipidettänne. Olkaa hyvä ja vastatkaa kaikkiin kohtiin.

	Ei sovi lainkaan lähiruokaan	Sopii heikosti lähiruokaan	Sopii jonkin verran lähiruokaan	Sopii hyvin lähiruokaan	Sopii erittäin hyvin lähiruokaan
Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta	1	2	3	4	5
Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa	1	2	3	4	5

2. Kuinka tärkeitä seuraavat ominaisuudet ovat Teille, jotta ruokaa voitaisiin kutsua **lähiruoksi**? **Valitkaa** parhaiten mielipidettänne vastaava vaihtoehto asteikolta ”ei lainkaan tärkeä” = 1 – ”erittäin tärkeä” = 5.

	Ei lainkaan tärkeä					Erittäin tärkeä
	1	2	3	4	5	
Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita	1	2	3	4	5	
Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti	1	2	3	4	5	
Ruoka on tuotettu asuinseudullani	1	2	3	4	5	
Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan	1	2	3	4	5	
Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta	1	2	3	4	5	

3. Seuraavissa kysymyksissä tarkoitamme lähiruoalla ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia. Kotimaisella luomuruoalla tarkoitamme ruokaa, joka on tuotettu EU:n luomusäännösten mukaisesti missä tahansa Suomessa. Kuinka **aloitteellisia seuraavat tahot** ovat olleet lähi- ja kotimaisen luomuruoan käytön edistämässä kuntanne ruokapalveluissa? **Vastatkaa** erikseen sekä lähi- että kotimaisen luomuruoan osalta.

- 1 = Ei lainkaan aloitteellisia
- 2 =
- 3 =
- 4 =
- 5 = Erittäin aloitteellisia

	<u>Lähi</u> ruoka	<u>Koti</u> mainen <u>luomu</u> ruoka
Kuntalaiset (esim. ruokailijat, lasten vanhemmat, kansalaisjärjestöt)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Elintarvikealan yritykset (raaka-aineiden tuottajat, maatilayritykset, elintarvikkeiden jalostajat)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Suurkeittiöt (esim. yksittäiset suurkeittiöt/suurkeittiöemännät)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Kunnanjohto (esim. kunnanvaltuutetut, ruokapalveluorganisaation johto)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

4a. Kuinka monta prosenttia **kotimaista lähiruokaa** arvioitte käytettävän kuntanne suurkeittiöissä alla mainituissa tuoteryhmissä tämän vuoden aikana? Vastatkaa jokaisen tuoteryhmän kohdalla.

Mikäli ette osaa vastata koko kunnan osalta, vastatkaa siltä osin, kuin ruokapalvelut kuuluvat Teidän vaikutuspiiriinne.

<u>Lähi</u> ruokaa	ei yhtään	alle 10 %	10–24 %	25–50 %	51–75 %	76–100 %
Peruna, juurekset						
Vihannekset						
Marjat						
Liha ja lihatuotteet						
Leipä ja leipomotuotteet						
Maito ja maitotuotteet						

→ jos vastannut kaikkiin kohtiin ei yhtään, kysymystä 5a ei kysytä

4b. Koskevatko edellä olevat arviot kotimaisen lähiruuan käytöstä?

- Kunnan kaikkia suurkeittiöitä
- Osaa kunnan suurkeittiöistä
- Yksittäistä suurkeittiötä

4c. Kuinka monta prosenttia **kotimaista luomuruokaa** arvioitte käytettävän kuntanne suurkeittiöissä alla mainituissa tuoteryhmissä tämän vuoden aikana? Vastatkaa jokaisen tuoteryhmän kohdalla. Mikäli ette osaa vastata koko kunnan osalta, vastatkaa siltä osin, kuin ruokapalvelut kuuluvat Teidän vaikutuspiiriinne.

<u>Koti</u> mainen <u>luomu</u> ruokaa	ei yhtään	alle 10 %	10–24 %	25–50 %	51–75 %	76–100 %
Peruna, juurekset						
Vihannekset						
Marjat						
Liha ja lihatuotteet						
Leipä ja leipomotuotteet						
Maito ja maitotuotteet						

→ jos vastannut kaikkiin kohtiin ei yhtään, kysymystä 5b ei kysytä

4d. Koskevatko edellä olevat arviot kotimaisen luomuruuan käytöstä?

- Kunnan kaikkia suurkeittiöitä
- Osaa kunnan suurkeittiöistä
- Yksittäistä suurkeittiötä

5a. Mikä on tämänhetkinen **lähiruoan ostohinta** verrattuna tavanomaisiin raaka-aineisiin ja tuotteisiin seuraavissa tuoteryhmissä? Vastatkaa arvionne mukaan jokaisen tuoteryhmän kohdalla.

	Alhaisempi	Samaa tasoa	1–5 % enemmän	6–10 % enemmän	11–20 % enemmän	21–30 % enemmän	yli 30 % enemmän
Peruna, juurekset							
Vihannekset							
Marjat							
Liha ja lihatuotteet							
Leipä ja leipomotuotteet							
Maito ja maitotuotteet							

5b. Mikä on tämänhetkinen kotimaisen **luomuruoan ostohinta** verrattuna tavanomaisiin raaka-aineisiin ja tuotteisiin seuraavissa tuoteryhmissä? Vastatkaa arvionne mukaan jokaisen tuoteryhmän kohdalla.

	Alhaisempi	Samaa tasoa	1–5 % enemmän	6–10 % enemmän	11–20 % enemmän	21–30 % enemmän	yli 30 % enemmän
Peruna, juurekset							
Vihannekset							
Marjat							
Liha ja lihatuotteet							
Leipä ja leipomotuotteet							
Maito ja maitotuotteet							

6a. Kuinka paljon olette valmiita maksamaan **lähiruoasta** verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin? Vastatkaa oman käsityksenne mukaan.

- Vähemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- Saman verran kuin tavanomaisista tuotteista
- 1–5 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 6–10 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 11–20 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 21–30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- yli 30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista

6b. Kuinka paljon olette valmiita maksamaan **kotimaisesta luomuruoasta** verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin? Vastatkaa oman käsityksenne mukaan.

- Vähemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- Saman verran kuin tavanomaisista tuotteista
- 1–5 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 6–10 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 11–20 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 21–30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- yli 30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista

7. Oletteko kokeneet seuraavia asioita **esteiksi** lähi- ja kotimaisen luomuruoan käytölle kuntanne ruokapalveluissa? Yrityksillä tarkoitetaan sekä lähi- että luomutuotteita tarjoavia maatiloja ja jalostavia yrityksiä.

- 1 = Ei lainkaan este
 2 =
 3 =
 4 =
 5 = Erittäin merkittävä este

	Lähi-ruoka	Kotimainen luomuruoka
Nykyinen kilpailu- ja hankintalainsäädäntö	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Keskitetty hankintarengas	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Kuntaorganisaation tavoitteet ruokapalvelujen kehittämisessä	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Suurkeittiöhenkilökunnan asenne	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteiden epätasainen tarjonta	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Emme tunne lähi- tai luomutuotteita tarjoavia yrityksiä	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Emme saa tarjouksia lähi- tai luomutuotteista	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteiden alhainen esikäsittelyaste	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteiden laatu	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteiden tai lajikkeiden soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Pakkausten soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Yritykset eivät halua sitoutua pidempiaikaisiin toimitussopimuksiin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Yritysten kehittymättömät tilausjärjestelmät	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Yritysten tavarantoimituskyky	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteiden käsittely- ja varastointikustannukset verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteiden kalleus verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Käytettävissä olevat määrärahat	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tuotteisiin ja toimituksiin annettu palaute ei johda toivottuihin muutoksiin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Yritysten yhteistyöhalukkuus tuotekehityksessä	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ruokailijoiden vähäinen kiinnostus	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

8. Onko lähi- ja/tai luomuruoan käyttö käsityksenne mukaan edistänyt seuraavia asioita kuntanne ruokapalvelussa?

- 1 = Ei lainkaan
 2 =
 3 =
 4 =
 5 = Erittäin merkittävästi

	Lähiruoka	Kotimainen luomuruoka
Ruokailijoiden tyytyväisyys on lisääntynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ruokailijoiden toiveet on pystytty ottamaan huomioon entistä paremmin	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ruoan raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut suurkeittiöissä	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Suurkeittiön henkilökunta on kokenut raaka-aineet entistä turvallisempina	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ruokailijat ovat kokeneet ruoan entistä turvallisempina	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ruokailijoiden kiinnostus paikallista elintarviketuotantoa kohtaan on lisääntynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Lasten ja nuorten tietämys elintarvikeketjusta on lisääntynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Aterioiden raaka-ainekustannukset ovat pienentyneet	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Hankintojen kokonaistaloudellisuus on parantunut	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Raaka-aineiden esikäsittely on vähentynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Raaka-aineiden hävikki on pienentynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Raaka-aineiden varastokierto on nopeutunut	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Pakkausmateriaalien käyttö on vähentynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Työn määrä on vähentynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Kausituotteiden käyttö on lisääntynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Työn mielekkyys suurkeittiöissä on lisääntynyt (esim. innovatiivisuus, kokeileva ruoanvalmistus)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Suurkeittiöalan arvostus on kasvanut	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Suurkeittiöiden ja alueen yrittäjien tuotekehitysyhteistyö on lisääntynyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

9. Millaisena näette elintarviketalouden vuonna 2010?

Vastausarakkeita on kaksi. Vasemmanpuoleinen vastausarake kuvaa kehitystä, jonka **uskotte** tapahtuvan. Oikeanpuoleinen sarake kuvaa kehitystä, jonka **toivoisitte** tapahtuvan. Vastatkaa kumpaankin sarakkeeseen käyttäen seuraavaa asteikkoa:

- 2 = Vähenee / pienenee merkittävästi
- 1 = Vähenee / pienenee
- 0 = Pysyy ennallaan
- +1 = Lisääntyy / kasvaa
- +2 = Lisääntyy / kasvaa merkittävästi

Millaisena näette elintarviketalouden tulevaisuuden yleisesti?	Uskon	Toivoisin
<i>Lähiruonan</i> käyttö	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
<i>Kotimaisen luomuruonan</i> käyttö	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
<i>Lähiruokatuotteiden</i> hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
<i>Kotimaisten luomutuotteiden</i> hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Elintarvikeketjun jäljitettävyys	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2

Entä millaisena näette oman kuntanne ruokapalvelujen tulevaisuuden?	Uskon	Toivoisin
Kunnallisen ruokapalvelun määrärahat	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Hankintojen päätöksentekovastuun siirtyminen kunnan ulkopuoliselle toimijalle	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Yksittäisen kunnallisen suurkeittiön mahdollisuus vaikuttaa toimittajavalintoihin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja tuotteiden kotimaisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja tuotteiden paikallisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö suurkeittiöissä	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Tuontiraaka-aineiden osuus suurkeittiöiden hankinnoissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Ruoanvalmistuksen keskittäminen kunnassa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisessa ruokapalvelussa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Ruokailijoiden kiinnostus lähiruokaan	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen luomuruokaan	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2

10. Lopuksi olemme kiinnostuneita Teidän mielikuvistanne neljästä erityyppisestä ruoasta, jotka ovat:

- A) **Ulkomainen ruoka.** Missä tahansa muussa maassa kuin Suomessa tuotettu ruoka.
- B) **Lähiruoka.** Ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia.
- C) **Kotimainen luomuruoka.** Ruoka on tuotettu EU:n luomusäännösten mukaisesti missä tahansa Suomessa.
- D) **Kotimainen ruoka.** Missä tahansa Suomessa tuotettu ruoka.

Pyydämme Teitä **arvioimaan**, kuinka hyvin seuraavana esitetyt väitteet **sopivat mielikuvaanne** näistä neljästä erityyppisestä ruoasta. Huom! Vastauksenne ei tarvitse perustua tietoon, vaan voitte hyvin vastata pelkkien mielikuvienne perusteella. Jos teillä ei ole mitään mielikuvaa asiasta, vastatkaa 3.

Merkitkää jokaisen rivin kaikkiin kohtiin (A – D) omaa mielikuvaanne vastaava numero seuraavasti:

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä

	A) Ulkomainen ruoka	B) <u>Lähiruoka</u>	C) Kotimainen <u>luomuruoka</u>	D) Kotimainen ruoka
On maukasta				
On vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat				
Raaka-aineet ovat korkealaatuisia				
Sisältää runsaasti lisä- tai säilöntäaineita				
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti				
On edullista				
Lisää ympäristön kuormitusta				
Valmistettu pienyrityksessä				
On ostettaessa tuoretta				
Edistää eläinten hyvinvointia				

Lopuksi kysymme vielä joitakin taustatietoja kunnastanne.

11. Mikä on lähinnä tehtäväänne vastaava nimike?

- Pääemäntä, vastaava keittäjä
- Ruokapalvelu-, ravitsemispäällikkö
- Ruokapalvelu-, ravitsemisjohtaja
- Jokin muu, mikä _____

12. Miten hankitte **lähiruokaa** kuntanne/alueenne suurkeittiöihin?

- Suoralla hankinnalla
- Rajoitetulla avoimella tarjouspyyntöhankinnalla
- Avoimella hankinnalla
- Muulla tavoin, miten? _____

13. Miten hankitte kotimaista **luomuruokaa** kuntanne/alueenne suurkeittiöihin?

- Suoralla hankinnalla
- Rajoitetulla avoimella tarjouspyyntöhankinnalla
- Avoimella hankinnalla
- Muulla tavoin, miten? _____

14. Kuka/ketkä hoitavat kunnassanne/alueellanne **lähiruoan hankinnan**?

- Suurkeittiön edustaja
- Kunnan hankintapäällikkö
- Koulutoimen edustaja
- Yhteistyökuntien hankintarengas
- Jokin muu taho, mikä? _____

15. Kuka/ketkä hoitavat kunnassanne/alueellanne kotimaisen **luomuruoan hankinnan**?

- Suurkeittiön edustaja
- Kunnan hankintapäällikkö
- Koulutoimen edustaja
- Yhteistyökuntien hankintarengas
- Jokin muu taho, mikä? _____

16. Lääni, johon edustamanne kunta kuuluu

- Etelä-Suomi
- Länsi-Suomi
- Itä-Suomi
- Oulu
- Lappi
- Ahvenanmaa

17. Maakunta, johon edustamanne kunta kuuluu

- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Itä-Uusimaa
- Satakunta
- Kanta-Häme
- Pirkanmaa

- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Kainuu
- Lappi
- Ahvenanmaa

18. Asukasluku

- alle 2000
- 2000 - 6000
- 6001 - 10 000
- 10 001 – 20 000
- 20 001 – 40 000
- 40 001 – 100 000
- yli 100 000

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

LIITE 3: Kunnan johdon lähi- ja luomuruokakysely 2004

1. Seuraavassa pyydämme Teitä kuvaamaan, **mitä sana LÄHIRUOKA tarkoittaa** Teidän mielestänne. **Arvioikaa** seuraavia ominaisuuksia sen mukaan, kuinka hyvin ne kuvaavat lähiruoan oleellisia piirteitä.

Valitkaa jokaiselta vastausriviltä se vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten mielipidettänne. Olkaa hyvä ja vastatkaa kaikkiin kohtiin.

	Ei sovi lainkaan lähiruokaan	Sopii heikosti lähiruokaan	Sopii jonkin verran lähiruokaan	Sopii hyvin lähiruokaan	Sopii erittäin hyvin lähiruokaan
Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa	1	2	3	4	5
Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta	1	2	3	4	5
Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa	1	2	3	4	5

2. Kuinka tärkeitä seuraavat ominaisuudet ovat Teille, jotta ruokaa voitaisiin kutsua **lähiruoksi**?

Valitkaa parhaiten mielipidettänne vastaava vaihtoehto asteikolta ”ei lainkaan tärkeä” = 1 – ”erittäin tärkeä” = 5.

	Ei lainkaan tärkeä					Erittäin tärkeä
	1	2	3	4	5	
Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita	1	2	3	4	5	
Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti	1	2	3	4	5	
Ruoka on tuotettu asuinseudullani	1	2	3	4	5	
Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan	1	2	3	4	5	
Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta	1	2	3	4	5	

3. Kuinka **aloitteellisia seuraavat tahot** ovat olleet kotimaisen lähi- ja luomuruoan käytön edistämässä kuntanne ruokapalveluissa? **Vastatkaa** erikseen sekä lähi- että kotimaisen luomuruoan osalta.

- 1 = Ei lainkaan aloitteellisia
- 2 =
- 3 =
- 4 =
- 5 = Erittäin aloitteellisia

	Lähirooka	Kotimainen luomuruoka
Kuntalaiset (esim. ruokailijat, lasten vanhemmat, kansalaisjärjestöt)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Elintarvikealan yritykset (raaka-aineiden tuottajat, maatilayritykset, elintarvikkeiden jalostajat)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Suurkeittiöt (esim. yksittäiset suurkeittiöt/suurkeittiöemännät)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Kunnanjohto (esim. kunnanvaltuutetut, ruokapalveluorganisaation johto)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

4a. Kuinka paljon kuntanne ruokapalveluissa (suurkeittiöissä) ollaan valmiita maksamaan **lähiroosta** verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin? Arvioikaa oman käsityksenne mukaan.

- Vähemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- Saman verran kuin tavanomaisista tuotteista
- 1–5 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 6–10 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 11–20 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 21–30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- Yli 30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista

4b. Kuinka paljon kuntanne ruokapalveluissa (suurkeittiöissä) ollaan valmiita maksamaan **kotimaisesta luomuruosta** verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin? Arvioikaa oman käsityksenne mukaan.

- Vähemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- Saman verran kuin tavanomaisista tuotteista
- 1–5 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 6–10 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 11–20 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- 21–30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista
- Yli 30 % enemmän kuin tavanomaisista tuotteista

5. Missä määrin **uskotte lähirooan käytön edistävän** seuraavia asioita kunnassanne/seutukunnassanne? Vastatkaa oman käsityksenne mukaan.

- 1 = Ei lainkaan
- 2 =
- 3 =
- 4 =
- 5 = Erittäin merkittävästi

	Lähirooan käytön seurauksena
Työllisyys paranee	1 2 3 4 5
Verotulot kasvavat	1 2 3 4 5
Alkutuotannon asema vahvistuu	1 2 3 4 5
Elintarviketalouden alueellinen huoltovarmuus saadaan turvattua	1 2 3 4 5
Alueen yritysten tuotannon jalostusaste nousee	1 2 3 4 5
Ekologiset toimintatavat ruokapalveluissa lisääntyvät	1 2 3 4 5
Ympäristön kuormitus koko elintarvikeketjun osalta vähenee	1 2 3 4 5
Kunnan/seutukunnan imago vahvistuu	1 2 3 4 5
Paikallinen ruokakulttuuri vahvistuu	1 2 3 4 5

6. Millaisena näette elintarviketalouden vuonna 2010?

Vastaussarakkeita on kaksi. Vasemmanpuoleinen vastaussarake kuvaa kehitystä, jonka **uskotte** tapahtuvan. Oikeanpuoleinen sarake kuvaa kehitystä, jonka **toivoisitte** tapahtuvan. Vastatkaa kumpaankin sarakkeeseen käyttäen seuraavaa asteikkoa:

- 2 = Vähenee / pienenee merkittävästi
- 1 = Vähenee / pienenee
- 0 = Pysyy ennallaan
- +1 = Lisääntyy / kasvaa
- +2 = Lisääntyy / kasvaa merkittävästi

Millaisena näette elintarviketalouden tulevaisuuden yleisesti?	Uskon	Toivoisin
Lähiruoan käyttö	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Kotimaisen luomuruoan käyttö	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Elintarvikeketjun jäljitettävyys	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2

Entä millaisena näette oman kuntanne ruokapalvelujen tulevaisuuden?	Uskon	Toivoisin
Kunnallisen ruokapalvelun määrärahat	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Hankintojen päätöksentekovastuun siirtyminen kunnan ulkopuoliselle toimijalle	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Yksittäisen kunnallisen suurkeittiön mahdollisuus vaikuttaa toimittajavalintoihin	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja tuotteiden kotimaisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Raaka-aineiden ja tuotteiden paikallisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö suurkeittiöissä	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Tuontiraaka-aineiden osuus suurkeittiöiden hankinnoissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Ruoanvalmistuksen keskittäminen kunnassa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisessa ruokapalvelussa	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Ruokailijoiden kiinnostus lähiruokaan	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen luomuruokaan	-2 -1 0 +1 +2	-2 -1 0 +1 +2

7. Lopuksi olemme kiinnostuneita Teidän mielikuvistanne neljästä erityyppisestä ruoasta, jotka ovat:

- A) Ulkomainen ruoka.** Missä tahansa muussa maassa kuin Suomessa tuotettu ruoka.
B) Lähirooka. Ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia.
C) Kotimainen luomuruoka. Ruoka on tuotettu EU:n luomusäännösten mukaisesti missä tahansa Suomessa.
D) Kotimainen ruoka. Missä tahansa Suomessa tuotettu ruoka.

Pyydämme Teitä **arvioimaan**, kuinka hyvin seuraavana esitetyt väitteet **sopivat mielikuvaanne** näistä neljästä erityyppisestä ruoasta. Huom! Vastauksenne ei tarvitse perustua tietoon, vaan voitte hyvin vastata pelkkien mielikuvienne perusteella. Jos teillä ei ole mitään mielikuvaa asiasta, vastatkaa 3.

Merkitkää jokaisen rivin kaikkiin kohtiin (A – D) omaa mielikuvaanne vastaava numero seuraavasti:

- 1 = Täysin eri mieltä
 2 = Jokseenkin eri mieltä
 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
 4 = Jokseenkin samaa mieltä
 5 = Täysin samaa mieltä

	A) Ulkomainen ruoka	B) Lähirooka	C) Kotimainen luomuruoka	D) Kotimainen ruoka
On maukasta				
On vaikea tietää, mistä tuote tai sen raaka-aineet lopulta tulevat				
Raaka-aineet ovat korkealaatuisia				
Sisältää runsaasti lisä- tai säilöntäaineita				
Luotan siihen, että tuotteen laatua valvotaan asianmukaisesti				
On edullista				
Lisää ympäristön kuormitusta				
Valmistettu pienyrityksessä				
On ostettaessa tuoretta				
Edistää eläinten hyvinvointia				

Lopuksi kysymme vielä joitakin taustatietoja kunnastanne.

8. Mikä on tehtäväänne vastaava nimike?

- Kaupungin/kunnanjohtaja
- Apulaiskaupungin/kunnanjohtaja
- Jokin muu, mikä? _____

9. Lääni, johon edustamanne kunta kuuluu

- Etelä-Suomi
- Länsi-Suomi
- Itä-Suomi
- Oulu
- Lappi
- Ahvenanmaa

10. Maakunta, johon edustamanne kunta kuuluu

- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Itä-Uusimaa
- Satakunta
- Kanta-Häme
- Pirkanmaa
- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Kainuu
- Lappi
- Ahvenanmaa

11. Asukasluku

- alle 2000
- 2000 - 6000
- 6001 - 10 000
- 10 001 – 20 000
- 20 001 – 40 000
- 40 001 – 100 000
- yli 100 000

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

LIITE 4: Kuluttaja-aineiston (N = 2 429) taustamuuttujat

		n	%
Sukupuoli	Nainen	1216	50
	Mies	1213	50
Ikä	15–29-vuotiaat	801	33
	30–44-vuotiaat	789	33
	yli 44-vuotiaat	838	34
Koulutus	Perusaste	386	16
	Keskiaste	1482	61
	Korkea-aste	561	23
Talouden koko	1–2 henkeä	1170	48
	3 henkeä tai enemmän	1259	52
Talouden tyyppi	Yhden hengen talous	401	17
	Lapseton pari	760	31
	Lapsiperhe	958	39
	Muu aikuistalous	310	13
Talouden vuositulot	Alle 30 001 €	760	31
	30 001–50 000 €	803	33
	Yli 50 000 €	802	33
	Tieto puuttuu	64	3
Asuinpaikka	Pääkaupunkiseutu	652	27
	Muu suuri kaupunki	571	23
	Muu kunta	1206	50
Asuinlääni	Etelä-Suomi	1095	45
	Länsi-Suomi	826	34
	Itä-Suomi	227	9
	Oulu	199	8
	Lappi	82	3
Asuinmaakunta	Uusimaa	730	30
	Varsinais-Suomi	256	11
	Itä-Uusimaa	23	1
	Satakunta	132	6
	Kanta-Häme	95	4
	Pirkanmaa	207	9
	Päijät-Häme	84	4
	Kymenlaakso	67	3
	Etelä-Karjala	53	2
	Etelä-Savo	59	2
	Pohjois-Savo	101	4
	Pohjois-Karjala	52	2
	Keski-Suomi	143	6
	Etelä-Pohjanmaa	78	3
	Pohjanmaa	52	2

		n	%
Asuinmaakunta	Keski-Pohjanmaa	29	1
	Pohjois-Pohjanmaa	163	7
	Kainuu	23	1
	Lappi	81	3
Asuinalue	Taajama-alue	2010	83
	Haja-asutusalue	419	17
Ruoan osto taloudessa	Vastaaja itse	717	30
	Vastaaja yhdessä jonkun muun kanssa	1393	57
	Joku muu talouden jäsen	319	13
Ruokavalio	Sekaruokavalio	2152	89
	Muu ruokavalio	277	11
Lähiruoan käyttö	Ei käytä	765	31
	Käyttää satunnaisesti	1192	49
	Käyttää säännöllisesti	472	19
Luomuruoan käyttö	Ei käytä	970	40
	Käyttää satunnaisesti	1150	47
	Käyttää säännöllisesti	309	13
Arkiaterian valmistustapa	Ruokansa itse valmistavat	1118	46
	Puolivalmisteita käyttävät	943	39
	Kodin ulkopuolella ruokailevat	368	15
Natural product interest (NPI) Kiinnostus ruoan luonnollisuuteen	Vähiten kiinnostuneet	764	31
	Keskimääräisesti kiinnostuneet	883	36
	Eniten kiinnostuneet	778	32
	Tieto puuttuu	4	1

LIITE 5: NPI-arvojen keskiarvon vertailu kuluttajien (N = 2 425) taustatekijöiden mukaan (yksisuuntainen varianssianalyysi)

		NPI-arvon keskiarvo
Sukupuoli ***	Nainen	4,6
	Mies	4,1
Ikä ***	15–29 vuotta	4,1
	30–44 vuotta	4,3
	yli 44 vuotta	4,7
Koulutus (ns)	Perusaste	4,5
	Keskiaste	4,4
	Korkea-aste	4,3
Talouden koko (ns)	1–2 henkeä	4,3
	3 henkeä tai enemmän	4,4
Talouden tyyppi ***	Lapseton talous	4,3
	Lapsiperhe	4,5
Talouden vuositulot ***	alle 30 001 €	4,3
	30 001–50 000 €	4,5
	yli 50 000 €	4,3
Asuinpaikka (ns)	Pääkaupunkiseutu	4,4
	Muu Suomi	4,4
Asuinlääni **	Etelä-Suomi	4,3
	Länsi-Suomi	4,3
	Itä-Suomi	4,5
	Oulu	4,7
	Lappi	4,5
Asuinalue *	Taajama-alue	4,4
	Haja-asutusalue	4,5
Ruoan osto taloudessa ***	Vastaaja itse	4,4
	Vastaaja yhdessä jonkun muun kanssa	4,5
	Joku muu talouden jäsen	4,0
Ruokavalio **	Sekaruokavalio	4,4
	Muu ruokavalio	4,6
Lähiruoan käyttö ***	Ei käytä	3,8
	Käyttää satunnaisesti	4,6
	Käyttää säännöllisesti	4,8
Luomuruoan käyttö ***	Ei käytä	3,7
	Käyttää satunnaisesti	4,7
	Käyttää säännöllisesti	5,5

		NPI-arvon keskiarvo
Arkiaterian valmistustapa ***	Ruokansa itse valmistavat	4,7
	Puolivalmisteita käyttävät	4,1
	Kodin ulkopuolella ruokailevat	4,3

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; ns = ei tilastollisesti merkitsevä

LIITE 6: Kuluttajien (N = 2 429), kunnanjohton (N = 144) ja suurkeittiöiden edustajien (N =212) näkemykset suomalaisuuteen ja etäisyyteen liittyvien väittämien sopivuudesta kuvaamaan lähiruokaa (%)

		Väittäjä kuvaa lähiruokan oleellisia piirteitä...					
		erittäin hyvin	hyvin	jonkin verran	heikosti	ei sovi lainkaan	
Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta*	Kuluttajat	66	24	6	2	2	100
	Kunnanjohto	57	32	7	3	1	100
	Sk-edustajat	59	24	11	5	1	100
Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla***	Kuluttajat	10	24	32	25	9	100
	Kunnanjohto	8	13	32	32	15	100
	Sk-edustajat	8	17	33	28	14	100
Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa***	Kuluttajat	5	12	20	27	36	100
	Kunnanjohto	8	10	12	30	40	100
	Sk-edustajat	2	5	8	18	67	100
Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa***	Kuluttajat	1	4	14	31	50	100
	Kunnanjohto	-	-	11	30	59	100
	Sk-edustajat	1	1	5	17	76	100
Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa***	Kuluttajat	1	2	11	24	62	100
	Kunnanjohto	-	1	5	19	75	100
	Sk-edustajat	-	1	2	16	81	100

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05. Tilastollinen merkitsevyys perustuu keskiarvoihin (ei-parametrinen Kruskal-Wallis -testi)

LIITE 7: Kuluttajien (N = 2 429), kunnanjohton (N = 144) ja suurkeittiöiden edustajien (N = 212) näkemykset jakeluketjuun, valmistuspaikkaan ja -tapaan sekä myyntitilanteeseen ja -paikkaan liittyvien ominaisuuksien tärkeydestä lähiruualle (%)

		Väittämissä esitettyjen ominaisuuksien tärkeys sen kannalta, että ruokaa voisi kutsua lähiruoka					
		Erittäin tärkeä				Ei lainkaan tärkeä	
		5	4	3	2	1	
Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita***	Kuluttajat	41	38	14	5	2	100
	Kunnanjohto	40	37	19	4	-	100
	Sk-edustajat	64	29	6	1	-	100
Ruoka on tuotettu asuinseudullani**	Kuluttajat	34	35	19	8	4	100
	Kunnanjohto	46	35	13	3	3	100
	Sk-edustajat	45	24	22	5	4	100
Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti (ns)	Kuluttajat	22	36	27	11	4	100
	Kunnanjohto	28	40	21	8	3	100
	Sk-edustajat	25	31	32	6	6	100
Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan***	Kuluttajat	11	24	32	24	9	100
	Kunnanjohto	18	31	30	15	6	100
	Sk-edustajat	35	36	21	4	4	100
Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta***	Kuluttajat	13	25	33	19	10	100
	Kunnanjohto	13	30	33	19	5	100
	Sk-edustajat	21	32	27	11	9	100

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; ns = ei tilastollisesti merkitsevä. Tilastollinen merkitsevyys perustuu keskiarvoihin (ei-parametrinen Kruskal-Wallis -testi)

LIITE 8: Lähiruoan määrittelyyn liittyvistä väittämistä muodostetut keskiarvomuuttujat ja niiden reliabiliteetit kuluttaja-aineistossa (N = 2 429)

Keskiarvomuuttuja	Väittämät lomakkeella	Cronbachin alfa
Suomalaisuus ja etäisyys	<ul style="list-style-type: none">• Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa• Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla• Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa• Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa	0,70
Sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys	<ul style="list-style-type: none">• Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita• Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti• Ruoka on tuotettu asuinseudullani• Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan• Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta	0,71

Liite 9: Suomalaisuus ja etäisyys- ja sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeyskeskiarvomuuttujien vertailu kuluttajien (N = 2 429) taustatekijöiden mukaan

		Suomalaisuus ja etäisyys	Sosiokulttuurisen läheisyyden tärkeys
Sukupuoli		***	***
	Nainen	2,1	3,6
	Mies	2,2	3,5
Ikä		*	*
	15–29 vuotta	2,4	3,4
	30–44 vuotta	2,0	3,6
	yli 44 vuotta	2,0	3,7
Koulutus		***	ns
	Perusaste	2,3	3,5
	Keskiaste	2,1	3,6
	Korkea-aste	2,1	3,5
Lapsiperhe		***	***
	Ei lapsia	2,2	3,5
	Lapsiperhe	2,0	3,6
Asuinpaikka		***	***
	Pääkaupunkiseutu	2,3	3,4
	Muu suuret kaupungit	2,1	3,6
	Muut kunnat	2,1	3,6
Ruoan luonnollisuus		***	***
	Vähiten kiinnostuneet	2,2	3,4
	Keskimääräisesti kiinnostuneet	2,1	3,6
	Eniten kiinnostuneet	2,0	3,7
Ruoan osto taloudessa		***	***
	Vastaa itse	2,1	3,6
	Vastaa yhdessä jonkun muun kanssa	2,1	3,6
	Joku muu talouden jäsen	2,4	3,4
Lähiruoan käyttö		***	***
	Ei käytä	2,2	3,3
	Käyttää satunnaisesti	2,1	3,6
	Käyttää säännöllisesti	2,0	3,6
Arkiaterian valmistustapa		***	***
	Ruokansa itse valmistavat	2,1	3,6
	Puolivalmisteiden käyttävät	2,2	3,5
	Kodin ulkopuolella ruokailevat	2,3	3,5

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; ns = ei tilastollisesti merkitsevä

LIITE 10: Lähiruoan määrittelyn vertailu päättäjien taustatietojen mukaan

Lähiruoan määrittelyn (ominaisuuksien sopivuus) vertailu eri lääneissä suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, ei-parametrinen Kruskal-Wallis-testi)

	Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa	Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla	Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa	Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta	Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa
Chi-Square	8,599	10,492	4,336	8,984	3,337
df	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	0,072	0,033	0,362	0,062	0,503

Lähiruoan määrittelyn (ominaisuuksien sopivuus) ja kunnan asukasluvun välinen korrelaatio (Spearman) suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212)

	Ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa	Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla	Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa	Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta	Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa
Asukasluku	0,22(**)	0,27(**)	0,09	0,12	0,19(**)

(**) Korrelaatio on merkitsevä 0,01 merkitsevyystasolla

Lähiruoan määrittelyn (ominaisuuksien tärkeys) ja asukasluvun välinen korrelaatio (Spearman) suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212)

	Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita	Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti	Ruoka on tuotettu asuinseudullani	Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan	Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta
Asukasluku	-0,25 (**)	-0,18 (**)	-0,31 (**)	-0,42 (**)	-0,35 (**)

(**) Korrelaatio on merkitsevä 0,01 merkitsevyystasolla

Lähiruoan määrittelyn (ominaisuuksien tärkeys) vertailu eri lääneissä suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, ei-parametrinen Kruskal-Wallis-testi)

	Jakeluketjussa on mahdollisimman vähän väliportaita	Ruoka on valmistettu tietyn alueen tai maakunnan oman perinteen mukaisesti	Ruoka on tuotettu asuinseudullani	Ostaessani minulla on mahdollisuus olla henkilökohtaisesti kontaktissa tuottajaan/valmistajaan	Tuottaja myy tuotteensa suoraan tilalta
Chi-Square	7,133	5,155	8,857	10,656	6,47
df	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	0,129	0,272	0,065	0,031	0,167

**Lähiruoan määrittelyn (ominaisuuksien sopivuus) vertailu eri kuntatyypeissä
(kaupunkimainen kunta, taajaan asuttu kunta, maaseutumainen kunta) kunnanjohton
aineistossa (N = 144, ei-parametrinen Kruskall-Wallis -testi)**

	Ruoka on tuotettu EU- alueella, mutta ei Suomessa	Ruoka on tuotettu Suomessa millä tahansa paikkakunnalla	Ruoka on tuotettu enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, mutta ei Suomessa	Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta	Ruoka on valmistettu ulkomaisista raaka-aineista Suomessa
Chi-Square	8,4	0,43	1,711	3,848	1,355
df	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	0,015	0,807	0,425	0,146	0,508

LIITE 11: Mielikuvien keskiarvot lääneittäin kuluttaja-aineistossa

		Etelä- Suomi n=1 095	Länsi- Suomi n=826	Itä-Suomi n=228	Oulu n=199	Lappi n=82	Koko aineisto N=2 429
Luottamus - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	4,0	4,1	4,2	4,1	3,9	4,0
	Kotimainen luomu ***	4,1	4,1	4,3	4,2	4,4	4,1
	Kotimainen ^{ns}	4,1	4,1	4,1	4,2	4,1	4,1
	Ulkomainen ***	2,7	2,4	2,3	2,3	2,1	2,5
Luonnollisuus - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	3,5	3,6	3,7	3,6	3,6	3,6
	Kotimainen luomu ***	4,2	4,3	4,4	4,3	4,5	4,3
	Kotimainen *	3,3	3,3	3,4	3,4	3,5	3,3
	Ulkomainen ***	2,1	1,9	1,9	1,9	1,7	2,0
Saatavuus - keskiarvomuuttuja	Lähi *	2,7	2,8	2,8	2,8	2,5	2,7
	Kotimainen luomu ^{ns}	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,6
	Kotimainen ^{ns}	4,2	4,2	4,3	4,2	4,3	4,2
	Ulkomainen ^{ns}	4,0	4,0	4,1	4,0	4,1	4,0
Ei teollinen - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	3,6	3,7	3,8	3,8	3,7	3,7
	Kotimainen luomu ***	3,9	3,9	4,1	4,1	4,1	4,0
	Kotimainen ***	2,9	2,9	3,0	3,1	3,0	2,9
	Ulkomainen ***	1,8	1,7	1,7	1,7	1,9	1,8
Laatu - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	3,9	4,0	4,1	4,0	4,0	4,0
	Kotimainen luomu ^{ns}	4,0	4,0	4,1	4,0	4,1	4,0
	Kotimainen ^{ns}	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9
	Ulkomainen ***	2,8	2,6	2,5	2,5	2,2	2,7
Hyvinvointi - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	3,7	3,8	3,9	4,0	3,8	3,8
	Kotimainen luomu ***	4,0	4,1	4,2	4,2	4,3	4,1
	Kotimainen ***	3,6	3,7	3,7	3,9	3,7	3,7
	Ulkomainen ***	2,4	2,2	2,1	2,2	2,0	2,3
Hyvä omatunto - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	3,7	3,9	4,0	3,9	3,9	3,8
	Kotimainen luomu ***	3,8	3,8	4,0	4,0	3,9	3,8
	Kotimainen **	3,6	3,7	3,8	3,9	3,6	3,7
	Ulkomainen ***	2,3	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2
Huono omatunto - keskiarvomuuttuja	Lähi ***	1,6	1,5	1,6	1,5	1,9	1,6
	Kotimainen luomu ^{ns}	1,5	1,6	1,6	1,5	1,5	1,6
	Kotimainen ^{ns}	1,6	1,6	1,6	1,5	1,6	1,6
	Ulkomainen ***	2,5	2,7	2,8	2,8	2,9	2,6
Valmistettu uusinta teknologiaa hyödyntäen	Lähi **	3,0	3,0	3,1	3,1	3,3	3,0
	Kotimainen luomu *	2,9	2,8	2,9	3,0	3,1	2,9
	Kotimainen ^{ns}	3,7	3,7	3,8	3,8	3,7	3,7
	Ulkomainen ***	3,4	3,4	3,4	3,6	2,8	3,4
Saan halutessani tuotteesta lisätietoja	Lähi **	3,9	4,0	4,1	4,0	4,1	4,0
	Kotimainen luomu *	4,0	4,1	4,2	4,1	4,3	4,1
	Kotimainen ^{ns}	3,9	3,9	3,9	4,0	3,9	3,9
	Ulkomainen ^{ns}	2,2	2,1	2,0	2,1	2,1	2,1
Vaikea tunnistaa kaupassa	Lähi**	3,1	3,1	2,9	3,0	2,8	3,1
	Kotimainen luomu ***	2,1	2,3	2,1	2,2	2,0	2,2
	Kotimainen ^{ns}	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	2,4
	Ulkomainen *	2,8	2,8	2,8	3,0	2,5	2,8

		Etelä- Suomi n=1 095	Länsi- Suomi n=826	Itä-Suomi n=228	Oulu n=199	Lappi n=82	Koko aineisto N=2 429
On edullista	Lähi *	2,6	2,7	2,7	2,6	2,5	2,6
	Kotimainen luomu **	1,7	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8
	Kotimainen *	3,1	3,1	3,2	3,1	2,9	3,1
	Ulkomainen *	3,9	3,9	4,0	4,1	4,0	3,9
On hyvä asia	Lähi **	4,4	4,4	4,5	4,4	4,6	4,4
	Kotimainen luomu*	4,4	4,4	4,5	4,4	4,4	4,4
	Kotimainen ^{ns}	4,3	4,4	4,4	4,3	4,4	4,4
	Ulkomainen ***	2,9	2,7	2,5	2,5	2,7	2,7
On eduksi Suomen kansantaloudelle	Lähi ^{ns}	4,4	4,4	4,4	4,4	4,3	4,4
	Kotimainen luomu ^{ns}	4,4	4,3	4,4	4,4	4,5	4,4
	Kotimainen *	4,5	4,5	4,5	4,6	4,7	4,5
	Ulkomainen *	1,8	1,7	1,7	1,8	1,5	1,8
Lisää ympäristön kuormitusta	Lähi ***	2,5	2,5	2,2	2,2	2,8	2,5
	Kotimainen luomu **	2,1	2,2	1,9	2,0	2,0	2,1
	Kotimainen **	2,9	2,8	2,8	2,6	2,9	2,8
	Ulkomainen **	3,7	3,9	4,0	3,9	4,0	3,8
Tukee oman kotiseutuni yrittäjiä	Lähi ***	4,5	4,6	4,6	4,5	4,7	4,6
	Kotimainen luomu ^{ns}	4,0	4,1	4,0	4,0	3,9	4,0
	Kotimainen **	3,7	3,8	3,6	3,8	3,3	3,7
	Ulkomainen **	1,5	1,5	1,4	1,4	1,2	1,5

Läänien välisten keskiarvojen erojen merkitsevyys varianssianalysissä: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; ns = ei tilastollisesti merkitsevä.

LIITE 12: Yhteenvedo mielikuvien eroista lähiruoan ja kotimaisen ruoan välillä kuluttajien (N = 2 429) taustatekijöiden mukaan

Luvut ovat keskiarvoja ero-muuttujista, jotka on laskettu vähentämällä lähiruoan ko. muuttujalla saama arvo kotimaisen ruoan samalla muuttujalla saamasta arvosta tai päinvastoin siten, että positiivinen luku kuvaa aina lähiruoan saaneen suuremman arvon tällä muuttujalla. Esimerkiksi nollaa suurempi arvo muuttujalla "luonnollisuusero" kertoo, että lähiruokaa kuvattiin useammin luonnolliseksi kuin kotimaista ruokaa ja nollaa pienempi arvo saatavuudessa kertoo, että lähiruokaa pidettiin huonommin saatavana kuin kotimaista ruokaa. Keskiarvojen erojen tilastollinen merkitsevyys käy ilmi seuraavasti ns = ei merkitsevää eroa ko. taustaominaisuuden ryhmissä, * ero on merkitsevä tasolla $p < 0,05$, ** merkitsevä tasolla $p < 0,01$ tai *** tasolla $p < 0,001$.

		Saatavuus- ero	Luottamus- ero	Luonnolli- suusero	Ei teollinen	Laatu ero	Hyvin- vointi- ero	Saa- lisätietoja	Tukee yrittäjiä	Edullisuus- ero	Tasa- laatui- nen	Ympäris- töystäväl- linen	Vaikea tunnistaa kaupassa
Sukupuoli		ns	***	**	ns	*	***	**	ns	ns	***	***	***
	Naiset	-1,51	0,01	0,27	0,77	0,13	0,16	0,09	0,83	-0,44	-0,10	0,46	0,60
	Miehet	-1,44	-0,11	0,20	0,77	0,08	0,06	0	0,91	-0,45	-0,28	0,29	0,64
Paikkakunta		***	***	***	***	***	***	***	ns	***	**	***	***
	Helsinki	-1,70	-0,09	0,17	0,76	0,09	0,18	0,02	0,87	-0,47	-0,27	0,59	0,83
	Espoo/ Kauniainen/ Vantaa	-1,40	-0,20	0,09	0,63	-0,03	-0,40	-0,11	0,74	-0,35	-0,30	0,29	0,72
	Muu pääkaupunki- seutu	-1,50	-0,15	0,17	0,69	0,07	-0,01	-0,15	0,96	-0,33	-0,25	0,24	0,53
	Turku	-1,41	-0,01	0,28	0,84	0,07	0,11	0,04	0,84	-0,45	-0,38	0,44	0,71
	Tampere	-1,50	-0,06	0,29	0,77	0,17	0,02	0,16	0,77	-0,60	-0,03	0,34	0,84
	Muu yli 50 000 as. kaupunki	-1,69	0	0,37	1,0	0,19	0,15	0,15	0,98	-0,69	-0,15	0,42	0,47
	Muu kaupunki	-1,35	0	0,25	0,73	0,12	0,11	0,02	0,83	-0,42	-0,12	0,37	0,71
	Muu kunta	-1,40	-0,05	0,21	0,74	0,10	0,16	0,10	0,90	-0,34	-0,23	0,30	0,44
Asuinkunta		***	***	***	***	***	*	***	ns	***	*	ns	*
	Pääkaupunki- seutu	-1,55	-0,14	0,14	0,70	0,04	0,06	-0,06	0,84	-0,40	-0,28	0,41	0,73
	Muut suuret kaupungit	-1,60	-0,02	0,34	0,91	0,16	0,12	0,14	0,92	-0,63	-0,16	0,41	0,58
	Muut kunnat	-1,38	-0,02	0,23	0,74	0,11	0,13	0,06	0,86	-0,38	-0,17	0,33	0,58

		Saatavuus-ero	Luottamus-ero	Luonnollisuusero	Ei teollinen	Laatuero	Hyvinvointi-ero	Saa lisätietoja	Tukee yrittäjiä	Edullisuus-ero	Tasa-laatuinen	Ympäristöystävällinen	Vaikea tunnistaa kaupassa
Koulutus		***	*	**	***	***	*	ns	***	***	***	***	ns
	Perusaste	-1,23	0	0,18	0,61	0,12	0,05	0,10	0,76	-0,28	-0,01	0,26	0,59
	Keskiaste	-1,45	-0,07	0,22	0,76	0,08	0,11	0,02	0,83	-0,44	-0,23	0,36	0,63
	Korkea-aste	-1,72	-0,04	0,30	1,0	0,18	0,16	0,07	1,08	-0,58	-0,28	0,48	0,64
Lapset		ns	ns	ns	ns	ns	ns	*	ns	ns	ns	ns	***
	Ei lapsia	-1,46	-0,05	0,23	0,77	0,12	0,11	0,08	0,87	-0,48	-0,19	0,38	0,69
	Lapsiperhe	-1,50	-0,05	0,23	0,77	0,09	0,11	-0,01	0,87	-0,03	-0,21	0,35	0,51
Ruokavalio		ns	*	ns	ns	ns	**	ns	ns	ns	ns	*	ns
	Sekaruokavalio	-1,47	-0,06	0,23	0,77	0,10	0,1	0,05	0,85	-0,44	-0,19	0,36	0,62
	Muu ruokavalio	-1,47	0,02	0,26	0,75	0,16	0,21	0,01	0,99	-0,49	-0,22	0,47	0,60
Ikäluokka		***	ns	***	***	ns	***	**	***	***	**	***	***
	15–29 v	-1,54	-0,05	0,28	0,79	0,08	0,13	0,10	0,92	-0,60	-0,26	0,39	0,88
	30–44 v	-1,56	-0,03	0,25	0,84	0,13	0,19	0,02	1,02	-0,45	-0,22	0,48	0,56
	45–59	-1,37	-0,09	0,16	0,67	0,10	0,01	-0,02	0,72	-0,27	-0,15	0,27	0,50
	60 v. täyt.	-1,21	-0,02	0,16	0,72	0,16	0,06	0,17	0,55	-0,42	-0,01	0,24	0,19

LIITE 13: Yhteenveto mielikuvien eroista kotimaisen luomuruoan ja kotimaisen ruoan välillä kuluttajien (N = 2 429) taustatekijöiden mukaan

Luvut ovat keskiarvoja ero-muuttujista, jotka on laskettu vähentämällä luomuruoan ko. muuttujalla saama arvo kotimaisen ruoan samalla muuttujalla saamasta arvosta tai päinvastoin siten, että positiivinen luku kuvaa aina luomuruoan saaneen suuremman arvon tällä muuttujalla. Esimerkiksi nollaa suurempi arvo muuttujalla "luonnollisuusero" kertoo, että luomuruokaa kuvattiin useammin luonnolliseksi kuin kotimaista ruokaa ja nollaa pienempi arvo saatavuudessa kertoo, että luomuruokaa pidettiin huonommin saatavana kuin kotimaista ruokaa. Keskiarvojen erojen tilastollinen merkitsevyys käy ilmi seuraavasti ns = ei merkitsevää eroa ko. taustaominaisuuden ryhmissä, * ero on merkitsevää tasolla $p < 0,05$, ** merkitsevää tasolla $p < 0,01$ tai *** tasolla $p < 0,001$.

	Saatavuus- ero	Luottamus- ero	Luonnolli- suusero	Ei teollinen	Laatu ero	Hyvin- vointi- ero	Saa lisätietoja	Tukee yrittäjiä	Edullisuus- ero	Tasa- laatu- inen	Ympäris- töystäväl- linen	Vaikea tunnistaa kaupassa
Sukupuoli	***	***	***	ns	***	***	***	ns	ns	***	***	***
Naiset	-1,54	0,15	1,01	1,06	0,21	0,49	0,21	0,32	-1,33	-0,16	0,80	0,35
Miehet	-1,70	-0,07	0,87	1,02	0,03	0,26	0,08	0,32	-1,34	-0,44	0,65	0,14
Paikkakunta	ns	ns	ns	**	*	ns	ns	*	ns	ns	*	*
Pk-seutu	-1,61	0,03	0,96	1,11	0,16	0,41	0,14	0,38	-1,34	-0,37	0,80	0,33
Muu Suomi	-1,63	0,04	0,92	1,02	0,10	0,36	0,14	0,30	-1,34	-0,28	0,69	0,21
Koulutus	***	***	***	*	*	*	**	ns	***	***	ns	ns
Perusaste	-1,39	0,16	0,82	1,0	0,172	0,44	0,24	0,34	-1,16	-0,06	0,73	0,30
Keskiaste	-1,64	0,01	0,92	1,05	0,09	0,34	0,14	0,31	-1,36	-0,34	0,70	0,21
Korkea-aste	-1,76	0,01	1,05	1,09	0,14	0,42	0,08	0,33	-1,39	-0,38	0,77	0,29
Ruokavalio	ns	***	**	ns	**	***	ns	ns	ns	ns	**	*
Sekaruoka- valio	-1,64	0,02	0,92	1,04	0,10	0,34	0,13	0,31	-1,35	-0,31	0,70	0,22
Muu ruokavalio	-1,53	0,15	1,05	1,08	0,22	0,61	0,22	0,42	-1,27	0,30	0,89	0,40
Ikäluokka	*	ns	***	**	**	***	ns	***	***	ns	***	**
15–29 v	-1,63	0,06	1,01	1,00	0,06	0,45	0,19	0,22	-1,50	-0,30	0,83	0,14
30–44 v	-1,64	0,02	0,97	1,11	0,12	0,42	0,13	0,38	-1,33	-0,35	0,78	0,30
45–59	-1,65	0,03	0,86	1,01	0,17	0,26	0,10	0,39	-1,20	-0,29	0,59	0,24
60 v. täyt.	-1,41	0,02	0,75	1,04	0,11	0,24	0,14	0,21	-1,23	-0,23	0,46	0,47
Lapset	ns	ns	ns	ns	ns	ns	**	ns	*	*	ns	ns
Ei lapsia	-1,63	0,04	0,95	1,05	0,10	0,39	0,18	0,33	-1,38	-0,27	0,73	0,22
Lapsiperhe	-1,61	0,03	0,91	1,02	0,13	0,35	0,09	0,31	-1,28	-0,36	0,70	0,27

LIITE 14: Lähiruokaa käyttävien kuluttajien kuvaus taustamuuttujittain (%)

		Lähiruoan käyttö		
		Ei käytä n=764	Satunnaisesti n=1192	Säännöllisesti n=472
Sukupuoli (ns)	Mies	51	50	47
	Nainen	49	50	53
Koulutus **	Perusaste	20	14	15
	Keskiaste	57	62	65
	Korkea-aste	24	24	20
Talouden koko (ns)	1–2 henkeä	50	47	48
	3 henkeä tai enemmän	50	53	52
Talouden tyyppi ***	Lapseton talous	69	58	54
	Lapsiperhe	31	42	46
Talouden vuositulot ***	alle 30 001 €	40	29	26
	30 00–50 000 €	28	35	41
	yli 50 000 €	32	36	33
Asuinpaikka ***	Pääkaupunkiseutu	34	28	13
	Muu Suomi	66	72	87
Asuinlääni ***	Etelä-Suomi	54	45	30
	Länsi-Suomi	29	32	48
	Itä-Suomi	8	10	11
	Oulu	7	9	8
	Lappi	3	4	2
Asuinalue ***	Taajama-alue	87	84	75
	Haja-asutusalue	13	16	25
Ruoan osto taloudessa ***	Vastaaja itse	32	29	28
	Vastaaja yhdessä jonkun muun kanssa	51	59	64
	Joku muu talouden jäsen	18	12	8
Ruokavalio (ns)	Sekaruokavalio	89	89	88
	Muu ruokavalio	11	11	13
Arkiaterian valmistustapa ***	Ruokansa itse valmistavat	37	48	55
	Puolivalmisteiden käyttävät	44	38	32
	Kodin ulkopuolella ruokailevat	19	14	13
NPI ***	keskiarvo	3,8	4,6	4,8
Ikä ***	keskiarvo	32	39	45

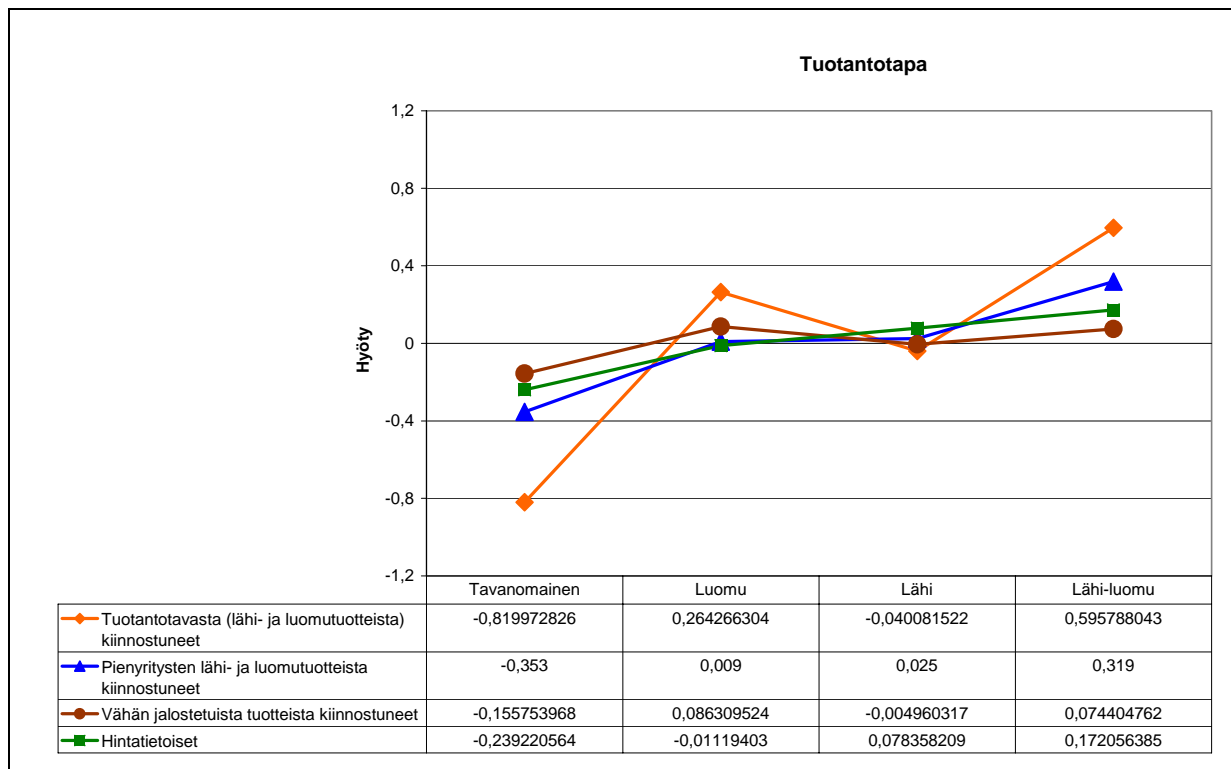
*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; ns - ei tilastollisesti merkitsevä (ristiintaulukointi ja χ^2 , paitsi NPI ja ikä keskiarvot ja anova).

LIITE 15: Luomuruokaa käyttävien kuluttajien kuvaus taustamuuttujittain (%)

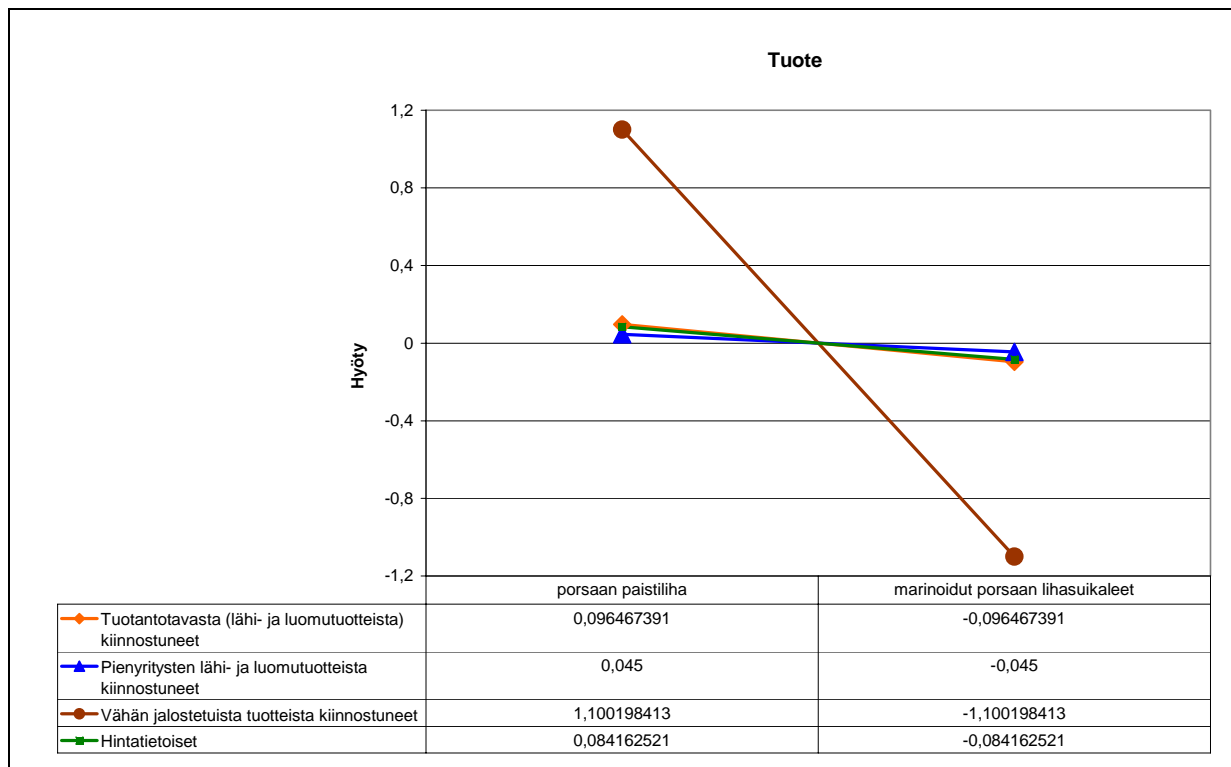
		Luomuruoan käyttö		
		Ei käytä n=970	Satunnaisesti n=1 150	Säännöllisesti n=308
Sukupuoli ***	Mies	57	47	37
	Nainen	43	53	63
Koulutus (ns)	Perusaste	16	16	17
	Keskiaste	63	60	60
	Korkea-aste	21	24	23
Talouden koko (ns)	1–2 henkeä	47	50	47
	3 henkeä tai enemmän	53	50	53
Talouden tyyppi (ns)	Lapseton talous	63	59	59
	Lapsiperhe	37	41	41
Talouden vuositulot **	alle 30 001 €	36	31	24
	30 001–50 000 €	31	36	39
	yli 50 000 €	34	33	37
Asuinpaikka (ns)	Pääkaupunkiseutu	25	27	31
	Muu Suomi	75	73	69
Asuinlääni ***	Etelä-Suomi	47	43	46
	Länsi-Suomi	36	32	37
	Itä-Suomi	7	11	9
	Oulu	8	9	6
	Lappi	2	5	2
Asuinalue (ns)	Taajama-alue	83	83	82
	Haja-asutusalue	17	17	18
Ruoan osto taloudessa ***	Vastaaja itse	29	30	29
	Vastaaja yhdessä jonkun muun kanssa	54	59	62
	Joku muu talouden jäsen	17	11	9
Ruokavalio ***	Sekaruokavalio	92	87	83
	Muu ruokavalio	8	13	17
Arkiaterian valmistustapa ***	Ruokansa itse valmistavat	41	48	56
	Puolivalmisteiden käyttävät	43	38	30
	Kodin ulkopuolella ruokailevat	16	15	14
NPI ***	keskiarvo	3,7	4,7	5,5
Ikä ***	keskiarvo	35	39	42

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; ns - ei tilastollisesti merkitsevä (ristiintaulukointi ja χ^2 , paitsi NPI ja ikä keskiarvot ja anova).

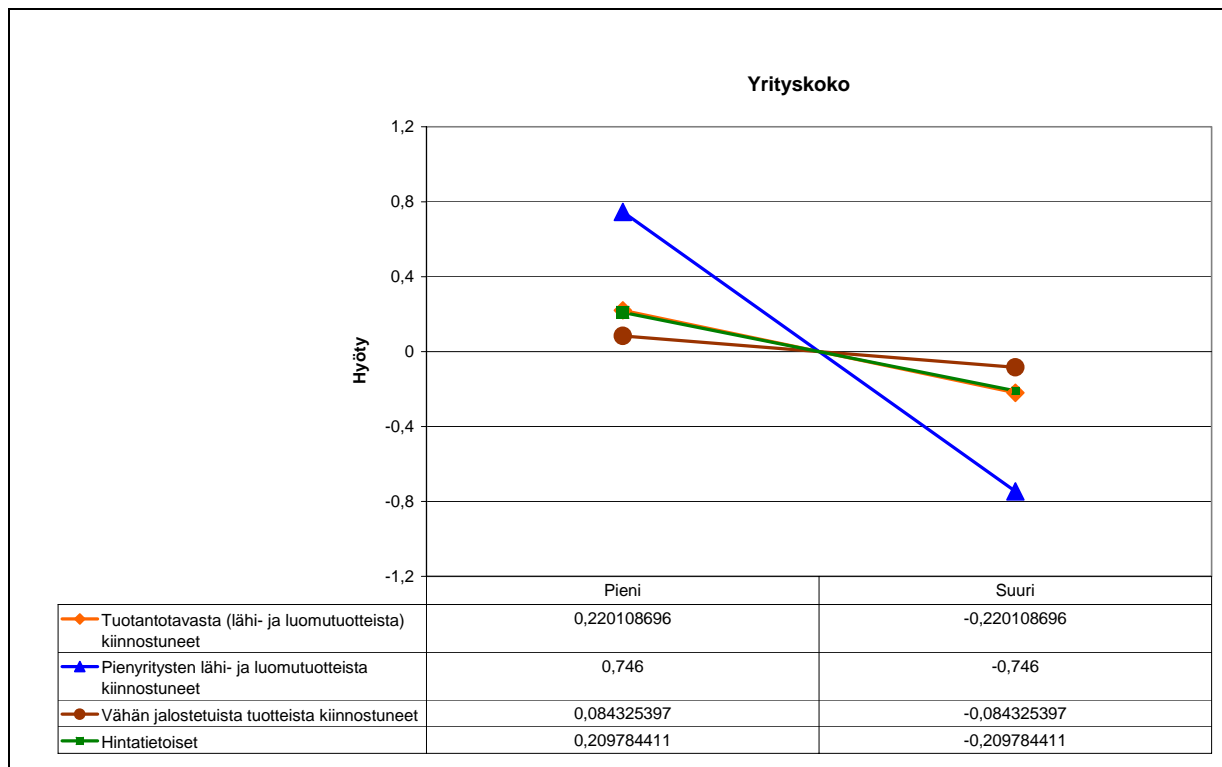
LIITE 16: Osittaishyötylukujen tarkastelu kuluttaja-aineistossa (N = 2 429)



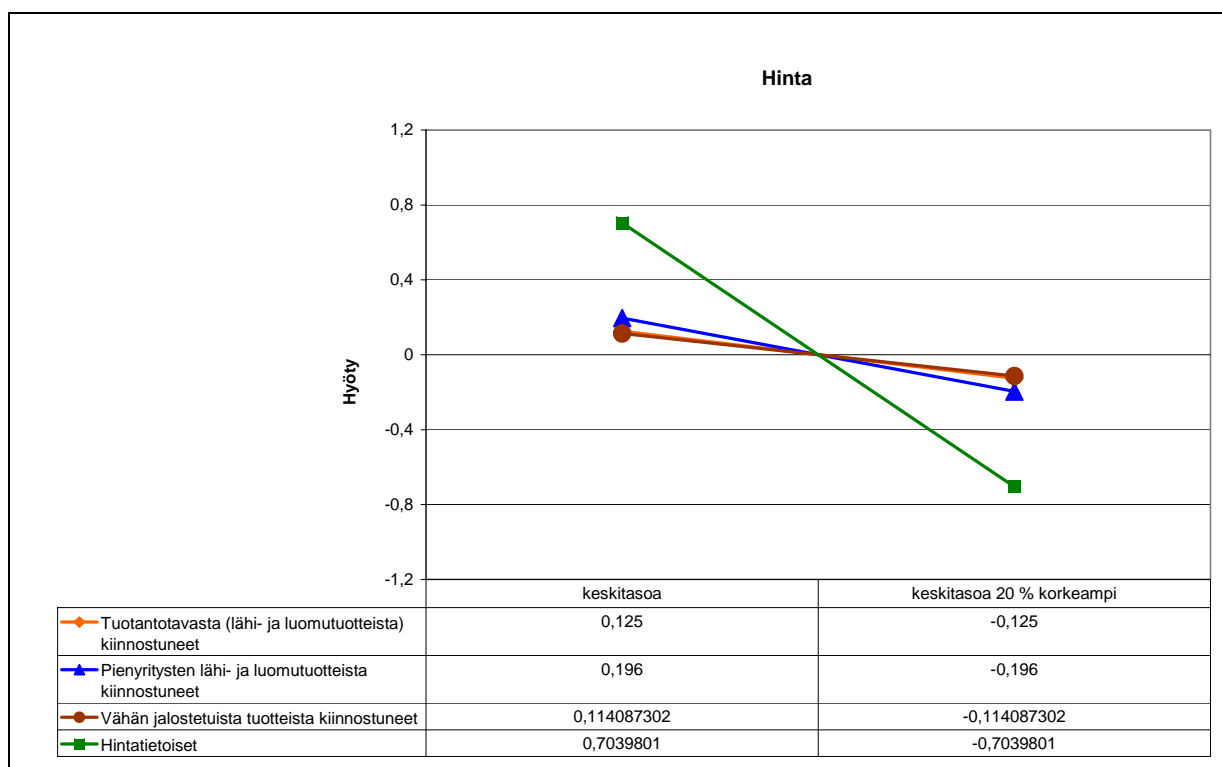
Tuotantotavan hyötykäyrät ja tasojen osittaishyödyt ryhmittäin



Tuotteen/jalostusasteen hyötykäyrät ja tasojen osittaishyödyt ryhmittäin



Yrityskoon hyötykäyrät ja tasojen osittaisyödyt ryhmittäin



Hinnan hyötykäyrät ja tasojen osittaisyödyt ryhmittäin

LIITE 17: Lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käytön esteet kunnallisissa ruokapalveluissa suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, %)

Muuttuja	Lähiruoka			Yht.	Kotimainen luomuruoka			Yht.
	Ei lainkaan tai vähäinen este	Jossain määrin este	Merkittävä este		Ei lainkaan tai vähäinen este	Jossain määrin este	Merkittävä este	
• Nykyinen kilpailu- ja hankintalainsäädäntö	36	19	45	100	29	20	51	100
• Keskitetty hankintarengas	40	25	36	100	38	23	40	100
• Kuntaorganisaation tavoitteet ruokapalvelujen kehittämisessä	38	32	30	100	33	29	38	100
• Suurkeittiöhenkilökunnan asenne	90	7	3	100	78	13	10	100
• Käytävissä olevat määrärahat	21	15	64	100	8	8	83	100
• Ruokailijoiden vähäinen kiinnostus	46	33	21	100	40	32	28	100
• Tuotteiden epätasainen tarjonta	17	19	65	100	7	16	77	100
• Emme tunne lähi/luomutuotteita tarjoavia yrityksiä	40	27	33	100	27	27	45	100
• Emme saa tarjouksia lähi/luomutuotteista	25	16	59	100	19	14	67	100
• Tuotteiden alhainen esikäsittelyaste	24	27	49	100	17	27	56	100
• Tuotteiden laatu	49	27	24	100	40	32	28	100
• Tuotteiden/lajikkeiden soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	39	28	33	100	26	29	44	100
• Pakkausten soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	34	28	38	100	23	33	45	100
• Yritykset eivät halua sitoutua pidempiaikaisiin toimitussopimuksiin	40	26	34	100	30	30	41	100
• Yritysten kehittymättömät tilausjärjestelmät	36	21	43	100	28	23	49	100
• Yritysten tavarantoimituskyky	27	25	48	100	16	28	56	100
• Tuotteisiin ja toimituksiin annettu palaute ei johda toivottuihin muutoksiin	40	33	27	100	38	31	31	100
• Yritysten yhteistyöhalukkuus tuotekehityksessä	40	34	26	100	30	42	29	100
• Tuotteiden käsittely- ja varastointikustannukset verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	31	29	40	100	25	31	44	100
• Tuotteiden kalleus verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	25	24	51	100	8	12	80	100

Ei lainkaan tai vähäinen este = Vastausvaihtoehdot 1 ja 2

Jossain määrin este = Vastausvaihtoehto 3

Merkittävä este = Vastausvaihtoehdot 4 ja 5

LIITE 18: Lähi- ja luomuruoan käytön esteiden pääkomponenttianalyysi

Lähiruoan käytön esteiden latautuminen eri pääkomponenteille suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, Varimax-rotatoitu pääkomponenttimatriisi)

	Pääkomponentti				
	1	2	3	4	5
Selitysosuus (67,2 %)	25,9 %	14,7 %	11,6 %	9,3 %	5,7 %
Tuotteiden/lajikkeiden soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	0,750	0,352			
Tuotteiden laatu	0,737				
Pakkausten soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	0,735	0,315			
Tuotteisiin ja toimituksiin annettu palaute ei johda toivottuihin muutoksiin	0,694				
Yritysten kehittämättömät tilausjärjestelmät	0,682				
Yritysten yhteistyöhalukkuus tuotekehityksessä	0,673		0,306		
Tuotteiden käsittely- ja varastointikustannukset verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	0,654			0,342	
Yritysten tavarantoimituskyky	0,620	0,484		0,325	
Tuotteiden alhainen esikäsittelyaste	0,570	0,481			
Yritykset eivät halua sitoutua pidempiaikaisiin toimitussopimuksiin	0,513	0,457	0,367		
Ruokailijoiden vähäinen kiinnostus	0,484		0,394		
Emme tunne lähituotteita tarjoavia yrityksiä		0,836			
Emme saa tarjouksia lähituotteista	0,324	0,736			
Tuotteiden epätasainen tarjonta		0,654		0,392	
Keskitetty hankintarengas			0,746		
Kuntaorganisaatioon tavoitteet ruokapalvelujen kehittämisessä			0,731		
Nykyinen kilpailu- ja hankintalainsäädäntö			0,681		
Käytettävissä olevat määrärahat			0,307	0,789	
Tuotteiden kalleus verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	0,362			0,728	
Suurkeittiöhenkilökunnan asenne					0,911

Kotimaisen luomuruoan käytön esteiden latautuminen eri pääkomponenteille suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, Varimax-rotatoitu pääkomponenttimatriisi)

	Pääkomponentti				
	1	2	3	4	5
Selitysosuus (64,8 %)	24,7 %	11,2 %	10,7 %	10,3 %	7,9 %
Yritysten yhteistyöhalukkuus tuotekehityksessä	0,760				
Yritysten kehittämättömät tilausjärjestelmät	0,742				
Yritysten tavarantoimituskyky	0,736				
Pakkausten soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	0,700				
Tuotteisiin ja toimituksiin annettu palaute ei johda toivottuihin muutoksiin	0,698				
Tuotteiden käsittely- ja varastointikustannukset verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	0,690				
Tuotteiden laatu	0,663				0,337
Tuotteiden/lajikkeiden soveltuvuus suurkeittiöiden tarpeisiin	0,641				0,391
Tuotteiden alhainen esikäsittelyaste	0,537	0,463			
Yritykset eivät halua sitoutua pidempiaikaisiin toimitussopimuksiin	0,496		0,310		
Emme tunne luomutuotteita tarjoavia yrityksiä		0,831			
Emme saa tarjouksia luomutuotteista		0,779			
Tuotteiden epätasainen tarjonta	0,363	0,532	0,422		
Käytettävissä olevat määrärahat			0,851		
Tuotteiden kalleus verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin			0,832		
Keskitetty hankintarengas				0,796	
Nykyinen kilpailu- ja hankintalainsäädäntö				0,763	
Kuntaorganisaation tavoitteet ruokapalvelujen kehittämisessä			0,390	0,662	
Suurkeittiöhenkilökunnan asenne					0,827
Ruokailijoiden vähäinen kiinnostus	0,303				0,610

LIITE 19: Lähiruoan ja kotimaisen luomuruoan käytön hyödyt kunnallisissa ruokapalveluissa suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, %)

Muuttuja	Lähiruoka				Kotimainen luomuruoka			
	Ei lainkaan tai vähäinen hyöty	Jossain määrin hyötyä	Merkittävä hyöty	Yht.	Ei lainkaan tai vähäinen hyöty	Jossain määrin hyötyä	Merkittävä hyöty	Yht.
• Ruokailijoiden tyytyväisyys on lisääntynyt	38	34	28	100	52	36	12	100
• Ruokailijoiden toiveet on pystytty ottamaan huomioon entistä paremmin	41	39	20	100	52	41	8	100
• Ruoan raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut suurkeittiöissä	23	26	51	100	30	31	39	100
• Suurkeittiön henkilökunta on kokenut raaka-aineet entistä turvallisempina	24	24	52	100	37	29	33	100
• Ruokailijat ovat kokeneet ruoan entistä turvallisempina	23	34	43	100	38	32	30	100
• Ruokailijoiden kiinnostus paikallista elintarviketuotantoa kohtaan on lisääntynyt	39	33	29	100	52	27	21	100
• Lasten ja nuorten tietämys elintarviketjusta on lisääntynyt	49	30	20	100	57	28	16	100
• Aterioiden raaka-ainekustannukset ovat pienentyneet	77	18	6	100	83	12	6	100
• Hankintojen kokonaistaloudellisuus on parantunut	69	22	9	100	81	14	5	100
• Raaka-aineiden esikäsittely on vähentynyt	59	19	22	100	72	18	10	100
• Raaka-aineiden hävikki on pienentynyt	56	22	21	100	67	22	12	100
• Raaka-aineiden varastokierto on nopeutunut	40	24	36	100	55	24	21	100
• Pakkausmateriaalien käyttö on vähentynyt	39	25	36	100	52	28	20	100
• Työn määrä on vähentynyt	54	26	20	100	67	26	8	100
• Kausituotteiden käyttö on lisääntynyt	26	32	41	100	44	30	25	100
• Työn mielekkyys suurkeittiöissä on lisääntynyt (esim. innovatiivisuus, kokeileva ruoanvalmistus)	48	29	23	100	56	31	12	100
• Suurkeittiöalan arvostus on kasvanut	43	30	28	100	52	31	16	100
• Suurkeittiöiden ja alueen yrittäjien tuotekehitysyhteistyö on lisääntynyt	45	31	24	100	57	31	12	100

Ei lainkaan tai vähäinen hyöty = vastausvaihtoehdot 1 ja 2

Jossain määrin hyötyä = vastausvaihtoehto 3

Merkittävä hyöty = vastausvaihtoehdot 4 ja 5

LIITE 20: Lähi- ja luomuruoan käytön hyötyjen pääkomponenttianalyysi

Lähiruoan käytön hyötyjen latautuminen eri pääkomponenteille suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, Varimax-rotatoitu pääkomponenttimatriisi)

	Pääkomponentti		
	1	2	3
Selitysosuus (65,7 %)	24,9 %	22,4 %	18,4 %
Raaka-aineiden hävikki on pienentynyt	0,847		
Raaka-aineiden esikäsitteily on vähentynyt	0,802		
Työn määrä on vähentynyt	0,778		
Raaka-aineiden varastokierto on nopeutunut	0,724	0,370	
Hankintojen kokonaistaloudellisuus on parantunut	0,651		0,402
Pakkausmateriaalien käyttö on vähentynyt	0,636	0,431	
Aterioiden raaka-ainekustannukset ovat pienentyneet	0,632		0,412
Ruokailijoiden tyytyväisyys on lisääntynyt		0,762	
Ruokailijat ovat kokeneet ruoan entistä turvallisempana		0,759	0,331
Suurkeittiön henkilökunta on kokenut raaka-aineet entistä turvallisempana		0,759	
Ruokailijoiden toiveet on pystytty ottamaan huomioon entistä paremmin		0,758	
Ruoan raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut suurkeittiöissä		0,707	
Lasten ja nuorten tietämys elintarvikeketjusta on lisääntynyt			0,771
Työn mielekkäisyys suurkeittiöissä on lisääntynyt (esim. innovatiivisuus, kokeileva ruoanvalmistus)	0,416	0,320	0,677
Suurkeittiöiden ja alueen yrittäjien tuotekehitysyhteistyö on lisääntynyt	0,327		0,621
Kausituotteiden käyttö on lisääntynyt	0,304	0,332	0,608
Ruokailijoiden kiinnostus paikallista elintarviketuotantoa kohtaan on lisääntynyt		0,440	0,598
Suurkeittiöalan arvostus on kasvanut		0,451	0,571

Kotimaisen luomuruoan käytön hyötyjen latautuminen eri pääkomponenteille suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212), Varimax-rotatoitu pääkomponenttimatriisi)

	Pääkomponentti		
	1	2	3
Selitysosuus (70,1 %)	28,0 %	24,7 %	17,4 %
Raaka-aineiden hävikki on pienentynyt	0,836		
Työn määrä on vähentynyt	0,798		
Aterioiden raaka-ainekustannukset ovat pienentyneet	0,780		
Hankintojen kokonaistaloudellisuus on parantunut	0,747		
Raaka-aineiden esikäsitteily on vähentynyt	0,735		
Raaka-aineiden varastokierto on nopeutunut	0,705	0,396	
Pakkausmateriaalien käyttö on vähentynyt	0,657	0,452	
Ruokailijoiden toiveet on pystytty ottamaan huomioon entistä paremmin		0,798	
Ruokailijat ovat kokeneet ruoan entistä turvallisempana		0,789	
Ruokailijoiden tyytyväisyys on lisääntynyt		0,763	
Suurkeittiön henkilökunta on kokenut raaka-aineet entistä turvallisempana		0,723	0,317
Ruoan raaka-aineiden alkuperän selvittäminen on helpottunut suurkeittiöissä		0,687	
Ruokailijoiden kiinnostus paikallista elintarviketuotantoa kohtaan on lisääntynyt		0,610	0,550
Lasten ja nuorten tietämys elintarvikeketjusta on lisääntynyt			0,780
Suurkeittiöiden ja alueen yrittäjien tuotekehitysyhteistyö on lisääntynyt	0,317		0,761
Suurkeittiöalan arvostus on kasvanut	0,313	0,442	0,661
Työn mielekkäisyys suurkeittiöissä on lisääntynyt (esim. innovatiivisuus, kokeileva ruoanvalmistus)	0,528	0,392	0,566
Kausituotteiden käyttö on lisääntynyt	0,490	0,395	0,525

LIITE 21: Lähi- ja luomuruoan käytön esteiden ja hyötyjen väliset korrelaatiot

Lähiruoan käytön esteiden ja hyötyjen (keskiarvomuuttajat) väliset korrelaatiot suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212)

		Lähiruoan käytön esteet				Lähiruoan käytön hyödyt		
		Tuotteiden soveltuvuus ja toimitus	Tarjonta ja saatavuus	Nykyinen hankinta-politiikka	Määrärahat	Työn tehottomuus ja taloudellisuus suurkeittiössä	Asiakastyytyväisyys ja ruokaturvallisuus	Tieto ja vuorovaikutus
Lähiruoan käytön esteet	Tuotteiden soveltuvuus ja toimitus	1	0,65(**)	0,41(**)	0,63(**)	-0,40(**)	-0,30(**)	-0,21(**)
	Tarjonta ja saatavuus		1	0,38(**)	0,55(**)	-0,33(**)	-0,25(**)	-0,10
	Nykyinen hankinta-politiikka			1	0,50(**)	-0,19(**)	-0,07	0,02
	Määrärahat				1	-0,30(**)	-0,20(**)	-0,10
Lähiruoan käytön hyödyt	Työn tehottomuus ja taloudellisuus suurkeittiössä					1	0,58(**)	0,65(**)
	Asiakastyytyväisyys ja ruokaturvallisuus						1	0,70(**)
	Tieto ja vuorovaikutus							1

(**) Korrelaatio on merkitsevä 0,01 merkitsevyystasolla

(*) Korrelaatio on merkitsevä 0,05 merkitsevyystasolla

Kotimaisen luomuruoan käytön esteiden ja hyötyjen (keskiarvomuuttajat) väliset korrelaatiot suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212)

		Luomuruoan käytön esteet				Luomuruoan käytön hyödyt		
		Tuotteiden soveltuvuus ja toimitus	Tarjonta ja saatavuus	Nykyinen hankinta-politiikka	Määrärahat	Työn tehottomuus ja taloudellisuus suurkeittiössä	Asiakastyytyväisyys ja ruokaturvallisuus	Tieto ja vuorovaikutus
Luomuruoan käytön esteet	Tuotteiden soveltuvuus ja toimitus	1	0,51 (**)	0,30 (**)	0,45(**)	-0,27 (**)	-0,16 (*)	-0,17 (*)
	Tarjonta ja saatavuus		1	0,27 (**)	0,32(**)	-0,09	-0,05	-0,04
	Nykyinen hankinta-politiikka			1	0,42(**)	-0,02	0,16 *	0,17 *
	Määrärahat				1	-0,17 (*)	-0,02	-0,06
Luomuruoan käytön hyödyt	Työn tehottomuus ja taloudellisuus suurkeittiössä					1	0,60 (**)	0,71 (**)
	Asiakastyytyväisyys ja ruokaturvallisuus						1	0,77 (**)
	Tieto ja vuorovaikutus							1

(**) Korrelaatio on merkitsevä 0,01 merkitsevyystasolla

(*) Korrelaatio on merkitsevä 0,05 merkitsevyystasolla

LIITE 22: Lähiruoan käytön hyödyt kunnissa

Lähiruoan käytön hyödyt kunnassa/seutukunnassa, läänien välinen vertailu kunnanjohton aineistossa (N = 144, asteikko: 1 = ei edistänyt lainkaan, 5 = edistänyt erittäin merkittävästi, ei-parametrinen Kruskall-Wallis -testi)

	Total	Etelä-Suomi	Länsi-Suomi	Itä-Suomi	Oulu	Lappi	Chi-Square (df 4)	Asymp. Sig.
Paikallinen ruokakulttuuri vahvistuu	3,8	3,5	3,9	4,0	4,2	4,1	8,98	0,062
Kunnan/seutukunnan imago vahvistuu	3,7	3,2	3,7	3,9	4,1	3,6	11,15	0,025
Alkutuotannon asema vahvistuu	3,6	3,2	3,6	3,8	3,9	4,0	9,01	0,061
Alueen yritysten tuotannon jalostusaste nousee	3,6	3,3	3,6	3,8	3,9	3,4	7,29	0,121
Elintarviketalouden alueellinen huoltovarmuus saadaan turvattua	3,5	3,1	3,6	3,7	3,8	3,3	9,06	0,060
Ekologiset toimintatavat ruokapalveluissa lisääntyvät	3,4	3,4	3,3	3,5	3,6	3,1	3,28	0,512
Ympäristön kuormitus koko elintarvikeketjun osalta vähenee	3,3	3,4	3,3	3,3	3,6	2,7	4,79	0,309
Työllisyys paranee	3,3	2,9	3,2	3,8	3,2	3,6	12,54	0,014
Verotulot kasvavat	3,1	2,5	3,1	3,6	3,1	3,1	11,77	0,019

Lähiruoan käytön hyötyjen ja asukasluvun korrelaatiot (Spearman) kunnanjohton aineistossa (N = 144)

	Asukasluku
Työllisyys paranee	-0,01
Verotulot kasvavat	-0,05
Alkutuotannon asema vahvistuu	-0,09
Elintarviketalouden alueellinen huoltovarmuus saadaan turvattua	-0,08
Alueen yritysten tuotannon jalostusaste nousee	-0,15
Ekologiset toimintatavat ruokapalveluissa lisääntyvät	0,07
Ympäristön kuormitus koko elintarvikeketjun osalta vähenee	-0,17(*)
Kunnan/seutukunnan imago vahvistuu	-0,17(*)
Paikallinen ruokakulttuuri vahvistuu	-0,04

(*) Korrelaatio on merkitsevä 0,05 merkitsevyystasolla

Lähiruoan käytön hyödyt kunnassa/seutukunnassa, kuntatyyppien välinen vertailu kunnanjohton aineistossa (N = 144, asteikko: 1 = ei edistänyt lainkaan, 5 = edistänyt erittäin merkittävästi, ei-parametrinen Kruskall-Wallis -testi)

	Kaupunki-mainen kunta	Taajaan asuttu kunta	Maaseutu-mainen kunta	Chi-Square	Asymp. Sig.
Työllisyys paranee	3,0	3,4	3,3	2,22	0,329
Verotulot kasvavat	2,6	2,9	3,2	6,57	0,037
Alkutuotannon asema vahvistuu	3,3	3,6	3,7	2,30	0,317
Elintarviketalouden alueellinen huoltovarmuus saadaan turvattua	3,2	3,4	3,6	4,27	0,118
Alueen yritysten tuotannon jalostusaste nousee	3,1	3,6	3,7	7,55	0,023
Ekologiset toimintatavat ruokapalveluissa lisääntyvät	3,5	3,2	3,4	2,16	0,339
Ympäristön kuormitus koko elintarvikeketjun osalta vähenee	3,1	3,2	3,4	0,85	0,655
Kunnan/seutukunnan imago vahvistuu	3,1	3,7	3,8	8,35	0,015
Paikallinen ruokakulttuuri vahvistuu	3,6	3,8	3,9	1,85	0,396

LIITE 23: Lähiruoan käyttöryhmät taustamuuttujittain suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, % kunnista)

		Säännöllisesti lähiruokaa käyttävät kunnat	Satunnaisesti lähiruokaa käyttävät kunnat	Lähiruoan käyttöä kokeilevat kunnat
Lääni	Etelä-Suomi (n=46)	24	28	48
	Länsi-Suomi (n=85)	42	29	28
	Itä-Suomi (n=31)	48	29	23
	Oulu (n=22)	55	23	23
	Lappi (n=13)	8	23	69
	Ahvenanmaa (n=2)	50	50	0
	Yhteensä (n=199)	38	28	34
Maakunta	Uusimaa (n=15)	13	27	60
	Varsinais-Suomi (n=24)	29	29	42
	Itä-Uusimaa (n=2)	0	0	100
	Satakunta (n=11)	73	18	9
	Kanta-Häme (n=8)	38	25	38
	Pirkanmaa (n=12)	33	17	50
	Päijät-Häme (n=7)	29	29	43
	Kymenlaakso (n=7)	29	43	29
	Etelä-Karjala (n=3)	0	0	100
	Etelä-Savo (n=13)	69	23	8
	Pohjois-Savo (n=11)	55	18	27
	Pohjois-Karjala (n=8)	13	63	25
	Keski-Suomi (n=17)	41	24	35
	Etelä-Pohjanmaa (n=16)	44	44	13
	Pohjanmaa (n=6)	67	33	0
	Keski-Pohjanmaa (n=7)	43	57	0
	Pohjois-Pohjanmaa (n=16)	50	25	25
	Kainuu (n=2)	100	0	0
	Lappi (n=13)	8	23	69
	Ahvenanmaa (n=2)	50	50	0
Yhteensä (n=200)	39	29	33	
Kunnan asukasluku	alle 2000 (n=22)	41	27	32
	2000–6000 (n=70)	33	23	44
	6001–10 000 (n=46)	43	33	24
	10 001–20 000 (n=28)	50	32	18
	20 001–40 000 (n=22)	41	23	36
	40 001–100 000 (n=9)	22	56	22
	yli 100 000 (n=4)	0	25	75
Yhteensä (n=201)	38	28	33	
Lähiruoan hankintatapa	Suora hankinta (n=81)	31	27	42
	Rajoitettu avoin tarjouspyyntöhankinta (n=63)	49	29	22
	Avoin hankinta (n=40)	45	33	23
	Muu tapa (n=10)	30	20	50
	Yhteensä (n=194)	40	28	32

LIITE 24: Luomuruoan käyttöryhmät taustamuuttujittain suurkeittiöiden edustajien aineistossa (N = 212, % kunnista)

		Luomuruokaa käyttävät kunnat	Ei luomuruokaa käyttävät kunnat
Lääni	Etelä-Suomi (n=46)	13	87
	Länsi-Suomi (n=88)	35	65
	Itä-Suomi (n=34)	35	65
	Oulu (n=25)	36	64
	Lappi (n=13)	38	62
	Ahvenanmaa (n=2)	50	50
	Yhteensä (n=208)	31	69
Maakunta	Uusimaa (n=15)	7	93
	Varsinais-Suomi (n=24)	42	58
	Itä-Uusimaa (n=2)	0	100
	Satakunta (n=12)	33	67
	Kanta-Häme (n=8)	13	88
	Pirkanmaa (n=13)	31	69
	Päijät-Häme (n=7)	0	100
	Kymenlaakso (n=7)	43	57
	Etelä-Karjala (n=3)	0	100
	Etelä-Savo (n=13)	46	54
	Pohjois-Savo (n=11)	36	64
	Pohjois-Karjala (n=11)	18	82
	Keski-Suomi (n=17)	24	76
	Etelä-Pohjanmaa (n=16)	31	69
	Pohjanmaa (n=7)	57	43
	Keski-Pohjanmaa (n=7)	14	86
	Pohjois-Pohjanmaa (n=18)	44	56
	Kainuu (n=3)	33	67
	Lappi (n=13)	38	62
	Ahvenanmaa (n=2)	50	50
Yhteensä (n=209)	31	69	
Kunnan asukasluku	alle 2000 (n=26)	35	65
	2000–6000 (n=73)	27	73
	6001–10 000 (n=48)	29	71
	10 001–20 000 (n=28)	39	61
	20 001–40 000 (n=22)	41	59
	40 001–100 000 (n=9)	11	89
	yli 100 000 (n=4)	25	75
Yhteensä (n=210)	31	69	
Luomuruoan hankintatapa	Suora hankinta (n=82)	33	67
	Rajoitettu avoin tarjouspyyntöhankinta (n=32)	38	63
	Avoin hankinta (n=32)	34	66
	Muu tapa (n=42)	24	76
	Yhteensä (n=188)	32	68

LIITE 25: Käsitykset elintarviketalouden tulevaisuudesta yleisesti. Eri vastaajaryhmien vertailu (ei-parametrinen Kruskal-Wallis-testi)

Muuttujan nimi	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky. Uskon	3,148	2	0,207
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky. Toivoisin	12,132	2	0,002
Lähiruoan käyttö. Uskon	2,428	2	0,297
Lähiruoan käyttö. Toivoisin	1,436	2	0,488
Kotimaisen luomuruoan käyttö. Uskon	73,671	2	0,000
Kotimaisen luomuruoan käyttö. Toivoisin	40,869	2	0,000
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat. Uskon	20,187	2	0,000
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat. Toivoisin	41,497	2	0,000
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen. Uskon	3,032	2	0,220
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen. Toivoisin	9,016	2	0,011
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta. Uskon	15,235	2	0,000
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta. Toivoisin	80,075	2	0,000
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Uskon	15,183	2	0,001
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Toivoisin	66,416	2	0,000
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Uskon	31,817	2	0,000
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Toivoisin	65,768	2	0,000
Elintarvikeketjun jäljitettävyys. Uskon	17,836	2	0,000
Elintarvikeketjun jäljitettävyys. Toivoisin	5,183	2	0,075
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys. Uskon	12,817	2	0,002
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys. Toivoisin	14,708	2	0,001

LIITE 26: Kuluttajien, kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien todennäköisenä pitämä ja toivoma kehitys elintarviketalouden tulevaisuudesta vuoteen 2010 mennessä (%)

	Kuluttajat N=2 401–2 426			Kunnanjohto N=141–144			Suurkeittiöiden edustajat N=206–210		
	-	-/+	+	-	-/+	+	-	-/+	+
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky - uskon	51	23	26	60	19	21	57	17	26
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky - toivon	2	8	90	-	10	90	2	14	84
Lähiruoan käyttö - uskon	16	34	50	12	38	50	12	34	54
Lähiruoan käyttö - toivon	1	9	90	-	6	94	-	10	90
Kotimaisen luomuruoan käyttö - uskon	12	32	56	9	48	43	24	51	25
Kotimaisen luomuruoan käyttö - toivon	5	15	80	1	20	79	2	39	59
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat - uskon	9	24	67	4	15	81	9	15	76
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat - toivon	77	19	4	70	26	4	58	29	13
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen - uskon	2	10	88	1	8	91	3	16	81
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen - toivon	41	39	20	25	57	18	37	42	21
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta - uskon	3	13	84	4	12	84	7	15	78
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta - toivon	47	34	19	17	53	30	24	43	33
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin - uskon	23	40	37	12	44	44	14	42	44
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin - toivon	77	21	2	54	43	3	63	29	8
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin - uskon	24	42	34	14	40	46	13	40	47
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin - toivon	79	18	3	56	41	3	70	22	8
Elintarvikeketjun jäljitettävyys - uskon	29	27	44	31	18	51	20	21	59
Elintarvikeketjun jäljitettävyys - toivon	6	12	82	4	13	83	3	13	84
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys - uskon	30	32	38	17	33	50	28	30	42
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys - toivon	2	26	72	1	14	85	2	18	80

Taulukossa alkuperäistä asteikkoa on tiivistetty viisiportaisesta kolmiportaiseksi:

- = vähenee/pienenee

-/+ = pysyy ennallaan

+ = lisäänty/kasvaa

LIITE 27: Elintarviketalouden tulevaisuus

Usko- ja toivomuuttujien pääkomponenttianalyysit, rotatoidun ratkaisun lataukset kullekin komponentille kuluttaja-aineistossa

	Lähi- ja luomuruokakulttuurin nousu		Globalisaation lisääntyminen		Hintaeron kasvu	
	Usko	Toivo	Usko	Toivo	Usko	Toivo
Selitysosuus (Usko 60 %, Toivo 62 %)	21 %	25 %	20 %	19 %	18 %	19 %
Lähiruoan käyttö	0,80	0,77	-0,03	-0,21	-0,13	-0,17
Kotimaisten luomuruoan käyttö	0,68	0,76	0,05	-0,22	-0,22	-0,17
Pienten kotimaisten elintarvikeyritysten kilpailukyky	0,63	0,65	-0,38	-0,16	0,05	-0,09
Paikallisten ruokakulttuurien merkitys	0,54	0,65	-0,12	0,04	-0,05	-0,00
Elintarvikekaupan kansainvälistyminen	-0,11	-0,14	0,79	0,80	0,05	0,05
Raaka-aineiden tuotanto ja jalostus siellä, missä se on edullisinta	0,05	-0,08	0,77	0,82	0,07	0,02
Raaka-aineiden ja ruoan kuljetusmatkat	-0,25	-0,38	0,64	0,49	0,17	0,32
Kotimaisten luomutuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-0,14	-0,13	0,10	0,03	0,88	0,88
Lähiruokatuotteiden hintaero verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin	-0,13	-0,12	0,13	0,10	0,87	0,87

Elintarviketalouden uskottuja ja toivottuja muutoksia kuvaavien keskiarvomuttujien väliset korrelaatiot kuluttaja-aineistossa

	Usko: Lähi- ja luomuruoka- kulttuurin nousu	Usko: Hintaeron kasvu	Toivo: Globalisaation lisääntyminen	Toivo: Lähi- ja luomuruoka- kulttuurin nousu	Toivo: Hintaeron kasvu
Usko: Globalisaation lisääntyminen	-0,32(**)	0,26(**)	-0,13(**)	0,11(**)	-0,03
Usko: Lähi- ja luomuruoka- kulttuurin nousu		-0,30(**)	0,02	0,26(**)	-0,05(**)
Usko: Hintaeron kasvu			0,06(**)	-0,11(**)	0,24(**)
Toivo: Globalisaation lisääntyminen				-0,43(**)	0,25(**)
Toivo: Lähi- ja luomuruoka- kulttuurin nousu					-0,30(**)

(**) Korrelaatio on merkitsevä 0,01 merkitsevyytasolla

LIITE 28: Kunnanjohton ja suurkeittiöiden edustajien todennäköisenä pitämä ja toivoma kehitys oman kunnan ruokapalvelujen tulevaisuudesta vuoteen 2010 mennessä (%)

	Kunnanjohto N=144			Suurkeittiöiden edustajat N=212		
	-	-/+	+	-	-/+	+
Kunnallisten ruokapalvelujen määrärahat - uskon	32	57	10	56	41	2
Kunnallisten ruokapalvelujen määrärahat - toivon	14	57	29	1	26	73
Hankintojen päätöksentekovastuun siirtyminen kunnan ulkopuoliselle toimijalle - uskon	4	51	45	10	52	38
Hankintojen päätöksentekovastuun siirtyminen kunnan ulkopuoliselle toimijalle - toivon	18	69	13	34	58	7
Yksittäisen kunnallisen suurkeittiön mahdollisuus vaikuttaa toimittajavalintoihin - uskon	39	37	24	38	50	11
Yksittäisen kunnallisen suurkeittiön mahdollisuus vaikuttaa toimittajavalintoihin - toivon	5	49	46	6	37	58
Raaka-aineiden ja tuotteiden kotimaisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa - uskon	26	48	26	23	47	30
Raaka-aineiden ja tuotteiden kotimaisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa - toivon	1	25	74	1	24	75
Raaka-aineiden ja tuotteiden paikallisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa - uskon	28	41	31	24	48	28
Raaka-aineiden ja tuotteiden paikallisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa - toivon	2	22	76	1	25	75
Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö suurkeittiöissä - uskon	7	29	64	6	33	61
Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö suurkeittiöissä - toivon	45	43	12	30	49	21
Tuontiraaka-aineiden osuus suurkeittiöiden hankinnoissa - uskon	8	31	61	9	38	53
Tuontiraaka-aineiden osuus suurkeittiöiden hankinnoissa - toivon	60	35	5	54	42	4
Ruoanvalmistuksen keskittäminen kunnassa - uskon	1	25	75	2	36	62
Ruoanvalmistuksen keskittäminen kunnassa - toivon	5	33	62	11	54	36
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa - uskon	15	52	33	12	57	31
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa - toivon	0	22	78	1	24	75
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa - uskon	15	65	19	20	67	13
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa - toivon	1	36	63	4	50	46
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen lähiruokaan - uskon	3	25	72	3	28	69
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen lähiruokaan - toivon	0	11	89	1	15	85
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen luomuruokaan - uskon	7	40	53	8	44	48
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen luomuruokaan - toivon	1	26	73	3	35	62

Taulukossa alkuperäistä asteikkoa on tiivistetty viisiportaisesta kolmiportaiseksi:

- = vähenee/pienenee

-/+ = pysyy ennallaan

+ = lisääntyy/kasvaa

**LIITE 29: Käsitykset oman kunnan ruokapalvelujen tulevaisuudesta.
Kunnanjohton (N = 144) ja suurkeittiöiden edustajien (N = 212) vertailu (ei-parametrinen Mann-Whitney U -testi)**

Muuttujan nimi	Chi-Square	Z	Asymp. Sig.
Kunnallisen ruokapalvelun määrärahat. Uskon	10733,5	-5,03	0,000
Kunnallisen ruokapalvelun määrärahat. Toivoisin	7507,5	-8,79	0,000
Hankintojen päätöksentekovastuun siirtyminen kunnan ulkopuoliselle toimijalle. Uskon	13700,0	-1,67	0,095
Hankintojen päätöksentekovastuun siirtyminen kunnan ulkopuoliselle toimijalle. Toivoisin	11978,5	-3,66	0,000
Yksittäisen kunnallisen suurkeittiön mahdollisuus vaikuttaa toimittajavalintoihin. Uskon	13918,0	-1,44	0,151
Yksittäisen kunnallisen suurkeittiön mahdollisuus vaikuttaa toimittajavalintoihin. Toivoisin	12300,5	-2,79	0,005
Raaka-aineiden ja tuotteiden kotimaisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa. Uskon	13975,5	-0,88	0,379
Raaka-aineiden ja tuotteiden kotimaisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa. Toivoisin	12375,0	-2,92	0,004
Raaka-aineiden ja tuotteiden paikallisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa. Uskon	14702,5	-0,12	0,906
Raaka-aineiden ja tuotteiden paikallisuuden merkitys suurkeittiöiden hankinnoissa. Toivoisin	12991,0	-2,25	0,024
Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö suurkeittiöissä. Uskon	14509,0	-0,47	0,636
Puolivalmisteiden ja valmisruokien käyttö suurkeittiöissä. Toivoisin	12209,5	-3,12	0,002
Tuontiraaka-aineiden osuus suurkeittiöiden hankinnoissa. Uskon	14237,0	-0,71	0,478
Tuontiraaka-aineiden osuus suurkeittiöiden hankinnoissa. Toivoisin	14764,0	-0,05	0,962
Ruoanvalmistuksen keskittäminen kunnassa. Uskon	13151,0	-2,02	0,044
Ruoanvalmistuksen keskittäminen kunnassa. Toivoisin	10421,5	-5,03	0,000
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa. Uskon	14895,0	-0,02	0,986
Lähiruoan käyttö kunnallisissa ruokapalveluissa. Toivoisin	13321,0	-1,45	0,148
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisessa ruokapalvelussa. Uskon	13588,0	-1,84	0,065
Kotimaisen luomuruoan käyttö kunnallisessa ruokapalvelussa. Toivoisin	12976,0	-2,24	0,025
Ruokailijoiden kiinnostus lähiruokaan. Uskon	14959,0	-0,02	0,983
Ruokailijoiden kiinnostus lähiruokaan. Toivoisin	13993,5	-1,05	0,296
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen luomuruokaan. Uskon	14713,5	-0,39	0,696
Ruokailijoiden kiinnostus kotimaiseen luomuruokaan. Toivoisin	13655,0	-1,08	0,281

KULUTTAJATUTKIMUSKESKUKSEN JULKAISUJA -SARJA 2005 JA 2006

2006

4/2006 (verkkajulkaisu)

Tuorila H

"Täällä maalla on hyvä asua." Kokemukset maaseudusta uutena asuinympäristönä.

3/2006

Kytö H, Aatola L

Muuttuva maallemuuttaja. Tutkimus maallemuuttajien elämäntavoista ja maallemuuton mukanaan tuomista muutoksista.

2/2006 (verkkajulkaisu)

Aalto-Setälä V, Matschoss K, Nikkilä M

Palveluiden hintaerot Euroopan maiden välillä.

1/2006 (verkkajulkaisu)

Isoniemi M, Mäkelä J, Arvola A, Forsman-Hugg S, Lampila P, Paananen J, Roininen K

Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta.

2005

8/2005 (verkkajulkaisu)

Matschoss K

Hinnat sähkömarkkinoilla – Vihreän sähkön hinnat verrattuna yleis- ja yösähkön hintoihin.

7/2005

Koistinen K, Vesala T, Marjanen H

Jakelukanavien välinen kilpailu Suomen päivittäistavaramarkkinoilla sekä erällä erikoiskaupan toimialoilla – kuluttajanäkökulma.

6/2005 (verkkajulkaisu)

Nikkilä M, Aalto-Setälä V

Kolme vuotta euroaikaa – Ovatko kuluttajat oppineet hinnat?

5/2005 (verkkajulkaisu)

Tuorila H, Kytö H

Verkkopalvelut ikääntyvien hyvinvoinnin edistäjinä.

4/2005

Eriksson P, Koistinen K

Monenlainen tapaustutkimus.

3/2005 (verkkajulkaisu)

Kinnunen K, Saarinen P

Vähittäiskaupan aukioloajat – myymälähenkilöstön mielipiteitä.

2/2005 (verkkajulkaisu, eng.kielinen)

Kotro T, Timonen P, Pantzar M, Heiskanen E

The Leisure Business and Lifestyle.

1/2005 (verkkajulkaisu, eng.kielinen)

Mika Pantzar, Elizabeth Shove (toim.)

Manufacturing leisure – Innovations in happiness, well-being and fun.

Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta

Merja Isoniemi, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg, Pirkka Lampila, Jaana Paananen, Katariina Roininen