

**L Aidunlihan laadun rakentuminen suoramyyntissä:
Tutkimus kuluttajien näkemyksistä**

Iida Viholainen
Maisterintutkielma
Helsingin yliopisto
Maataloustieteiden laitos
Kasvintuotantotieteet, agroekologia
Helmikuu 2016

HELSINGIN YLIOPISTO — HELSINGFORS UNIVERSITET — UNIVERSITY OF HELSINKI

Tiedekunta/Osasto Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta		Laitos Maataloustieteiden laitos	
Tekijä Iida Viholainen			
Työn nimi Laidunlihan laadun rakentuminen suoramyynnissä: tutkimus kuluttajien näkemyksistä			
Oppiaine Kasvintuotantotieteet/Agroekologia			
Työn laji Maisterintutkielma		Aika Helmikuu 2016	Sivumäärä 61 s. + liitteet
<p>Tiivistelmä</p> <p>Ruoantuotannon ympäristöhaitat, eläinten hyvinvointi, tuottajan heikko asema ja ruoan laatu yleisesti ovat herättäneet huolta ja keskustelua viime vuosina. Vastauksena tähän vaihtoehtoiset ruokaverkostot kuten suoramyyni pyrkivät muotoilemaan uudelleen ruoantuottajan ja kuluttajan suhteen. Laidunliha on erityinen lihantuotantomuoto, jossa pääfokus on luonnonlaitumien laidunnuksessa. Merkittävä osa laidunlihasta myydään suoramyynnin kautta. Tutkielmassa tarkastellaan, miten laidunlihan laatu rakentuu suoramyyntiasiakkaiden näkökulmasta.</p> <p>Menetelmänä käytettiin kvalitatiivista fokusryhmäkeskustelua, joka sallii yhden teeman ympärille keskittyvän vuorovaikutteisen keskustelun. Kolme fokusryhmäkeskustelua järjestettiin kevään ja kesän 2015 aikana Etelä- ja Keski-Suomessa. Tutkimukseen valitut kolme tilaa – ylämaankarja-, lammas- ja herefordtilat – ovat kaikki suoramyyntitiloja. Ryhmäkeskusteluihin osallistui yhteensä 16 asiakasta ja 5 tuottajaa. Aineiston analyysia varten ryhmäkeskustelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Tutkielmassa käytettiin aineistolähtöistä analyysia, jossa aineisto eriteltiin ryhmäkeskusteluissa nousseiden teemojen perusteella. Teemoista muodostettiin teemakarttoja. Synteesi tehtiin aineiston ja kirjallisuuden pohjalta.</p> <p>Tulosten perusteella laatu muodostui suoramyynnissä tuottajan tukemisesta, laiduntamisesta, mausta ja tarinasta. Keskeisimmiksi laatumääreiksi nousivat tuottajan tukeminen ja suoran kontaktin ylläpitäminen tuotantoon. Tulosten perusteella laadun määrittely oli moninainen prosessi, jossa kaikki laadun määreet olivat kytköksissä toisiinsa. Laatu määriteltiin suoran kontaktin kautta itse näkemällä, kokemalla ja keskustelemalla tuottajan kanssa. Hintaa ei ollut määrittelyä tekijä. Kuluttajat ilmensivät arvoaan poliittisen kuluttamisen kautta. Suoramyynnin myötä Suomeen on muodostunut ruokakulttuuria uudistava vaihtoehtoinen ruokaverkosto, joka perustuu erilaisille arvottamisen käytännöille kuin tavanomainen tuotanto.</p>			
Avainsanat Vaihtoehtoiset ruokaverkostot, suoramyyni, lähiruoka, laidunliha, luonnonlaidunliha, maaseudun arvokkaat elinympäristöt, laatu			
Säilytyspaikka Maataloustieteiden laitos ja Viikin kampuskirjasto			
Muita tietoja Työtä ohjasivat Minna Kaljonen (SYKE) ja Irina Herzon (HY)			

HELSINGIN YLIOPISTO — HELSINGFORS UNIVERSITET — UNIVERSITY OF HELSINKI

Faculty Faculty of Agriculture and Forestry		Department Department of Agricultural Sciences	
Author Iida Viholainen			
Title Quality construction of pasture meat in direct selling: examination of consumers' perceptions			
Subject Plant production sciences/Agroecology			
Level Master's thesis	Month and year February 2016	Number of pages 61 p. + appendix	
<p>Abstract</p> <p>Within the context of recent concerns over environmental problems of food production, animal welfare, and producer's low status in the food chain, food quality is of increasing importance among Finnish consumers. As a solution alternative food networks including direct selling aim to reform the relationship between producers and consumers. The main focus of pasture meat is the grazing of semi-natural grasslands. Grazing increases biodiversity, animal welfare, and meat quality. Most of the pasture meat is sold at the farm. The aim of this study is to explore how the quality of pasture meat is constructed in direct selling at farms in consumers' point of view.</p> <p>A qualitative focus group method was used since it allows interactive discussions focused on a single topic. The data were collected from three focus group meetings held in Southern and Central Finland during spring and summer 2015. Altogether 16 consumers and 5 producers participated in the focus group discussions. All farms sell pasture meat through direct selling. The material was recorded and transcribed. Data-driven analysis was used. Data were classified and theme maps, synthesis and interpretation were formed.</p> <p>According to the results, the quality of pasture meat in direct selling consisted of willingness to support the producer, grazing, taste, and story. The most essential quality aspects were the willingness to support the producer and having and maintaining a direct contact with the production. Perceiving quality was a complex, sensual process and based on mutual trust. All the quality aspects are linked together and socially constructed. The quality was constructed in direct contact by seeing, experiencing, tasting and discussing with the producer. Price was not an important factor. Consumers expressed their values through political consumption. Reforming Finnish food culture, quality was constructed differently in alternative food networks compared to conventional food networks.</p>			
<p>Keywords</p> <p>Alternative food networks, direct selling, local food systems, pasture meat, semi-natural grasslands, quality</p>			
<p>Where deposited</p> <p>Department of Agricultural Sciences and Viikki Campus Library</p>			
<p>Further information</p> <p>Supervisors: Dr. Minna Kaljonen (SYKE, Finnish Environment Institute) and Docent Irina Herzon (University of Helsinki)</p>			

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 KATSAUS KIRJALLISUUTEEN	6
2.1 Luottamuksen puute ruokajärjestelmiin ja sen uudelleen rakentaminen	6
2.2 Laidunliha - vaihtoehtoinen lihantuotantomuoto	10
2.3 Laatu	12
3 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET	15
4 MENETELMÄ JA AINEISTO	15
4.1 Metodologia ja kuluttajaryhmän sekä tilojen valinta.....	15
4.2 Tutkimuksen case-tilat.....	16
4.2.1 Ylämaankarjatilat Savossa	16
4.2.2 Lammastila Varsinais-Suomessa	17
4.2.3 Herefordtila Varsinais-Suomessa.....	18
4.3 Fokusryhmäkeskustelut	18
4.4 Keskustelutilaisuuden runko.....	20
4.5 Aineiston käsittely ja analysointi	23
4.6 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	24
4.6.1 Menetelmän arviointi.....	25
5 TULOKSET	28
5.1 Laidunlihan laadun määreet	28
5.1.1 Tuottajan tukeminen.....	28
5.1.2 Laidunnus.....	31
5.1.3 Maku.....	36
5.1.4 Tarina	41
6 TULOSTEN TARKASTELU	43
6.1 Tuottajan tukeminen	43
6.2 Laidunnus	45
6.3 Maku	47
6.4 Laidunlihan laadun rakentuminen suoramyynnissä.....	49
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	53
8 KIITOKSET	55
LÄHTEET	56
LIITE 1 Kutsu keskustelutilaisuuteen suoramyyntiasiakkaille	62
LIITE 2 Keskustelutilaisuuden runko	63
LIITE 3 Teemakartat	66

1 JOHDANTO

Urbanisoitumisen ja markkinoiden kansainvälistymisen myötä maataloustuotteiden tuotanto ja kulutus tapahtuvat yhä kauempana toisistaan (Murdoch ym. 2000). Ruoantuotannon aiheuttamat ympäristöongelmat, eläinten hyvinvointi ja ruoan laatu ovat herättäneet huolta ja keskustelua viime vuosina (Goodman 2003). Vastavetona tälle keskustelu ruoan laadusta on lisääntynyt ja lähiruoan kysyntä on kasvanut viime vuosien aikana Suomessa (Jokinen ja Puupponen 2006; Peltoniemi ja Yrjölä 2012). Vaihtoehdot ruokaverkostot kuten suoramyynänti pyrkivät tuomaan tuottajat ja kuluttajat takaisin yhteen (Goodman 2003). Lähellä tuotettu ruoka, jonka alkuperä pystytään todentamaan, koetaan ennen kaikkea laadukkaaksi ja turvalliseksi (Nygård ja Storstad 1998).

Laidunliha on vaihtoehtoinen lihantuotantotapa tavanomaiseen lihantuotantoon verrattuna. Laiduntamisella on monia luonnon monimuotoisuuden, eläinten hyvinvointiin, lihan laatuun ja makuun vaikuttavia aspekteja. Tällä hetkellä merkittävä osa luonnonlaitumilla laiduntaneiden eläinten lihasta myydään suoraan tilalta kuluttajille (Maaseudun Tulevaisuus 2013). Suomessa WWF on ollut kehittämässä sertifiointia luonnonlaitumella laiduntaneelle pihvikarjalle ja lampaalle (WWF 2015).

Agroekologisessa tutkimuksessa on tutkittu ja kehitetty maatalouden tuotantomenetelmiä, jotka palvelevat ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävästä ruokajärjestelmän toteutumista (Gliessman 2015). Ruoka- ja elintarvikejärjestelmällä tarkoitetaan ruoan tuotannon ja kulutuksen järjestelmää kokonaisuudessaan. Tämän pro gradu – tutkielman tarkoituksena on selvittää, miten laidunlihan laatu rakentuu suoramyyntiasiakkaiden näkökulmasta. Suoramyynäntiä tai laidunlihaa ei ole aiemmin tutkittu kuluttajalähtöisesti Suomessa. Ruoan tuotannon ekologisten prosessien sekä ympäristön ja yhteiskunnan vuorovaikutuksen tunteminen ovat edellytykset kestävästä agroekologisen ruokajärjestelmän ymmärtämiseksi (Gliessman 2015, 302). Näiden lisäksi tulee ymmärtää ruokajärjestelmän arvojen muodostumista ja sosiaalisia rakenteita (Gliessman 2015, 302).

2 KATSAUS KIRJALLISUUTEEN

2.1 Luottamuksen puute ruokajärjestelmiin ja sen uudelleen rakentaminen

Kaupungistuminen ja globalisaatio ovat aiheuttaneet ruoan tuotannon ja kulutuksen irtikytykeytymisen toisistaan maantieteellisesti, kulttuurisesti ja sosiaalisesti (Murdoch ym. 2000). Ruokaa tuotetaan yhä kauempana sen loppukäyttöpaikasta ja tuotantoketjuun kuuluu useita eri toimijoita, jolloin ruoan alkuperä hämärtyy. Maataloustuottajan ja kuluttajan väliin on muodostunut yhä enemmän välikäsiä: elintarviketeollisuus, tukut ja kaupat, mikä on myös ajanut maataloustuottajan ja kuluttajan kauemmaksi toisistaan (Gliessman 2015, 316). Tavanomaisessa elintarvikejärjestelmässä elintarvikkeita tuotetaan keskitetysti ja kustannustehokkaasti eli produktiivisesti määrään keskittyen (Mononen ja Silvasti 2012). Suomalainen elintarvikejärjestelmä on hyvin keskittynyttä niin jalostuksen kuin kaupan osalta, mikä on vahvistanut maataloustuottajan ja kuluttajan etääntymistä toisistaan. Kansainvälisessä ruokajärjestelmässämme elintarvikkeita kuljetetaan yhä pidempiä matkoja (Gliessman 2015, 316). Ruokaa pakataan ja käsitellään, mikä on aiheuttanut sen että ruoka ei välttämättä enää ole niin tuoretta, terveellistä ja ravitsevaa (Gliessman 2015, 316).

Globaaleilla markkinoilla kuluttajien on täytynyt oppia luottamaan yleisesti tunnettuihin tuotannon ja kulutuksen laatustandardeihin (Murdoch ja Miele 1999). Lisäksi elintarvikkeiden globaali standardointi ja yhtenäistäminen ovat hävittäneet ruoan alueellisia ja kulttuurisia piirteitä (Gliessman 2015, 316). Elintarvikemarkkinat ovat kansainvälisemmät kuin koskaan EU:n yhteisen maatalouspolitiikan ja vapaakauppa-alueen sekä useiden kansainvälisten kauppasopimusten vuoksi (Goodman 2003). Tavanomaisen tuotannon tuomien eettisten ja ekologisten ongelmien seurauksena luottamus tavanomaisesti tuotettujen tuotteiden laatustandardeihin on alkanut vähentyä (Goodman 2003). Kuluttajien luottamus ruokaketjuun on ollut koetuksella Euroopassa monien ruokaskandaalien, kuten salmonellan, lintuinfluenssan ja hevosenlihaepäilyjen vuoksi (Ansell ja Vogel 2006; Jokinen ym. 2012). Toisaalta globalisaatio on myös tuonut huolen kansallisesta ruokaturvasta (Murdoch ym. 2000). Julkinen keskustelu eläinten hyvinvoinnista on lisääntynyt huomattavasti viime vuosikymmenen aikana myös Suomessa (Kupsala 2011). Suomalaisten kuluttajien luottamusta kotieläintuotantoon on ravistellut muun muassa Oikeutta Eläimille -järjestön julkistamat kuvamateriaalit

kotieläinten oloista vuonna 2007 ja 2009 (Jokinen ym. 2012) sekä teurastamoista vuonna 2015. Yksi syy keskustelun lisääntymiseen on ollut myös se, että eläimistä tiedetään yhä enemmän niiden käyttäytymis- ja hyvinvointitutkimuksen lisääntyä (Buller ja Morris 2003). Jokisen ym. (2012) mukaan suomalaisilla kuluttajilla on edelleen luottamus kotimaiseen kotieläintuotantoon, mutta lisääntyvän keskustelun perusteella voi päätellä, että epäluottamus ruokapolitiikkaan on lisääntynyt. Luottamuksen puute ei ole heidän mukaansa vain huono asia, vaan epäluottamuksen tuoma vaatimus muutokselle kyseenalaistaa normeja ja instituutioita.

Osa kuluttajista on alkanut etsiä ja vaatia vaihtoehtoisia kestäviä tapoja tuottaa ja kuluttaa ruokaa. Ruokajärjestelmämme on siis fragmentoitunut, kun kuluttajat ovat luoneet uutta erilaistunutta kysyntää (Murdoch ja Miele 1999). Vastavoimana tavanomaiselle ruokajärjestelmälle on vahvistunut keskustelu ruoan laadusta ja sen tuotannon ympäristökriteereistä (Jokinen ja Puupponen 2006). Vaikka kehityssuunnat laatuun ja määrään ovatkin hyvin polarisoituneet Rentingin ym. (2003) mukaan, muuttavat ne jatkuvasti toisiaan. Vaihtoehtoisilla ruokaverkostoilla on pyritty lisäämään ruokaketjun läpinäkyvyyttä ja kuluttajien luottamusta ruokajärjestelmään (Jokinen ym. 2012). Vaihtoehtoisia ruokajärjestelmiä (*alternative food networks, AFNs*) kutsutaan kirjallisuudessa myös uusiksi ja erilaisiksi ruokaketjuiksi ja –järjestelmiksi sekä lyhyiksi tarjontaketjuiksi (*short food supply chains, SFSCs*) (Venn ym. 2006). Gliessmanin (2015, 311) mukaan vaihtoehtoiset ruokaverkostot ovat avainasemassa ruokajärjestelmäämme kestävämpään suuntaan muutettaessa. Vaihtoehtoiset ruokaverkostot, kuten suoramyynä, tuottajatorit, ruokaosuuskunnat ja ruokapiirit ovat viime vuosina olleet yhä enemmän tutkimuksen ja kuluttajien kiinnostuksen kohteena Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa (Marsden 2000; Goodman 2003). Keskeisenä ajatuksena on ollut ruoan tuottajan ja kuluttajan suhteen uudelleen muotoileminen (Goodman 2003). Vaihtoehtoisiin ruokaverkostoihin kuten lähi- ja luomuruokaan sekä suoramyynätiin liittyy yhä kasvavampaa kiinnostusta myös Suomessa (Peltoniemi ja Yrjölä 2012). Aguglian ym. (2009) mukaan suoramyynäntapahtumista, joissa ollaan vuorovaikutuksessa tuottajan kanssa, on tullut viime vuosina suosittuja Euroopassa.

Lähiruoan kysyntä on kasvanut viime vuosien aikana Suomessa (Kurunmäki ym. 2012). Kurunmäki ym. (2012) arvioivat, että lähiruoan osuus kaikesta ostetusta ruoasta oli 8% vuonna 2011. Gliessmanin (2015, 321) mukaan lähiruoka auttaa samalla alueella ole-

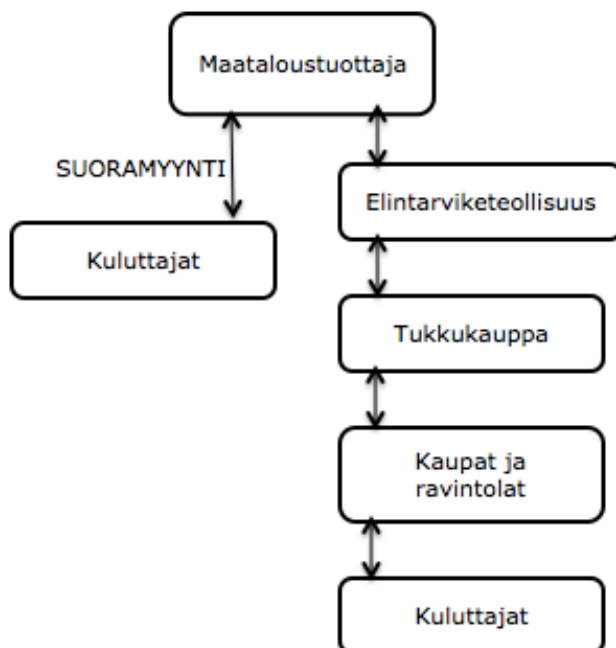
vien kuluttajien ja maataloustuottajien lähentymisessä. Gliessmanin mukaan lähiruoka tuo esille erityisesti ruoan alkuperän, vähentää hiilidioksidipäästöjä ja edistää kestäväää maataloutta. Maa- ja metsätalousministeriön selvityksessä (Kurunmäki ym. 2012) lähiruoka on määritelty seuraavasti: ”Lähiruoka on ruoantuotantoa ja –kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria.” Lähiruoka ja lyhyemmät ketjut kiinnostavat myös maataloustuottajia, sillä sen avulla he voivat saada tuotteilleen paremman katteen (Aquilgia 2009). Tutkimukset ovat myös esittäneet, että vaihtoehtoiset ruokaverkostot olisivat elävän ja monipuolisen maaseudun pelastaja (Renting ym. 2003). Monet alueet, jotka ovat maataloustuotannolle epäsuotuisia (kuten EU-lainsäädännön mukaan lähes koko Suomi) hyötyisivät vaihtoehtoisista ruokaverkostoista (Renting ym. 2003).

Euroopassa lähiruokaa ja suoramyyntiä on perinteisesti tutkittu kahden erilaisen tutkimustradition pohjalta. Ensimmäinen tutkimusnäkökulma on tarkastellut vaihtoehtoisia ruokaverkostoja erityisesti sen sosiologisten merkitysten ja vuorovaikutusten kautta. Traditio on tutkinut erityisesti sosiaalisen juurtumisen (Granovetter 1985) vaikutuksia maalaisyhteisöihin ja yhteisöllisyyteen (Brunori ja Rossi 2000; Sage 2003; Brunori 2007). Toinen tutkimustraditio on taas pyrkinyt selvittämään laadun rakentumista, niin tuottajien kuin kuluttajien näkökulmasta (Ilbery ja Kneafsey 2000; Kirwan 2006). Käytännössä molemmat tutkimustraditiot ammentavat toisistaan, eikä jako ole niin mustavalkoinen. Hinrichs (2000) ja Winter (2003) ovat esimerkiksi tutkineet sosiaalisen juurtumisen merkitystä laadunrakentumisessa. Vennin ym. (2006) mukaan vaihtoehtoisia ruokaverkostoja on tutkittu myös kahdesta muusta näkökulmasta: ensinnäkin, miten vaihtoehtoinen ruokaverkosto yhdistää uudelleen ruoan tuotannon ja sen kulutuksen (Stassart ja Whatmore 2003) ja toiseksi, miten ne tavanomaisesta poikkeavina ruoanjakelukanavina eroavat teollisesta ja yritysvetoisesta ruokaketjusta (Marsden ym. 2000). Vaihtoehtoisia ruokaverkostoja on tutkittu myös niiden ruokakulttuuria ja ruokaperinteitä edistävien merkitysten kautta (Murdoch ja Miele 2002).

Hidas ruokailu –liike (*slow food*) on ollut yksi vaihtoehtoisten ruokajärjestelmien puolestapuhuja. Sen ideana on saada lähellä tuotetusta ruoasta lisäarvoa ja korostaa kuluttajalähtöisyyttä (Risku-Norja ja Mononen 2012). Lisäarvo voi olla muun muassa kontakti tuottajan kanssa, maku, elämys tai perinteet. Yksi Yhdysvalloissa oleva

vaihtoehtoisten ruokajärjestelmän ilmentymä on ollut yhteisöjen ja osuuskuntien tukema maanviljely eli kumppanuusmaatalous (*community supported agriculture, CSA*) japanilaisen viljelyä kasvoilla -liikkeen (*farming with a face on it*) pohjalta (Starr 2003). Helsingin Herttoniemeenkin on muodostunut kumppanuusmaatalouden periaatteita ylläpitävä Herttoniemen ruokaosuuskunta (Ruokaosuuskunta 2015). Yksi viimeisen vuoden aikana huomiota ja kiinnostusta herättänyt ilmiö Suomessa on ollut REKO (*Rejäl konsumtion*) -lähiriokarenkaat. Tuotteita markkinoidaan ja tilataan suljetuissa paikallisissa Facebook-ryhmissä ja jaetaan ennalta määrättyinä ajankohtana (YLE 2015). Myös ruokapiirit ja laatikkomyynti sekä urbaanit yhteisöpuutarhat ovat osa vaihtoehtoisia ruokaverkostoja (Venn ym. 2006).

Kun kuluttajat ovat halunneet yhä vahvemmin varmistusta tuotteen alkuperästä, on tilalta suoraan ostaminen eli suoramyynti ollut suora vastaus tähän (Marsden 2000). Suoramyynti on vaihtoehtoinen ruokaverkosto ja kuluttamisen muoto tavanomaisen tuotannon rinnalla (Renting ym. 2003). Suoramyynti on suoraan tilalta tapahtuvaa myyntiä ilman elintarviketeollisuuden, tukkujen ja kaupan osallisuutta (kuva 1). Suoramyyntissä eläinten liha myydään kuluttajille lihan tuottaneelta tilalta yleensä muualla toimitettavan teurastuksen ja leikkaamisen jälkeen.



Kuva 1. Maataloustuottajan eri tapoja myydä ja markkinoida tuotteitaan suoramyynnin ja tavanomaisen ruokaverkoston kautta. Mukailten Gilgiä ja Batterhilliä (2000) sekä Ruokatietoa (2015).

2.2 Laidunliha – vaihtoehtoinen lihantuotantomuoto

Vastavetona maatalouden tehostumiselle ja maaseudun perinnemaisemien katoamiselle on muodostunut vaihtoehtoisia lihantuotantomuotoja, jotka parantavat eläinten hyvinvointia ja ympäristön tilaa (Bedoin ym. 2009). Laidunliha on yksi esimerkki vaihtoehtoisesta lihantuotantotavasta tavanomaiseen tuotantoon verrattuna. Suurin osa laidunlihasta myydään suoramyyntin kautta (Maaseudun Tulevaisuus 2013). Pitkät laidunnusajat edistävät eläinten hyvinvointia ja vaikuttavat lopulta myös lihan laatuun ja makuun (Melton 1990; Huuskonen ym. 2006). Laiduntaminen mahdollistaa eläinten lajityypillisen käyttäytymisen ja vähentää eläinten aggressiivista käyttäytymistä (Huuskonen ym. 2006). Lisäksi laiduntavien nautojen ja lampaiden liha on maultaan ja rasvahappokoostumukseltaan parempaa kuin pääasiassa väkirehua syövien eläimien (Ådnøy ym. 2005; ym. 2009; Daley ym. 2010).

Luonnonlaitumet ovat perinteisiä karjatalouden muokkaamia elinympäristöjä, joiden eliöstö on muokkautunut pitkäaikaisen laidunnuksen vaikutuksesta (Vainio ym. 2001). Laiduntaessaan eläimet tekevät merkittävää luonnonhoitotyötä, joka ihmisvoimin olisi hyvin työlästä ja kallista. Suomessa WWF on ollut kehittämässä sertifiointia ja kriteereitä luonnonlaitumilla laiduntaneen pihvikarjan eli lihantuotantoon kasvatettujen nautojen (ei lypsylehmien sonnivasikoiden) ja lampaiden lihalle (WWF ja Tapio 2013; WWF 2015). Pohjana kriteereille on käytetty Ruotsissa luotua vastaavaa sertifikaattia (Naturbeteskött 2015). WWF:n ja Tapion (2013) mukaan ”luonnonlaitumella tarkoitetaan niittyä, ketao, rantaniittyä, lehdesniittyä, hakamaata, metsälaidunta tai nummea”. Perinnebiotoopilla on sama määrittely VN:n asetuksen (235/2015) 37§:n mukaan kuin edellinen määrittely (VN 2015). Sertifiointijärjestelmää ei ole kuitenkaan vielä luotu Suomessa. Vaikka yleisesti hyväksytyt periaatteet ovat selvillä, yksityiskohtaisia määritelmiä luonnonlaitumelle ja luonnonlaidunlihalle ei ole vielä olemassa Suomessa. WWF:n ja Tapion (2013) luonnonlaitumien määritelmä on myös osittain ristiriidassa VN:n (2015) asetuksen (235/2015) 39§:n määritelmän kanssa. Koska luonnonlaidunlihan käsite on uusi ja vieras kuluttajille, eikä ole varmaa, täyttäisivätkö tähän tutkimukseen osallistuneet tilat mahdollisen luonnonlihasertifikaatin kriteerit, käytetään tässä tutkimuksessa nimitystä laidunliha.

Sertifiointi tarjoaa markkinalähtöisen keinon edistää maatalousympäristön monimuotoisuutta ja se voi olla hyvä keino viestiä kuluttajille tuotteen laatuominaisuuksista (Bernués ym. 2003). Ruotsissa sertifioitua luonnonlaidunlihaa on ollut mahdollista ostaa jo yli 10 vuotta (Naturbeteskött 2015). Yhdysvalloissa on käytössä USDA:n (*U.S. Department of Agriculture*) valvomaa ja standardoimaa laidunlihamerkki *grass-fed*, joka on tarkoitettu märehäijöille (Conner ym. 2007; Conner ym. 2008). Ranskassa on myös muutamia sertifikaatteja, joiden kriteereihin on sisällytetty laiduntamista. Esimerkiksi *Label Rouge Charolais du Bourbonnais* on ranskalainen laatumerkki lihalle (Bedoin ym. 2009).

Tehostuneen maatalouden myötä laidunnus on vähentynyt Suomessa, erityisesti vajaatuottoisilla alueilla (Pykälä 2007). 1960-luvulta lähtien maatalouspolitiikka alkoi edistää tilojen kasvua ja uuden teknologian käyttöä (Pykälä ja Alanen 2004). 1960-70-lukuun mennessä maatalouden perinnemaisemien kuten niittyjen ja hakamaiden määrä romahti laidunnuksen ja niiton loputtua vähätuottoisilla laidunalueilla (Pykälä 2007). Laidunnuksen vähentymiseen on vaikuttanut myös pyrkimys tuotantoeläinten nopeampaan ja tehokkaampaan kasvattamiseen rehun avulla (Hodgson 1990; Naylor ym. 2005). Luonnon monimuotoisuus on heikentynyt laidunnuksen vähennyttyä (Luoto ym. 2003), esimerkiksi joidenkin kasvilajien esiintyminen on yhteydessä pitkäaikaiseen laiduntamiseen tai niittämiseen (Myklestad ja Sætersdal 2004). Luonnon monimuotoisuus ei ole pelkkä itseisarvo vaan perusedellytys maataloustuotannolle (FAO 2011). Monimuotoisuus ylläpitää ekosysteemien resistenssiä ulkoisille häiriöille sekä ihmisten henkistä ja fyysistä terveyttä (Secretariat of the Convention of Biodiversity 2009).

Nykyään luonnonlaitumista on maaseudun tehostumisen myötä ja laidunnuksen vähennyttyä tullut uhanalaisia elinympäristöjä (Pykälä ja Alanen 2004). Luonnonlaitumien määrä on laskenut vuodesta 1880 vuoteen 2000 mennessä 99 %, jäljellä on noin 10 000 ha (Vainio ym. 2001). Laidunnuksen ja niiton loppuminen, mutta myös laitumien rehevöityminen lannoitteiden ja lisärehun kautta ovat suurimpia uhkia maaseudun arvokkaille elinympäristöille, sillä perinteinen kasvillisuus suosii vähäravinteisia kasvupaikkoja (Pykälä 2005). Lajirikkaat laitumet tuottavat myös monia kulttuurisia hyötyjä ja merkittäviä ekosysteemipalveluita: pölytyspalveluita, hiilensidontaa ja vedenpuhdistusta (Scurlock ja Hall 1998; Pykälä ja Alanen 2004).

2.3 Laatu

Vaihtoehtoisissa ruokaverkostoissa keskitytään ruoan määrän sijaan sen laatuun (Mononen ja Silvasti 2012). Lähiruokaa ilmiönä on tutkittu, mutta keskittyen enimmäkseen vain isompiin kuluttajamassoihin (esim. Kasslin ja Valkeapää 2014). Suoramyyntiä, sen merkityksiä tai arvoja ei ole Suomessa aiemmin tutkittu empiirisesti. Tuote- tai tuoteketjukohtaista tutkimusta ei ole lähiruoan tai suoramyyntin osalta Suomessa tehty. Jos halutaan ymmärtää laajemmin ja syvällisemmin lähiruokaa ja vaihtoehtoisia ruokaverkostoja, on laadun rakentumista avattava.

Kuluttajat hakevat ruoalta laatua. Laadun määrittely on moninainen prosessi, jota useat tutkijat ovat yrittäneet määrittellä hyvin eri tavoin. Laatua ja arvoa on hankala erottaa toisistaan, sillä ne rakentuvat samalla tavalla (Zeithaml 1988). Perinteisesti laatu on määritelty tuotteen hygieenisen turvallisuuden ja hinnan perusteella (Grunert 2005). Monroe (1991) on esittänyt kuluttajan kokeman arvon olevan puhtaasti koettujen hyötyjen ja uhrausten suhde. Laatu yhdistetään usein markkinoilla korkeampaan hintaan (Callon ym. 2002). Laatua käsitellään myös monissa tutkimuksissa yleisellä tasolla, jolloin sen määrittäminen ja rakentuminen jätetään täysin avoimeksi (esim. Lihätiedotus ja TNS Gallup 2014).

Callon ym. (2002) tarkastelevat laatua laajemmin kuin edelliset tutkimukset. Heidän mukaansa laatu ei ole mitään valmiina annettua, vaan se tulee itse todentaa ja sen takana on ennen kaikkea työtä ja panostuksia. Myös Heutsin ja Molin (2013) tutkimuksessa laadun määrittelyä käsitellään hyvin kokonaisvaltaisesti. He painottavat, että arvottaminen ei ole yksinomaan tuomitseva erillinen toiminta, vaan performatiivinen tapahtuma, joka muodostuu yhdessä muun muassa kasvun, kehittymisen, tuotannon, ruoanlaiton ja syömisen myötä. Heidän mukaansa myös välittäminen ja huolehtiminen ovat osa arvon muodostumista. Laadunmäärittely voi olla kokemuksellinen tapahtuma, jossa kuluttaja käyttää kaikkia aistejaan (Callon ym. 2002). Ruoan kuluttamista ja arvottamista on tutkittu myös poliittisen kuluttamisen kautta (Sassatelli 2015). Ruoan kuluttamisessa ei ole ainoastaan nälän tunteen tyydyttämisestä, vaan kulutusvalintoja punnitaan monien laatukriteerien ja arvojen pohjalta (Mononen ja Silvasti 2012).

Vaihtoehtoisia ruokaverkostoja on tutkittu laadun ja sen rakentumisen näkökulmasta muun muassa Ilbryn ja Kneafseyn (2000) sekä Kirwanin (2006) tutkimuksissa.

Heinrichin (2000), Sagen (2003) ja Winterin (2003) tutkimuksissa laatua taas on tarkasteltu erityisesti sosiaalisen juurtumisen kautta. Suoramyyntistä ostetussa tuotteessa hinta ei ole määrittelevä tekijä, kun taas tavanomaisessa tuotannossa laadun määrittely perustuu lähinnä hinnalle (Starr ym. 2003; Kirwan 2006). Suoramyyntissä kuluttajat hakevat suoralla kontaktilla tuottajalta varmennusta tuotteen laadusta (Kirwan 2006). Keskeiseksi laatumääreeksi vaihtoehtoisissa ruokaverkostoissa on lisäksi noussut koko ruoantuotantoprosessin jäljitettävyyden (Goodman 2003). Vaihtoehtoisia ruokaverkostoja käsittelevissä tutkimuksissa paikallisen ruoan yleisimmiksi määreiksi nousevat laatu yleisellä tasolla ja ekologisuus (Gilg ja Battershill 1998; Sage 2003). Tärkeitä tuotteiden laatukriteereitä suoramyyntiasiakkaille ovat myös tuoreus, luonnollisuus, mielenkiintoisuus ja tuotteiden hyvä maku (Holloway ja Kneafsey 2000; Kirwan 2006; Baker ym. 2009; Milestad ym. 2010). Bedoinin (2009) tutkimuksessa ranskalaiset kuluttajien mukaan laidunlihan laatu koostui ennen kaikkea mausta, laiduntamisesta ja tuottajan tapaamisesta.

Kuluttajat uskovat myös, että suoramyyntin kautta on mahdollista vaikuttaa asioihin ja tehdä asioita toisin (Kirwan 2006). Monet kuluttajat haluavat suoramyyntin kautta tukea paikallisia toimijoita ja oman alueen elinvoimaisuutta sekä vahvistaa omaa alueellista identiteettiään (Gilg ja Battershill 2000; Winter 2003; Kirwan 2006). Isoniemen (2005) mukaan välitön palautteenantomahdollisuus on lähiruoassa tärkeää keskinäisen luottamuksen kannalta. Isoniemi lisää, että tuottajan ja kuluttajan läheinen suhde parantaa luottamusta ruoan laatuun ja turvallisuuteen. Hänen mukaansa pienimuotoisemmassa tuotannossa, jossa tuottajan voi helposti tavoittaa, tuottaja panostaa enemmän laatuun kuin suuremmissa teollisissa tuotannossa, jossa tuottaja ei tapaa välttämättä kuluttajaa suoraan. Kirwanin (2006) tutkimuksessa Iso-Britanniassa paikallisilla pientuottajilla on suurempi vastuu tuottaa laadukkaita ja turvallisia tuotteita. Jos tuottaja menettäisi asiakkaat, voisi hän menettää myös maineensa paikallisessa yhteisössään (Kirwan 2006). Hänen mukaansa asiakkaille on tärkeää, että suoramyyntistä ostettaessa myyjä osaa kertoa tarkasti muun muassa tuotantoprosessista ja -paikasta ja ainesosista.

Suoramyyntissä laatu rakentuu sosiaalisen kanssakäymisen myötä (kuva 2). Sosiaalisesti rakennettu laatu on moninainen tapahtuma, jossa tuotteen fyysiset ominaisuudet, tuotanto-olosuhteet, jatkojalostus- ja myyntipaikka otetaan huomioon (Nygård ja Storstad 1998; Kirwan 2006). Goodman (2003) taas toteaa artikkelissaan, että

vaihtoehtoisissa ruokajärjestelmissä laatu määritellään luottamuksen, ympäristön ja sosiaalisen kontekstin kautta. Brunori (2007) painottaa, että laatu on pääasiassa yhteydessä kommunikaatioprosesseihin. Molemminpuolinen luottamus toimijoiden kesken rakentaa laatua (Nygård ja Storstad 1998; Ibery ja Neafsey 2000). Hinrichsin (2000) mukaan sosiaalinen pääoma, juurtuminen paikkaan ja niiden merkitykset korostuvat paikallisessa toiminnassa ja verkostoissa. Hänen mukaansa paikallisesti hankitussa ruoassa yhdistyvät keskinäinen luottamus, välittäminen, tasa-arvo ja vastavuoroisuus, jotka merkitsevät sosiaalista pääomaa. Myös Granovetterin (1985) mukaan sosiaalinen juurtuminen liittyy oleellisesti taloudellisten toimijoiden välisten luottamussuhteiden rakentumiseen. Toisaalta Kneafsey ym. (2008) tutkimuksessaan toteavat, että joillekin kuluttajille lähentynyt suhde maataloustuottajan ja tuotannon kanssa voi jopa aiheuttaa ahdistusta sekä syyllisyyden- ja velvollisuudentuntoa. Kirwanin (2006) mukaan suoramyynnissä tapahtuvien sosiaalisten suhteiden muodostumista ja niiden arvoa ei voida mitata samalla tavalla kuin muita laatuksiteereitä. Sosiaalista vuorovaikutusta ja sen yhteyttä laadun määrittelyyn korostetaan useasti monissa tutkimuksissa. Sen merkitys ja sisältö voivat kuitenkin olla moninaista ja tulkinnanvaraista Kneafseyn ym. (2008) mukaan.



Kuva 2. Tuottaja ja kuluttaja suoramyyntitilanteessa. Kuva: Minna Kaljonen

3 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET

Laatu ei ole mitään valmiiksi annettua, vaan se tulee itse todentaa ja sen takana on ennen kaikkea työtä ja panostuksia (Callon ym. 2002). Tämän tutkielman tarkoituksena on siis ymmärtää, miten laidunlihan laatu rakentuu suomalaisten suoramyyntiasiakkaiden näkökulmasta, ja mitkä arvot ohjaavat laadun rakentumista. Tutkimuksen tavoitteena on vastata seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä suoramyyntiasiakkaat tarkoittavat laadulla?
- Miten laadun rakentuminen tapahtuu suoramyynnissä?
- Mitä vaihtoehtoiset ruokaverkostot voivat tuoda ruokajärjestelmään?

4 MENETELMÄ JA AINEISTO

4.1 Metodologia ja kuluttajaryhmän sekä tilojen valinta

Tällä hetkellä merkittävä osa luonnonlaitumilla laiduntaneiden eläinten lihasta myydään suoraan tilalta kuluttajille. Tähän tutkimukseen valittiin hyvin marginaalinen kuluttajajoukko, joka ostaa suoramyyntinä laidunlihaa. Aineisto siis rajattiin koskemaan tarkasti teoreettisen viitekehysten mukaisesti asiakkaita, jotka ostavat lihaa suoramyyntitiloilta.

Tässä tutkielmassa on käytetty laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää (Grönfors 1982). Laidunliha, vaihtoehtoiset ruokaverkostot ja suoramyynti ovat Suomessa suhteellisen uusia asioita, ja niitä on tutkittu vasta vähän. Koska tutkittavasta aiheesta haluttiin saada perustavanlaatuista tietoa, valittiin laadullinen menetelmä. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 26) mukaan laadullinen menetelmä on sopiva, kun halutaan ymmärtää ilmiötä ja sen kontekstia, eikä sen määrää tai maantieteellisiä eroja. Fokusryhmäkeskustelu on yleisesti käytetty menetelmä kuluttajatutkimuksessa ja sallii yhden teeman ympärille keskittyvän vuorovaikutteisen pohdinnan (Greenbaum 2000).

Tutkielman puitteissa oltiin yhteydessä yhteensä viiteen tilaan, joista kaksi ei voinut osallistua. Tuottajille lähetettiin sähköpostitse kysely halukkuudesta osallistua tutkimukseen ja heihin oltiin myöhemmin yhteydessä myös puhelimitse. Tutkimukseen valittiin lopulta kolme tilaa: ylämaankarja-, lammas- ja herefordtila. Kaikki tilat ovat

suoramyyntitiloja ja tiloilla on tehty erityisiä investointeja eläinten hyvinvointiin ja ympäristöystävällisyyteen. Suoramyyntitilojen asiakkaita ja tuottajia kutsuttiin keskustelemaan kanssamme siitä, miksi he ostavat lihansa suoramyyntin kautta ja mitä asioita he siinä arvostavat. Fokusryhmähaastattelut suoritettiin kevään ja kesän 2015 aikana Etelä- ja Keski-Suomessa.

4.2 Tutkimuksen case-tilat

4.2.1 Ylämaankarjatilat Savossa

Kolme luomutuotannossa olevaa tilaa on perustanut yhteisen tilapuodin 2000-luvun alussa. Suoramyynti tapahtuu tuottajien yhteisen tilapuodin kautta. Tilapuodissa on tarjolla pakasteena muun muassa jauhelihaa ja hampurilaispihvejä, eri lihan osia, makkaroituja ja säilykkeitä. Tilapuoti on auki muutamana päivänä viikossa ja sopimuksen mukaan. Tiloilla kasvatetaan ylämaankarjaa, joka on kestävä ja terve nautarotu sekä luonteeltaan lempeä. Se on myös hidaskasvuinen ja suhteellisen pienikokoinen, jolloin sen kasvattaminen on hitaampaa (Nisu 2011). Rodun ominaisuudet mahdollistavat myös karjan ympärivuotisen laiduntamisen (Nisu 2011). Tiloilla on useita luonnonlaitumia kuten kivisiä hakamaita ja rantalaitumia. Tiloilla on myös viljanviljelyä.

Tutkija Kaljonen oli ollut aiemmin yhteydessä yhteen edellä mainituista tiloista, jonka isännältä hän tiedusteli halukkuudesta tehdä yhteistyötä tutkimukseen liittyen helmikuussa 2015. Isännälle kerrottiin, että toivoisimme keskustelutilaisuuteen osallistuvan mahdollisimman erilaisia asiakkaita. Tämän perusteella hän antoi minulle yhdentoista asiakkaan yhteystietoja. Tila on aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Isäntä laittoi ilmoituksen keskustelutilaisuudesta nettisivuilleen ja tilan Facebook-sivuilleen. Ilmoittautumisia näiden perusteella tuli yksi. Yhteydenotot asiakkaisiin tehtiin puhelimitse. Suurin osa asiakkaista, joihin näin oltiin yhteydessä, osoitti kiinnostusta suoramyyntiä ja laidunlihaa kohtaan. Ylämaankarjatilan asiakkaista oltiin yhteydessä 11 asiakkaaseen. Lopulta kolme oli lupautunut osallistua varmasti ja kaksi oli epävarmoja osallistumisestaan. Heille lähetettiin vielä muistutus tilaisuudesta tekstiviestillä. Myymälässä työskentelevä ulkopuolinen henkilö ja sattumalta paikalle tullut asiakas, joka oli aiemmin puhelimitse kieltäytynyt osallistuvansa, osallistuivat myös keskusteluihin. Tilaisuuteen osallistui lopulta viisi henkilöä. Keskustelutilaisuus suoritettiin tilakaupassa.

4.2.2 Lammastila Varsinais-Suomessa

Suoramyynti tapahtuu tilalla pihapiirissä olevan puodissa, joka on auki kerran viikossa ja muuten sovittuina ajankohtina. Lihatuotteita myydään myös verkkokaupassa ja kuljetetaan asiakkaille erilaisten lähettipalveluiden kautta. Myynnissä on lihalaatikoita ja makkaroita, säilykkeitä, palvirullaa ja villatuotteita. Tila on ollut luomutuotannossa vuodesta 2009 lähtien. Tilalla on 300 uuhta, jotka ovat texelrodun ja suomenlampaan risteytyksiä. Tila laidunalueineen sijaitsee luonnonkauniissa ympäristössä jokilaaksossa perinnemaisemien ympäröimänä (kuva 3). Tilaan otettiin yhteyttä helmikuussa 2015. Isäntä oli kiinnostunut asiasta ja halusi tehdä yhteistyötä. Hän koki, että tämän avulla voi itsekin oppia kehittämään omaa tilaansa ja suoramyyntiään paremmin. Isäntä luovutti käyttöön asiakkaiden puhelinnumeroita ja/tai sähköpostiosoitteita. Lammastilan asiakkaista oltiin yhteydessä yhteensä 11:een, joista 5 osallistui tilaisuuteen. Heihin oltiin yhteydessä pääasiassa puhelimitse. Joillekin asiakkaille, jotka tiettävästi olivat aktiivisia sähköpostin käyttäjiä, lähetettiin sähköpostia.



Kuva 3. Varsinaissuomalaisen lammastilan lampaat laiduntamassa. Kuva: Iida Viholainen.

4.2.3 Herefordtila Varsinais-Suomessa

Tila on Varsinais-Suomessa sijaitseva karjatila, jolla kasvatetaan herefordkarjaa lihaksi ja jalostukseen. Liharotuisen karjan kasvattaminen aloitettiin tilalla 90-luvulla ja nautojen määrä on tällä hetkellä noin 150. Suoramyynti tapahtuu tilalta noudettavien lihapakettien kautta. Tilalla ei ole myymälää. Myynnissä on 15 kilogramman tai 30 kilogramman lihalaatikoita. Noin puolet lihalaatikoiden sisällöstä on jauhelihaa ja loput erilaisia ruhonosia. Herefordnauta on alun perin englantilainen liharotu. Rotu on erinomainen muuttaessaan heikkoravinteista luonnonlaidunta lihaksi. Hereford on rotuna vaatimaton ja se pystyy sopeutumaan hyvin sekä kovaan kylmyyteen että helteeseen. Herefordin liha on tunnetusti maukasta. Naudat kasvat vapaana pihatoissa ja pääsevät ulos myös talvella, ja kesällä tilan karja laiduntaa luonnonarvokkailla perinnemaisemilla joki- ja puronvarsinotkoissa. Tilalla viljellään myös viljaa ja heinää. Tilalla on myös sopimus HK:lle.

Isäntään oltiin yhteydessä maaliskuussa 2015, ja hän lupautui ilomielin yhteistyöhön. Hän lupasi olla yhteydessä asiakkaisiinsa ja kutsua heitä. Huhti- ja toukokuussa isännän kanssa keskusteltiin ja hän kertoi, etteivät ihmiset olleet olleet kovin kiinnostuneita osallistumaan. Hän oli myös lähettänyt sähköpostitse asiakkailleen kutsun tilaisuuteen. Sain sitä kautta kaksi ilmoittautumista, yhden sähköpostilla ja yhden tekstiviestillä. Päivää ennen keskustelutilaisuutta isäntä soitti ja oli epäileväinen, jos tilaisuuteen tuleekin liian vähän ihmisiä. Hän ehdotti, jos siirtäisimme tilaisuutta myöhempään ajankohtaan. Tilaisuus päätettiin kuitenkin järjestää, sillä muutama kiinnostunut oli jo kuitenkin ilmoittautunut. Lisäksi uuden päivän järjestäminen vaatisi taas paljon käytännönjärjestelyitä. Lopulta tilaisuuteen saapui paikalle kuusi henkilöä. Haastattelutilaisuus pidettiin päärakennuksen ulkoterassilla pöydän ääressä.

4.3 Fokusryhmäkeskustelut

Kun halutaan selvittää ihmisten tarpeita ja mieltymyksiä uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämistä varten, on fokusryhmä erityisen hyödyllinen menetelmä. Greenbaumin (2000) mukaan menetelmän avulla on hyvä etsiä yleisiä suuntaviivoja esimerkiksi markkinoinnin edistämiseksi. Onnistuessaan fokusryhmäkeskustelun osallistujien erilai-

set kommentit ja näkökulmat ruokkivat keskustelua. Goldmanin (1962, 61) mukaan fokusryhmä on vuorovaikutuksessa keskenään kommunikoiva ihmisten joukko, jolla on yhteisiä kiinnostuksen kohteita. Termi 'fokus' tarkoittaa, että haastattelu on rajoitettu pienelle osallistujajoukolle (Goldmanin 1962, 61). Greenbaumin (2000, 3) määritelmän mukaan fokusryhmät ovat 7-10 hengen ryhmiä, jotka on muodostettu esimerkiksi samanlaisen demografisen asenneilmapiirin, kulutustottumusten tai käyttäytymisen perusteella. Greenbaumin (2000) mukaan tarkoituksena on myös tutkia asenteita ja tunteita tarkasti määriteltyyn aiheeseen liittyen. Esimerkiksi Heuts ja Mol (2013) käyttivät laadun rakentumista käsittelevässä tutkimuksessa menetelmänä haastattelua, ja Evansin ja Mielen (2012) tuotantoelämien merkityksiä ja arvoja käsittelevässä tutkimuksessa käytettiin fokusryhmiä.

Tämän tutkimuksen ryhmät olivat hieman pienempiä, noin 5 hengen ryhmiä. Tutkielman haastatteluryhmiä ei muodostettu, jotta erilaisia asiakkaita voitaisiin tutkia, vaan erilaisten arvottamiskäytäntöjen ja laadun rakentumisen ymmärtämiseksi. Ryhmiin pyrittiin kuitenkin saamaan mahdollisimman erilaisia asiakkaita: nuoria, vanhoja, miehiä, naisia, pitkäaikaisia ja lyhytaikaisempia asiakkaita, jotta mahdollisimman erilaisia näkökulmia tulisi esille. Aineistossa on vahvasti läsnä sitoutuneiden suoramyyn-tikuluttajien ääni, mutta jokaisessa keskustelussa oli myös 1-2 vähemmän sitoutunutta asiakasta. Aineistossa on siis myös mukana vähemmän sitoutuneiden asiakkaiden ajatuksia ja näkemyksiä. Fokusryhmien henkilöt keskustelivat puheenjohtajan johdolla annetuista aiheista. Viholainen veti fokusryhmien keskusteluita ja tutkija Kaljonen lisäili asioita ja täsmensi kysymyksiä tarvittaessa. Kaljonen myös laati jokaisessa keskustelutilaisuudessa teemakartan asiakkaiden kokemien laatumääreiden ja arvojen pohjalta.

Aluksi suunnitelmana oli, että jokaiselta tilalta ostetaan lihalaatikko, joka arvotaan keskustelutilaisuuden osallistujien kesken, mistä mainittiin myös kutsussa (liite 1). Myöhemmin kuitenkin päätettiin, että jokainen osallistuja saa pienen palkkion esimerkiksi yhden tilan tuotteen. Tämä tuntui reilummalta ratkaisulta. Osallistujille tarjottiin myös pullakahvit. Keskustelutilaisuuteen osallistuneille ilmoitettiin etukäteen, että keskustelut nauhoitetaan ja aineistoa käytetään luottamuksellisesti osallistujien identiteettiä paljastamatta.

Kolmeen ryhmäkeskusteluun osallistui yhteensä 16 asiakasta, 4 isäntää ja 1 emäntä (taulukko 1). Asiakkaista 13 oli miehiä ja 7 naisia. Kaikille keskustelutilaisuuksiin osallistuneille kerrottiin ennakkoon, mistä teemoista tultaisiin keskustelemaan. Osalle lähetettiin sähköpostitse kutsu keskustelutilaisuuteen (liite 1) tai soitettiin. Etukäteen arvioitu aika keskusteluiden kestolle oli puolitoista tuntia. Ensimmäinen haastattelu suoritettiin Savossa ylämaankarjatilalla 21.3.2015. Haastattelu kesti noin puolitoista tuntia. Toinen haastattelu, joka kesti lähemmäs kaksi tuntia suoritettiin Varsinais-Suomessa lammastilalla 28.3.2015. Kolmas haastattelu herefordtilalla Varsinais-Suomessa 6.6.2015 kesti noin tunnin.

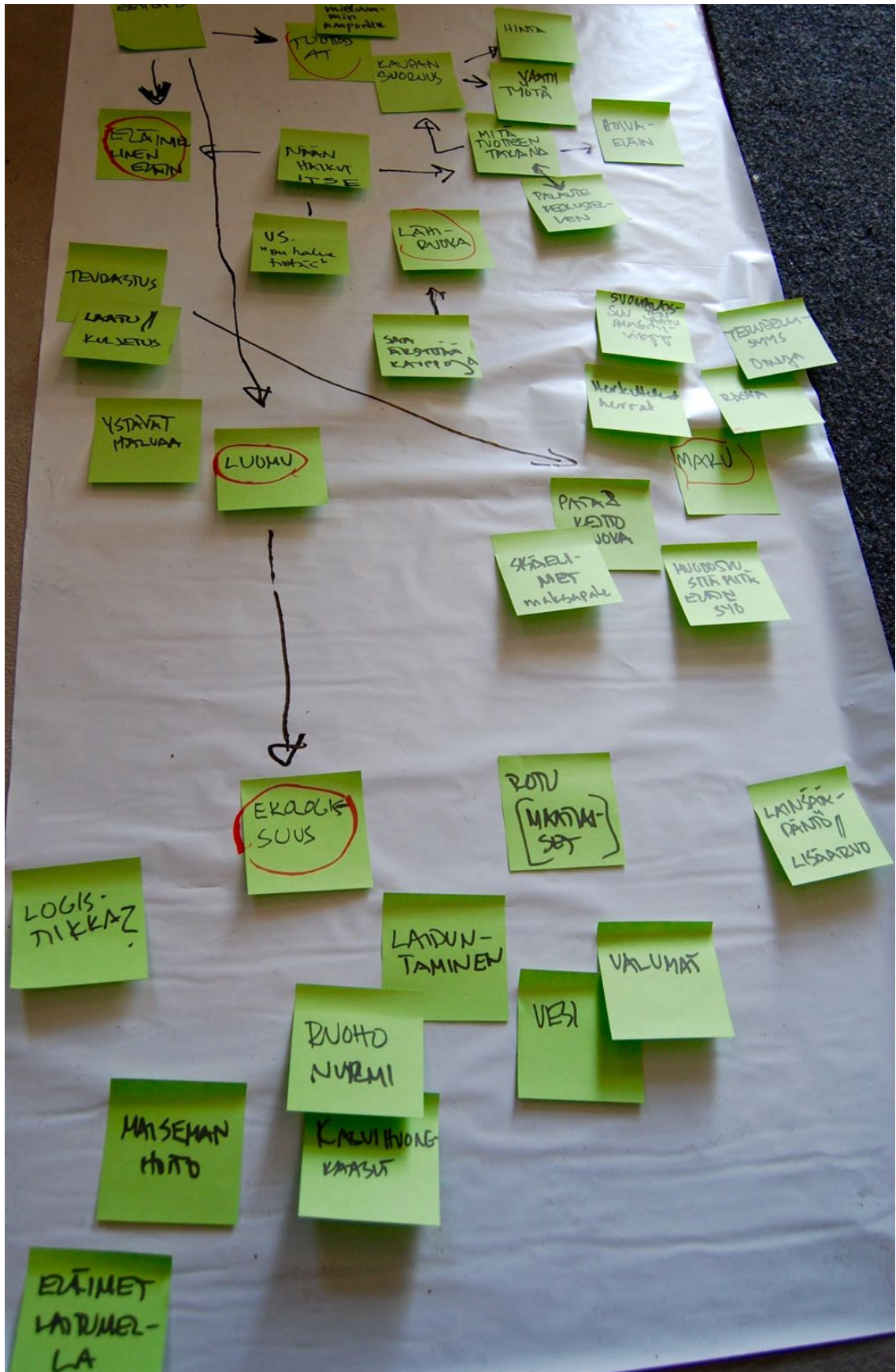
Taulukko 1. Perustiedot fokusryhmistä ja niiden kestosta.

Tila	Kuvaus suoramyynnistä	Osallistujat	Aika ja paikka	Kesto
Ylämaankarjatilalla	Myynti tilakaupasta, joka on 3 tuottajan yhteinen	5 asiakasta + 2 isäntää	Jäppilä, 21.3.2015, klo 12.00	88 min.
Lammastila	Tilakauppa, nouto tilalta ja kuljetuspalveluiden kautta	5 asiakasta + isäntä ja emäntä	Somero, 28.3.2015, klo 12.00	109 min.
Herefordtila	Lihapaketteja, jotka noudataan tilalta	6 asiakasta + isäntä	Pertteli, 6.6.2015, klo 12.00	62 min.

4.4 Keskustelutilaisuuden runko

Ryhmäkeskustelujen sujumisen ohjaamiseksi luotiin mahdollisimman selkeä ja joustava keskustelurunko, joka sisälsi teemat ja keskeiset kysymykset (liite 2). Keskustelurungon joustavuudella haluttiin taata ajan riittävyys, jos joistain keskustelunaiheista syntyisi enemmän keskustelua. Kaikki keskustelutilaisuudet vietiin läpi samalla kaavalla. Ensin esiteltiin ja käytiin läpi yleisiä asioita ja keskustelun peruseriaatteita. Osallistujille haluttiin painottaa, ettei typeriä tai itsestään selviä vastauksia ole. Haluttiin myös korostaa, että tavallisuus kiinnostaa, ja että menetelmän tarkoituksena on asioiden pohtiminen yksin ja yhdessä. Ihmisten esiteltyä itsensä pyydettiin heitä kertomaan, milloin he ostivat ensimmäisen kerran lihaa suoramyynnin kautta. Pyysimme ihmisiä arvioimaan, kuinka suuri osuus heidän käyttämästään lihasta on suoramyynnin kautta hankittua ja onko osuus muuttunut ajan myötä. Tilaisuuden aikaa vievin osuus oli, kun asiakkaita

pyydettiin kirjoittamaan lapuille kolme syytä/arvoa, miksi he ostavat lihaa suoramyynnin kautta. Kukin sai miettiä hetken ja kirjoittaa lapulle yksin. Tämän jälkeen jokainen sai kertoa omat syynsä. Vastauksia tarkennettiin ja teemoista keskusteltiin laajemmin. Laput ryhmiteltiin paperille teemoittain (kuva 4). Keskustelimme myös mahdollisista hankalista ja huonoista kokemuksista suoramyyntiin liittyen. Ihmiset istuivat piirissä ja jokaiselle pyrittiin antamaan puheenvuoro tasapuolisesti. Lopuksi esiteltiin suunnitteilla olevaa luonnonlaidunliha ja eläinten hyvinvointi –merkkiä. Lisäksi osallistujilta kysyttiin, mitä ajatuksia sertifikaatit heissä herättävät.

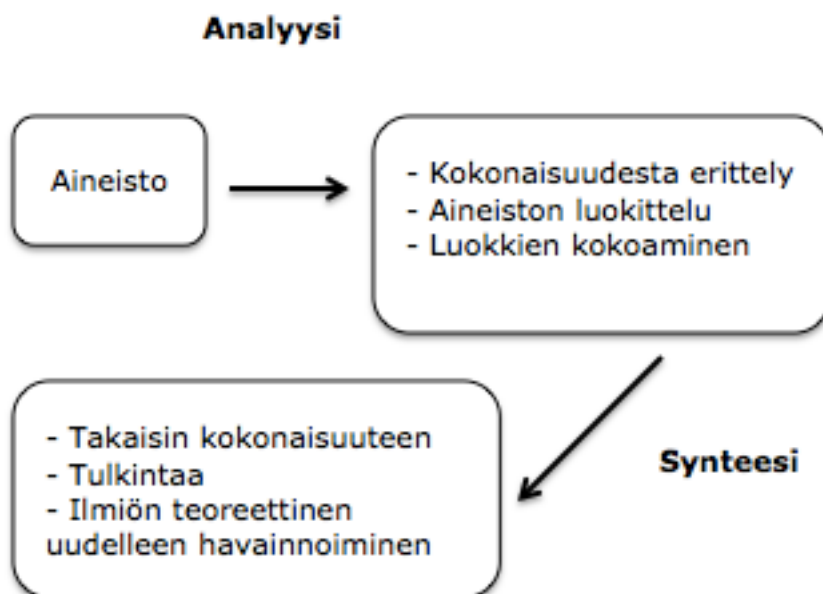


Kuva 4. Ylämaankarjatilalla ryhmäkeskustelun aikana tehty teemakartta laidunlihan arvoista. Kuva: Minna Kaljonen.

4.5 Aineiston käsittely ja analysointi

Aineiston analysointia varten ryhmäkeskustelut nauhoitettiin ja äänitallenteet litteroitiin eli puhtaaksikirjoitettiin. Samaan aikaan aineistosta tehtiin muistiinpanoja. Litteroitua materiaalia muodostui yhteensä 47 sivua. Aineisto on pyritty pitämään mahdollisimman autenttisenä, muuttamatta puhekielen ilmaisuja kirjakielisiksi, sillä aineiston pääpaino on itse tekstissä ja sen asiasisällössä lingvistisen ja foneettisen sisällön sijaan.

Tutkimuksessa käytettiin aineistolähtöistä analyysia, eikä siitä tehty ennakkoon oletuksia tai määritelmiä (Eskola ja Suoranta 1998, 19). Induktion eli aineistolähtöisen päättelyn mukaisesti analyysissä edettiin loogisesti yksityiskohtaisemmista seikoista suurempiin kokonaisuuksiin (Grönfors 1982, 30). Analyysi kuitenkin tapahtui samanaikaisesti aineiston hankinnan, tulkinnan ja kirjoittamisen kanssa (Hirsjärvi ja Hurme 2008, 136). Aineiston käsittely on analyysin ja synteysin tekemistä (Hirsjärvi ja Hurme 2008, 143). Analyysissä aineiston kokonaisuus eriteltiin ja luokiteltiin (kuva 5). Ennen litterointia aineistoista tehtiin teemakartat ryhmäkeskusteluissa tehtyjen teemakarttojen ja tilaisuudessa käytyjen keskusteluiden pohjalta (liite 3). Ensin ryhmäkeskustelut käytiin läpi lukemalla, minkä jälkeen tehtiin aiheiden ryhmittelyä ja kategorisointia. Runsasta alkuaineistoa pelkistämällä pyrittiin löytämään ja nostamaan tämän tutkielman kannalta oleellinen tieto esille. Analyysissä pyrittiin havaitsemaan, miten samoista asioista keskustellaan eri tavalla. Aineisto luokiteltiin keskusteluissa nousseiden teemojen perusteella. Apuna käytettiin ryhmäkeskusteluissa tehtyjä teemakarttoja laidunlihan arvoista (kuva 4 ja liite 3). Tuloksia esitellään aineistosta tehtyjen teemakarttojen avulla. Teemoista muotoiltiin teemakarttoja XMind 6 -käsitekarttaohjelman (2015) avulla. Tavoitteena oli löytää keskeisimmät teemat mutta myös tarkastella, miten eri teemat ovat kytkeytyneitä toisiinsa. Synteisissä pyrittiin käsittelemään aihetta kokonaisuutena, tekemään tulkintoja ja esittelemään tutkittava asia uuden näkökulman kannalta (kuva 5).



Kuva 5. Aineiston käsittelyn analyysin ja synteessin eteneminen Hirsjärveä ja Hurmetta (2008, 114) mukailten.

Tutkimuksen tuloksissa esitellään ryhmäkeskusteluihin osallistuneiden kommentteja. Kommenteissa on ilmoitettu tila, jolla haastattelu on tehty, kommentoijan sukupuoli ja ikä. Keskusteluihin osallistuneiden ikää ei kysytty tarkasti tutkimuksessa, joten ilmoitetut iät ovat pyöristettyjä arvioita.

4.6 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Kvantitatiivisen tutkimuksen tieteellinen pätevyys osoitetaan tilastollisilla menetelmillä, kun taas kvalitatiivisissa menetelmissä aineisto ja sen hankinta sekä siitä tehdyt johtopäätökset pyritään osoittamaan tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin kautta (Grönfors 1982, 11). Eskola ja Suoranta (1998, 210) määrittelevät validiteetin ja reliabiliteetin kertovan laadullisen tutkimuksen luotettavuuden ja tehtyjen johtopäätösten pätevyyden. Eskola ja Suoranta mainitsevat, että laadullisessa tutkimuksessa tutkija itse on tärkein määrittelijä tutkimuksen luotettavuudelle. Lisäksi luotettavuutta määriteltäessä arviointi kohdistuu koko tutkimusprosessiin. Luotettavuudella tarkoitetaan tutkimustulosten ja väitteiden luotettavuutta. Luotettavat tulokset ovat ristiriidattomia, toistettavissa olevia, eivätkä sattumanvaraisia. Tutkimuksen luotettavuus ei myöskään ole riippuvainen tutkimuksen tekijöistä (Grönfors 1982, 178).

Grönforsin (1982) mukaan validiteetti eli tutkimuksen pätevyys ilmaisee sitä, kuinka hyvin tutkimuksessa käytetty menetelmä vastaa tutkittavan asian ominaisuuksia, joita tutkimuksessa on tarkoitus arvioida. Validiteetti voidaan kuitenkin jakaa moneen eri validiteetin osa-alueeseen, jolloin niitä on helpompi tarkastella (Eskola ja Suoranta 1998, 213). Looginen validiteetti tarkastelee tutkimuksen logiikkaa kokonaisuutena. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen eri teorioiden ja käsitteiden loogista suhdetta, mitä voidaan tarkastella esimerkiksi tutkimusstrategian valitsemisen onnistumista tutkittavaan kohteeseen liittyen. Ulkoinen validiteetti taas ilmaisee aineiston ja siitä tehtävien johtopäätösten paikkansapitävyyttä. Aineisto- eli sisältövaliditeetilla ilmaistaan, kuinka hyvin aineiston analysointimenetelmä vastaa tutkimusaineistoa.

4.6.1 Menetelmän arviointi

Fokusryhmä laadullisena menetelmänä sopi tähän tutkielmaan hyvin, kun tavoitteena oli laidunlihan arvojen selvittäminen suoramyyntiasiakkaiden näkökulmasta. Laidunliha ja suoramyynti aiheena ovat hyvin monipuolisia ja laajoja, minkä takia vuorovaikutteinen fokusryhmämenetelmä oli hyvä valinta tutkielman aiheen kannalta. Otanta oli selkeästi rajattu koskemaan marginaalista asiakasjoukkoa. Jos otantaan olisi valittu suurempi joukko tavanomaisia kuluttajia satunnaisotoksella, saadut vastaukset olisivat pikemminkin kertoneet mielikuvista laidunlihaa kohtaan, koska kyseessä on vielä niin spesifi ja tuntematon elintarvike. Aineistonkeruu- ja analyysimetodi valittiin harkiten ja huolellista valmistelutyötä tehden. Ryhmäkeskustelutilaisuuden runko muodostettiin tavoitteiden ja tutkimuskysymyksien pohjalta. Ryhmäkeskustelut antoivat vastauksia asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Keskustelurunko oli laadittu sopivan joustavaksi, mikä salli keskustelun syvenemisen tarvittaessa. Varsinkin ensimmäinen fokusryhmäkeskustelu oli jännittävä tapahtuma molemmille moderaattoreille. Roolit kuitenkin helpottuivat, ja kahta seuraavaa tilaisuutta oli jo paljon rennompia moderoida. Ennen tilaisuuksia oli perehdytty syventävästi fokusryhmäkirjallisuuteen, mikä paransi moderaattoreiden tietoa ja ymmärrystä sekä kykyä moderoida ja johtaa fokusryhmiä.

Yleisesti ottaen kaikki keskustelutilaisuudet sujuivat hyvin. Kaikkien keskustelutilaisuuksien aluksi painotimme, että niin sanotut tavalliset asiat ovat tämän tutkielman kannalta tärkeitä, eikä ole olemassa itsestäänselviä asioita. Tuntui, että ihmiset eivät pidätelleet itseään tai sanomisiaan. Osa ihmisistä oli puheliaampia kuin toiset ja olivat enemmän äänessä. Kaikki saivat kuitenkin kerrottua mielipiteensä ja keskimää-

rin keskustelut sujuivat tasapuolisesti. Ihmiset kommentoivat toinen toisiaan ja paikoin keskustelu rönsyili. Näin tapahtuessa oli moderaattorin tehtävä palauttaa keskustelu oleelliseen. Osallistujat esittivät monipuolisia näkemyksiä ja kysymyksiä ja vaikutti siltä, että he itsekin oppivat uusia asioita keskustelutilaisuuden myötä. Täsmentäviä lisäkysymyksiä pyrittiin esitetään osallistujille mahdollisimman hyvin. Moderaattorin rooli ja omat mielipiteet pyryttiin pitämään mahdollisimman pieninä, jotta he eivät vaikuttaisi liikaa osallistujien mielipiteisiin. Saavutetut tutkimustulokset eivät siis ole riippuvaisia tutkijasta. Jokaisessa ryhmäkeskustelussa oli noin 5 osallistujaa. Ryhmät olivat suhteellisen pieniä, mutta se tuntui sopivalta, sillä ihmisiin sai hyvin kontaktin. Tilapuoti ja lihantuottaja olivat kaikille tuttuja. Jotkut olivat myös kotoisin samasta kylästä. Tämä teki keskustelutilanteesta luontevan. Jos kaikki olisivat olleet toisilleen tuntemattomia, olisivat keskustelut mahdollisesti olleet erilaista eivätkä ihmiset olisi välttämättä kertoneet niin avoimesti omia mielipiteitään ja tuntemuksiaan. Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan myös sitä, että tutkittaessa tiettyä henkilöä saadaan jokaisella tutkimuskerralla sama tulos. Keskustelutilaisuuksiin osallistuvilla asiakkaila tuskin oli tarvetta valehdella, sillä tuottaja ja osalle myös muut keskustelijat olivat ennestään tuttuja. Toisaalta mahdollisuutena oli, että tuottaja ja muut osallistujat koettiin liian tutuksi, jolloin negatiivisista kokemuksista kertominen koettiin ehkä hankalammaksi. Haastattelut litteroitiin mahdollisimman nopeasti haastatteluiden jälkeen. Fokusrhymia moderoi Viholainen litteroi haastattelut.

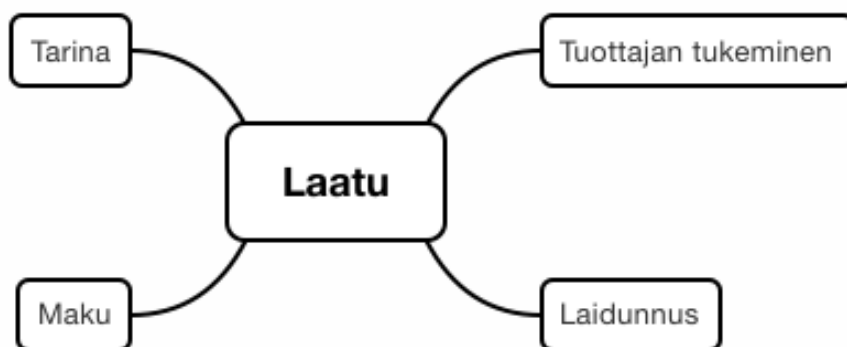
Ylämaankarjatilalla keskustelutilaisuus suoritettiin heidän tilapuodissaan. Paikka oli hieman meluisa, sillä kylmäkoneet hurisivat, ja asiakkaita kävi välillä ostamassa tuotteita. Paikoin aineistoa piti kuunnella useaan otteeseen, sillä osallistujien puheenvuoroista oli hankala saada taustamelun vuoksi selvää. Muuten tunnelma oli rento ja laidunlihaa sekä suoramyyntiä käsiteltiin hyvin monipuolisesti. Lammastilalla kokoonnuimme tilan päärakennuksen olohuoneeseen. Keskustelutilaisuuden aikana sivuttiin monia asioita ja keskustelun taso oli paikoin hyvin syvälistäkin. Herefordtilalla kokoonnuimme haastateltavien kanssa tilan ulkoterrassille. Paikka oli hieman tuulinen ja viileä. Yksi ihminen ilmoitti, että hänellä on aikaa vain tunti. Muutenkin ihmiset vaikuttivat kiireisiltä ja keskustelutkin jäivät hieman pintapuolisiksi. Ulkotila ja tuulisuus myös heikensivät nauhoitteen laatua. Kaikista kommentista sai kuitenkin suurin piirtein selvää. Tämän perusteella voi sanoa, että paikka ja ilmapiiri vaikuttavat suuresti keskusteluihin, niiden litterointiin ja ihmisten halukkuuteen kommentoida.

Tutkielman luotettavuutta ilmentää se, että aineistoa käsiteltiin luottamuksellisesti, eikä osallistujien nimiä paljastettu. Tutkimukseen osallistuneihin tiloihin oltiin yhteydessä hyvissä ajoin ja heille kerrottiin tutkimuksen tausta ja tavoitteet. Keskustelutilaisuuden paikka, aika ja muut käytännön järjestelyt sovittiin tilojen kanssa ennakkoon puhelimitse ja/tai sähköpostitse. Kun asiakkaita pyydettiin osallistumaan keskustelutilaisuuteen, kerrottiin heille selkeästi tulevan keskustelutilaisuuden teemoista ja tavoitteista sekä tutkimuksen taustasta. Tutkielmaan liitettiin kuva, jonka käyttöön pyydettiin lupaa siinä esiintyviltä henkilöiltä (kuva 2). Tutkimuksen luotettavuutta olisi voinut lisätä triangulaatiolla eli yhdistämällä kvantitatiivista aineistoa kvalitatiivisen aineiston tueksi. Olisi ehkä ollut hyvä tehdä 1-2 sivun pituinen tietolomake, joka olisi annettu tutkimukseen osallistujille täytettäväksi tilaisuuden päätteeksi tai ennakkoon. Siinä olisi ilmoitettu nimi, ikä, ammatti ja siinä olisi vielä ympyröity esimerkiksi viisi tärkeintä arvoa laidunlihalle. Näin osallistujista olisi saatu tarkempaa tietoa.

5 TULOKSET

5.1 Laidunlihan laadun määreet

Laatu koostuu suoramyynnin kautta hankitussa laidunlihassa neljästä ulottuvuudesta: tuottajan tukemisesta, laidunnuksesta, mausta ja tarinasta. Tuloksissa esitetään luokittelemalla, miten laidunlihan laatu rakentuu suoramyyntiasiakkaiden mielestä ja mitä nämä laatumääreet pitävät sisällään. Tuloksissa käydään läpi laatumääreiden sisältämät tekijät (kuva 6).



Kuva 6. Laidunlihan laadun määreet

5.1.1 Tuottajan tukeminen

Kyl se ainakin ittelle et on ne paikalliset toimijat jotka tekee sitä työtä sais sen rahan ja arvostusta siitä-- (Herefordtila, mies, 30 v.)

Kyl mä aattelen myös sitä työllisyysjuttua et tietää että mistä se tuote tulee ja et se työllistää. Karjatilakin työllistää kuitenkin aika monta ihmistä et tänä päivänä sekin on aika tärkeä. (Herefordtila, mies, 70 v.)

Ainakin mä elän siinä toivossa, että se raha, mitä siitä jää jotenkin ainakin pyörimään tälle seudulle. (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

--kyl mä niin ku mielummin maksan naapurille kun jollekin Keskon pääjohtajalle tai S-ryhmän pääjohtajalle. (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

-- aina kun oppii tuntemaan tai kohtaa ihmisen joka on tekemisissä sen ruuan alkutuotannon kanssa niin sehän tuo sen asian lähemmäs itseä. (Lammastila, mies, 30 v.)

--ne on sillä tavalla hirveen kannatettavaa ja rohkeaa että pystyy itse tuottamaan lihansa ja markkinoimaan sen. Se on semmosta kannatettavaa positiivista heittäytymistä ja semmosta yrittäjärohkeutta et uskaltaa lähteä tämmöseen. (Lammastila, mies, 50 v.)

-- jos ite mitenkään pystyy antamaan arvostusta ja kannustusta tuottajaa kohtaan niin musta se on tosi tärkeätä et pystyy ees vähän et vitsi miten upeeta että teette tätä ja tosi hyviä tuotteita jatkakaa samaan malliin et haluis ite samalla toimii sen positiivisen ajatuksen rakentajana siinä. (Lammastila, nainen 20 v.)

Mä nään mitä vähemmän välikäsiä siinä on sitä parempi ja nyt kun muutenkin viime vuosina on puhuttu niin paljon miten tässä kauppaketjuissa miten vähän sitä loppujen lopuksi tuottajalle jää käteen siitä myytävästä arvosta niin se on hienoa jos sitä pystytään leikkaamaan pois-- (Lammastila, mies, 30 v.)

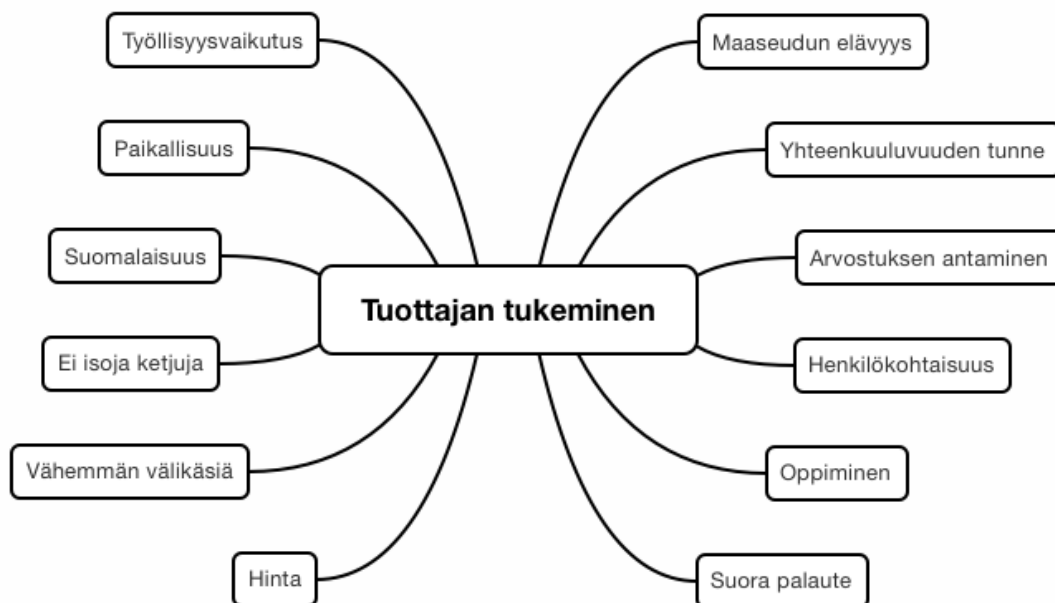
Ja sit tossa lähiruuassa on taas siinä on sit just taas tämä tota voi niinku ärsyttää noita kauppoja ja ostaa niitten ulkopuolelta et tota ja se että se tuottaja saa siitä sen palakkansa siitä tekemästään työstä. (Ylämaankarjatila, nainen, 40v.)

-- kaupan suoruus eli se ei karkaa pörssiin – (Ylämaankarjatila, mies, 30v.)

Mulle se [hintaa] ei oo koskaan se lähtökohta. Se viljelijä on kyllä sen ansainnu. (Lammastila, nainen, 60 v.)

-- mä olen myös ehdottomasti valmis maksamaan siitä enemmän kun mä nyt maksaisin jostain muusta ruuasta ja vielä erityisesti just silloin jos sen saa ostaa suoramyynnistä niin sitä parempi koska sitä todennäköisemmin siitä menee isompi osa suoraan tuottajalle. (Lammastila, mies, 30 v.)

Täällä maksaa luomujauheliha vähemmän kun tuossa Salessa luomujauheliha. Siis pari kolme euroa vähempi kilo ja suora kauppa totta kai ostan täältä. (Ylämaankarjatila, mies, 30 v.)



Kuva 7. Tuottajan tukeminen laidunlihan laadun määreenä

Tuottajan tukeminen ja suoran kontaktin ylläpitäminen oli tärkein laidunlihan arvo keskustelutilaisuuksien perusteella (kuva 7). Tieto siitä, että suoramyynä työllistää oman paikkakunnan ja kylän ihmisiä, oli monelle tärkeää. Suora kontakti tuottajaan ja hänen tukemisensa edustivat asiakkaille vahvasti paikallisuutta ja maaseudun elävyyttä. Keskusteluissa tuli esille vahvasti, että maatalouden tämänhetkinen tilanne koetaan todella heikoksi ja maataloustuotteiden tuottajahinnat alhaisiksi. Asiakkaat eivät niinkään korostaneet sosiaalisen suhteen merkitystä itsessään tai henkilökohtaisuutta. Asiakkaat kokivat, että he ovat oppineet uusia asioita tuotteista ja tuotantotavasta suoramyynnin kautta, erityisesti tuottajaa tapaamalla. Eniten korostettiin arvostuksen ja välittämisen antamista maataloustuottajalle. Asiakkaat kokivat, että tuottajat eivät saa tällä hetkellä tarpeeksi arvostusta työstään, mutta suoramyynnin avulla sen voi osoittaa helpommin. Keskustelutilaisuuksien perusteella kävi ilmi, että asiakkaat kokivat suoramyynnin itsessään olevan todella ihailtavaa ja hienoa yritystoimintaa, jota tulisi tukea ja arvostaa enemmän. Kasvottoman suuryrityksen sijaan on mukavampi maksaa tutulle tuottajalle, sillä häneen on muodostunut henkilökohtainen suhde – rahansaajalla on kasvot. Asiakkaat kokivat, että suoramyynnistä ostamalla voi vaikuttaa oman seudun elävyyteen ja naapurien sekä tuttujen ihmisten toimeentuloon.

Suoramyynä nähdään vaihtoehtona keskittynyttä elintarviketeollisuutta ja kauppaa vas-

taan. Keskustelutilaisuuksien perusteella oli selvää, että kuluttajia ärsyttää kaupan ja teollisuuden tapa määrittää, mitä kuluttajien tulisi syödä ja mitä se maksaa. Keskusteluissa tuli esille myös mediassakin viime aikoina käydyt keskustelut suomalaisen ruokaketjun toimimattomuudesta ja ruokaketjujen niin kutsutuista halpuutuskampanjoista. Kauppojen katteet elintarvikkeissa ovat monien mielestä kohtuuttomat. Asiakkaat kokivat suoramyynnin välikäsien vähyys olevan erittäin positiivinen asia. Osa asiakkaista koki, että ostamalla suoramyynnistä voi jopa poliittisella tavalla vastustaa suurien kauppaketjujen toimintaa. Muutama kuluttajista koki luomutuotteiden ostamisen olevan tuottajan kannalta parempi.

Hinta merkitsi asiakkaille lähinnä ansaittua korvausta tuottajan tekemästä työstä. Hintaa ei ollut määrittelevä tekijä ostopäätöksessä. Muutama ryhmäkeskusteluihin osallistuneista oli jopa valmis maksamaan tuotteesta enemmän suoramyynnissä, koska näin tuottaja saa siitä paremman korvauksen. Toisaalta ryhmäkeskusteluissa tuli myös esille, että vastaavanlainen tuote kaupassa maksaa enemmän. Suoramyynnistä ostaminen voi siis myös olla edullisempää.

5.1.2 Laidunnus

Luonnollisuus ja karjan ruokkiminen heinällä

Siis se, että ne on tuolla pihalla auringon lämmössä-- (Ylämaankarjatila, mies, 30 v.)

Se mielikuva, mikä mulle tästä toiminnasta syntyy on sellanen [ekologinen], näin minä sen ymmärrän. (Ylämaankarjatila, mies, 30 v.)

-- karja syö tota heinää tuolta pellolta eikä rehua niinku jossain suurtilalla --” ja -- tuolla se elää niin sanotusti luonnollisesti niin onhan se suoraan ekologisempaa kun se että se eläis tuotantolaitoksessa. (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

Maisema

-- iso esteettinen asia ihan oikeesti koska kun mä oon varmaan ainut kaupungista tässä niin kyllähän tää on ihan mieleton imagollinen asia koska monessa paikassa maalla on eläimet hävinny. (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

-- *Samalla yleensä lapset tulee mukaan kättelemään.* (Herefordtila, mies, 30 v.)

-- *kun tulee meille ja naapuriin vieraita niin aina ensin lähetään kattomaan lähintä laidunta missä teidän karjaa laiduntaa.* (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

Joskus kun meillekin tulee kaupungista vieraita ja on liharuoka ja ne näkee ne [eläimet] ja ajaa oikein hiljaa ja joskus pysähtyy et tos ne nyt on ne eläimet laitumilla. Hyvät laitumet niis on. (Herefordtila, mies, 60 v)

-- *nykymaailmassa vaikka kasvatetaan tosi paljon laiduntajia, niin miten meillä on tosi vähän laidunnusta--* (Lammastila, mies, 30 v.)

-- *yks mitä nää nää mullikat että nää lampaat tekee, on se maisemanhoito, että meidän naapurin pelto ku se on koivulle istutettu eikä sitä oo sen jälkeen hoidettu niin se on ihan järkyttävän näkönen. Se että täällä muualla on nää maisemat auki ja viljeltyjä niin kauan ku mää oon niitä kattellu ja rannat pysyy auki ja pusikot vähenee niin sil on niinku iso merkitys.* (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

-- *se eettisyys pitää sisällään myös niinku luomun, että se on tota luomutuotettua koska se on niinku ympäristön kannalta ja täällä alueella erityisesti niitten vesistöjen kannalta. Suurempi juttu, kun se että kuinka paljon ne sitä vettä kuluttaa, on se että kuinka paljon tonne järveen menee että luomussahan kuitenkin on nää omat suoja-alueensa --* (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

-- *tää tuotantotapa ja sit semmonen maisemallinen näkökohta et aina kun tulee tänne ja näkee näitä notkoja ja laitumia niin tää aina pistää silmään semmosena ympäristönä ja kauniina ympäristömaisemana.* (Lammastila, mies, 50 v.)

-- *oli meinaa tänä vuonnaki semmonen kukkaloisto et ja kukki vielä pitkään kun oli niin viilee. Viiden vuoden laidunnuksen jälkeen tullu kevätesikkoo, kurjenkannustinta, mä olen ittekin oppinu näitä kasveja joita mä en oo ennen tienny.* (Herefordtila, isäntä)

Se on niin itsestään selvä asia kun ne [naudat] pyörii tossa lähiruokana käy ruokailemassa. (Herefordtila, mies, 30 v.)

Jos on maaseututaustainen ihminen niin se pitää sen [laidunnuksen] itsestään selvyytenä. (Herefordtila, mies, 70 v.)

Eläinten hyvinvointi ja rotu

-- näitä suomalaisia maatiaisrotuja saataisi kanssa palautettua lissää että tota se on monipuolinen kysymys enkä sitä nyt kritisoi että tässä on nyt skotlantilaista mutta toivoisin sitä enemmän. (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

Tota tärkein siinä tietysti on se, että ne eläimet elää eläimellisen elämän. -- näkee ja voi silitellä, niin mulle se on se ykkös juttu, että mä nään noi haikut ja lampaat. Ja on siellä keskenään mutta tietysti silimälläpidon alaisena ja että mä niinku nään kuinka ne elää ja millasessa ympäristössä ne on että se ei oo tämmönen mulle kerrottu tai mainostettu juttu vaan mä ihan oikeesti nään. (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

-- ja ku täs näkee vielä et kuinka hyvin ne eläimet on hoidettu. (Herefordtila, nainen, 30 v.)

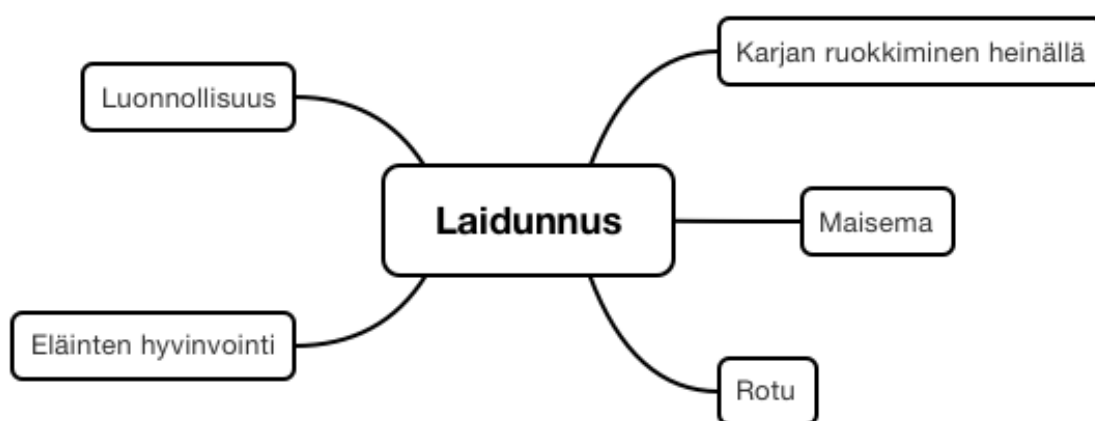
-- se kun näkee sen kun se hyvissä oloissa kasvaa ja muuta et sä näät itte mitä se liha on käytännössä mitä syö et se siinä on niinku tärkeetä. (Herefordtila, mies, 30 v.)

Kyllä se eettisyys tarkoittaa sitä, että mä haluan eläimelle sitä ajatusta se eläin jonka mä syön olis elänyt mahdollisimman niinku säällisen elämän. Mulle se eettisyys on sitä. Totta kai se on myös sitä, että se ei tule jostain semmosesta maasta, jossa tota sen kasvattamisella ei ois riistetty sitä kasvattajaa. Sekä raaka-aineen että tuottajan hyvinvointi on sitä eettisyyttä. (Ylämaankarjatila, mies, 40v.)

Hyvät puitteet et jos on jotain vanhoi tai korjattui kun et on tommoset uudet nykyaikaiset uuden ajan ne parantaa eläinten hyvinvointia (Herefordtila, mies, 70 v.)

”No siis tämmösille kolmekymppisille ja rapiat tämmönen ideologia on tärkeä et niinku eläimellä täytyy olla hyvä elämä mut en mää nyt niinkään mut sit tietysti oon varmasti jotain siitäkin tietysti omaksunu.” (Lammastila, nainen, 60 v.)

-- mä en voi itse syödä sitä, koska mä nään noi eläimet tossa ja mulle tulee ristiriitä siinä et ku mä käyn niitä silittelemässä tuolla ja sit mä en pysty sitä lihaa tästä ostamaan, mut kyl mä sit voin sieltä S-marketista sen luomulihapaketin, mikä on siinä vakuuissa kun se on niinku sellanen et se ei niinku oo enää se eläin mikä oli tässä – (Ylämaankarjatila, nainen, 30 v.)



Kuva 8. Laidunlihan laadun määreet: laidunnus.

Luonnollisuus ja karjan ruokkiminen heinällä

Suoramyyntikuluttajat liittyvät laiduntamiseen suuren määrän arvoja. Ryhmäkeskusteluiden pohjalta laidunnuksen keskeisimpiä ominaisuuksia olivat: luonnollisuus, karjan ruokkiminen heinällä, eläinten hyvinvointi, rotu ja maisema (kuva 8). Ryhmäkeskustelutilaisuuksien perusteella tuotannon ekologisuus tai eettisyys voivat olla kuluttajille vain vahvoja mielikuvia ja tunteita. Laidunnusta arvioidaan suoramyyntissä näkemällä, kokemalla ja keskustelemalla. Laidunlihan ekologisuus nousi jollain tapaa kaikissa keskusteluissa esille. Se, että karja laiduntaa ja ruokavalio koostuu pääsääntöisesti nurmesta, koettiin luonnolliseksi ja sitä kautta ympäristöystävälliseksi. Eläinten laiduntaminen antoi varmimmin ekologisen kuvan tilasta. Tuotantolaitoksessa elävä eläin taas koettiin epäekologiseksi. Karjan rehu, jonka alkuperästä ei voi olla varma, koettiin huonoksi. Laidunnus ja heinän syöminen laitumella liitettiin tuotannon luonnollisuuteen ja pienimuotoisuuteen sekä paremmaksi eläimelle.

Maisema

Laiduntamisen tuomat maisemalliset puolet olivat kuluttajille tärkeitä. Eläinten näkeminen ulkona koettiin perinteiseksi ja kauniiksi asiaksi. Laiduntavia eläimiä mentiin kaupungista tulleiden vieraiden ja sukulaislapsien kanssa yhdessä katselemaan ja ihailemaan. Tila ympäristönä ja maisemana kokonaisuudessaan on osa suoramyynnin elämyksellisiä puolia. Osa asiakkaista koki, että avonaisilla maisemilla ja viljelyllä on iso merkitys maaseutumaisemalle. Maisema on ollut monia vuosikymmeniä samanlainen tai eläimiä on ollut laiduntamassa samoissa paikoissa, jolloin maisemat ovat muovautuneet sen mukaisiksi. Ihmiset arvostavat siis perinteitä. Erityisesti kaikki lammastilalla ryhmäkeskusteluun osallistuneet kokivat, että tilan ja sen lähiympäristön maisemat ja luontoarvot ovat merkittävät. Ylämaankarjatilalla suurin osa ryhmäkeskusteluun osallistuneista koki luomutuotannon olevan hyväksi ympäristölle, erityisesti vesistöille, tai nimesi sen itseisarvollisesti hyväksi asiaksi.

Muutama ryhmäkeskusteluihin osallistunut tiesi, että laidunnus on yleisesti vähentynyt Suomessa ja he olivat jopa hieman huolestuneita asiasta. Vaikka haastatellut asiakkaat kokivat laiduntamisen positiivisena, sen tuomat monimuotoisuushyödyt eivät juuri tulleet heidän kauttaan esille ryhmäkeskusteluissa. Kaikkien tilojen isännät mainitsivat kyllä laidunnuksen monimuotoisuushyödyt. Esimerkiksi herefordtilan isäntä oli silminnähdessä innostunut laidunnuksen pitkäaikaisista vaikutuksista niityn kasvilajistoon. Muutama asiakas jokaisessa ryhmässä koki laidunnuksen itsestänselvyytenä, eikä sitä heidän mielestään tarvinnut erikseen korostaa, eivätkä olleet huolissaan laidunnuksen tai sen monimuotoisuusvaikutusten vähenemisestä.

Eläinten hyvinvointi ja rotu

Laiduntaminen koettiin keskeiseksi osaksi eläimen hyvinvointia. Suurin osa asiakkaista piti tärkeänä, että eläimellä on ollut mahdollisimman hyvä elämä. Varsinkin asiakkaat, jotka ostivat lihaa säännöllisesti suoramyynnistä kokivat, että eläinten hyvinvointi oli tärkeää. Kun asiakas määrittelee tuotannon eettisyyttä ja eläinten hyvinvointia, näkeminen ja kokeminen ovat ensisijaisia tapoja todentaa näitä asioita. Keskusteluissa nousi esille myös tuottajan hyvinvoinnin ja eläinten hyvinvoinnin yhteys, eli kun tuottaja voi hyvin, voivat myös eläimet. Tuotannon kannalta eettiseksi koettiin, että tilalla on hyvät ja uudet tuotantorakennukset. Hyvien laitumien koettiin lisäävän toiminnan eettisyyttä.

Muutama vanhempi asiakas koki, että eläinten hyvinvointi on tärkeämpää nuorille ja keski-ikäistyville kuin vanhemman sukupolven ihmisille. Toisille kuluttajille taas on helpompaa syödä niin sanottua anonyymia ruokaa ja lihaa, mihin ei liity henkilökoh- taista tunnetta tai sidettä. Yksi keskustelutilaisuuteen osallistunut henkilö kertoi, ettei hän voinut syödä eläimen lihaa, jos hän oli aiemmin silittänyt niitä ja nähnyt ne laitumilla.

Ylämaankarjatilalla muutama asiakkaista toivoi, että suomalaisia alkuperäisrotuja käytettäisiin enemmän ja esimerkiksi lihakyytön lihaa olisi laajemmin tarjolla. Suomalaiset rodut koettiin suomalaisuuden ja monimuotoisuuden kannalta paremmiksi. Keskusteluissa todettiin, että eläimen rotu on keskeinen osa tuotannon ekologisuutta ja eettisyyttä. Jo eläinten ja rodun valinta määrittelee, kuinka paljon tilalla voidaan harjoit- taa laiduntamista. Ylämaankarja on karuihin oloihin tottunut kestävä rotu, ja se voi laiduntaa ympäri vuoden paksun karvapeitteensä ansiosta. Lammas taas koettiin eläi- menä suhteellisen vaatimattomaksi ja kestäväksi. Se pystyy hyödyntämään tehokkaasti pelkkää korsirehua, mikä koettiin ekologiseksi.

5.1.3 Maku

-- just sano kun on kerran hyvää lihaa ostanu niin ei sitä kaupasta voi ostaa enää.
(Herefordtila, mies 30 v.)

Kyllä sen ihan tuntee käsissään. (Herefordtila, nainen, 30 v.) Rouva kommentoi viimeksi saamaansa herefordlihapakettia.

Varsinkin jauheliha, sitä meillä kuluu ja sit kun se on riittoisaa kun se on nii raavasta ku jos on niinku sikanauta. (Herefordtila, mies, 70 v.)

Ja toi on ainakin jauhelihassa noissa suojakaasuun pakatuissa on vähän eri rakenne ja sit se ei oo aina lastenkaan mieleen. (Herefordtila, nainen, 40 v.)

Mulla oli tässä [arvoista] ensimmäisenä tuoreus -- (Lammastila, nainen, 20 v.)

Ehkä tässä vaiheessa kannattaa vielä laatuun mainita, että tuota mulle merkitsee hirveen paljon se, että tässä [lampaanlihassa] on se Texel-lähtökohta. Toisin sanoen ne ovat kunnolla lihaisia, eikä näitä onnettomia suomenlampaita kun tää on sekotus. -- Sikiävyys tulee suomenlampaasta ja liha tulee Texelistä. Se on kyllä

tärkein laadullinen kriteeri mulle. -- Mä en voi sietää uusiseelantilaista lampaanlihaa (Lammastila, mies, 70 v.)

No jaa mä oon ollu kiinnostunu ruuanlaitosta aina niin se on semmonen et se [lampaanliha] kypsyy tosi nopeesti eikä se kyllä yhtää villakintaalle maistu -- (Lammastila, nainen, 60 v)

Mä oon joskus tässä vuosien varrella antanut palautetta että paisti ei oo ollu hyvin leikattu mun mielestä ja joskus ton lampaan kanssa niin kun lampaassa on just se kun jos se teurastetaan huonosti niin siihen tulee sitä villan makua. (Ylämaankarjatila, nainen, 40 v.)

Niin siis makuhan muodostuu siitä, että mitä se eläin syö ja tota tietysti siihen mitä se syö vaikuttaa tässä tapauksessa se että syö tuota auringon kasvattamaa tavaraa. Se on rasva joka siihen muodostuu, edelleenkin se mikä tuo lihaan sen maun kaikissa eläimissä. Vaikka näissä on tavallaan vähemmän rasvaa kun noissa tehotuotetuissa elikoissa niin se rasva on laadultaan paljon parempaa. (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

Mut se omega 3 ja 6 suhde tulee just sieltä eläinten ruokinnasta ja se on vähän niinku sivutuotteena tän meidän maun rakentamiselle. (Ylämaankarjatila, isäntä)

-- tässä on erilainen rasva ja erilainen rakenne ja joku kestää ydinsodan tuolla marketista mutta tää on hienostuneempaa ja se on tärkeä osa tätä palvelua. (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

-- mä näen lihan nimenomaan enemmän semmosena luksusruokana justiinsa mitä nyt ei ehkä pitäisi syödä niin paljon kuin sitä nykyisin syödään -- mä tykkään ajatella että kun sitten syödään lihaa niin syödään sitten hyvää lihaa. (Lammastila, mies, 30 v.)

Monipuolinen valikoima

-- lihapaketissa on laajempi valikoima sitä lihaa niin siinä tulee sitten kokeiltua erilaisia ruokia ja saa vähän vaihtelua siihen. Verrattuna siihen Salen kylmähylllyyn. (Herefordtila, mies, 50 v.)

-- täällähän tuotteet ihan tulee vastaan että tota ei siis sillä että ne olis jotenkin yliaikaisia vaan sen takia että tarjontaa on ja sehän on hirveen oleellista kaikessa tommosessa tuottajamyynnissä muutenkin että määrä myy. (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

-- vaikuttais edullisesti imagoon ja markkinointiin niin että olisi vielä monipuolisempi tuotevalikoima, sisäelimiä ois tarjolla ja niillä olis kunnan hinta.
-- Tämä imago laajentais tätä asiakaskuntaa ja ne tietäis että se on laajan palvelun talo. (Lammastila, mies, 70 v.)

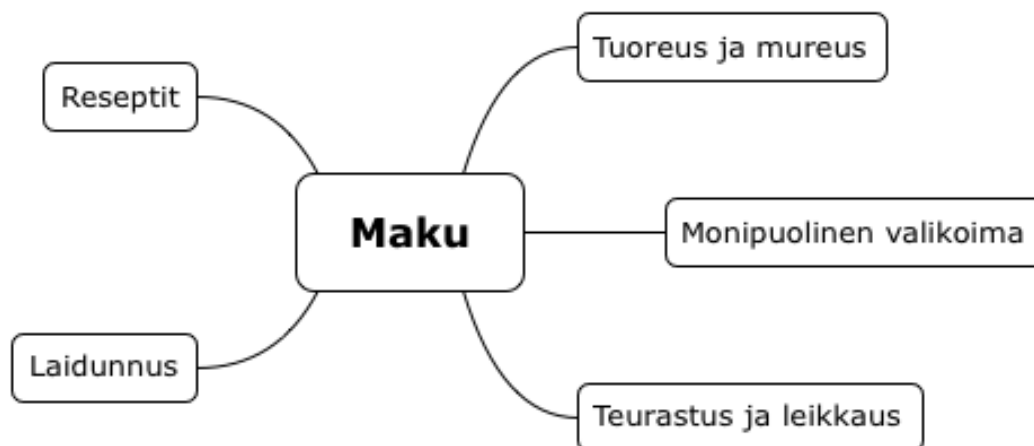
Tuntuu, että ihmiset syö koko ajan pienempää ja pienempää osaa siitä tuotetusta lihasta et se on aina se tietty muutama osaa joita halutaan syödä ja sit kaikki muu on vähän sellasta outoo, vaivalloista tai muuten vaan vähän hyi hyi. (Lammastila, mies, 30 v.)

-- se mikä täällä on hienoa niin täältä saa nimenomaan lammasta eikä yksinomaan karitsaa elikkä keskenkasvuisia (Lammastila, mies, 70 v.)

Reseptit

-- tässä liikkeessä on tajuttu että kyllähän asiakkaalle joka ostaa uutena lähtee kokeilemaan joku liharaaka-aine saattaa käyttäytyä eri tavalla kuin joku jonka on tottunu ostamaan tuolta marketista ja sitten tulee tähän niin just tässä on hyvin otettu huomioon että tästä saa reseptejä ja saa opastusta siihen -- (Ylämaankarjatila, mies, 40 v.)

-- ne tulee silloin sinne [suoramyyntitilan] tapahtumaan ja saa maistaa valmiina sitä että se on tehty ruuaks ja ne saa siitä sen kimmokkeen et voi vitsi pitää kyllä ostaa tosta tota lihaa mukaan ja pihvejä mukaan. (Ylämaankarjatila, nainen, 30v.)



Kuva 9. Maku ja sen muodostuminen laidunlihan laadun määreenä.

Suoramyyntissä laidunlihan maku koostuu muun muassa lihan tuoreudesta ja mureudesta, eläimen teurastuksesta ja leikkuusta, laidunnuksesta, tarjolla olevista resepteistä ja monipuolisesta valikoimasta (kuva 9). Pihvikarjarotuisen naudan lihaa pidettiin huomattavasti laadukkaampana kuin maitorotuisen, kuten ayrshiren, lihaa. Ylämaankarjan lihaa kehuttiin erityisen maukkaaksi, jopa hieman riistanmakuiseksi. Lampaanlihan mausta pidettiin ja se koettiin helpoksi ja nopeaksi valmistaa. Pihvikarjarotuisen herefordin liha koettiin tuoreeksi, mureaksi, riittoisaksi ja ravinteikkaaksi. Lihan rakenteen ja maun koettiin olevan parempi, kun se ei ole pakattu suojakaasuun.

Lammastilalla lampaanlihaa verrattiin useimmiten uusiseelantilaiseen lampaanlihaan. Kaikki suhtautuvat negatiivisesti uusiseelantilaiseen lampaanlihaan. Siihen verrattuna lammastilan liha koettiin tuoreeksi ja maukkaaksi. Yksi asiakas arvosti erityisesti lampaan lihassa suomenlampaan ja texelrotuisen risteytystä sen maun puolesta. Muut asiakkaat eivät olleet ajatelleet asiaa aiemmin.

Asiakkaat kokivat, että onnistunut teurastus ja leikkaus on osa hyvää makua. Ylämaankarjatilalla muodostui keskustelua eläimen ruokavalion vaikutuksesta lihan makuun. Se, että eläin laidunaa ja syö heinää ja yleensäkin monipuolisempaa ruokaa kuin tehotuotettu eläin koettiin lihan rasvan muodostumisen kannalta oleelliseksi. Suurin osa asiakkaista koki lihan tavallisena arkiruokana. Osa asiakkaista taas koki lihankuluttamisen erityisenä. He kokivat lihan luksustuotteena, jota ei tulisi syödä niin paljon kuin sitä yleisesti syödään. He kokivat, että lihaa tulisi ekologisista ja eettisistä syistä syödä vähemmän. Toisaalta, kun lihaa syödään, on mukava syödä hyvää ja laadukasta lihaa.

Monipuolinen valikoima

Herefordtilalla on myynnissä lihalaatikoita, joissa on tarjolla paljon erilaisia ruhonosia, muun muassa osso bucco eli takapotkaa ja flank steakia/bavettea eli kuveläppää. Asiakkaat, jotka ostivat pääasiassa lihalaatikoita, kokivat sen todella vaivattomaksi ja helpoksi tavaksi hankkia suuri määrä lihaa samalla kertaa. He myös kokivat, että monipuolisen valikoiman takia omatkin keittotaidot karttuvat, kun erikoisempia ruhonosia ja reseptejä tulee kokeiltua. Monipuolinen ja erilainen lihan leikkaaminen tuo asiakkaille uusia ja erilaisia makuelämyksiä.

Asiakkaiden mielestä monipuolinen valikoima oli tärkeä asia tilakaupan kannattavuuden kannalta. Erään asiakkaan mielestä suuri monipuolinen valikoima vaikuttaa positiivisesti suoramyyntikaupan imagoon. Asiakkaiden mielestä sisäelimiin liittyvät ruokaperinteet katoavat sitä suuremmalla todennäköisyydellä, mitä harvemmin niitä on tarjolla. Asiakkailta oli yhteinen huoli siitä, että ruokaperinteet sisäelimiä käytöstä katoavat. Lammastilalta sai myös lammasta, eikä vain karitsaa. Se, että tila ei kasvata vain keskenkasvuisia karitsoita, koettiin hyväksi ja eettiseksi asiaksi.

Reseptit

Hereford- ja ylämaankarjatilan nettisivuilla on tarjolla reseptejä. Lammastilan myymälästä sai halutessaan reseptejä. Herefordtilalla lihalaatikon mukana tuli myös reseptivihko ja ylämaankarjatilan myymälässä oli tarjolla reseptejä. Herefordtilan isäntä kehui tjälknöliä eli jääpaistia, jonka resepti on ollut hyvä ja suosittu monien asiakkaiden keskuudessa. Muutama keskustelutilaisuuteen osallistunutkin kehui testanneensa sitä. Ylämaankarjatilalla asiakkaat arvostivat sitä, että uudet asiakkaat on otettu huomioon. Ylämaankarjatila oli myös syksyisin järjestänyt pata- ja keittoruokatapahtumia, joiden tarkoituksena oli tutustuttaa asiakkaita uusiin ruoanlaittomuotoihin ja resepteihin. Asiakkaat, varsinkin uudemmat, kokivat reseptien olleen todella hyviä ja hyödyllisiä. Luomalla uudenlaisia tuotteita, kuuntelemalla asiakkaita ja jakamalla reseptejä suoramyyntiin koettiin uudistavan ruokakulttuuriamme.

5.1.4 Tarina

Se tuottajan alkuperä on niin hävinnyt tuossa suuressa bulkin tuotannossa kun tuotetaan halvalla mahdollisimman tehokkaasti suurille ketjuille. (Lammastila, mies, 30 v.)

-- pyrin ottamaan selvää siitä tuotteesta että onko siinä maissitärkkelystä mitä on piilotettuna millon mihinkin einekseen -- (Ylämaankarjatila, mies, 30 v.)

Alkuperässä on lähinnä se harhaanjohtavuus. -- jos sit taas valmistetaan Suomessa virolaisesta lihasta niin sillon siihen sitä alkuperää ei tarvii ilmottaa, vaan sillon siihen riittää se valmistusmaa. (Herefordtila, nainen, 30 v.)

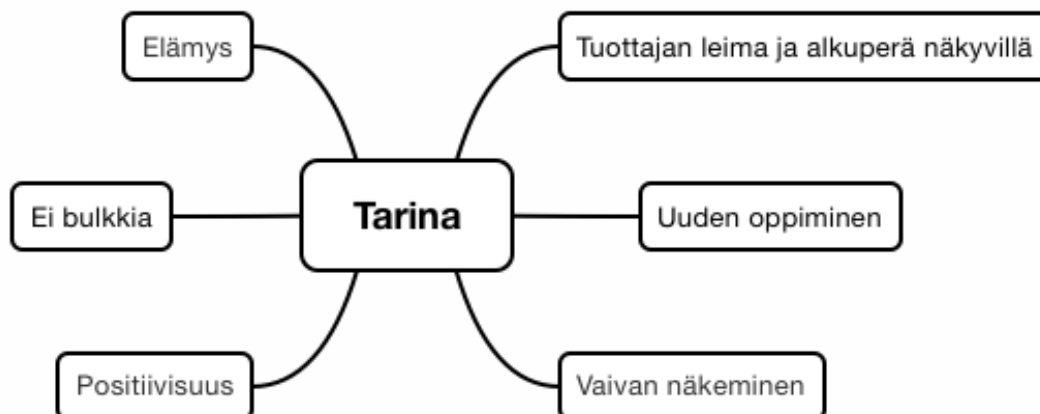
-- meidän maatalouden ja maataloustuotannon imago meillä lähdetään siitä että tehdään bulkkia ja sit on vaan olemassa semmonen iso möhkäle ku maatalous ja maataloustuotanto josta seuraa erilaisia ongelmia -- (Lammastila, mies, 70 v.)

-- vakuumissa lilluva markettiruoka oli se sitten liha tai ihan mitä muuta mutta tällainen anonyymi ruoka on tietynlainen ongelma et ei ihmiset sitä oikeen kato ja ruuan arvostus on just sen takia osittain laskenut kun se on vaan siellä kaupassa ja se ostetaan sieltä. Kun suora kontakti on kadonnut -- se perspektiivi on vähän vääristynyt et se ruoka tavallaan kasvaa vaan puussa ja ruoka tipahtaa sinne marketin kylmäaltaaseen -- (Lammastila, mies, 30 v.)

Onhan se samalla sellanen elämyskin kun saa ajaa siihen pihalle itsekin käydä katselemassa ja juttelemassa ja tutustumassa niihin henkilöihin siinä takana. (Lammastila, nainen, 20 v.)

-- mä oon rennolla mielellä mulla on vapaa-aikaa, mulla on aikaa katella ympärilläni ja mulla on ehkä aikaa oppia jotain sen tuotteen taustasta, mikä tekee sitä tosi tärkeitä. (Lammastila, nainen, 20 v.)

-- siihen muodostuu vähän semmonen rituaali tai se on vähän jo tapahtuma itsessään että kun mennään nyt ostamaan suoraan. (Lammastila, mies, 30 v.)



Kuva 10. Tuotteen tarina laidunlihan laadun määreenä.

Lihan laatuun vaikuttavat kokonaisuudessaan tuotteen tarina ja elämys, mikä liittyy tuotteen hankkimisprosessiin (kuva 10). Suoramyyntiasiakkaat eivät halua bulkkituotteita – ruokaa, joka on anonyymia. Suoramyyntistä hankittu tuote ei ole tavanomainen kaupasta ostettu tuote, vaan sillä on erityinen tarina. Suoramyyntin tuomaa kokonaisvaltaista elämystä pidettiin arvokkaana. Moni asiakas myös koki, että suoramyynti on uuden oppimisen kannalta hyvä asia. Asiakkaat kokivat, että he olivat saaneet suoramyyntin kautta positiivisia asiakaskokemuksia ja hyvää tunnelmaa. Jo meneminen tilalle tai ostaminen suoraan tuottajalta voi olla jännittävä ja erityinen tapahtuma.

Suoramyyntituotteessa tuottajan alkuperä ja oma leima on paremmin esillä kuin tavanomaisesti tuotetussa ruoassa. Yleisesti ottaen asiakkaat kokivat, että perussuomalainen maataloustuotanto on bulkkia, joten jotain erilaista tullaan hakemaan suoramyyntistä. Ryhmäkeskusteluiden perusteella asiakkaat haluavat tietää, mitä tuotteen takana on. Kaupassa sen selvittäminen on monesti vaikeampaa. Asiakkaat kokivat kaupassa olevien tuotteiden alkuperämerkintöjen ja ainesosalistojen olevan toisinaan harhaanjohtavia.

Osa asiakkaita myös koki ruoan hankkimisen ruokakaupoista olevan nykyään hyvin helppoa, eikä sen alkuperää tarvitse ajatella. Tämän seurauksena ruoan arvostuskin on laskenut. Suoramyyntin kuitenkin ajateltiin lisäävän ruoan arvostusta, kun sen eteen on nähnyt enemmän vaivaa ja tavannut tuottajan henkilökohtaisesti.

6 TULOSTEN TARKASTELU

6.1 Tuottajan tukeminen

Tutkielman tulosten perusteella maun muodostuminen, laidunnus, tuottajan tukeminen ja tarina ovat kaikki kytköksissä toisiinsa. Tulosten mukaan suoramyyntitilojen asiakkaille laidunlihassa tärkeintä oli tukea tuottajaa suoraan. Hinta ei noussut missään keskusteluissa juurikaan esille, eikä sitä nähty esteenä tuotteen ostamiselle suoramyynnin kautta. Kaikissa keskusteluissa nousi esille maataloustuottajien huono asema. Kaikki ryhmäkeskustelijat kokivat, että tuottaja on ansainnut palkkansa ja hinnan, joka tuotteesta pyydetään. Myös Starrin ym. (2003) ja Ilbryn ja Neafseyn (2009) tutkimuksista käy ilmi, että suoramyynnistä ostetussa tuotteessa hinta ei ole määrittävä tekijä.

Arvottaminen ja laadun rakentaminen vaihtoehtoisissa ruokaverkostoissa tekevät niistä myös poliittisia. Sassatellin (2015) mukaan omilla ostospäätöksillä voi vaikuttaa omaan ja ympäristön hyvinvointiin. Ruoan kuluttamisessa ei ole kyse ainoastaan nälän tunteen tyydyttämisestä, vaan kulutusvalintoja punnitaan monien laatukriteerien ja arvojen mukaan monella tapaa, kuten ympäristön ja oikeudenmukaisuuden kannalta (Mononen ja Silvasti 2012). Sassatellin (2015) mukaan nykyään kuluttajat haluavatkin ilmaista kuluttamisella kestävyyttä, tasa-arvoa, demokratiaa ja henkilökohtaista onnellisuutta. Poliittinen kuluttaminen saattaa myös olla tiedostettua tai tiedostamatonta, eikä kaikki kuluttaminen suinkaan ole poliittista (Sassatelli 2015).

Winterin (2003) tutkimuksen mukaan englantilaisille kuluttajille suurin kannustin ostaa paikallisia tuotteita oli halu tukea tuottajaa sekä lähialueen taloutta ja elävyyttä. Hänen tutkimuksessaan tuotteen laatu tai yksityiskohtainen tieto sen alkuperästä eivät olleet yhtä tärkeitä syitä ostaa paikallisia tuotteita kuin tuottajan tukeminen. Sassatelli (2015) mainitseekin tutkimuksessaan, että poliittisen kuluttamisen takana saattaa olla paikallisuutta korostavia arvoja. Winterin (2003) mukaan tämä ilmentyy empatiana oman alueen tuottajia kohtaan. Myös Gilgin ja Battershillin (2000) sekä Kirwanin (2006) tutkimuksista käy ilmi, että kuluttajat haluavat suoramyynnin kautta tukea paikallisia toimijoita ja oman alueensa elinvoimaisuutta. Hinrichsin (2000) mukaan sosiaalinen pääoma ja sen merkitys korostuvatkin juuri paikallisessa toiminnassa ja verkostoissa. Hänen mukaansa paikallisesti hankittuun ruokaan liittyy keskeisesti sosiaalinen pääoma, mikä merkitsee keskinäistä luottamusta, välittämistä ja tasa-arvoa. Tämän tutkielman

tulosten perusteella kuluttajat hakivat suoramyynniltä ruokaketjun läpinäkyvyyttä ja alkuperän henkilökohtaista todentamista. Myös Kasslinin ja Valkeapään (2014) perusteella tuotannon ruokaketjun läpinäkyvyys ja pientuottajien tukeminen olivat asioita, joihin lähiruokaa säännöllisesti ostavat kuluttajat halusivat vaikuttaa. Ryhmäkeskusteluiden perusteella kuluttajat kokivat, että suoramyynnin kautta voi vaikuttaa myös oman alueensa työllisyyteen ja paikalliseen elävyyteen sekä maisemien säilymiseen. Tämä ei olisi heidän mukaansa mahdollista tavanomaisen ruokajärjestelmän kautta. Ryhmäkeskusteluiden perusteella voitiin siis havaita kuluttajien sosiaalista juurtumista paikkaan ja ihmisiin, erityisesti tuottajan tukemisen kautta. Se merkitsi asiakkaille myös henkilökohtaisuutta ja yksilöllisyyttä.

Ryhmäkeskusteluiden perusteella suoramyyni nähtiin positiivisena vaihtoehtona keskittyneelle elintarvikkeiden kaupalle. Tavanomainen ruokajärjestelmä, jossa välikäsiä on enemmän, koettiin huonoksi ja joustamattomaksi sekä kuluttajan että tuottajan kannalta. Ryhmäkeskusteluiden perusteella kauppa on reilumpaa: ilman välikäsiä tuottaja saa paremman katteen itselleen. Myös monelle tuottajalle tämä oli pääsyy ryhtyä suoramyyniin. Näin tuottajat saavat paremman katteen ympäristöystävällisyyteen ja eläinten hyvinvointiin liittyvistä investoinneistaan. Suoramyynnin kautta asiakkaat voivat paremmin osoittaa myötätuntoaan ja antaa palautetta tuottajille. Sassatelli (2015) tutkimuksessaan korostaakin, että epätasa-arvon ja epäeettisyyden kokeminen saattavat olla syitä kuluttajille protestoida kauppojen toimintaa. Suoramyyntiasiakkaat ovat tehneet valinnat ostaa tuotteita suoramyynnistä tavallisen ruokakaupan sijaan. Toiset kuluttajat halusivat tällä sanojensa mukaan ärsyttää isoja kauppvoja. Ryhmäkeskusteluiden perusteella kuluttajat uskovat, että suoramyyni on mahdollisuus tehdä asioita eri tavalla ja sen kautta voi vaikuttaa asioihin. Kirwan (2006) havaitsi samanlaisia piirteitä tutkimuksessaan, jossa hän haastatteli brittiläisiä kuluttajia tuottajatorilla. Ryhmäkeskusteluiden perusteella nousi myös esille kuluttajien halu tukea erilaista ja vaihtoehtoista maataloutta, jossa eläinten hyvinvointi ja ympäristöystävällisyys on otettu huomioon. Kirwanin (2006) tulosten perusteella osa kuluttajista mieltää suoramyynnin poliittisena kannanottona, minkä avulla voi tukea paikallista yhteisöä ja sen taloutta. Hänen mukaansa suoramyynnin politisoitumisen syitä ovat myös kuluttajien halu tukea kestäväää maataloutta ja oikeudenmukaisempaa tulonjakoa ruokajärjestelmässä.

6.2 Laidunnus

Laidunnus – sen näkeminen ja kokeminen on tärkeää, kun kuluttaja arvioi tuotannon eettisyyttä ja ekologisuutta. Laidunnus merkitsi luonnollisuutta, jolloin se koettiin eläinten hyvinvoinnin ja tuotannon luonnollisuuden kannalta hyväksi. Laiduntaminen ja korsirehun syöminen koettiin ekologisemmaksi kuin eläinten kasvattaminen tuotantolaitoksessa. Tämän tutkielman tulosten perusteella laiduntaminen, luonnollisuus ja tuotannon pienimuotoisuus suuriin tuotantolaitoksiin verrattuna oli ekologisempaa ja eettisempää. Jokisen ym. (2012) tutkimuksessa erityisesti gastronomian alan ihmiset ajattelivat, että tuotannon pienimuotoisuus on laadukkaan tuotteen taie. Myös Isoniemen (2005) tutkimuksessa tuotannon pienimuotoisuus koettiin luonnollisempaan ja laatua parantavana tekijänä.

Asiakkaalle oli tärkeää päästä näkemään eläimet laitumella. Tällöin he voivat itse arvioida tuotannon laadun. Monille asiakkaille laiduntaminen ja sen näkeminen olivat tärkeämpää kuin luonnonlaitumien käyttö tai tuotannon luomumerkintä. Myös Bedoin'n ym. (2009) laidunlihaa koskevassa tutkimuksessa ranskalaiset kuluttajat kokivat eläinten laiduntamisen ja ulkoilun erittäin positiivisena asiana. Connerin ym. (2007) tutkimuksen mukaan michiganilaiset laidunlihatuottajat saivat naapureilta ja muilta kyläläisiltä erittäin positiivista palautetta eläinten laiduntamisesta ja niiden näkemisestä. Huntin (2007) tutkimustulosten perusteella elämykselliset vierailut tilalla tai maatilatorilla koko perheen kanssa tai ruokaan liittyvät tarinat ja käydyt keskustelut tuottajan kanssa lisäsivät vuorovaikutuksen merkitystä. Ryhmäkeskusteluissa nousi esille perheiden meneminen yhdessä suoramyyntitiloille. Erityisesti lasten kanssa katseltiin ja siliteltiin laiduntavia eläimiä. Myös Puupposen (2009) tutkimuksen mukaan tuottajat nimesivät lähiruoasta erityisen kiinnostuneiksi lapsiperheet, joita haluavat ruoanhankkimisen yhteydessä mennä katselemaan eläimiä ja maalaismaisemaa.

Ryhmäkeskusteluissa heräsi myös keskustelua ihmisten erilaisista suhtautumistavoista lihaan, laiduntamisen ja eläinten näkemiseen. Yleisesti ottaen kaikki ryhmäkeskusteluihin osallistuneet kokivat henkilökohtaisen näkemisen ja kokemuksen tärkeänä laadun todentamisessa. Ryhmäkeskusteluihin osallistui kuitenkin yksi henkilö, jonka mukaan henkilökohtainen suhde eläimiin lisäsi ahdistusta ja vastuuta. Tämän seurauksena hänelle oli helpompi ostaa anonyymi prosessoitu lihapaketti ruokakaupasta. Jokinen ym.

(2012) löysivät tutkimuksessaan samanlaisia piirteitä ihmisten suhtautumisessa lihantuotantoon.

Kokonaisuudessaan tieto maaseudun arvokkaista perinnemaisemista ja niiden huonosta tilasta ei juurikaan noussut esille keskusteluissa. Tieto ja ymmärrys perinnemaisemista, niiden suojelusta ja sen merkityksestä on vähäistä. Kuluttajat eivät juurikaan vielä osaa yhdistää maaseudun arvokkaita perinnemaisemia lihantuotantoon. Toisaalta kaikki tuottajat olivat tietoisia laidunnuksen monimuotoisuusvaikutuksista. Laidunnus liitettiin yleisemmin eläinten hyvinvointiin ja tuotannon luonnollisuuteen. Connerin ym. (2007) mukaan michiganilaisten kuluttajien mielestä laidunliha miellettiin ennen kaikkea ympäristöystävälliseksi. Muissa tapauksissa Connerin ja kumppaneiden tutkimustuloksia ei voi vertailla juurikaan tämän tutkielman tuloksiin, sillä lihantuotanto on Yhdysvalloissa jo lähtökohtaisesti hyvin erilaista Suomeen verrattuna.

Laiduntavan eläimen rotu on keskeinen osa tuotannon ekologisuutta ja eettisyyttä. Jo eläinten ja rodun valinta määrittelee, kuinka paljon tilalla voidaan harjoittaa laiduntamista. Ylämaankarja on karuihin oloihin tottunut kestävä rotu (Nisu 2010). Se voi laiduntaa ympäri vuoden paksun karvapeitteensä ansiosta (Nisu 2010). Lammas on eläimenä suhteellisen vaatimaton ja kestävä sekä kasvaa hyvin pelkällä korsirehulla. Eläimen rotu koettiin myös tämän tutkielman tulosten perusteella eettiseksi kysymykseksi. Muutama ylämaankarjatilan asiakkaista toivoi, että eläintuotannossa käytettäisiin enemmän suomalaisia alkuperäisrotuja. Suomalainen alkuperäiskarja on tutkitusti myös maaseudun perinnemaisemien kannalta paras laiduntaja (Salminen ja Kekäläinen 2000, 62).

Lammastila oli luomutuotannossa, mutta se ei ollut yhdellekään keskustelutilaisuuteen osallistujista oleellinen asia, eikä sitä nimetty arvoksi lihan hankkimiselle. Tilan sijaitseminen luonnonarvoiltaan arvokkaissa notkomaisemissa, joissa lampaat voivat laiduntaa, oli asiakkaille merkityksellisempää kuin luomutuotanto. Winterin (2003) tulosten perusteella lähiruoka ja sen sosiaalinen juurtuvuus olivat kuluttajille tärkeämpiä tekijöitä kuin luomu. Toisaalta lammastila sijaitsee hyvin perinteisellä maatalousvaltaisella alueella Varsinais-Suomessa, jossa luomutuotantoa ei ehkä erityisesti arvosteta. Sitä vastoin ylämaankarjatila oli myös luomutuotannossa ja melkein kaikki keskustelutilaisuuteen osallistajat nimesivät luomutuotannon arvoksi hankkimalleen li-

halle. Luomu koettiin itseisarvollisesti paremmaksi ja liitettiin vesiensuojelun kannalta hyväksi sekä yleisesti ottaen ympäristön kannalta paremmaksi vaihtoehdoksi.

6.3 Maku

Maku on keskeinen osa laidunlihan laatua. Toisille maku oli itsestäänselvyys. Etenkin lihan maukkaus, tuoreus ja rakenne olivat tärkeitä kriteereitä kuluttajille ostaa laidunlihaa suoramyynnistä. Sekä pihvikarjan että lampaanlihan lihan koettiin olevan huomattavasti maukkaampaa kuin kaupasta ostettu niin sanottu tavallinen liha. Lammastilalla keskeisin makuun liittyvä ominaisuus oli tuoreus. Lampaanlihaa verrattiin lähinnä uusiseelantilaiseen lampaaseen, mikä koettiin laadultaan huonoksi.

Keskustelut tuottajan kanssa lihan valmistuksesta, ominaisuuksista ja resepteistä olivat tärkeitä suoramyyntiasiakkaille. Bedoin'n ym. (2009) laidunlihatutkimuksessa ranskalaiset kuluttajat eivät maininneet laidunlihan terveellisyyttä laatumääreeksi. Tämän tutkielman ryhmäkeskusteluissa laidunlihan rasvan laatu ja ravitsemukselliset arvot tulivat esille. Ihmiset, jotka olivat enemmän kiinnostuneita ruoanlaitosta, ottivat tämän esille. Erityisesti ylämaankarjatilalla käydyn keskustelun perusteella laiduntavan eläimen ruokavalion koettiin vaikuttavan oleellisesti lihan makuun. Muutaman asiakkaan mukaan laidunnus antaa lihalle riistamaisen maun. Laiduntavan eläimen eläinten rasva koettiin laadultaan paremmaksi. Myös herefordtilalla muutama asiakas mainitsi, että on tärkeää nähdä mitä liha käytännössä on ja mitä eläin syö. Evansin ja Mielen (2012) tulosten perusteella eurooppalaiset kuluttajat kokivat, että liha maistui paremmalta, jos he tiesivät, että eläin on voinut hyvin ja tilalla on otettu eläinten hyvinvointi hyvin huomioon. Heidän tutkimuksessaan kuluttajien mukaan eläintuotteiden hyvään makuun vaikuttavat mielikuvat luonnollisuudesta, eläinten ulkoilusta ja laiduntamisesta niityillä.

Tutkimustulokset laidunnuksen vaikutuksista lihan makuun ovat ristiriitaisia. Herslethin ym. (2012) mukaan norjalaiset kuluttajat pitävät vuoristoisella alueella laiduntavien lampaiden lihaa korkealaatuisena ja hyvänmakuisena. Näille lampaille ei anneta väkirehua. Ådnøyn ja kumppaneiden (2005) tutkimuksessa vuoristolaiduntavien ja viljellyllä nurmella laiduntavien lampaiden lihan ominaisuuksia vertailtiin. Kuluttajat eivät pystyneet merkittävästi erottamaan eroavaisuuksia lihojen välillä. Ådnøy ym. ja Hersleth arvelevatkin, että norjalaiset kuluttajat haluavat suosia vuoristolaiduntavien lampaiden

lihaa, sillä se mielletään puhtaammaksi ja luonnollisemmaksi. Herslethin mukaan kuluttajat suosivat vuoristolaiduntavien lampaiden lihaa myös eläinten hyvinvoinnin näkökulmasta. Lindin ym. (2009) tutkimuksen mukaan laidunnus parantaa lampaanlihan rasvahappokoostumusta. Myös Daley ym. (2010) tutkimuksessaan osoittavat, kuinka korsivaltaisen rehun lisääminen parantaa naudanlihan makua ja rasvahappokoostumusta. Toisin kuin edellä Resconin ym. (2009) mukaan uruguaylaisten lampaiden lihan maku parani, mitä enemmän väkirehua lampaan ruokavalioon kuului. Lisäksi tutkimuksen mukaan laiduntaminen aiheutti lampaanlihan makuun epämiellyttäviä sivumakuja ja –hajuja. Maun kokeminen voi siis olla kulttuuriin ja paikkaan sidonnainen asia. Maun määrittelyminen ei siis ole mitenkään yksiselitteistä ja se on lisäksi hyvin subjektiivista. Olisi mielenkiintoista tehdä lisätutkimuksia laidunlihan maun muodostumisesta, kuinka suuri merkitys tarinalla ja muulla kontekstilla on tuotteen makuun.

Tämän tutkielman tulosten perusteella kuluttajat kokivat lihan olevan täyttävämpää, ravitsevampaa, mureampaa ja rakenteeltaan miellyttävämpää kuin tavallisen lihan. Kuluttajat kokivat onnistuneen ja stressittömän teurastuksen olevan osa lihan hyvää makua. Muutaman osallistujan mukaan villan makua lampaanlihaan aiheutti eläimen stressaantuminen teurastustilanteessa. Toisten osallistujien mukaan villan maku riippui siitä, onko rotu tarkoitettu lihan vai villan tuotantoon. Evansin ja Mielen (2012) mukaan eurooppalaisilla kuluttajilla oli erilaisia käsityksiä lihan tekstuurin ja hyvinvoinnin suhteesta. Toisten mukaan pehmeä ja rasvainen liha oli merkki huonosta eläinten hyvinvoinnista, kun taas sitkeämpi liha ja sen erilainen rakenne tarkoittivat kuluttajille eläimen mahdollisuuksista laiduntamiseen, ulkoiluun ja yleisesti hyvää elämään. Jotkut taas kokivat lihan huonon rakenteen ja maun johtuvan eläimen stressaantumisesta teurastustilanteessa.

Bedoin'n (2009) tutkimuksessa kuluttajat ja tuottajat ilmaisivat raakakypsytyksen tavan vaikuttavan merkittävästi laidunlihan mureuteen ja laatuun. Raakakypsytyks ei noussut tämän tutkielman keskusteluissa esille. Nyrgård ja Storstad (1998) mukaan Norjassa kotimaisuus assosioitiin turvallisuuteen. Tuotteen turvallisuus ei noussut missään tämän tutkimuksen keskusteluissa esille. Keskusteluiden perusteella kotimaisuus yhdistettiin paikallisuuteen ja ruoan turvallisuutta pidettiin oletusarvona.

Suoramyyntitilojen laaja ja monipuolinen tuotevalikoima koettiin positiivisena asiana. Sisäelimien ja eri ruhonosien käyttö koettiin gastronomisesti, ruokaperinteiden säilyttämisen kannalta ja eettisesti tärkeänä asiana. Suoramyynti uudistaa suomalaista ruokakulttuuria vaihtoehtoisella tavalla järjestämällä maistatuksia asiakkaille, luomalla reseptejä, tarjoamalla monipuolisia ruhonosia ja sisäelimiä sekä kuuntelemalla niin kuluttajia kuin tuottajia puolin ja toisin. Myös Murdochin ja Mielen (2002) mukaan vaihtoehtoiset ruokaverkostot edistävät merkittävästi ruokakulttuuria ja ruokaperinteitä. Milestadin ym. (2010) mukaan suoramyyntitapahtumassa ruotsalaiset kuluttajat kaipaavat käytännön ohjeita kuten ruoka- ja säilöntäohjeita sekä maistatuksia paikan päällä ja muuta aiheeseen liittyvää oheismateriaalia. Ne antavat lisäarvoa itse tuotteille (Milestad ym. 2010). Kirwanin (2006) tutkimus taas osoittaa, että maatilatorien avulla tuottajilla on mahdollisuus ohjastaa kuluttajia terveellisemmän ruokakulttuurin pariin ja kertoa tuotteistaan. Ryhmäkeskusteluiden perusteella kuluttajat mainitsivat, että he ovat oppineet uusia asioita tuotteista ja maataloustuotannosta. Heidän mielestään arvostus ruokaa kohtaan lisääntyy, kun sen eteen näkee enemmän vaivaa ja tutustuu ihmiseen, joka on ruoan takana. Suurin osa keskusteluihin osallistuneista kuluttajista koki lihan arkiruokana. Muutama nuorempi asiakas taas koki lihansyöminen erityisenä, jota ei syödä arkena joka päivä. Jokinen ym. (2012) tuloksissaan löysivät samanlaisia piirteitä kulutustottumuksissa. Toiset asiakkaat arvostivat suoramyyntissä vaivattomuutta. Muutama kerta vuodessa hankittu lihalaatikko oli monipuolinen ja suuri. Varsinkin perheelliset asiakkaat pitivät lihalaatikon tuomasta helppoudesta, jolloin pakkasessa on aina jotain ruokaa. Toiset taas eivät korostaneet suoramyyntin vaivattomuutta, vaan olivat valmiita näkemään ruoan hankkimisen ja sen valmistamisen eteen enemmän vaivaa.

6.4 Laidunlihan laadun rakentuminen suoramyyntissä

Tutkielma osoittaa, kuinka tuottajan tukeminen, laiduntaminen ja maku ovat kaikki kytköksissä toisiinsa. Tulokset osoittavat, että tuotteen laadun määrittely on moninainen prosessi, jossa otetaan huomioon sekä tuotteen fyysisiä ominaisuuksia että tuotantolosuhteisiin ja myyntiin liittyviä tekijöitä, kuten Nygårdin ja Storstadin (1998) tutkimuksesta käy myös ilmi. Tilalla tuotteen laatu määritellään näkemällä, haistamalla, maistamalla, kokemalla ja keskustellen. Laadun arviointi on siis kokonaisvaltainen prosessi (Evans ja Miele 2012). Tuloksissa tulee esille asiakkaiden tarve suoraan kontaktiin tuottajan kanssa, jolloin tuotteen laatu voidaan varmentaa helpommin. Kirwan (2006)

on päätynt samantlaisiin tuloksiin tutkimuksessa Iso-Britannian maatilatoreja koskien. Suora kontakti on siis todella tärkeä tekijä laadun määrittelyssä, kuten myös Goodman (2003) toteaa artikkelissaan. Laidunlihan arvo olisi luultavasti paljon alhaisempi ilman suoraa kontaktia tuottajan ja kuluttajan sekä eläimen ja ihmisen välillä. Suoramyyntissä laadun luominen tuottajalta ja laadun arvioiminen kuluttajan puolelta vaativat erityisiä panostuksia ja molemminpuolista luottamusta. Jokisen ym. (2012) tutkimus vahvistaa tämän tutkimuksen havaintoja henkilökohtaisen kokemuksen ja luottamuksen merkityksestä. Heidän mukaansa tilalla vieraileminen ja henkilökohtaisen kokemuksen sekä luottamuksen saaminen vahvistivat tunnetta laadusta ja eläinten hyvinvoinnista.

Laidunlihan suoramyyntiin liittyvä tarina ja elämys ovat osa laadun muodostumista. Tarina on osa tuottajan tukemista, laiduntamista ja makua. Ryhmäkeskusteluiden perusteella asiakkaat kokivat suoramyyntin hyvin positiivisena ja jo itsessään erityisenä tapahtumana. Asiakkaat kokivat, että he oppivat tuotannosta ja tuotteista asioita, jotka laajentavat ja syventävät kokemusta tuotteesta sekä laadusta. Suoramyyntin kautta kuluttajat hakevat ruokaketjulta jäljitettävyyttä ja läpinäkyvyyttä. Tulosten perusteella kuluttajat haluavat, että tuotteella on selvä ja läpinäkyvä tarina. Kaupan pakkaus- ja alkuperinnät koettiin monesti harhaanjohtaviksi. Suoramyyntissä alkuperän varmentaminen on paljon helpompaa. Ryhmäkeskusteluiden perusteella suomalaisessa maataloustuotannossa itse tuottajan alkuperä on pyritty häivyttämään. Suoramyyntiasiakkaat kokivat tämän persoonattomana ja huonona asiana sekä tuottajan että kuluttajan kannalta. Kaikki asiakkaat arvostivat suoramyyntin elämyksellisiä puolia. Yleisesti ottaen koettiin, että suomalainen maataloustuotanto on bulkkia, joten suoramyyntin kautta tullaan hakemaan jotain erityistä. Bedoin'n ym. (2009) tutkimuksessa ranskalaiset kuluttajat hakivat laidunlihassa myös suoraa kontaktia tuottajaan ja halusivat, että tuotteella on tietty tarina.

Tutkielman tulosten perusteella osa kuluttajista suhtautuvat lähtökohtaisesti positiivisesti sertifiointiin, mutta se herätti myös epäluuloja. Ryhmäkeskusteluihin osallistuneet kokivat, että mahdollisen laidunlihasertifikaatin tulisi olla mahdollisimman vähän byrokraattinen, eikä se saisi asettaa tuottajia eriarvoiseen asemaan. Suurempien suomalaisten sertifikaattien koettiin olevan vain rahastusta. Brändillisesti ja asian tunnettavuuden kannalta sertifiointi koettiin hyväksi, mutta pelättiin, että se lisäisi jo nyt raskasta valvontaa ja byrokratiaa.

Lähirooka tai suoramyynti ovat kuitenkin vielä tällä hetkellä marginaalisia, eivätkä ne ole välttämättä kaikkien saatavilla. Peltoniemen ja Yrjölän (2012) mukaan suurin osa elintarvikkeista ostetaan edelleen isoista marketeista. Peltoniemen ja Yrjölän tutkimukseen vastanneista 10 % haki vähintään kerran kuukaudessa ruokatarvikkeita lähi-, luomu- tai pientuottajien tuotteita myyvistä erikoismyymälöistä ja noin 5 % kuluttajista osti ruokaa vähintään kerran kuukaudessa suoraan tuottajalta. Tutkimuksen mukaan yli puolet kuluttajista on kuitenkin asioinut joskus erikoismyymälässä ja lähes puolet maatilan omassa myymälässä. Noin 30 % vastaajista osoitti kiinnostuksensa asioida tulevaisuudessa suoraan tuottajan kanssa. Vaihtoehtoiset ruokaverkostot ovat kuitenkin yhä kasvavan kiinnostuksen kohteena kuluttajien parissa.

Peltoniemen ja Yrjölän (2012) raportissa käy ilmi kuluttajien kasvava kiinnostus ruoan eettisyyttä, luonnonmukaisuutta ja lähirookaa kohtaan. Heidän mukaansa herkullisuus, terveellisyys ja hinta ovat edelleen kolme tärkeintä ruoan ominaisuutta, mutta tuotannon luonnonmukaisuus, eläinten kasvatusolosuhteet, lähirooka ja vähärasvaisuus ominaisuuksina ovat kasvattaneet suosiotaan eniten viimeisen kymmenen vuoden aikana. Latvalan ym. (2012) tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten lihankulutuksen suuntaviivoja. Latvalan ym. mukaan tärkeimpiä arvoja lihan ostamisessa ovat maku, terveellisyys, hinta ja eläinten hyvinvointi. Terveydelliset syyt olivat heidän mukaansa tärkeimpiä syitä lisätä tai vähentää lihankulutusta. Lihätiedotuksen ja TNS Gallupin (2015) raportin mukaan suomalaisten lihankulutusta ohjaavat eniten hinta, kotimaisuus ja laatu. Lihätiedotuksen ja TNS Gallupin (2015) mukaan yleisimmät syyt lihan käytön vähentämiselle olivat eettisiä, ekologia tai terveydellisiä. Kun verrataan Latvalan ym. (2010) tutkimuksen ja Lihätiedotuksen ja TNS Gallupin (2015) raportin tuloksia tämän tutkielman tuloksiin, voidaan todeta, että suoramyyntissä laidunlihan laatu perustuu näistä erilaisille määreille.

Tutkielman tulokset osoittavat, että vaihtoehtoisten ruokaverkostojen, kuten suoramyyntin myötä Suomeen on muodostunut vaihtoehtoinen ruokajärjestelmä, joka perustuu erilaisille arvottamisen käytännöille kuin tavanomainen ruokaverkosto. Suoramyyntitilojen on pitänyt rakentaa oma ketju ja verkosto tuotteilleen. Tilat ovat tehneet erityistä laatutyötä niin eläinten hyvinvoinnin, ympäristöystävällisyyden kuin maun rakentamiseksi. Tavanomainen lihantuotanto ja isommat lihateollisuusyritykset

eivät erottele lihaa näiden laatumääreiden mukaan. Markkinat ovat siis eriytyneet. Osa kuluttajista haluaa erilaisia tuotteita ja arvottaa niitä eri tavalla tavanomaiseen ruokaverkoston verrattuna. Laatuun keskittyvät vaihtoehtoiset ruokaverkostot voisivat olla myös kilpailuetu suomalaiselle maaseudulle, sillä hinnan ja määrän kanssa kilpailu suurien maataloustuottajamaiden kanssa on kuitenkin hankalaa. Conner ym. (2007) toteavatkin, että laidunlihan suoramyynni tarjoaa samanlaisia arvoja jakaville asiakkaille ja tuottajille erinomaisen mahdollisuuden kohdata ja toimia yhdessä. Tämän tuoma yhteisöllisyys ja hyvän tekemisen muoto suoramyynnin kautta tulivat esille myös ryhmäkeskusteluissa. Erityinen laadun määrittely tekee suoramyynnin kautta hankitusta lihasta myös eksklusiivisen. Vaihtoehtoisena ketjuna se tuo esille ne laadun ominaisuudet, jotka tavanomaisesti tuotetusta lihasta puuttuvat. Tuottajan hyvinvointi, tuotannon ympäristöystävällisyys, eläinten hyvinvointi, maaseudun elävyys ja tuotteen tarina eivät määrittele tavanomaisesti tuotettua lihaa, mutta suoramyynnissä ne määrittelevät laidunlihan laatua.

Laidunlihan ja suoramyynnin markkinoiden laajentamiseksi olisi hyvä tehdä lisää tutkimusta laidunlihan arvon muodostumista ja sen kokemisesta koko ruokaverkostossa, kuten ravintoloiden ja teurastamoiden näkökulmasta. Nykyään yhä useammat kuluttajat ostavat tuotteita suoramyyntitilojen nettisivujen kautta, jolloin liha toimitetaan heille. Yhdeksi suosituimmista lähi- ja luomuruokaan keskittyvistä verkkokaupoista on muodostunut Suomen Kotitila (Suomen Kotitila Oy 2016). Olisikin mielenkiintoista selvittää, miten kuluttajat arvottavat näitä tuotteita. Kyse on suoramyynnistä, mutta asiakkaat eivät välttämättä koskaan vieraile tilalla tai tapaa itse tuottajaa. Mielenkiintoista voisi olla myös tutkia, miten suomalaiset kuluttajat arvottavat maataloustuotteita tuottajatoritapahtumissa, kuten REKO-lähihuokareissa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkielman tavoitteena oli fokusryhmäkeskustelujen avulla selvittää kuluttajälähtöisesti, miten laidunlihan laatu rakentuu suoramyynnissä. Keskustelutilaisuudet järjestettiin kolmella suoramyyntitilalla. Tutkielman tarkoituksena oli ymmärtää, mitä suoramyyntiasiakkaat laadulla tarkoittavat ja miten laadun rakentuminen tapahtuu. Tavoitteena oli myös ymmärtää, mitä vaihtoehtoiset ruokaverkostot voivat tuoda ruokajärjestelmään.

Tulosten perusteella laatu oli hyvin laaja ja kokonaisvaltainen asia, joka todennettiin itse menemällä tilalle. Tilalla vieraileminen, tilan, eläinten ja tuottajan näkeminen, keskusteleminen tuottajan kanssa sekä luottamuksen saaminen vahvistivat tunnetta laadusta ja eläinten hyvinvoinnista. Laiduntaminen merkitsi kuluttajille erityisesti luonnollisuutta, eläinten hyvinvointia, perinteitä ja elämyksiä. Myös tuotannon pienimuotoisuus merkitsi luonnollisuutta. Tuotteen maku muodostuu kokonaisvaltaisesti. Hyvä maku muodostui mielikuvista eläinten hyvinvoinnista, laidunnuksesta ja luonnollisuudesta. Tuotteen tarina, saadut reseptit ja keskustelut olivat osa maun muodostumista. Makuun liittyvät ominaisuudet ovat myös hyvin subjektiivisia ja kulttuuriin liittyviä kokemuksia. Uutena ja erilaisena ruokaverkoston suoramyynnissä tuottajat ja kuluttajat vaalivat perinteitä ja samalla uudistavat ruokakulttuuriamme.

Laidunlihan laatu rakentui suoramyynnissä tuottajan tukemisesta, laiduntamisesta, mausta ja tarinasta. Tärkeimmäksi arvoksi keskustelujen pohjalta nousi tuottajan tukeminen ja suora kontakti häneen. Kuluttajat kokivat, että suoramyynnin kautta on mahdollista parantaa maataloustuottajien heikkoa asemaa ruokajärjestelmässä. Laadun luominen ja arviointi vaativat sekä tuottajan että kuluttajan puolelta panostuksia ja luottamusta. Suoramyynti tarjoaa samanlaisia arvoja jakaville asiakkaille ja tuottajille mahdollisuuden kohdata ja toimia yhdessä. Tuottajan ja kuluttajan vuorovaikutuksen lisääminen vahvistaakin molempien tavoitteita kestävydestä ja vastuullisuudesta. Tästä syntyvä yhteisöllisyys ja hyvän tekeminen suoramyynnin kautta vahvistavat tunnetta suoramyyntiin sitoutumisesta. Sekä tuottajalla että kuluttajalla on enemmän sananvaltaa vaihtoehtoisessa ruokaverkostossa. Laadun rakentuminen ja siihen liittyvät arvot tekevät vaihtoehtoisista ruokaverkostoista poliittisia. Vaikka keskusteluiden perusteella suoramyynti käytännössä vaatii yleisesti ottaen kuluttajalta enemmän aikaa, vaivaa ja rahaa,

on se toisarvoista siihen nähden mitä suoramyynnistä on mahdollista saada. Kuluttajat saavat tuotteita ja kokemuksia, jotka vastaavat heidän arvomaailmaansa sekä uuden sosiaalisen ulottuvuuden. Kuluttajat saavat suoramyynnistä myös elämyksiä, yksilöllisyyttä ja vaihtoehtoisuutta. Eettisyyteen, ekologisuuteen ja tasa-arvoon liittyvät arvot tulivat erityisesti esille tämän tutkielman keskusteluissa. Vaihtoehtoiset ruokajärjestelmät mahdollistavatkin erityisesti kuluttajan aseman vahvistumisen ruokajärjestelmässä. Mahdollisuus antaa tuottajalle palautetta suoraan ja nopeasti tekee suoramyynnistä joustavaa ja tuottaja pystyy nopeammin vastaamaan kuluttajan vaatimuksiin kuin tavanomainen ruokaverkosto.

Ruokajärjestelmämme polarisoituu, minkä seurauksena sekä laatuun että määrään keskittyvät ruokaverkostot muuttavat toinen toisiaan. Vaihtoehtoisena ruokaverkostona suoramyyni tuo esille ne laadun ominaisuudet, jotka tavanomaisesti tuotetusta lihasta puuttuu. Hinta ei ole määrittelevä tekijä tässä ruokaverkostossa. Tavanomaisessa ruokaketjussa tai tavanomaisesti tuotetussa lihassa tuottajan hyvinvointi, tuotannon ympäristöystävällisyys, eläinten hyvinvointi, maaseudun elävyys tai tuotteen tarina eivät ole määritteleviä tekijöitä, mutta suoramyynnissä ne määrittelevät laatua.

Tutkielma osoittaa, miten suuri kokemuksellisen ja aistillisen tiedon merkitys on rakennettaessa kuluttajien luottamusta maataloustuotantoon ja erityisesti lihantuotantotapoihin. Laatu rakentuu omien kokemusten, aistien ja mielikuvien perusteella. Tuottajan alkuperää ja tuotteen tarinallisuutta esiin nostamalla voidaan lisätä luottamusta maataloustuotantoa kohtaan. Tavanomaisten ruokaverkostojen tulisi myös huomioida laadun määrittelyn kokonaisvaltaisuus, mukaan lukien sen sosiaaliset ja ruokakulttuuriset puolet. Vaihtoehtoisia ruokaverkostoja ymmärtämällä voidaan parantaa koko ruokajärjestelmän kestävyyttä. Kun kuluttajien tarve ilmaista omia arvojaan ostopäätöksien kautta lisääntyy, kasvaa myös tarve niitä vastaaville erilaistuneille tuotteille.

Tuottajan ja kuluttajan yhteen tuominen on ensisijainen askel laadun rakentumisessa. Ilman suoraa kontaktia tuottajan ja kuluttajan sekä eläimen ja ihmisen välillä olisi laidunlihan arvo luultavasti paljon vähemmän. Yksin sertifiointi laidunlihan laadun mittarina ei välttämättä olisi riittävää. Suoran kontaktin avulla tuottajat voivat näyttää ja kertoa kuluttajille, miten tuotantomenetelmät – rotu, laidunnus ja korsivaltainen ruokinta – vaikuttavat eläinten hyvinvointiin, luonnon monimuotoisuuteen ja lopulta myös

lihan rakenteeseen ja makuun. Suora kontakti parantaa tuottajan ja kuluttajan ymmärrystä ruoasta, tuotannosta ja sen kulutuksesta.

8 KIITOKSET

Kiitos Varsinais-Suomen Perinnemaisemayhdistys ry:lle, joka ystävällisesti tuki tätä tutkielmaa. Kiitokset myös Maataloustieteiden laitokselle, jonka tälle tutkielmalle myöntämä rahallinen tuki mahdollisti keskustelutilaisuuksien järjestämisen. Suuri kiitos kuuluu tutkimukseen ennakkoluulottomasti lähteneille tiloille ja heidän mahtaville asiakkailleen. Kiitos WWF:n Petteri Tolvaselle, jolta sain kontaktin Suomen ympäristökeskuksen erikoistutkijaan Minna Kaljoseen. Hän avusti tutkimussuunnitelman tekemisessä, keskustelurungon muodostamisessa sekä osallistui kanssani kaikkiin fokusryhmäkeskusteluihin ja moderoi niitä kanssani. Hän antoi minulle monia korvaamattomia neuvoja ja lukuvinkkejä, kiitos kaikesta! Maataloustieteiden laitoksen dosentille Irina Herzonille kiitos huolenpidosta ja kommentteista. Haluan myös kiittää WWF:n Annukka Valkeapäästä keskusteluista tutkimussuunnitelmaa muodostettaessa. Kiitokset EFI:n (European Forest Institute) tutkijalle Michael den Herderille ja AGFORWARD-hankkeelle, jonka parissa työskennellessäni heräsi innostukseni arvokkaita maa- ja metsätaloussympäristöjä kohtaan. Suuret kiitokset perheelleni, ystäväilleni ja Tuomakselle. Teidän antamanne läsnäolo, tuki ja rakkaus ovat elämäni suola!

LÄHTEET

- Aguglia, L., De Santis, F. & Salvioni, C. 2009. Direct selling: a marketing strategy to shorten distances between production and consumption. Paper prepared for presentation at the 113th EAAE Seminar "A resilient European food industry and food chain in a challenging world", Chania, Crete, Greece, 3-6.
- Ansell, C. & Vogel, D. 2006. The contested governance of European food safety regulation. What's the Beef? The Contested Governance of European Food Safety, 3-32.
- Baker, D., Hamshaw, K. & Kolodinsky, J. 2009. Who shops at the market? Using consumer surveys to grow farmers' markets: Findings from a regional market in northwestern Vermont. *Journal of extension*, 47: 6, 1-9.
- Bedoin, F., Kristensen, T. & Noe, E. 2009. Bridging the gap between farmers and consumers: Value creation and mediation in "pasture-raised beef" food networks. In 113th Seminar, December 9-11, 2009, Belgrade, Serbia. European Association of Agricultural Economists.
- Bernués, A., Olaizola, A. & Corcoran, K. 2003. Labelling information demanded by European consumers and relationships with purchasing motives, quality and safety of meat. *Meat Science*, 65: 3, 1095-1106.
- Brunori, G. 2007. Local food and alternative food networks: a communication perspective. *Anthropology of Food*, S2.
- Brunori, G. & Rossi, A. 2000. Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 40: 4, 409-423.
- Buller, H. & Morris, C. 2003. Farm Animal Welfare: A New Repertoire of Nature-Society Relations or Modernism Re-embedded? *Sociologia Ruralis*, 43: 3, 216-237.
- Callon, M., Méadel, C. & Rabeharisoa, V. 2002. The economy of qualities. *Economy and Society*, 31: 2, 194-217.
- Conner, D. S. & Oppenheim, D. 2008. Demand for pasture-raised livestock products: Results from Michigan retail surveys. *Journal of Agribusiness*, 26:1, 1-20.
- Conner, D. S., Campbell-Arvai, V. & Hamm, M. W. 2007. Value in the values: pasture-raised livestock products offer opportunities for reconnecting producers and consumers. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 23: 01, 62-69.
- Daley, C. A., Abbott, A., Doyle, P. S., Nader, G. A. & Larson, S. 2010. A review of fatty acid profiles and antioxidant content in grass-fed and grain-fed beef. *Nutrition Journal*, 9: 1, 10.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8. painos. Vastapaino, Gummerus Kirjapaino, Jyväskylä. 266 s.
- Evans, A. B. & Miele, M. 2012. Between food and flesh: how animals are made to matter (or not to matter) within food consumption practices. *Environment and Planning D: Society and Space*, 30: 2, 298-314.

- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). 2011. Biodiversity for food and agriculture. Contributing to food security and sustainability in a changing world. Outcomes of an expert workshop held by FAO and the platform agrobiodiversity research from 14-16 April 2010 in Rome, Italy.
- Gilg, A. W. & Battershill, M. 1998. Quality farm food in Europe: a possible alternative to the industrialised food market and to current agri-environmental policies: lessons from France. *Food Policy*, 23: 1, 25-40.
- Gilg, A. W. & Battershill, M. 2000. To what extent can direct selling of farm produce offer a more environmentally friendly type of farming? Some evidence from France. *Journal of Environmental Management*, 60: 3, 195-214.
- Gliessman, S. R. 2015. *Agroecology: the ecology of sustainable food systems*. Third Edition. CRC Press Taylor & Francis Group. 371 s.
- Goodman, D. 2003. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19: 1-7.
- Goldman, A. E. 1962. The group depth interview. *Journal of Marketing*. 26: 61-68.
- Granovetter, M. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 481-510.
- Greenbaum, T. 2000. *Moderating Focus Groups*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Grunert, K. G. 2005. Food quality and safety: consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*, 32: 3, 369-391.
- Grönfors, M. 1982. *Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät*. Toinen painos. WSOY, Juva. 233 s.
- Hinrichs, C. C. 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16: 3, 295-303.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Gaudeamus Helsinki University Press. 213 s.
- Hersleth, M., Næs, T., Rødbotten, M., Lind, V. & Monteleone, E. 2012. Lamb meat Importance of origin and grazing system for Italian and Norwegian consumers. *Meat Science*, 90: 4, 899-907.
- Heuts, F. & Mol, A. 2013. What Is a Good Tomato? A Case of Valuing in Practice. *Valuation Studies*, 1: 125-146.
- Hodgson, J. 1990. *Grazing management. Science into practice*. Longman Scientific and Technical. Burnt Mill, England.
- Holloway, L., & Kneafsey, M. 2000, Reading the space of the farmers' market: a preliminary investigation from the UK. *Sociologia Ruralis*, 40: 3, 285-299.
- Hunt, A. R. 2007. Consumer interactions and influences on farmers' market vendors. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 22: 1, 54-66.

- Huuskonen, A., Holmström, S., Hägg, M., Kauppinen, R., Lehtiniemi, T., Mononen, J., Pessa, J., Timonen, S., Tuomisto, L. & Uusi-Kämpä, J. 2006. Opas lihanautojen ympärivuotiseen ulkokasvatukseen. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus.
- Ilbery, B. & Kneafsey, M. 2000. Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England. *Journal of Rural Studies*, 16: 2, 217-230.
- Isoniemi, M. 2005. Pienimuotoista, läheltä ja laadukasta? Lähi- ja luomuruoka kuluttajien määrittelemänä. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 88.
- Jokinen, P., Kupsala, S. & Vinnari, M. 2012. Consumer trust in animal farming practices exploring the high trust of Finnish consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 36: 1, 106-113.
- Jokinen, P. & Puupponen, A. 2006. Paikallisuus kestävän ruoantuotannon perustana. Teoksessa: Mononen, T. & Silvasti, T. (toim). *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. Gaudeamus, Helsinki. 113-130.
- Kasslin, O. & Valkeapää, A. 2014. Lähiruokaa koskevat arvot ja asenteet Suomessa. Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti, Raportteja 138.
- Kirwan, J. 2006. The interpersonal world of direct marketing: examining conventions of quality at UK farmers' markets. *Journal of Rural Studies*, 22: 3, 301-312.
- Kneafsey, M., Holloway, L., Venn, L., Dowler, E., Cox, R. & Tuomainen, H. 2008. *Reconnecting Consumers, Producers and Food. Exploring Alternatives*. Berg Publishers. Oxford.
- Kupsala, S. 2011. Eläinten aseman muuntuminen Suomessa. Yhteiskuntatieteellinen selvitys maa- ja metsätalousministeriölle eläinsuojelulain kokonaisuudistusta varten. Itä-Suomen yliopisto. http://www.mmm.fi/attachments/elaimet/newfolder_20/64exP1ulA/Elainten_ase_man_muuntuminen_Suomessa.pdf. (Viitattu, 22.1. 2015).
- Kurunmäki, S., Ikäheimo, I., Syväniemi A. M. & Rönni, P. 2012. Lähiruokaselvitys – ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012-2015. Maa- ja metsätalousministeriö. 72 s.
- Latvala, T., Niva, M., Mäkelä, J., Pouta, E., Heikkilä, J., Kotro, J., & Forsman-Hugg, S. 2012. Diversifying meat consumption patterns: Consumers' self-reported past behaviour and intentions for change. *Meat Science*, 92:1, 71-77.
- Lihatiedotus & TNS Gallup. 2015. Lihankulutusta ohjaavat tekijät.
- Lind, V., Berg, J., Eik, L. O., Mølmann, J., Haugland, E., Jørgensen, M. & Hersleth, M. 2009. Meat quality of lamb: Pre-slaughter fattening on cultivated or mountain range pastures. *Meat Science*, 83: 4, 706-712.
- Luoto, M., Rekolainen, S., Aakkula, J. & Pykälä, J. 2003. Loss of plant species richness and habitat connectivity of grasslands associated with agricultural change in Finland.
- Maaseudun Tulevaisuus 2013. Kiviranta, T. Luonnonlaidunlihalle asetettiin vaatimukset. <http://wwf.fi/mediabank/4479.pdf> (Viitattu 6.11.2015)
- Marsden, T. 2000. Food matters and the matter of food: towards a new food governance? *Sociologia Ruralis*, 40: 1, 20-29.

- Melton, S. L. 1990. Effects of feeds on flavor of red meat: a review. *Journal of Animal Science*, 68: 12, 4421-4435.
- Milestad, R., Westberg, L., Geber, U. & Björklund, J. 2010. Enhancing adaptive capacity in food systems: learning at farmers' markets in Sweden. *Ecology and Society*, 15: 3, 29.
- Mononen, T. & Silvasti, T. 2012. Yhteiskuntatieteellinen elintarviketutkimus. Teoksessa: Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.). Hyvä ja paha ruoka. Ruoan tuotannon ja kuluttamisen vaikutukset. Helsinki: Gaudeamus.
- Monroe, K. B., 1990, Pricing: making profitable decisions, 2nd ed., McGraw-Hill.
- Murdoch, J. & Miele, M. 1999. 'Back to nature': Changing 'worlds of production' in the food sector. *Sociologia Ruralis*, 39:4, 465-483.
- Murdoch, J. & M. Miele. 2002. Culinary networks and cultural connections: A conventions perspective. Teoksessa: Hughes, A. & Reimer, S. (toim.). *Commodity Chains*. London, Pearson Education, 102-119.
- Murdoch, J., Marsden, T. & Banks, J. 2000. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, 76: 2, 107-125.
- Myklestad, Å. & Sætersdal, M. 2004. The importance of traditional meadow management techniques for conservation of vascular plant species richness in Norway. *Biological Conservation*, 118:133-139.
- Naturbeteskött. 2015. <http://www.naturbete.se/> (Viitattu 12.1.2016).
- Naylor, R., Steinfeld, H., Falcon, W., Galloway, J., Smil, V., Bradford, E., Alder, J. & Mooney, H. 2005. Losing the links between livestock and land. *Science*, 310:1621-1622.
- Nisu, M. 2011. Ylämaankarjan käyttöominaisuudet. HAMK (Hämeen ammattikorkeakoulu) Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Mustiala. 47 s.
- Nygård, B. & Storstad, O. 1998. De-globalization of food markets? Consumer perceptions of safe food: The case of Norway. *Sociologia Ruralis*, 38:1, 35-53.
- Peltoniemi, A. & Yrjölä, T. 2012. Kuluttajien ja tuottajien näkemyksiä ruoan ostopäätöksistä ja tuotantotavoista. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 138. 36 s.
- Puupponen, A. 2009. Maaseutuyrittäjäyys, verkostot ja paikallisuus: tapaustutkimus pienimuotoisen elintarviketuotannon kestävydestä Keski-Suomessa. Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä studies in education, psychology and social research* 347. 102 s.
- Pykälä, J. 2005. Plant species responses to cattle grazing in mesic semi-natural grassland. *Agriculture, Ecosystems & Environment* 108: 109-117.
- Pykälä, J. 2007. Maintaining plant species richness by cattle grazing-mesic semi-natural grasslands as focal habitats. Helsingin yliopiston kasvitieteen julkaisuja, *Publications in Botany from the University of Helsinki* 36.
- Pykälä, J. & Alanen, A. 2004. Perinnebiotoopit ja niiden väheneminen. Teoksessa: Tiainen, J.,

- Kuussaari, M., Laurila, I. & Toivonen, T. (toim.) *Elämää pellossa - Suomen maatalousympäristön monimuotoisuus*. Helsinki: Edita Publishing Oy. 192-203.
- Renting, H., Marsden, T. K. & Banks, J. 2003. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35: 3, 393-412.
- Resconi, V. C., Campo, M. M., i Furnols, M. F., Montossi, F., & Sañudo, C. 2009. Sensory evaluation of castrated lambs finished on different proportions of pasture and concentrate feeding systems. *Meat Science*, 83: 1, 31-37.
- Risku-Norja, H. & Mononen, T. 2012. Ruoan paikallistaminen. Ekologiset ja sosiaaliset vaikutukset. Teoksessa: Mononen, T., & Silvasti, T. (toim.). *Hyvä ja paha ruoka. Ruoan tuotannon ja kuluttamisen vaikutukset*. Helsinki: Gaudeamus. s. 174-195.
- Ruokaosuuskunta. 2015. <http://ruokaosuuskunta.fi/> (Viitattu 15.2.2016).
- Ruokatieto 2015. Paikallinen vuorovaikutus. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisavastuullisuus-ruokaketjussa/paikallinen-hyvinvointi/ruuan-tuotanto-suomessa/paikallinen-vuorovaikutus> (Viitattu 11.11.2015).
- Sage, C. 2003. Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in south west Ireland. *Journal of Rural Studies*, 19: 1, 47-60.
- Salminen, P. & Kekäläinen, H. (toim.) 2000. *Perinnebiotooppien hoito Suomessa. Perinnemaisemien hoitotyöryhmän mietintö*. Suomen ympäristö 443. Helsinki: Suomen ympäristökeskus. 162 s.
- Sassatelli, R. 2015. Consumer Culture, Sustainability and a New Vision of Consumer Sovereignty. *Sociologia Ruralis*. 55: 4, 483-496.
- Scurlock, J. M. O. & Hall, D. O. 1998. The global carbon sink: a grassland perspective. *Commentary. Global Change Biology*, 4: 2, 229-233.
- Secretariat of the Convention on Biological Diversity. 2009. *Connecting Biodiversity and Climate Change Mitigation and Adaptation: Report of the Second Ad Hoc Technical Expert Group on Biodiversity and Climate Change*. CBD Technical Series No. 41. Montreal, Canada: Secretariat of the Convention on Biological Diversity.
- Starr, A., Card, A., Benepe, C., Auld, G., Lamm, D., Smith, K. & Wilken, K. 2003. Sustaining local agriculture barriers and opportunities to direct marketing between farms and restaurants in Colorado. *Agriculture and Human Values*, 20: 3, 301-321.
- Stassart, P., & Whatmore, S. J. 2003. Metabolising risk: food scares and the un/re making of Belgian beef. *Environment and Planning A*, 35: 3, 449-462.
- Suomen Kotitila Oy. 2016. <http://www.kotitila.fi/> (Viitattu 13.1.2016).
- VN (Valtioneuvosto). 2015, Valtioneuvoston asetus ympäristökorvauksesta. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150235> (Viitattu 15.2.2016).
- Vainio, M., Kekäläinen, H., Alanen, A. ja Pykälä, J. 2001. Suomen perinnebiotoopit. Perinnemaisemaprojektin valtakunnallinen loppuraportti. Suomen Ympäristö 527. Ympäristöministeriö, Helsinki.

- Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E. & Tuomainen, H. 2006. Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations. *Area*, 38: 3, 248-258.
- Winter, M. 2003. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies*, 19: 1, 23-32.
- WWF (World Wide Found for Nature). 2015. <http://wwf.fi/alueet/suomi/metsalaidunhanke/> (Viitattu, 6.11.2015).
- WWF (World Wide Found for Nature) & Tapio (Metsätalouden kehittämiskeskus). 2013. Kriteerit luonnonlaidunlihan tuotannolle Suomessa. Puustoisten perinneympäristöjen hoito luonnonlaiduntamisella –hanke. <http://wwf.fi/mediabank/4446.pdf> (Viitattu 6.11.2015).
- XMind. 2015. The most professional mind mapping software. <https://www.xmind.net/> (Viitattu 11.11.2015).
- YLE (Yleisradio) 2015. [http://yle.fi/uutiset/reko ruokapiiri_on_vuoden_lahiruokateko__nyt_jo_27_000_jasenta/7891873](http://yle.fi/uutiset/reko_ruokapiiri_on_vuoden_lahiruokateko__nyt_jo_27_000_jasenta/7891873) (Viitattu 5.1.2016).
- Zeithaml, V. A. 1988. Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *The Journal of Marketing*, 2-22.
- Ådnøy, T., Haug, A., Sørheim, O., Thomassen, M. S., Varszegi, Z. & Eik, L. O. 2005. Grazing on mountain pastures – Does it affect meat quality in lambs? *Livestock Production Science*, 94, 25–31.

LIITE 1 Kutsu keskustelutilaisuuteen suoramyyntiasiakkaille

KUTSU 25.2.2015

Tervetuloa keskustelemaan suoramyynnistä, lampaista, maataloudesta, lihasta ja X:n lammastuotteista X:n lammastilalle **lauantaina 28.3.2015, klo 12-14**.

Keskustelutilaisuus liittyy maisterintutkielmaani, jossa tutkin mitä kuluttajat hakevat ja saavat hankkiessaan lihaa suoramyynnin kautta. Tutkimuksen tavoitteena on eritellä suoramyyntiin liittyviä lisäarvoja ja pohtia, mitä niiden luominen ja ylläpitäminen vaatii kuluttajilta ja tuottajilta. Tutkimustuloksia hyödynnetään suoramyynnin kehittämisessä. Tulokset tuottavat myös tietoa ympäristöön ja eläinten hyvinvointiin liittyvien arvojen tuotteistamisesta. Tutkimusaineistoni kerään ryhmähaastattelujen avulla kolmelta erilaiselta suoramyyntiä harjoittavalta tilalta. Ryhmähaastattelussa keskustelemme seuraavista teemoista:

1. Milloin ja miten hankit ensimmäinen kerran lihaa X:n tilalta?
2. Kuinka usein hankit lihaa suoramyynnin kautta: osuus lihankäytöstä?
3. Miksi hankit lihaa suoramyynnin kautta: mikä tärkeää?
4. Mikä hankalaa, mitä esteitä?
5. Mikä merkitys suoramyynnillä on laajemmin?
6. Mitä mieltä olisit luonnonlaidunliha-sertifikaatista?

Keskustelutilaisuus kestää noin kaksi tuntia ja siihen osallistuu 6-8 henkilöä. Toivomme, että keskustelutilaisuus on kaikin puolin avoin ja rento. Tarjoamme osallistujille pullakahvit. Kaikkien osallistujien kesken arvotaan myös paketti lampaan lihaa.

Tutkimuksen tulokset julkaistaan Helsingin yliopiston maataloustieteiden laitoksen tutkielmasarjassa ja niitä hyödynnetään myös Minna Kaljosen (Suomen ympäristökeskus, SYKE) laidunlihan tuotteistamista koskevassa tutkimuksessa. Osallistuvien tilojen lisäksi teemme yhteistyötä Varsinais-Suomen perinnemaisemayhdistyksen kanssa. Tutkimukseen osallistuvien henkilöllisyys ei ole tunnistettavissa tutkimusjulkaisuissa. Toivon, että voitte ilmoittaa osallistumisestanne ryhmähaastatteluun pe **13.3.2015** mennessä puhelimitse: 040 84 12551 tai sähköpostilla: iida.viholainen@helsinki.fi. Vastaa myös mielelläni tutkimusta koskeviin lisäkysymyksiin.

Ystävällisin terveisin,

Iida Viholainen, MMK, Helsingin yliopisto, maataloustieteiden laitos

LIITE 2 Keskustelutilaisuuden runko

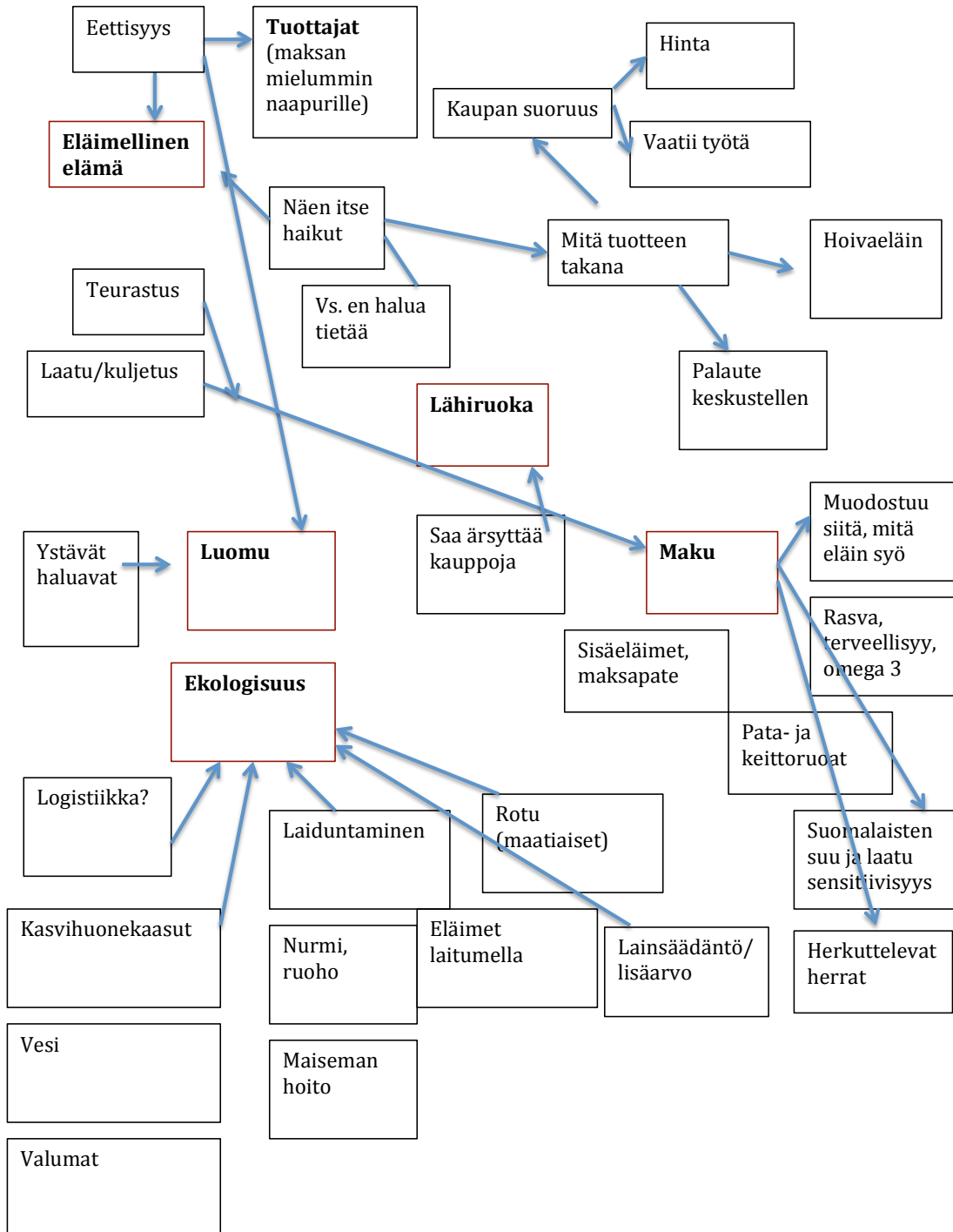
LIITE 2 Keskustelutilaisuuden runko

TERVETULO	KYSYMYS/TEEMA	KUKA/MITEN	AIKA	HUOM
	<p>Tutkimuksen esittely</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suoramyyntiin yleistyminen - Miksi: mitä kuluttajat hakevat? - Mitä ovat valmiita tekemään sen eteen? - Uudenlainen markkinointitapa, joka tekee paljon: mitä se tekee? - HY/gradu, SYKE, Varsinais-Suomen perinnemaisemayhdistys 	<p>Iida & Minna</p> <p>Minna kertoo omasta tutkimuksestaan. Iida kertoo kolmella lauseella omasta tutkimuksestaan. Mitä kuluttajat haluavat suoramyynniltä? Kerro jotain itsestäsi ja taustastasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Julkaistaan graduna maataloustieteiden laitoksella - Lisäksi osana tieteellistä artikkelia Pyritään popularisoimaan asiaa lehdissä, netissä yms. 	5 min	Iidalla päävastuu ja Minna lisäälee asioihin
KESKUSTELUN PERIAATTEET	<p>Keskustelun periaatteet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minna & Iida vetää - Kaikki puhuu, kuunnellaan ja kunnioitetaan toisen mielipiteitä ja annetaan toiselle puherauha ja kuunnellaan - Ei tyhmiä tai itsestään selviä vastauksia - Meitä kiinnostaa tavallisuus - Saa ja pitää esittää kritiikkiä, jos sitä on - Menetelmät: mietitään asioita yksin ja yhdessä - Nauhoitus, onko kaikille ok? - Henkilöllisyys: ei tunnistettava <p>Kuka olet (taustaa: ammatti ja missä asuu)</p>	<p>Iida & Minna</p> <p>Minä kerron nämä, Minna täydentää, jos jotain unohtuu</p>	5 min	Kysy: saako nauhoittaa
ESITTELY JA		Kaikki: kierros, jokainen	10- 15 min	Lämmittely, muistelu

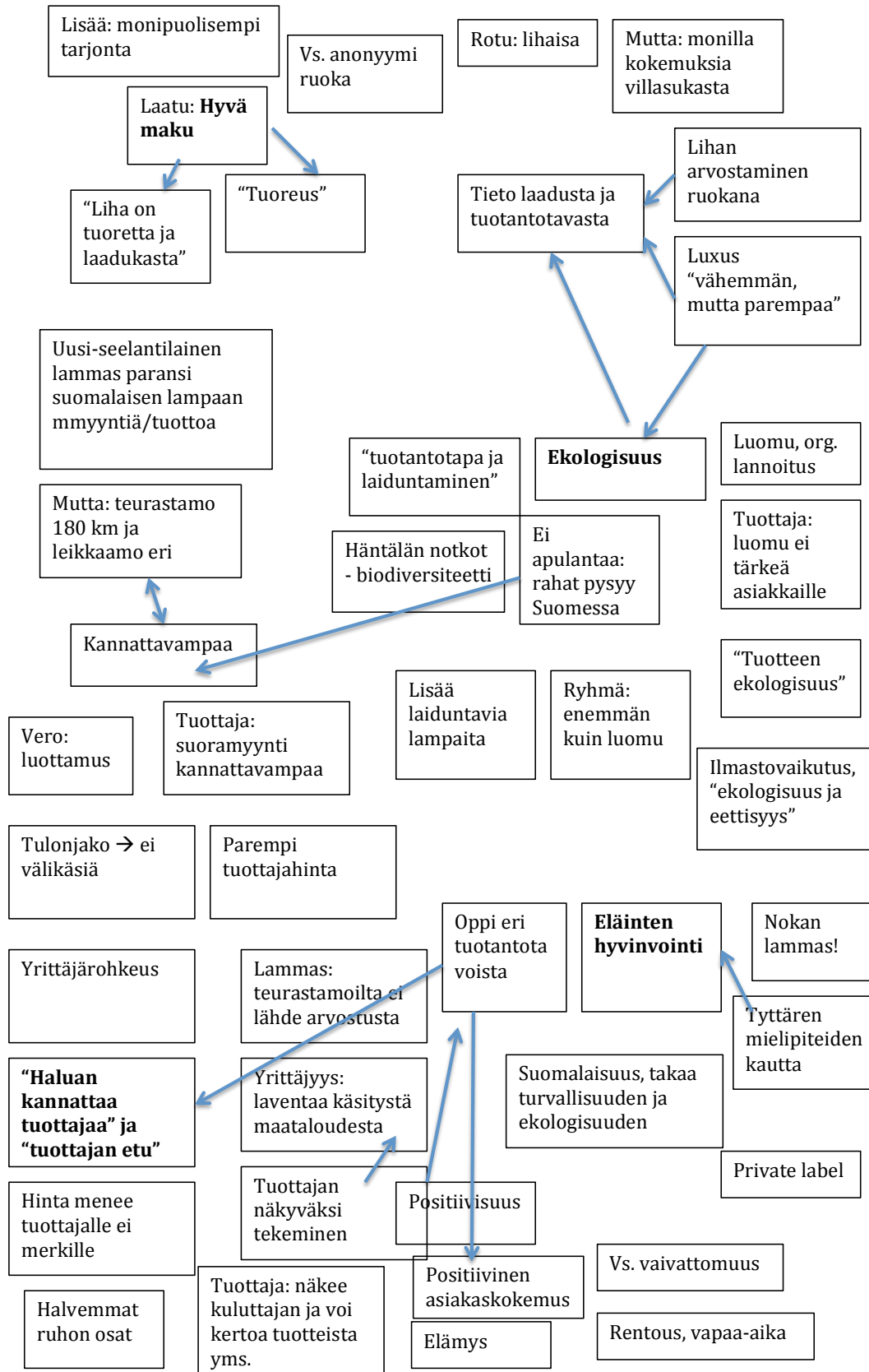
ESITTELY JA 1. KERTA	Kuka olet (taustaa: ammatti ja missä asuu) ja milloin ensimmäisen kerran hankit lihaa suoramyyntiin kautta tai erityisesti tältä tilalta? Kertokaa lyhyesti, mitä muistat siitä (avoin kysymys)?	Kaikki: kierros, jokainen kertoo vuorotellen	10- 15 min	Lämmittely, muistelu
OSUUS faktakysymyksiä	Entä nyt: Kuinka suuri osuus teidän käyttämästä lihasta on suoramyyntiin kautta hankittua? Arvio osuudesta, esim. %? (Tämä tila vs. muu suoramyynti) Onko osuus muuttunut ajan myötä?	Kaikki: uusi kierros eri suuntaan	10 min	
TAVAT	Miten hankit tämän lihan? Esim. käy aina tilakaupassa, kuljetukset	Uusi kierros samaan suuntaan.		
ARVOT	Miksi haet lihaa suoramyyntiin kautta? 3 syytä/arvoa Tarkennetaan ja jatketaan eri teemoista: mitä ne pitävät sisällään, mitä ne tarkoittavat. Tähän voisi olla hyvä joku fläppitaulu, johon laitetaan eri teemat. Puuttuuko tästä jotain oleellista mielestänne? Mitä panostuksia vaatii? Miten muuttuneet ajan myötä? JA VIELÄ: mitä muut suoramyyntiasiakkaat hakevat? Nostaa yli omista intresseistä	Kukin saa miettiä hetken ja kirjoittaa ensin lapulle yksin Puretaan auki ja keskustellaan Tarkennetaan teemoihin keskustelutetaan lisää. Teemakeskustelu: kysy tarkentavia kysymyksiä Fläppitaululle nelikenttä Mitä panostuksia vaatii?	60 min	lida jakaa laput, jolle jokainen kirjoittaa 3 asiaa 3 eri lapulle. Minna laittaa lappuja seinällä eri teemojen alle Alkuperä- Lähellä, maku, maisema, perinnemaisemat, ympäristö, eläinten hyvinvointi ja läheisten ihmisten hyvinvointi ja paikallinen eloisuus, vaihtoehtoisuus, Jos joku sanoo laadun, niin mitä sillä tarkoitaa? Maku, miten parempi? Miten mielestäsi parempi eläimille? Miten mielestäsi parempi ympäristölle? Nouseeko hinta esille? Jos ei, niin kysy, mikä merkitys hinnalla on tälle tuotteelle?
	Huonot kokemukset? Suoramyynti vaatii työtä: haittaako se?			Näitä huomioita voi tulla jo aiemmassa keskustelussa, mutta on syytä kysyä vielä uudelleen.

VUOROVAIKUTUS	<p>1) Mitä olet oppinut maataloudesta/ tuottajalta? Eläimistä, laidunnuksesta. Miten tuottaja on opettanut? Mitä palautetta olet antanut tuottajalle?</p> <p>2) Oletko kertonut mahdollisuudesta muille tutuille? Kenelle?</p> <p>3) Mikä merkitys suoramyynnillä maatalouteen/ruoan kuluttajiin laajemmin?</p>	<p>Käydään läpi ringissä</p> <p>Jos näistä tullut jo paljon keskustelua aiemmin, niin ei tarvitse enää käydä läpi</p> <p>Uusi kierros</p> <p>Minna vetää tämän</p>		Näitäkin tullee jo aiemmin, mutta voi vielä tarkentaa jos tarvitsee.
SERTIFIIOINTI JA MENEKIN KASVATTAMINEN	<p>Esittele luonnonlaidunliha ja eläinten hyvinvointi merkintä</p> <p>Ostaisitko kaupasta? Olisiko se samaa lihaa? Löytyisikö sille kysyntää?</p> <p>Perinnemaisema yhdistyksen lehtisiä. He ovat tukeneet tätä tutkimusta</p>	<p>Minna vetää: WWF:n luonnonlaidun lihan kriteerit ja Eläinsuojelu järjestöt eläinten hyvinvointi merkintä</p>	15 min	
MITÄ VIELÄ		<p>Mitä uusia ajatuksia keskustelu sai aikaan? Saitteko te tästä jotain kotiin vietäväksi? Tuntuuko erityisen vaikealta tämän keskustelun aikana tai joku näistä kysymyksistä?</p>	5 min	

LIITE 3 Teemakartat Ylämaankarjatila



Lammastila



Herefordtila

