

# Poronlihatuotteet vähittäiskaupassa

Kaija Saarni, Jari Setälä ja Asmo Honkanen



RIISTA- JA KALATALOUS — SELVITYKSIÄ

20/2008

**RIISTA- JA KALATALOUS**

**S E L V I T Y K S I Ä**

**2 0 / 2 0 0 8**

## **Poronlihatuotteet vähittäiskaupassa**

**Kaija Saarni, Jari Setälä ja Asmo Honkanen**



RIISTAN- JA KALANTUTKIMUS

Julkaisija:

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos  
Helsinki 2008

Kannen kuvat:

Jari Setälä

Julkaisujen myynti:

[www.rktl.fi/julkaisut](http://www.rktl.fi/julkaisut)

[www.juvenes.fi/verkkokauppa](http://www.juvenes.fi/verkkokauppa)

Pdf-julkaisu verkossa:

[www.rktl.fi/julkaisut/](http://www.rktl.fi/julkaisut/)

ISBN 978-951-776-658-6 (painettu)

ISBN 978-951-776-659-3 (verkkojulkaisu)

ISSN 1796-8887 (painettu)

ISSN 1796-8895 (verkkojulkaisu)

Painopaikka: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print

# Sisällys

Tiivistelmä .....	4
Sammandrag .....	5
Abstract .....	6
1. Elintarvikemarkkinoiden kehitys ja poronlihatuotteisto.....	7
2. Poronliha on erikoistuote .....	8
2.1. Puolet poronlihasta myydään vähittäiskaupan kautta.....	8
3. Runsas poronlihavalikoima.....	9
3.1. Pakasteet myydään erikokoisissa pakkauksissa .....	9
3.2. Savuleikkeillä eri tuotenimikkeitä .....	10
3.3. Poronlihasäilykkeitä tuo markkinoille vain yksi jalostaja.....	11
4. Haastavat valmisruokamarkkinat.....	11
4.1. Valmisruokien tarjonta on kattavaa .....	11
4.2. Valmistajien näkemykset ristiriitaisia .....	11
5. Poronlihatuotteiston kehitysnäkymiä.....	12
Viitteet.....	13
Liite 1 .....	14

## Tiivistelmä

Suomen elintarvikemarkkinoiden muutokset ovat olleet nopeita. Kansainvälinen elintarvikekauppa on kasvanut ja kuluttajien valinnanmahdollisuudet ovat lisääntyneet. Vähittäiskaupan kehitystä on ohjannut ketjuuntuminen. Ketjun menestys perustuu jatkuvaan myyntiseurantaan. Asiakastietojen perusteella tehdään strategiset päätökset tuoteryhmien laajuudesta ja painotuksesta. Tuotevalikoimista on tulossa entistä tärkeämpi vähittäiskauppojen kilpailukeino. Poronlihatuotteet pääsevät valikoimiin, jos ne tuovat lisää asiakkaita ja parantavat kannattavuutta. Poronliha on erikoistuote, sen osuus suomalaisten lihankulutuksesta on alle prosentti. Vuosittain poronlihaa tuotetaan noin 2,5 miljoonaa kiloa, josta vajaa puolet myydään vähittäiskauppojen kautta. Niukasta raaka-ainetuotannosta huolimatta erilaisia poronlihatuotteita on runsaasti tarjolla eri vähittäismyymälöissä ympäri maata. Suurissa myymälöissä valikoimat ovat laajat, mutta vaatimattomimmissakin myymälätyypeissä on usein myynnissä ainakin pakastettua poronkärjistystä. Poronlihatuotteiden mahdollisuuksia suomalaisessa vähittäiskaupassa voidaan pitää suotuisina. Poronliha sopii nykyaikaisen, helppoutta ja vaihtelua vaativan kuluttajan vaatimukseen. Poronlihan korkea imago houkuttelee puolestaan vähittäiskauppaa ja jalostusyriäisiä pitämään poronlihatuotteita valikoimissaan.

**Asiasanat:** poronliha, tuotteet, lihavalmisteet, vähittäiskauppa, tuotevalikoimat

Saarni, K., Setälä, J. & Honkanen, A. 2008. Poronlihatuotteet vähittäiskaupassa. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 20/2008*. 14 s.

## Sammandrag

Den finländska livsmedelsmarknaden har undergått snabba förändringar. Den internationella livsmedelshandeln har vuxit och konsumenternas valmöjligheter har ökat. Detaljhandeln har utvecklats i form av livsmedelskedjor. En kedjas framgång grundar sig på en kontinuerlig uppföljning av försäljningen. På basen av kunduppgifter görs strategiska beslut gällande produkternas utbredning och prioritering. Sortimentet håller på att bli ett allt viktigare konkurrensmedel för detaljhandeln. Renköttprodukterna har en möjlighet att komma med i urvalet, om de för med sig fler kunder och bättre lönsamhet. Renkött är en specialprodukt, dess andel av finländarnas köttkonsumtion är under en procent. Årligen produceras c. 2,5 miljoner kg renkött, av vilket knappt hälften säljs via detaljhandeln. Trots den knappa produktionen av råvara finns ett rikligt utbud av renköttprodukter i detaljhandeln i olika delar av landet. Stora butiker har ett brett utbud, men också i de mest anspråkslösa butikerna säljs åtminstone frusen renskav. Förutsättningarna för renköttprodukter kan anses vara gynnsamma i den finländska detaljhandeln. Renköttet svarar väl mot den medvetna konsumentens krav på lätthet och variation. Renköttets höga image lockar å sin sida detaljhandeln och förädlingsföretagen att hålla renköttprodukter i sitt sortiment.

**Nyckelord:** renkött, produkter, köttprodukter, detaljhandel, sortiment

Saarni, K. Setälä, J. & Honkanen, A. 2008. Renköttprodukter i den finländska detaljhandeln. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 20/2008*. 14 s.

## Abstract

Finnish food markets have been changing rapidly. The food trade has increased and customers have a bigger product range to choose from. The Finnish grocery trade has been developing in recent years towards a situation where supermarket chains have a strong presence. A chain's success is in part based on its continuous monitoring of sales records, whereby strategic decisions about product selection are dependent on customer behaviour. Thus reindeer meat products are included in the food selections if they attract more customers or improve profitability. Reindeer is a specialty meat product. In Finland less than one per cent of consumed meat is reindeer. Annual reindeer meat production is about 2.5 million kilos and half of that is delivered for consumption through grocery stores. Despite the scant supply, a great variety of reindeer products are offered in different types of grocery stores around the country. Large stores often carry a wide selection of reindeer meat products and most modest-sized stores offer the most common reindeer product, frozen reindeer flake. Reindeer meat products have obvious potential in the Finnish grocery sector. It is well-suited to the needs of modern customers who require convenience and seek variation in their daily meals. The good image of reindeer meat may also entice grocery stores and meat processors to keep reindeer in their product range.

**Keywords:** reindeer, meat product, grocery stores, product range

Saarni, K. Setälä, J. & Honkanen, A. 2008. Reindeer meat products in Finnish grocery stores. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä* 20/2008. 14 p.

# 1. Elintarvikemarkkinoiden kehitys ja poronlihatuotteisto

Kotimainen poronliha on Suomen markkinoilla erikoistuote, josta lähes puolet kuluttaja ostaa vähittäiskaupasta. Kaupan rakenteelliset ja toiminnalliset muutokset ohjaavat elintarvikemarkkinoiden kehitystä. Kansainvälinen elintarvikekauppa on kasvanut voimakkaasti ja Suomen elintarviketuonnin arvo on viime vuosina kohonnut vuosittain noin kymmenen prosenttia. Kuluttajien valinnanmahdollisuudet ovat kasvaneet, koska tuotteita ja tuotenimikkeitä on aiempaa monipuolisemmin tarjolla.

Vähittäiskauppa on viime vuosina nopeasti ketjuuntunut. Ketjuliiketoiminnassa laaditaan linjaukset myymälätyyppikonsepteista, tavararyhmälajitelmista ja hinnoittelusta. Tuloksellisuus perustuu jatkuvaan myyntiseurantaan. Kaikki tuoteryhmät eivät ole kaupan liikeidean kannalta samanarvoisia, vaan ketju voi asiakastietojen perusteella tehdä strategisia päätöksiä eri tuoteryhmien painotuksista pyrkiessään erilaistumaan kilpailijoistaan (Kautto ja Lindblom 2005). Kauppa myy kokonaisvalikoimaa, ei yksittäisiä tuotteita. Poronlihatuotteet pääsevät kaupan hyllyille, jos ne lisäävät valikoiman kiinnostavuutta, tuovat lisää asiakkaita ja parantavat kannattavuutta.

Ketjuohjaus vaikuttaa keskeisesti poronlihatuotteiden valmistajien mahdollisuuksiin päästä kaupan tavarantoimittajaksi. Mitä tiukemmassa ketjuohjauksessa kauppa toimii, sen keskitetympin hankinnat toteutetaan. Ketjujen välillä on kuitenkin selkeitä eroja. S-ryhmässä alueosuuskaupoilla on paikallishankinnoissa suuri merkitys. K-ryhmässä taas myymäläkohtaisten hankintojen osuus on suurempi.

Lihanjalostusyrityksille poro on kallis mutta haluttu raaka-aine. Sillä on vahva lappilaisuuteen, luonnonmukaisuuteen ja terveellisyysyteen liittyvä imago, mitä hyödynnetään monin tavoin tuote- ja yritysmarkkinoinnissa. Niukkaa raaka-ainetta jalostaessaan yrityksen on vaikea saavuttaa suurtuotannon etuja. Tämän takia ne pyrkivät luomaan tuotteilleen oman muista poikkeavan markkinalokeron.

Myös kulutustottumusten muutokset vaikuttavat elintarvikemarkkinoiden kehitykseen. Kuluttajat arvostavat arkiruokailun helppoutta, aterioiden terveellisyttä ja vaihtelevuutta. Valmisruokien ja muiden pitkälle jalostettujen tuotteiden kysyntä kasvaa samaan aikaan kun kodin ulkopuolinen ateriointi lisääntyy. Nopeista kulutusmuutoksista huolimatta perinteiset ruoka- ja makutottumukset ovat säilyttäneet vahvan kansallisen aseman ja arvostuksen. Lisäksi suomalaiset ovat entistä kiinnostuneempia elintarvikkeiden ravintoarvoista tai raaka-aineen alkuperästä. Tulevaisuudessa kuluttajien uskotaan vaativan myös luonnonvaroja säästäviä ja eettisesti kestäviä tuotantomuotoja, sillä ympäristökysymykset tulevat vaikuttamaan ostokäyttäytymiseen yhä voimakkaammin (Mononen ja Silvasti 2006).

Tämän selvityksen tarkoituksena on kuvata poronlihatuotteiden asemaa Suomen vähittäiskauppamarkkinoilla. Poron- ja muiden erikoislihatuotteiden kilpailutilannetta selvitettiin vähittäisliikkeiden tuotetietojen avulla. Tiedot vähittäiskaupassa myytävistä tuotteista kerättiin Rovaniemeltä (5 myymälää), Oulusta (4 myymälää), Vaasasta (2 myymälää), Kuopiosta (5 myymälää), Jyväskylältä (3 myymälää), Turusta (8 myymälää) ja Helsingistä (6 myymälää).



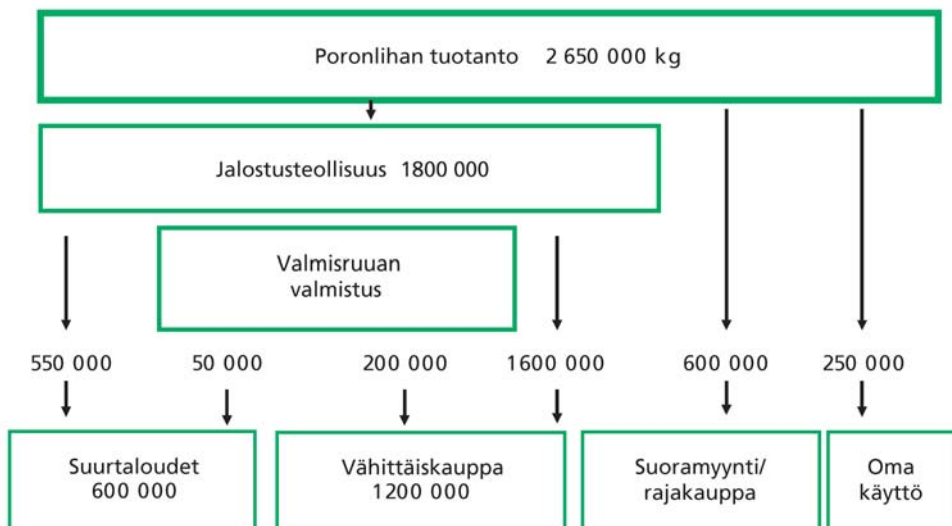
Tuotetietoja kerättiin yhteensä 780 tuotteesta talvella 2007. Lisäksi näkemyksiä valmisruoka-tuotteistosta selvitettiin haastattelemalla 15 jalostusyriytystä. Tämä selvitys on osa laajempaa Porotalouden Taloudelliset Menestystekijät -tutkimushanketta, joka tehtiin yhteistyössä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen ja Lapin yliopiston kanssa. Tutkimuksen loppura-portti on ladattavissa osoitteesta: <http://www.mtt.fi/mtts/pdf/mtts156.pdf>

## 2. Poronliha on erikoistuote

Poronlihan tuotanto jää pieneksi laidunrajoitusten takia. Niukan tarjonnan ja korkean hinnan takia poronliha nautitaan usein erityistilanteissa. Poro, kotimainen riista sekä tuodut riistatuot-teet kuuluvat erikoislihatuotteisiin. Erikoislihatuotteiden tuonti on viime vuosina lisääntynyt. Etenkin edullisen tarhatun saksanhirven tarjonta on vähittäiskaupassa kasvanut. Suomalaiset syövät vuodessa keskimäärin 70 kiloa lihaa, josta poronlihan osuus on vajaa prosentti. Koti-maista hirvenlihaa suomalaiset syövät neljä kertaa enemmän kuin poroa. Saksanhirveä kulute-taan jonkin verran poronlihaa enemmän.

### 2.1. Puolet poronlihasta myydään vähittäiskaupan kautta

Vuosittainen noin 2,5 miljoonan kilon poronlihantuotanto päätyy kulutukseen erilaisten myyn-tikanavien kautta (kuva 1). Vähittäiskaupat myyvät lähes puolet tuotetusta poronlihasta. Mer-



**Kuva 1.** Poronlihamarkkinoiden jakelukanavat. Arvio poronlihan tuotantomäärästä perustuu vuosien 2005–2006 keskiarvoon; arvio valmisruokateollisuuden kulutuksesta on vuodelta 2006; arvio suurtalouskulutuksesta vuodelta 2005 ja arviot omasta kulutuksesta ja suoramyyntistä vuodelta 2006.

kittävä osuus poronlihasta päätyy kulutukseen poronlihantuottajien oman suoramyynnin kautta. Jalostusarvo jää suoramyynnissä usein alhaiseksi, sillä suurin osa lihasta päätyy kuluttajille jalostamattomana. Kaikkein jalostetuin ja arvokkain poronliha nautitaan suurtalousannoksina. Poronlihan käyttö painottuu suurtalouksissa ravintoloihin ja hotelleihin, joissa ateriat valmistetaan usein poron arvokkaimmista osista (Saarni ym. 2007).

## 3. Runsas poronlihavalikoima

Vähittäiskauppojen poronlihatuotteisto on laaja. Valtakunnallisessa jakelussa on poronlihasta valmistettuja pakasteita, leikkeleit, säilykkeitä ja eineksiä. Lisäksi tuoretta poronlihaa on teurastuskausina tarjolla ympäri maata.

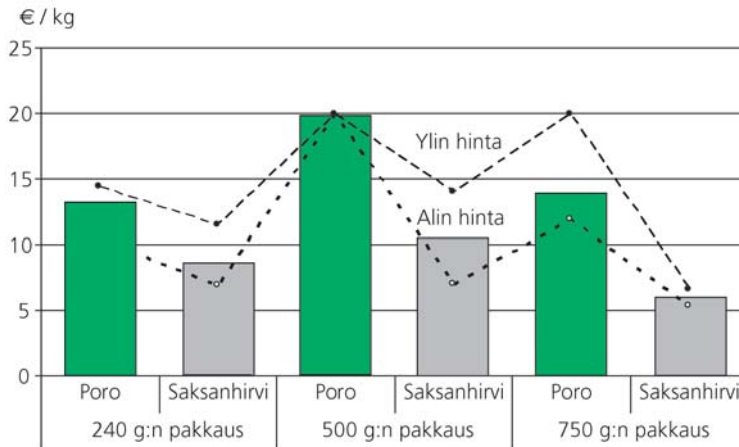
Tuotevalikoiman laajuus vaihtelee eri vähittäiskauppakettujen välillä. Useimmilla paikkakunnilla K-ryhmän myymälöissä oli lihatuotenimikkeitä lähes kaksi kertaa runsaammin kuin S-ryhmän myymälöissä. Ainoastaan Oulussa poronlihatuotteiden tarjonnassa ei myymäläketjujen välillä ollut eroja. Kerättyjen näyttöiden perusteella ei voi tehdä tilastollisesti luotettavia johtopäätöksiä tuotteiston laajuuden välisistä eroista eri paikkakunnilla. Liitteessä 1 esitetään eri paikkakuntien ja kaupparyhmittymien tuotteisto.

### 3.1. Pakasteet myydään erikokoisissa pakkauksissa

Suurin tuoteryhmä on pakasteet. Suosituin tuote on poronkärstys, jonka pienin, 240 gramman pakkauskoko on yleisin. Niukimmissa valikoimissa se on usein ainoa poronlihatuote. Tätä pakkauskokoa tuo markkinoille kaksi suurinta lihanjalostajaa. Näistä toinen valmistaa oman tuotannon rinnalla myös Pirkka-tuotetta. Kilpailu pienimmän pakkauskoon tuoteryhmässä on kireä, ja hintaero kahden valmistajan tai tuotemerkkien välillä on alle viisi prosenttia.

Yleisimmin valmistajilla on omat hieman kilpailijoista poikkeavat pakkauskoot. Suurimpia pakkauskokoja tuo markkinoille usein vain yksi jalostaja. Suurten pakkausten kilohinta asettuu hieman pienempiä pakkauksia korkeammaksi (kuva 2). Hintakilpailua on kuitenkin kaikissa pakkausluokissa, sillä saksanhirvikärstystä on tarjolla vastaavan kokoisissa pakkauksissa kuin poroa. Poron ja saksanhirven välillä on selkeä hintaero, joka on pienimmillään Pirkka-tuotteissa. Tuotteiden hintaero kasvaa pakkauskoon mukana. Suurimmissa pakkauksissa poronlihan hinta oli yli kaksinkertainen saksanhirveen verrattuna.

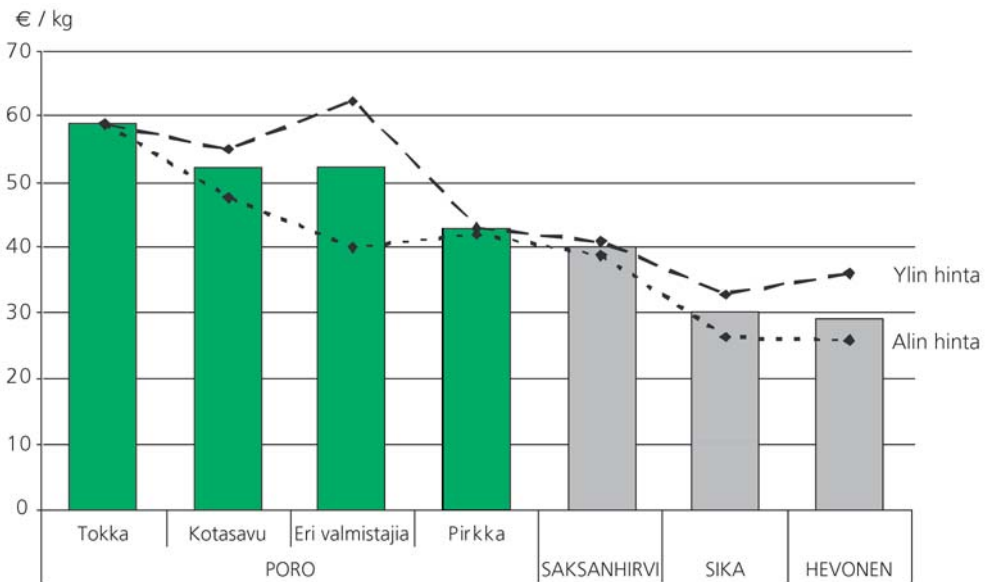
Arvokkaimpia osia kuten pakastettuja paisteja ja fileitä oli myös myynnissä ympäri maata, mutta niiden tarjonta painottui erikoisliikkeisiin tai keskustan tavarataloihin. Kalliita ruuhonosa yleisemmin myynnissä oli pakattuja pakastejauhelihatuotteita. Niitä toi markkinoille kaksi jalostajaa, joilla kummallakin oli eri pakkauskoot poronjauhelihalle. Pirkka-tuotemerkillä myytiin samankokoisessa pakkauksessa sekä poron- että lampaanjauhelihaa. Niiden hintatasoissa ei ollut eroja. Lisäksi pakastealtaissa oli myynnissä jauhettua hirvenjauhelihaa, jonka hinta oli hyvin lähellä poronlihan hintatasoa. Pakastetut jauhelihatuotteet kuuluivat pääsääntöisesti K-ketjun tuotevalikoimaan.



**Kuva 2.** Poron- ja saksanhirvenlihasta valmistettujen pakastekäristysten keskihintoja.

### 3.2. Savuleikkeillä eri tuotenimikkeitä

Yksikköhinnaltaan arvokkain tuoteryhmä on savuleikkeet, jotka kuuluivat kaikkien kauppa-  
ketjujen valikoimiin ympäri maata. Yleisin tuote on 100 gramman kylmäsavupaistileike. Sitä  
valmistavat kaikki suuret valtakunnalliset jalostajat: Lapin Liha, Kotivara, Rönkä ja Kylmä-  
nen. Tuoteryhmän hintakilpailua kiristää Pirkka-tuote, joka on selkeästi muita edullisempi  
(kuva 3). Muutamat valmistajat myyvät tuotteitaan omalla tuotemerkillä. Lapin Lihan markki-



**Kuva 3.** Eri tuotenimikkeillä porosta valmistettujen savuleikkeiden sekä muista eläimistä valmistet-  
tujen savutuotteiden keskihintoja. (100 g:n tyhjiöpakkaus)

noi myös muista poiketen savupaistirullaleikettä. Kylmäsavuporoleikkeiden kanssa kilpailevat eniten hevosesta, saksanhirvestä tai siasta valmistetut erikoisleikkeet. Niiden hinta jää kuitenkin selvästi porotuotteita edullisemmaksi. Poronlihasta valmistettuna erikoistuotteena voidaan pitää myös usean valmistajan markkinoimaa kylmäsavurouhetta, jolla tarjotaan vaihtelua ruuanlaittoon.

### 3.3. Kaksi jalostajaa tuo markkinoille porolihasäilykkeitä

Poronlihasta valmistettuja säilykkeitä markkinoidaan ympäri maata. Ainoa merkittävä valtakunnallinen valmistaja on Kylmänen Food Oy. Sen tuotevalikoimaan kuuluvat porosta tehdyt liha-, käristys-, pata-, pate-, keitto- ja pyörykkäsäilykkeet. Yleisin koko on 400 grammaa, mutta se markkinoi myös Sompion eräherkut -tuotenimellä pienempiä ja kalliimpia säilykkeitä. Myös Riipisen Riistaherkut Oy markkinoi ympäri maata erilaisia porosäilykkeitä, mutta tarjonta keskittyy pitkälti kaupunkien keskusta-alueiden erikoisliikkeisiin tai tavarataloihin. Poronlihasäilykkeiden kanssa kilpailevat samojen yritysten markkinoimat saksanhirvi-, lammas- ja hirvisäilykkeet. Säilykkeiden koostumuksissa ja hintatasossa on suuria eroja, sillä lihapitoisuudet vaihtelevat huomattavasti eri säilykkeiden välillä.

## 4. Haastavat valmisruokamarkkinat

### 4.1. Valmisruokien tarjonta on kattavaa

Porosta valmistetaan valtakunnanlaajuisesti markkinoituja valmisruokia ja eineksiä. Saariainen valmistaa mikrossa lämmitettäviä poronkärstysaterioita ja savuporokeittoa. Jalostajan valikoimiin kuuluu valmis riistakeitto, jonka liharaaka-aineena käytetään pääasiassa saksanhirveä. Lapin Liha on tuonut valtakunnalliseen jakeluun pakastettua, kypsennettyä poronkärstystä. Lapin Liha ja Kylmänen markkinoivat poropyöryköitä, cocktailpyöryköitä tai poropunajuuripyöryköitä.

### 4.2. Valmistajien näkemykset ristiriitaisia

Valmisruokamarkkinoiden näkymiä pidettiin hyvinä. Selvä enemmistö valmisruokia valmistavista yrityksistä oli sitä mieltä, että poronlihan valmisruokatuotteiden markkinat tulevat kasvamaan ja kehittymään. Nämä yritykset katsoivat, että mielikuva puhtaasta, maukkaasta ja terveystuotteesta poronlihasta on luonut hyvät edellytykset pitkälle jalostettujen tuotteiden kysynnälle. Lisäksi arveltiin, että kasvava Lapin matkailu on vahvistanut poronlihan markkinoita, minkä ansiosta poronkärstystä nautitaan aiempaa useammin.

Osa yrityksistä uskoi poronlihasta valmistettujen valmisruokatuotteiden markkinoiden pysyvän ennallaan. Ne perustelivat näkemyksiään raaka-aineen korkealla hinnalla ja yrityksen vähäisellä markkinointipanoksella. Raaka-aineen nykyistä parempi saatavuus oli lähes kaikkien yritysten mielestä markkinoiden kasvun edellytys. Jotkut yritykset pitivät kasvun edellytyksinä myös onnistunutta ruokaohjeiden suunnittelua tai panostusta gourmet-tuotteiden

kohdemarkkinointiin. Markkinoiden kasvua rajoittavana tekijänä pidettiin myös poronlihan korkeaa hintaa ja sen hintaeroa saksanhirveen.

Perinteisellä poronkärityksellä arveltiin olevan parhaimmat markkinanäkymät. Yksikään jalostaja ei ollut tuomassa markkinoille uusia tuotteita ja syyksi todettiin poikkeuksetta poronlihan niukka saatavuus. Kaikki suuret lihanjalostusyrietykset pitivät poronlihasta valmistamia tuotteita yhtenä tuoteryhmänä muiden lihajalosteiden joukossa.

Yrietykset, jotka eivät käyttäneet poroa raaka-aineena, perustelivat toimintaansa yrietyksen pienellä koolla, poronlihan korkealla hinnalla, heikolla laadulla, tai huonoilla kokemuksilla. Lähes kaikki pitivät epätodennäköisenä poronlihan käytön aloittamista. Saksanhirveä käyttävät yrietykset olivat tyytyväisiä käyttämänsä lihan laatuun eivätkä suunnitelleet laajentavansa jalostusta poronlihaan. Riistaa käyttävät yrietykset valmistivat vähittäiskauppaan ja suurtalouskeittiöihin muun muassa riistakäritystä, pizzoja, pihvejä ja riistapyöryköitä.

## 5. Poronlihatuotteiston kehitysnäkymiä

Niukasta raaka-ainetuotannosta huolimatta erilaisia poronlihatuotteita on runsaasti tarjolla ympäri maata. Kaikissa myymälätyypeissä on myynnissä ainakin pakastettua poronkäritystä. Myös poronlihasta valmistettuja savulihaleikkeitä on runsaasti tarjolla suuremmissa valintamyymälöissä tai erikoistavarataloissa ympäri maata. Vähittäiskauppa pitääkin poronlihatuotteita valikoimissaan tarjotakseen asiakkailleen kiinnostavia vaihtoehtoja.

Poronlihatuotteiden suosio perustuu kuluttajien vaihtelunhaluun ja poronlihan myönteiseen mielikuvaan. Tuotteiston kehitys riippuu kysynnästä. Jos kysyntä vahvistuu ja hintaero muuhun lihaan kasvaa, tulee poronliha yhä selkeämmin erilaistumaan omaan erikoislihasegmenttiin. Jalostusyrietykset vastaavat kysynnän kasvuun uusia tuotteita, ruokaohjeita ja tuotepakkauksia kehittämällä.

Myönteisistä markkinaedellytyksistä huolimatta tuotteisto ei tule todennäköisesti nopeasti monipuolistumaan, sillä raaka-aineen niukkuus rajoittaa jo nykyisin tarjontaa. Jalostusteollisuuden kautta kulkeutuneen poronlihan osuus onkin viime vuosina supistunut, sillä merkittävä osuus poronlihasta päättyy kulutukseen poronlihantuottajien oman suoramyynnin kautta. Poronlihantuottajat ovat olleet tyytyväisiä suoramyynnin kasvuun ja myyntitulojen nousuun. Tämä kehitys voi myös vaikuttaa poronlihamarkkinoihin kielteisesti. Kuluttajien kiinnostus poronlihatuotteisiin vähenee, jos niiden valtakunnallinen saatavuus ja näkyvyys heikentyvät suurten jalostajien raaka-ainepulan vuoksi.

Poronlihatuotteiden arvon nousun edellytyksenä on poronlihan entistä selkeämpi erilaistuminen saksanhirvituotteista. Niin kauan kun poronlihatuotteet kilpailevat edullisen saksanhirven kanssa täysin samalla tuotesegmentillä, ei niiden vähittäishinnat voi merkittävästi nousta. Erilaistaminen edellyttää, että poronlihatuotteiden laatu saadaan nostettua selvästi korkeammaksi kuin saksanhirvituotteiden. Se vaatii sekä poronlihan laadun parantamista että ammattitaitoista ja pitkäjänteistä markkinointia.

Haasteista huolimatta poronlihatuotteiden menestymismahdollisuudet suomalaisen vähittäiskaupan valikoimissa ovat suotuisat. Poronliha sopii nykyaikaisen, helppoutta ja vaihtelua vaativan kuluttajan vaatimuksiin. Poronlihan korkea imago houkuttelee puolestaan vähittäiskauppaa ja jalostusyriä pitämään poronlihatuotteita valikoimissaan.

## Viitteet

- Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) 2006. Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Gaudeamus. 213 s.
- Kautto, M. & Lindblom, A. 2005. Ketju – kaupan ketjuliiketoiminta. Otava. 159 s.
- Saarni, K., Honkanen, A. & Setälä, J. 2007. Suurtalouksien poron ja hirven käyttö vuonna 2005. *Riistatutkimuksen tiedote* 212. 9 s.
-

# Liite 1.

Eri kaupparyhmittymien poron- hirvenlihatuotteiden tarjonta paikkakunnittain.  
(Er = erikoislihaliike; K= K-ketju; S= S-ketju; St = Stockmann)

			Helsinki				Turku				Jyväskylä		Kuopio			Oulu				Rovaniemi		
			Ketju				Ketju				Ketju		Ketju			Ketju				Ketju		
			Er	K	S	St	Er	K	S	St	K	S	Er	K	S	Er	K	S	St	Er	K	S
Pakaste	Käristys	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
		Saksanhirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	Paisti	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
		Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
File	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Jauheliha	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
	Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Savutuote	Kylmäsavu	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
		Saksanhirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Säilyke	Lihäsäilyke	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
		Saksanhirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	Pata	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
		Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Keitto	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
	Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Eines	Keitto	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
		Saksanhirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	Käristys	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Pyörykkä	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Tuore	Paisti	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
		Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
	File	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
		Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Ruho	Poro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Jauheliha	Hirvi	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	
Kaikki tuoteryhmät yhteensä			3	11	5	12	6	12	8	10	8	9	5	14	14	11	8	9	13	6	15	9



## JULKAISIJA

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

Viikinkaari 4

PL 2

00791 Helsinki

Puh. 0205 7511, faksi 0205 751 201

[www.rktl.fi](http://www.rktl.fi)