

Kuluttajien mielipiteet luonnonmukaisen
tuotannon ja ruoan laatutekijöistä -
metasynteesi eurooppalaisista
luomukuluttajatutkimuksista 2000-luvulla

Jaakko Nuutila

Tutkimus on osa kokonaisuutta

- Väitöskirjaluonnos:
 - ”**Luonnonmukaisen tuotannon ja ruoan laatutekijöiden tunnustaminen suomalaisessa ruokaketjussa**”
 - Työssä esitetään muutosta Suomen ruokaketjun toiminnan malliin (Toiminnan teoria, Engeström,1987). Kuluttajien hyväksymät laatutekijät tulisi ottaa nykyisten vain taloudellisten mittareiden rinnalle kun toimijoiden toimintaa ja tulosta arvioidaan (Co-Creation, Grönroos, 2012 ja Balanced Scorecard, Davis 2004)
 - Työ on monitieteinen ja luomu ymmärretään kokonaisuutena
- 2. Tieteen käsitys kuluttajalähtöisistä luonnonmukaisen tuotannon ja ruoan laatutekijöistä
- 3. Suomen ruokaketjun toimijoiden näkemyksiä kuluttajien luonnonmukaiselle tuotannolle ja ruoalle nimeämistä laatutekijöistä

Johdanto

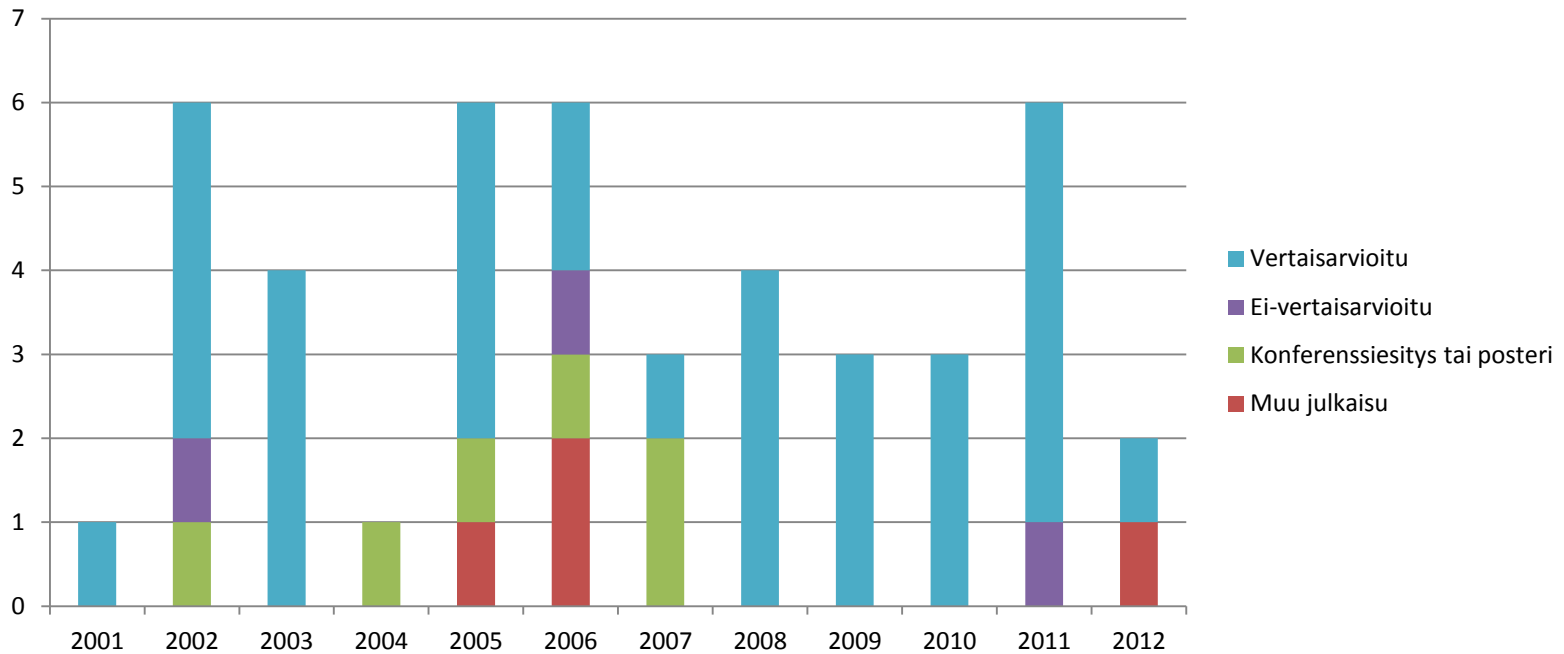
- Tavoitteena määrittää viisi tärkeintä (eniten esille tullutta) luomutuotannon ja -ruoan laatutekijää tuomaan tietoa koko tutkimuskokonaisuutta varten
- Laatukäsitteen määrittäminen
 - Mielenpitoet määrittävät kuluttajalähtöisen laadun, joka täyttää kuluttajien toiveet ja vaatimukset
 - Prosessin ja tuotteen laatu
 - Laatusanat esiintyvät hyvin eri muotoisina ja erilaisissa konteksteissa

Tutkimusmenetelmä

- **Rajauksena**
 - Euroopan yhteisö
 - 2000-luku
 - Vertaisarvioitu tutkimus
 - Kuluttajien mielipiteet, käsitykset, uskomukset luomusta
 - Suomen, englannin, ruotsin tai ranskankielinen
- **Menetelmänä**
 - Laadullinen metasynteesi:
Tulkitsee ja kuvailee ja mahdollistaa vaikuttavan kokonaiskuvan hahmottamisen
(Salminen, 2011)

”Mitä mieltä Euroopan yhteisön kuluttajat ovat luonnonmukaisesta tuotannosta ja ruoasta?”

Tutkimusaineisto



Kuluttajatutkimusten lukumäärä vuosittain (2000-2012) ja julkaisun luonne (N=44)

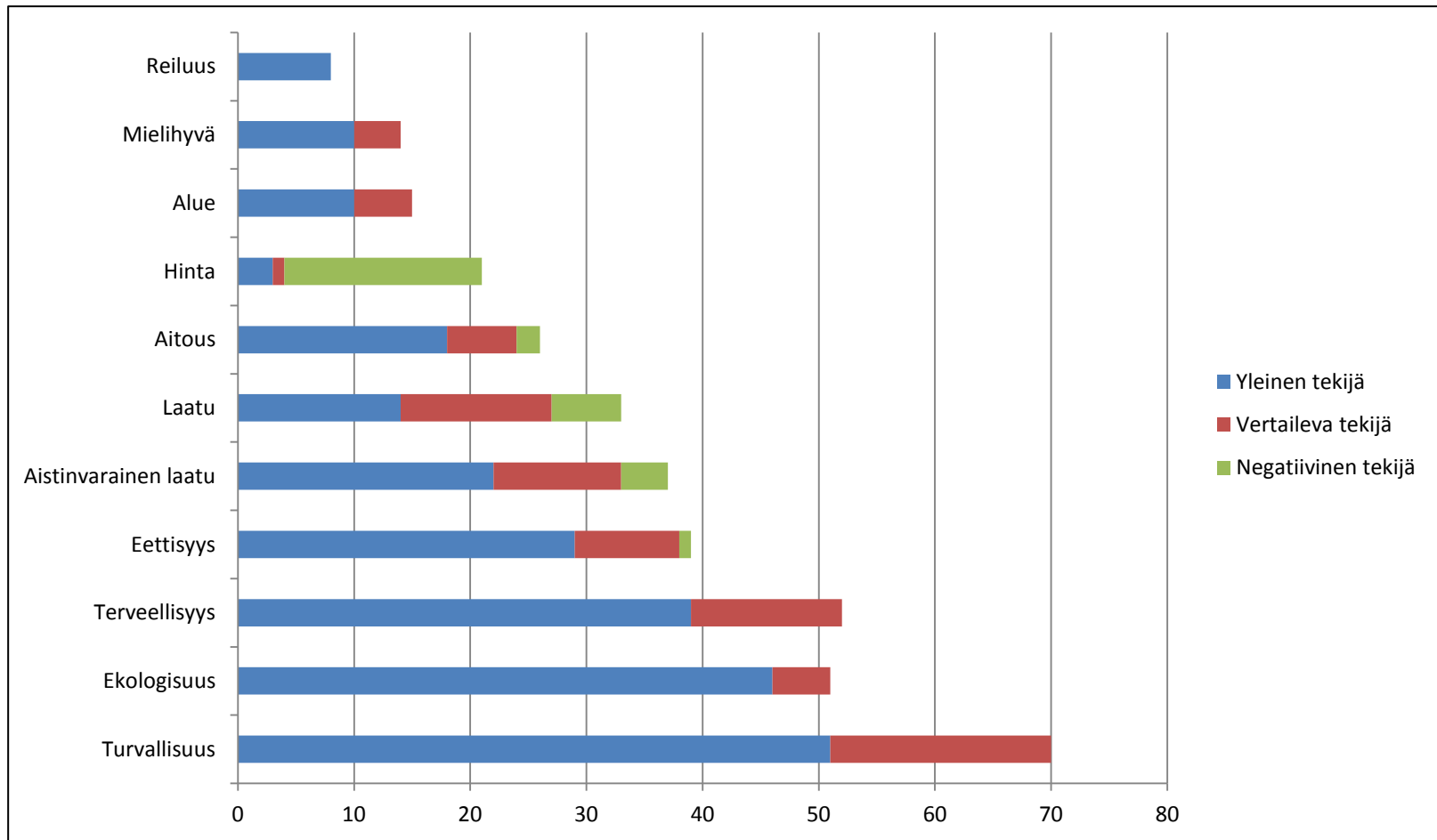


Tutkimustulokset

Järjestys	Attribuuttiryhmä	n	%
1	Turvallisuus	70	19,1
2	Ekologisuus	54	14,8
3	Terveellisyys	52	14,2
4	Eettisyys	39	10,7
5	Aistinvarainen laatu	37	10,1
6	Laatu	33	9,0
7	Aitous	22	6,0
8	Hinta	21	5,7
9	Alue	15	4,1
10	Mielihyvä	14	3,8
11	Reiluus	9	2,5
		366	100 %

- Attribuuttien lukumäärä 366
- Viisi tärkeintä attribuuttia
- Eniten yleisenä mainintana

Tutkimustulokset



Johtopäätökset

- Tulosten tarkastelu: 6 kattavaa tutkimusta

Johtopäätökset:

- Kulttuurisia eroja
- Luottamus kotimaiseen
- Tuoteryhmäkohtaisia
- Jako ulkoisiin ja sisäisiin tekijöihin
- Tiedon määrä vaikuttaa mielipiteeseen
- Turvallisuus, ekologisuus, terveellisyys, eettisyys ja aistinvarainen laatu

Lähdeviitteet

• Kuluttajatutkimukset

- Aakkula, J., Forsman-Hugg, S., Jakosuo, K., Kottila, M., Rönni, P. & Sarkkinen, E. 2006, "Views of consumers and other food chain actors on organic food and its production", Joint Organic Congress, Odense, Denmark, 30-31.5.2006.
- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L. & Shepherd, R. 2008, "Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the Theory of Planned Behaviour", *Appetite*, vol. 50, no. 2, pp. 443-454.
- Barnes, A.P., Vergunst, P. & Topp, K. 2009, "Assessing the consumer perception of the term "organic": a citizens' jury approach.", *British Food Journal*, vol. 111, no. 2, pp. 155-164.
- Botonaki, A., Polymeros, K., Tsakiridou, E. & Mattas, K. 2006, "The role of food quality certification on consumers' food choices", *British Food Journal*, vol. 108, pp. 77.
- Briz, T. & Ward, R.W. 2009, "Consumer awareness of organic products in Spain: An application of multinomial logit models", *Food Policy*, vol. 34, no. 3, pp. 295-304.
- Brown, E., Dury, S. & Holdsworth, M. 2009, "Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France", *Appetite*, vol. 53, no. 2, pp. 183-188.
- Chrysoschoidis, G.M. & Krystallis, A. 2005, "Organic consumers' personal values research: Testing and validating the list of values (LOV) scale and implementing a value-based segmentation task", *Food Quality & Preference*, vol. 16, no. 7, pp. 585-599.
- Cicia, G., Del Giudice, T. & Scarpa, R. 2002, "Consumers' perception of quality in organic food", *British Food Journal*, vol. 104, no. 3/4/5, pp. 200.
- Dean, M., Raats, M. & Shepherd, R. 2008, "Moral Concerns and Consumer Choice of Fresh and Processed Organic Foods", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 38, no. 8, pp. 2088-2107.
- Driouech, N., El Bilali, H., Berjan, S., Radovic, M. & Despotovic, A. 2011, "Exploring Serbian Consumers' Attitude Towards Ethical Values of Organic, Fair-trade and Typical/Traditional Products", *5th International Scientific Conference "Rural Development 2011"*, Kaunas, Lithuania, pp. 37.
- Ekelund, L., Fernqvist, F. & Tjärnemo, H. 2007, "Consumer preferences for domestic and organically labelled vegetables in Sweden", *Acta Agriculturae Scandinavica: Section C - Food Economics*, vol. 4, no. 4, pp. 229-236.
- Fotopoulos, C., Krystallis, A., & Ness, M. 2003, "Wine produced by organic grapes in Greece: using means—end chains analysis to reveal organic buyers' purchasing motives in comparison to the non-buyers", *Food Quality & Preference*, vol. 14, no. 7, pp. 549.
- Gil, J.M. & Soler, F. 2006, "Knowledge and willingness to pay for organic food in Spain: Evidence from experimental auctions", *Acta Agriculturae Scandinavica: Section C - Food Economics*, vol. 3, no. 3, pp. 109-124.
- Gracia, A. & de Magistris, T. 2008, "The demand for organic foods in the South of Italy: A discrete choice model", *Food Policy*, vol. 33, no. 5, pp. 386-396.
- Grebitus, C., Yue, C., Bruhn, M. & Jensen, H. 2011, "Perceived quality in organic and conventional pork markets in Germany", *Food Economics -Acta Agricultural Scand, Section C*, vol. 8, pp. 187.
- Hjelm, U. 2011, "Consumers' purchase of organic food products. A matter of convenience and reflexive practices", *Appetite*, vol. 56, pp. 336.
- Isoniemi, M., Mäkelä, J., Arvola, A., Forsman-Hugg, S., Lampila, P., Paananen, J. & Roininen, K. (eds) 2006, *Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoosta*, Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki.
- Koivisto Hursti, U.- & Magnusson, M.K. 2003, "Consumer perceptions of genetically modified and organic foods. What kind of knowledge matters?", *Appetite*, vol. 41, no. 2, pp. 207.
- Magnusson, M.K., Arvola, A. & Koivisto Hursti, U.K. 2001, "Attitudes towards organic foods among Swedish consumers", *British Food Journal*, vol. 103, no. 3, pp. 209.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Hursti, U.K., Åberg, L. & Sjöden, P.O. 2003, "Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour", *Appetite*, vol. 40, no. 2, pp. 109.
- Makatouni, A. 2002, "What motivates consumers to buy organic food in the UK? Results from a qualitative study.", *British Food Journal*, vol. 104, no. 3/5, pp. 345-352.
- Michaelidou, N. & Hassan, L. 2010, "Modeling the factors affecting rural consumers' purchase of organic and free-range produce: A case study of consumers' from the Island of Arran in Scotland, UK", *Food Policy*, vol. 35, no. 2, pp. 130-139.
- Millock, K., Hansen, L. & Andersen, L. 2002, "Willingness to Pay for Organic Foods: A Comparison between Survey Data and Panel Data from Denmark", EAERE Conference, .
- Millock, K., Wier, M. & Andersen, L. 2005, "Organic products - a matter of public or private values?", *Environmental and resource economics*, .
- Millock, K., Wier, M. & Andersen, L. 2004, "Consumer demand for organic foods - attitudes, values and purchasing behavior", 13th annual EAERE Conference, .

Lähdeviitteet

- **Kuluttajatutkimukset**

- Paananen, J. & Forsman-Hugg, S. (eds) 2005, *Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa*, MTT Taloustutkimus, Helsinki.
- Pehme, S., Luik, A. & Liivauk, P. 2007, "Estonian consumers attitudes to organic food", *Improving Sustainability in Organic and Low Input Food Production Systems. Proceedings of the 3rd International Congress of the European Integrated Project Quality Low Input Food (QLIF)*Hohenheim University.
- Peltoniemi, A. & Yrjölä, T. 2012, *Kuluttajien ja tuottajien näkemyksiä ruoan ostopäätöksistä ja tuotantotavoista*, Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki.
- Pino, G., Peluso, A. & Guido, G. 2012, "Determinants of Regular and Occasional Consumers' Intentions to Buy Organic Food", *The Journal of Consumer Affairs*, vol. 46, no. 1, pp. 157.
- Pouta, E., Heikkilä, J., Forsman-Hugg, S., Isoniemi, M. & Mäkelä, J. 2010, "Consumer choice of broiler meat: The effects of country of origin and production methods", *Food Quality & Preference*, vol. 21, no. 5, pp. 539-546.
- Ruiz de Maya, S., Lopez-Lopez, I. & Munuera, J. 2011, "Organic food consumption in Europe: International segmentation based on value system differences", *Ecological Economics*, vol. 70, pp. 1767.
- Sarkkinen, E., Jakosuo, K., Aakkula, J., Forsman-Hugg, S., Kottila, M. & Rönni, P. (eds) 2006, *Elintarvikeketjun toimijoiden ja kuluttajien käsityksiä luomutuotannosta ja luomuruoasta*, MTT Taloustutkimus, Helsinki.
- Shepherd, R. 2005, "Determinants of consumer behavior related to organic foods", *Ambio*, vol. 34, no. 4, pp. 352-359.
- Sirieix, L., Alessandrin, A. & Persillet, V. 2006, "Motivations and values: a means-end chain study of French consumers" in *Sociological perspectives of organic agriculture: from pioneer to policy*, eds. G. Holt & M. Reed, 15th edn, Athaneum Press, Gateshead, UK, pp. 70.
- Soler, F. & Gil, J.M. 2002, "Consumers' acceptability of organic food in Spain", *British Food Journal*, vol. 104, no. 8, pp. 670.
- Stolz, H., Stolz, M., Hamm, U., Janssen, M. & Ruto, E. 2011a, "Consumer attitudes towards organic versus conventional food with specific quality attributes", *NJAS Wageningen Journal of Life Sciences*, vol. 58, pp. 67.
- Stolz, H., Stolz, M., Janssen, M. & Hamm, U. 2011b, "Preferences and determinants for organic, conventional and conventional-plus products - The case of occasional organic consumers", *Food Quality & Preference*, vol. 22, pp. 772.
- Verhoog, H., Matze, M., Lammerts van Bueren, E. & Baars, T. 2003, "The role of the concept of the natural (naturalness) in organic farming", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, vol. 16, pp. 29.
- Wier, M., Andersen, L., Millock, K., O'Doherty Jensen, K. & Rosenkvist, L. 2005, "Perceptions, values and behavior: the case of organic foods", *Agriculture and human values*, vol. Unpublished.
- Wier, M., Hansen, L., Andersen, L. & Millock, K. 2002, "Consumer preferences for organic foods", *OECD Workshop on organic agriculture*Washington D.C., USA, 9.2002.
- Wier, M., Millock, K. & Rosenkvist, L. 2005, "New tendencies in the organic food market", International Conference on Organic Agriculture, Adelaide, 9.2005.
- Wycherley, A., McCarthy, M. & Cowan, C. 2008, "Speciality food orientation of food related lifestyle (FRL) segments in Great Britain", *Food Quality and Preference*, vol. 19, no. 5, pp. 498-510.
- Zakowska-Biemans, S. 2007, "Consumers and consumption of organic food in Central and Eastern European new member states of the European Union", *Improving Sustainability in Organic and Low Input Food Production Systems. Proceedings of the 3rd International Congress of the European Integrated Project Quality Low Input Food (QLIF)*University of Hohenheim.
- Zander, K. & Hamm, U. 2010, "Consumer preferences for additional ethical attributes of organic food", *Food Quality & Preference*, vol. 21, no. 5, pp. 495-503.
- Zanolli, R. & Naspetti, S. 2002, "Consumer motivations in the purchase of organic food - A means-end approach", *British Food Journal*, vol. 104, no. 8, pp. 643.

Lähdeviitteet

- **Vertailututkimukset**

- Cook, G., Reed, M. & Twiner, A. 2009, "'But it's all true!': commercialism and commitment in the discourse of organic food promotion", *Text & Talk*, vol. 29, no. 2, pp. 151-173.
- Midmore, P., Naspetti, S., Sherwood, A.M., Vairo, D., Wier, M. & Zanoli, R. 2005, *Consumer Attitudes to Quality and Safety of Organic and Low Input Foods: A review*, University of Wales.
- Ness, M., Ness, M., Brennan, M., Oughton, E., Ritson, C. & Ruto, E. 2010, "Modelling consumer behavioural intentions towards food with implications for marketing quality low-input and organic food", *Food Quality & Preference*, vol. 21, no. 1, pp. 100-111.
- Oughton, E. 2009, , *Consumer expectations and attitudes* [Homepage of QualityLowInputFood, Subproject 1.], [Online]. Available: http://orgprints.org/view/projects/eu_qlif.html; [2011, 06/12].
- Tapionlinna, U. 2010, 20.12.2010-last update, *Luomubarometri 2010* [Homepage of Kuule Oy], [Online]. Available: <http://www.luomu.fi/tietopankki/wp-content/uploads/2012/06/Luomubarometri-2010-Raportti.pdf>.
- Tapionlinna, U. & Leppänen, A. 2012, , *Luomubarometri 2012* [Homepage of Kuule Oy], [Online]. Available: <http://www.luomu.fi/wp-content/uploads/2012/06/Luomun-kulutajabarometri-2012-pres-220512.pdf>; [2012, 10/10].

- **Muut lähteet**

- Engeström, Y. 1987, *Learning by Expanding*, Orienta-Konsultit Oy, Helsinki.
- Davis, S. & Albright, T. 2004, "An investigation of the effect of Balanced Scorecard implementation on financial performance", *Management Accounting Research*, vol. 15, no. 2, pp. 135-153.
- Grönroos, C. 2012, 05/29-last update, *Adopting a service Perspective on Innovation*. Available: https://wiki.aalto.fi/download/attachments/68001084/Gr%C3%B6nroos_Service_Innovation.pdf; [2012, 07/27].
- Salminen, A. 2011, *Mikä kirjallisuuskatsaus?* Vaasan yliopisto, Vaasa.