

24-6 Kannattava tuotanto, toimivat myynti- ja jakelukanavat sekä markkinamekanismit luomukasviksilla

Sari Iivonen¹, Minna Mikkola¹, Hanna-Maija Väisänen¹, Hanna Ylitalo², Anu Koivisto², Pirjo Kivijärvi³, Jussi Tuomisto⁴, Tiina Mattila²

1.Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Lönnrotinkatu 7, 50100 Mikkeli, etunimi.sukunimi@helsinki.fi

2. MTT, Taloustutkimus, Latokartanonkaari 9, 00790 Helsinki, etunimi.sukunimi@mtt.fi

3.MTT, Kasvintuotannon tutkimus, Lönnrotinkatu 3, 50100 Mikkeli, etunimi.sukunimi@mtt.fi

4.Petla, Alapääntie 104, 61400 Ylistaro, jussi.tuomisto@petla.fi

TIIVISTELMÄ

Suomen maatalouspoliittiseksi strategiseksi tavoitteeksi on nostettu lähi- ja luomuruoan osuuden kääntäminen vahvaan nousuun. Tavoitteeksi on asetettu vähintään 20 % luomuosuus peltopintalasta vuoteen 2020 mennessä. Luomukasvisten osalta ollaan varsin kaukana tavoitteesta, sillä luomun osuus on vain noin 2 % kasvisten tuotantoalasta. Tässä hankkeessa tarkastellaan viljelyssä ja markkinoinnissa tehtyjen valintojen vaikutusta kannattavuuteen luomuperunan, -porkkanan, -sipulin ja – parsakaalin tuotannossa ja nykyisten myynti- ja jakelukanavien kannattavuutta ja soveltuvuutta tärkeimmille luonnonmukaisesti tuotetuille kasviksille. Hankkeessa selvitetään myös olemassa olevia kasvikaupan tiedonvälitys- ja markkinamekanismeja Euroopan suurissa luomumaissa. Kerätyn aineiston perusteella laaditaan kannattavuuden mallilaskelmia tiloille sekä menettelytapasuosituksia Suomen luomukasvisten kaupalle. Haastatteluaineistoa on kerätty luomutiloilta, luomukasviksia välittävilä tukoilta ja markkinointiyhtiöiltä, vähittäiskaupalta ja suurkeittiöiltä Suomessa. Eurooppalaisten luomukasvisketjujen tarkasteluun aineistoa on kerätty Tanskasta, Saksasta ja Italiasta. Alustavien tulosten mukaan myynti- ja jakelukanavat määräytyvät tuotannon volyymin mukaan. Pienille tiloille, joita suurin osa luomukasvistiloista on, on tyypillistä yksin yrittäminen ilman markkinointi-, logistiikka- ja jalostusyhteistyötä. Tuotteet markkinoidaan pääasiassa torimyyntinä, maatilamyyntälästä, suoramyyntinä vähittäiskauppoihin, ruokapiireihin, ravintoloihin ja suurtalouskeittiöihin. Myös tuotteiden jalostusaste on alhainen. Tutkimukseen osallistuneilla tiloilla oli varsin vähän laajentamisaikomouksia. He olivat melko tyytyväisiä nykyiseen tuotannon laajuuteen sekä tilanteeseen tuotteiden menekin ja hintatason suhteen. Pienet tuottajat eivät ole kovin kiinnostuneita investoimaan koneistukseen, jota laajentaminen väistämättä tarkoittaisi. Tuotannon tehostamisen kautta saavutettavissa oleva hintakilpailukyky, tuotteiden riittävän ja tasaisen saatavuuden takaaminen ja jalostusasteen nostaminen ovat kaupan ja suurkeittiöiden näkökulmasta katsottuna kotimaisen luomukasvisketjun kehittämisessä avainasioita. Eurooppalaisten luomukasvisketjujen laajenemisessa on tunnistettavissa erilaisia tyylejä, mm. kaupunkiviljely, joka tarjoaa uusia mahdollisuuksia viljelijöille luomutuotannon opettajina ja erilaiset 'Box scheme' ja tilamyynti -konseptit, jotka leviävät Euroopassa ekologiasta ja kestävydestä kiinnostuneiden asiakkaiden tuelä.

ASIASANAT

Luomutuotanto, kannattavuus