

Kuluttajien asenteet ruoan hintaa kohtaan

Sari Ollila

Ruoan hinta ja erityisesti ruoan hinnan nousu tuntuu olevan tunteita herättävä asia ja se kiinnostaa mediaa kuin myös tavallista kuluttajaa. Eikä ihme. Ruokaan ja alkoholittomiin juomiin suomalaiset kuluttavat n. 14 miljardia euroa vuodessa sisältäen myös ravitsemisliikkeissä kulutetut eurot. Uusimpien selvitysten mukaan, kuluttajien kukkarosta n. 12 % kulutusmenoista menee elintarvikkeisiin, ruokaa ostetaan lähes päivittäin ja sillä on tärkeä rooli meidän arkipäivässämme. Viimeaikoina julkisuudessa on keskustelu siitä, kenen syytä ruoan hinnan nousu on. Sanan vaihtoa käyvät elintarvikkeiden tuottajien, teollisuuden sekä kaupan edustajat. Kiinnostus etsiä syyllisiä on mielenkiintoinen. Enää ei tunnu riittävän, että vedotaan "kasvottomaan" maailmanmarkkinahintaan ja sen vaihteluun, verotukseen tai kustannusten kasvuun. Syntipukareiden etsiminen kertoo ehkä siitä, että oikeudenmukaisuuden tunne kuten myös eettisten ja moraalisten pelisääntöjen noudattaminen ovat nousseet merkittäviksi tekijöiksi eri toimialojen mielikuvamitteloissa.

Suomessa ruoan hinnalla kilpailu on melko uutta. Vasta vuonna 1988 yleisen hintavalvonnan purkaminen mahdollisti elintarvikkeiden kuluttajahinnoilla kilpailun. Vähittäiskaupparektori on Suomessa kuitenkin melko keskittynyttä ja voidaankin ehkä sanoa, että vasta 2000-luvun alussa kilpailu ruoan hinnalla tuli kuluttajille näkyväksi, kun uusi ulkomainen toimija tuli elintarvikekaupan sektorille. Tämä näkyi myös julkisen median kiinnostuksena tarttua ruoan hintaan ja erityisesti ruoan hinnan koettuun kalleuteen Suomessa. Näistä julkisista keskusteluista saa helposti sen mielikuvan, että suomalaiset kuluttajat haluavat ostaa vain halpaa ruokaa, tai että kallis hinta ruoassa olisi aina kielteinen asia. Niitä kuluttajia, jotka reagoivat herkästi hinnan vaihteluun ja kalliin hinnan havaitessaan vaihtavat halvempaan tuotemerkkiin sanotaan hintaherkiksi. Arvellaankin, että hintakilpailun myötä myös elintarvikkeiden hinnoista tietoisien tai hintaherkkien kuluttajien määrä olisi kasvanut. Hintaherkkyys eli halukkuus ostaa edullisin vaihtoehto on luonteva kuluttajan käyttäytymisen piirre siitä talousteorian lähtökohdasta, jonka mukaan kuluttaja haluaa maksimoida omaa hyötyään minimoimalla hankintaan käytettyjä kustannuksia.

Jos todellakin olisi niin, että kaikki suomalaiset kuluttajat haluaisivat ostaa vain halvinta mahdollista ruokaa ja kaikkiin niihin elintarvikkeisiin suhtauduttaisiin kielteisesti, joiden hinnat havaittaisiin kalliiksi, olisi suomalaisella elintarviketuotannolla melko synkkä tulevaisuus. Suomessa tuotettu ruoka ei pysty kilpailemaan kovinkaan hyvin hinnalla ulkomailla mahdollisesti

tehokkaammissa tuotanto-olosuhteissa tuotetun ruoan kanssa. Silti kotimaisuus on merkittävä laatutekijä ruoassa ja sillä on merkitystä kuluttajien maksuhalukkuudessa. Lähellä tuotettu ruoka tai luonnonmukaisesti tuotettu ruoka on arvo, mistä toiset meistä kuluttajista ovat valmiita maksamaan. Lainaan erään haastatteleman nuoren henkilön sanoja: *"mun mielestä ruoasta maksetaan liian vähän"* ja edelleen: *"nykyään on semmonen ajattelu käynnissä, että ruoan pitää maksaa vähän että voi tehdä tai käyttää sen kaikkeen muuhun"* tarkoittaen rahan käyttämistä vapaa-aikaan liittyviin ylellisyyksiin. Tällainen ajattelu ilmentää hyvin ruoan arvostusta, mutta ei tule juuri esiin aikaisemmista hintaan liittyvistä tutkimuksista. Eikä aikaisempia tutkimuksia ole siitä, miten yleistä tällainen ajattelu on. Kalliina koettu elintarvike ei siis välttämättä ole kielteinen asia, mikäli kalleuteen asennoidutaan myönteisesti. Asenteet ruoan hintaa kohtaan voivat siis kertoa myös kuluttajien ruokaan kohdistamasta arvostuksesta. Tunnistamalla näitä asenteita, niiden takana olevia motivaatiotekijöitä, voidaan mahdollisesti löytää keinoja myös vaikuttaa niihin.

Tässä nyt tarkasteltavana olevassa väitöskirjassa on tutkittu sekä laadullisin että määrällisin menetelmin, miten kuluttajat kokevat ruoan hinnan ja miten he asennoituvat kalliiseen tai halpaan ruoan hintaan. Hinnan merkitys ruoan valinnassa on yhteiskunnallisesti ajankohtainen ja tärkeä aihe monestakin erisyistä. Ruoan hinnan kalleuteen tai halpuuteen liitetään erilaisia uhkakuvia. On mm. väitetty, että terveellinen ruoka on kallista ja vähävaraisten henkilöiden ruoka on epäterveellisempää kuin niiden, joilla on varaa ostaa terveellistä ruokaa. Tämän tyyppistä keskustelua käydään mm. Yhdysvalloissa ja sama uhka halutaan nähdä myös täällä Suomessa. Samaan aikaan julkaistut Suomessa tehdyt tutkimukset osoittavat, että ruokavalion terveellisyys ei ole hinnasta kiinni vaan valinnoista. Myöskään oman tutkimukseni tulokset eivät tue väittämää, että ruokavalion terveellisyys olisi hintakysymys, vaikka erikoiset terveyteen liitetyt erikoistuotteet koettiin kalliina. Lisää objektiivista tutkimustietoa tarvitaan tämän ajankohtaisen ruoan hinnan kalleuden ja terveellisyyden vastakkainasettelun selvittämiseksi.

Halpaan ruoan hintaan puolestaan voidaan liittää uhkakuvia, jotka koskevat ruoan turvallisuutta, eettisyyttä tai laatutekijöitä. Kun ruoan laatuketju pettää ja ilmenee terveydelle vaarallisia epidemioita, julkinen keskustelu siirtyy usein myös ruoan hintaan. Kustannusten alentaminen saattaa johtaa myös laatuketjun heikkenemiseen. Laatu käsitetään tällöin mm. tuotantolaitosten hygieniana ja siihen liittyvänä valvontana. Korkean laadun tuottaminen ja laadunvalvonta edellyttää investointeja ja kasvattaa kustannuksia tuotantoketjun monissa eri portaisissa. Paine tuoda halpoja elintarvikkeita muualta ns. halvemman tuotannon maista vaikuttaa myös tähän uhkaan ruoan turvallisuudesta, sillä laadunvalvonta näissä maissa ei ole ehkä samaa tasoa kuin meillä Suomessa. Suomalaisista kuluttajista tehdyissä tutkimuksissa on kuitenkin havaittu, että Suomessa ruoan turvallisuuteen luotetaan. Samaa tukevat tämänkin väitöskirjan laadulliset kuvaukset. Peruslaatu elintarvikkeissa koetaan turvalliseksi ja elintarvikketieteen eri vaiheita pidetään hyvin valvottuina myös ulkomaisten tuotteiden osalta. Vaikuttaa siltä, että halpaa hintaa ruoassa ei vielä koeta uhkana elintarvikkeiden turvallisuudelle Suomessa eikä kallista hintaa voida sillä suomalaisille kuluttajille perustella kun puhutaan ruoan peruslaatuudesta.

Mielikuvat siitä, että kuluttajat valitsevat kaupan hyllyltä aina sen halvimman elintarvikkeen, vaikuttavat myös elintarviketeollisuuden tekemisiin strategisiin

päätöksiin ja siihen, minkä hintaisia elintarvikkeita tuotetaan. Kalliimpi elintarvikkeen hinta voi olla hyväksyttävää, mikäli tuotteessa on esimerkiksi laadukkaat raaka-aineet ja osa kuluttajista on valmis niistä maksamaan. Parempi laatu on kuitenkin hyvin abstrakti käsite ruoassa. Se merkitsee niin monia eri asioita eri ihmisille, eivätkä tämän tutkimuksen mukaan kaikki kuluttajat usko, että kallis hinta kertoisi paremmasta laadusta. Ruokahan on Suomessa turvallista ja laadukasta, niinpä halvin vaihtoehto kelpaa, samalla kun kalliimpaakin halutaan ostaa. Ostokäyttäytymisteorioiden mukaan tämä tuntuu ristiriitaiselta, mutta tutkimukseni mukaan ruoan laatu jakautuu kuluttajien mielessä kahteen eri tasoon. Elintarvikkeessa on peruslaatutaso ja lisäarvoon liittyvä korkeampi laatutaso, esimerkiksi korkea kuitupitoisuus, kotimaisuus, luonnonmukainen tuotantotapa tai joku muu kuluttajalle merkityksellinen lisäarvotekijä. Jos tätä lisäarvotekijää arvostetaan ja se pystytään tunnistamaan tai kokemaan tuotteesta, kallista hintaa ollaan halukkaita ehkä myös maksamaan. Hinnan ja laadun yhteyttä mittaavissa tutkimuksissa tai maksuhalukkuustutkimuksissa ei ole yhdentekevää, millaista laatua vastaaja mielessään ajattelee vastatessaan tutkimuskysymyksiin.

Halpa hinta ruoassa voi kuitenkin asettua kyseenalaiseksi, mikäli kuluttajalle herää epäilyksiä esimerkiksi tuotantoeläinten huonoista elinoloista, luonnonvarojen köyhdyttämisestä tai työvoiman riistosta. Joillekin esimerkiksi reilun kaupan tuotteet kalliimmalla hinnalla ovat parempi vaihtoehto kuin tavanomainen edullisempi tuote, jos kuluttaja haluaa siten tukea esimerkiksi alkutuottajaa ja hän pitää kalliimpaa hintaa oikeudenmukaisena. Hinnan oikeudenmukaisuus eli reiluus on tunnepitoinen tulkinta, mutta tämän tutkimuksen mukaan yksi merkittävä tekijä siinä, miten kuluttaja suhtautuu havaitsemaansa hintaan. Esimerkiksi kotimaisen tomaatin kalliimpi hinta ulkomaiseen verrattuna voi olla reilua, kun ajattelee ostopäätöksen työllistävää vaikutusta Suomessa. Terveysvaikutteisen kolesterolia alentavan levitteen kallista hintaa voidaan pitää epäreiluna, jos koetaan, että siinä rahastetaan erityisesti vanhemman väestön sairaudella. Ruoan hinnan tunnepitoinen tulkinta saattaa vaikuttaa ristiriitaiselta siitä taloustieteen perusteoreettisesta näkökulmasta, jonka mukaan kuluttaja on rationaalinen ja etsii valinnoillaan suurinta mahdollista taloudellista hyötyä – nimenomaan omaa hyötyään. Kuinka paljon hinnan oikeudenmukaisuus vaikuttaa varsinaisiin elintarvikevalintoihin, on vielä selvittämättä ja edellyttää lisää tutkimusta.

Hintaa voidaan tutkia monista eri lähtökohdista ja näkökulmat vaihtelevat tieteen teorioista riippuen. Tässä väitöskirjatyössä elintarvikkeiden hintoja tarkastellaan kuluttajien mielipiteiden ja kokemusten kautta käyttäytymistieteiden teorioita hyödyntäen ja tutkimus on toteutettu kuluttajatutkimukselle tyypillisin metodein. Sen avulla voidaan piirtää hieman moniulotteisempi kuva hinnan merkityksestä kuin mitä puhtaasti taloustieteessä on ollut tapana. Tässä tutkimuksessa kuluttajien käsityksiä ruoan hinnasta ja sen roolista ostokäyttäytymisessä on lähestytty induktiivisesti eli antamalla kuluttajien itsensä kertoa niistä. Laadullinen tutkimusosa dokumentoi mielenkiintoisella tavalla tämän hetken käsityksiä ruoan hinnan merkityksestä. Aineisto antaa viitteitä siitä, miten paljon tunnepitoisia, tilannesidonnaisia ja uskomuksiin liittyviä tekijöitä ruoan valintatilanteisiin liittyy ja hinnan rooli voi vaihdella näiden johdosta. Näitä tekijöitä saadaan kuitenkin harvoin mukaan määrällisiin yleistettävää tietoa tuottaviin tutkimusasetelmiin ja siten mitattavaan muotoon.

Ruoan hinnan merkitys on haasteellinen tutkimuskohde. Ruoan hinta on tärkeä, mutta yksittäisen elintarvikkeen hinta on rahalliselta arvoltaan pieni eikä sitä välttämättä pidetä tärkeänä, mikäli sitä erikseen kysytään. Silti olisi väärin väittää, ettei elintarvikkeen hinta merkitse kuluttajien ostopäätösprosessissa. Harva kuluttaja ehkä valitsee elintarvikkeita ostoskoriinsa tietoisesti hinnan perusteella, varsinkaan niitä tuttuja säännölliseen käyttöön hyväksytyjä tuotteita, mutta hinta voi olla tärkeä syy olla ostamatta jokin tuote, mikäli hinta ei ostohetkellä tunnu hyväksyttävältä.

Tutkimus haastaa miettimään tarkemmin eräitä vakiintuneita teoreettisia näkemyksiä. Hintakäsityksellä tarkoitan tässä tutkimuksessa sitä, että kuluttaja kokee jonkin havaitsemansa hinnan kalliiksi tai halvaksi. Hinta-asenne puolestaan kertoo siitä, tulkitaanko havaittu halpuus tai kalleus myönteisesti vai kielteisesti eli mukaan liitetään myös tunneulottuvuus. Kalleuden ja halpuuden arviointi edellyttää teorioiden mukaan, että on olemassa jokin vertailu- tai neutraalipiste. Yleensä tämä tekijä on hintatutkimuksissa toinen hinta eli referenssihintaa, joka on valmiiksi muistissa tai havaitaan ympäristöstä. Tämän tutkimuksen laadullisesta aineistosta käy ilmi, että hintaa verrataan hyvin erilaisiin kohteisiin. Aikaisemmat hintatutkimukset ovat osoittaneet, että kuluttajat ovat huonoja muistamaan tarkasti tuotteiden hintoja. Tämä tutkimus antaa vielä aiheen epäillä, että vertailukohde ei ehkä ole kaikilla kuluttajilla vastaavan tuotteen referenssihintaa. Lisäksi se antaa aiheen tutkia tarkemmin eräitä taloustieteen perusolettamuksia. Nimittäin, jos hinta koetaan kalliiksi, se ei ole välttämättä ole "tappio" (*a loss*), jos kalleuteen asennoidutaan positiivisesti. Vastaavasti koettu halpuus ei välttämättä ole "voitto" (*a gain*), jos halpuuteen asennoidutaan negatiivisesti. Mutta hinta-asenne on ensin pystyttävä mittaamaan, mikäli lisätutkimuksia näiden väitteiden mukaisesti halutaan tehdä.

Tässä työssä on kehitetty hinta-asennemittaristoa, joka perustuu aikaisempaan jo vakiintuneeseen hintakäsitysmittariin, mutta on muokattu koskemaan erityisesti ruoan ostamista. Ruoan hintaan kohdistuvien hinta-asenteiden mittaaminen voi tuottaa uutta tarkkuutta maksuhalukkuuden ennustamiseen, sillä nimenomaan laadun osalta hinta-asenteet vaikuttavat olevan erilaiset ruoassa kuin esimerkiksi kestokulutushyödykkeissä. Tämä tutkimus on osa laajempaa tutkimusprojektia, jossa projektille asetettiin tavoite tuottaa elintarviketeollisuudelle luotettavia ja tehokkaita kuluttajien käyttäytymiseen perustuvia työkaluja mittaamaan kuluttajien asenteita. Tuotekehityksen eri vaiheisiin tarvitaan tietoa siitä, miten kuluttajat olisivat halukkaita ostamaan ja käyttämään uusia kehitettäviä tuotteita ja hinta-asenne saattaa olla varteenotettava uusi taustamuuttuja kuluttajan maksuhalukkuutta käsitteleviin tutkimuksiin.

Vaikka käsiteltävänä oleva väitöskirja on monisivuinen, ruoan hinnan rooli ostopäätösprosessissa on aihe, jota on mahdotonta ammentaa tyhjiin. Kuluttajien ruoan hintaan kohdistuva asenne, sen käsitteellisen rakennemallin tunnistaminen, luotettava mittaaminen ja teoreettisten lähtökohtien selvittäminen on vasta alussa.

Elintarviketieteiden tohtori Sari Ollilan elintarvike-ekonomiaan kuuluva väitöskirja "Consumer attitudes towards food prices" tarkastettiin Helsingin

yliopistossa 7.12.2012. Saatavilla elektronisena: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-7380-9>. E-mail: sari.ollila(at)helsinki.fi