



”Kuluttajakyselyn tulokset”, Rantasalmi 16.7.2014

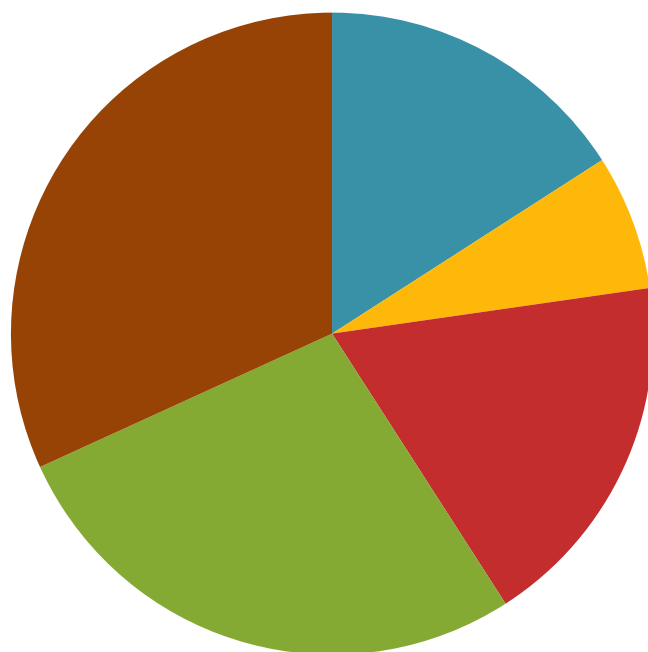
Tutkija Jaana Kotro ja projektikoordinaattori Raija Räikkönen



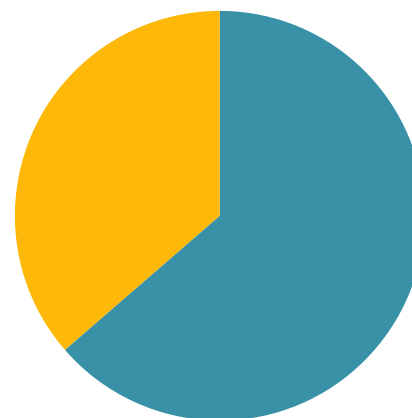
Kuluttajakyselyn tulokset, kesä 2014



Kuva: Raija Räikkönen, MTT



■ 20- 29 v.
 ■ 30- 39 v.
 ■ 40- 49 v.
 ■ 50- 59 v.
 ■ yli 60 v.



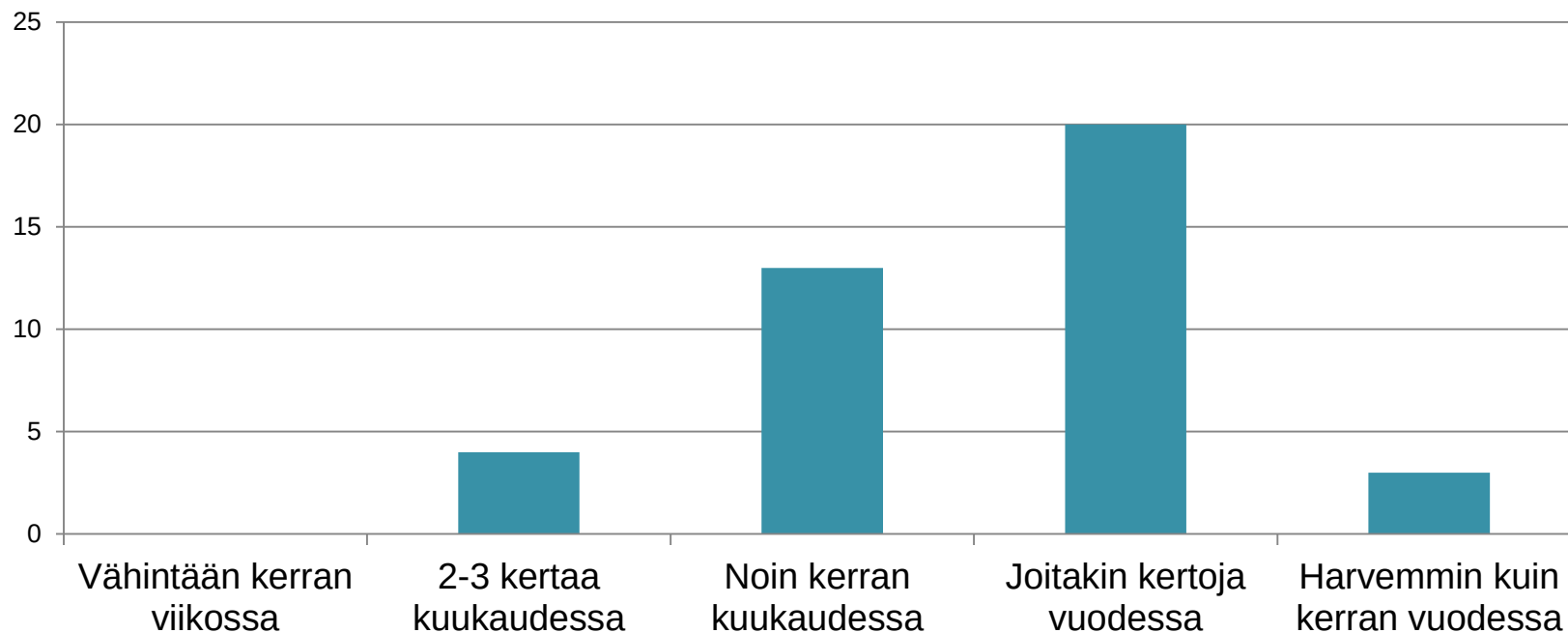
■ Vastanneista
naisia

 ■ Vastanneista
miehiä

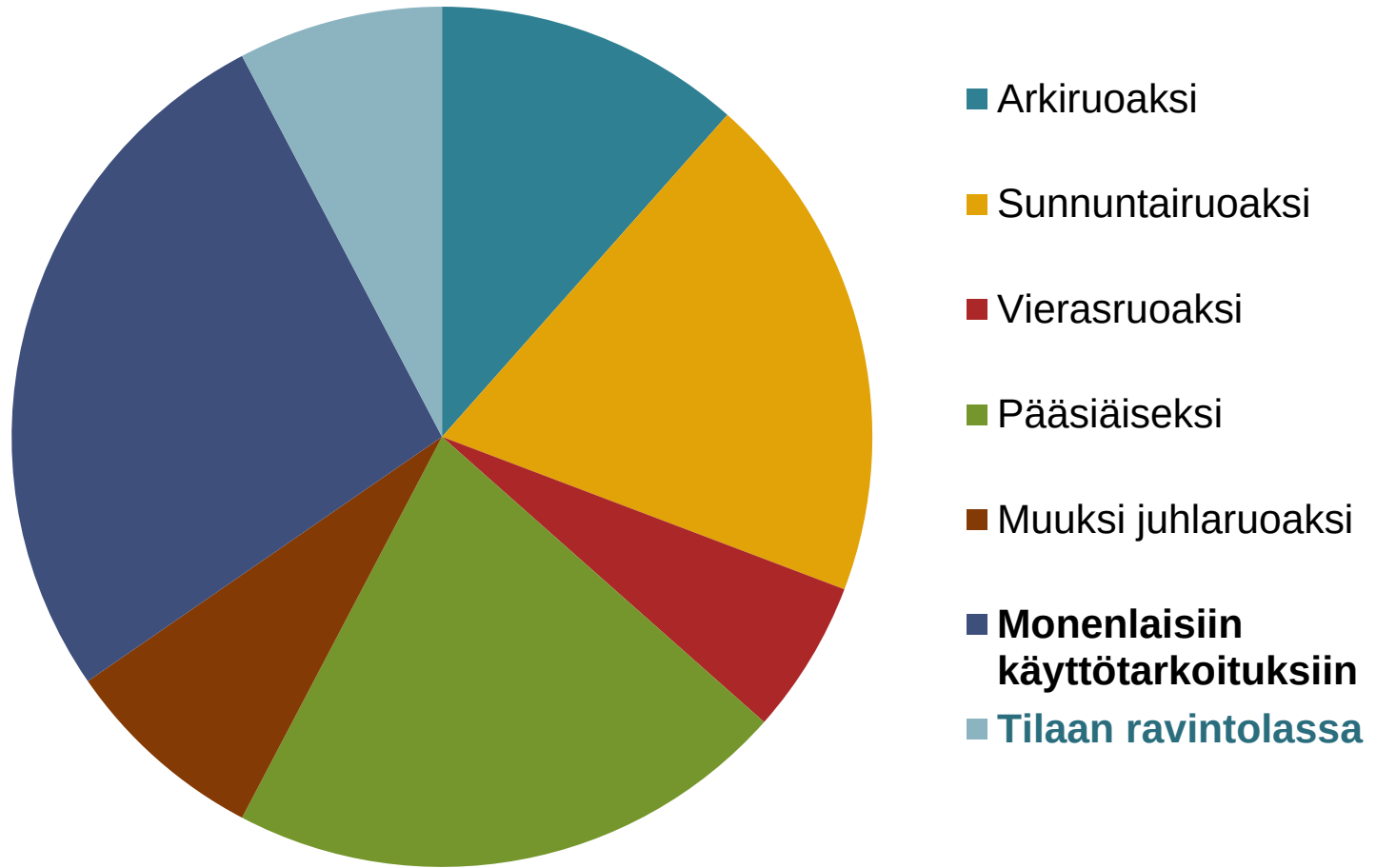
Kuvio 1. Kuluttajakyselyyn vastanneiden ikäjakauma, vastauksia 44 kpl

Kuvio 2. Kuluttajakyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma

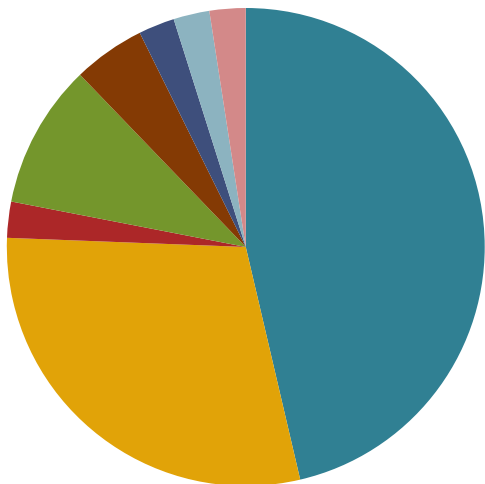
Haastatelluista asiakkaista kaikki olivat syöneet lampaanlihaa ja n. 80 % oli ostanut lampaanlihaa.



Kuvio 3. Haastatellut asiakkaat söivät lampaanlihaa useimmiten joitakin kertoja vuodessa.

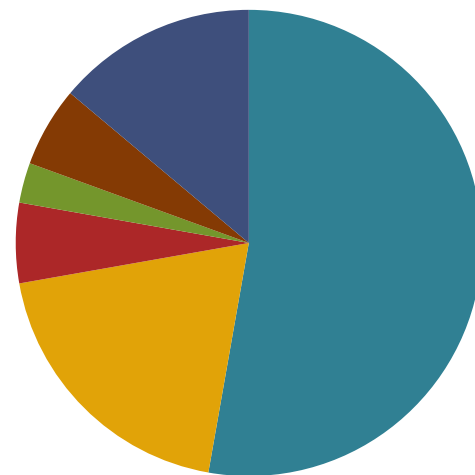


Kuvio 4. Asiakkaat ostivat/valmistivat lampaanlihaa ruoaksi useisiin eri käyttötarkoituksiin, puolet asiakkaista vain ”juhla- ja sunnuntairuoaksi”.



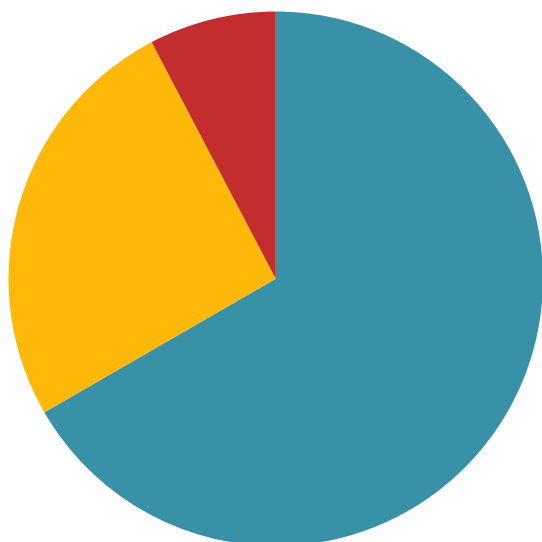
- Marketin lihatiskiltä
- Kauppahallista
- Marketin lihahyllystä
- Marketin pakastealtaasta
- Pientuottajien tuotteita myyvistä ruokakaupasta
- Suoraan tilalta
- Internetistä
- Ruokapiirin tai muun yhteisön kautta
- Muualta (Viro)

Kuvio 5. Helsingissä asiakkaat ostavat lampaanlihaa useimmiten marketeista ja kauppahalleista



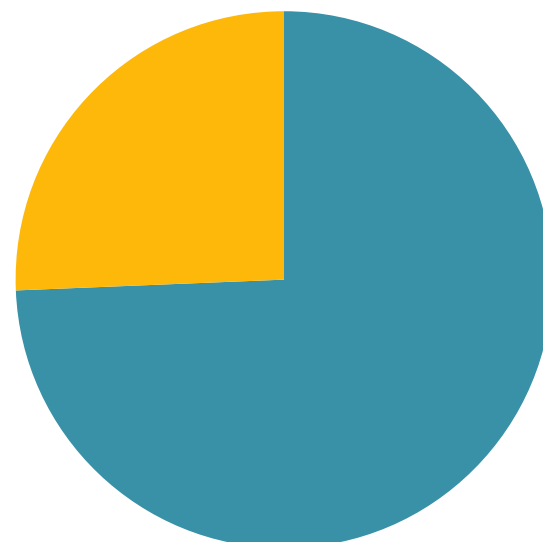
- Marketin lihatiskiltä
- Kauppahallista
- **Marketin lihahyllystä (valmispakkaukset)**
- Marketin pakastealtaasta (pakastetut tuotteet)
- Pientuottajien tuotteita myyvistä ruokakaupasta (esim. Tuottajatori, Eat & Joy)
- **Suoraan tilalta**
- Internetistä
- Ruokapiirin tai muun yhteisön kautta

Kuvio 6. Asiakkaat **haluaisivat mieluiten ostaa** lampaanlihaa marketeista.



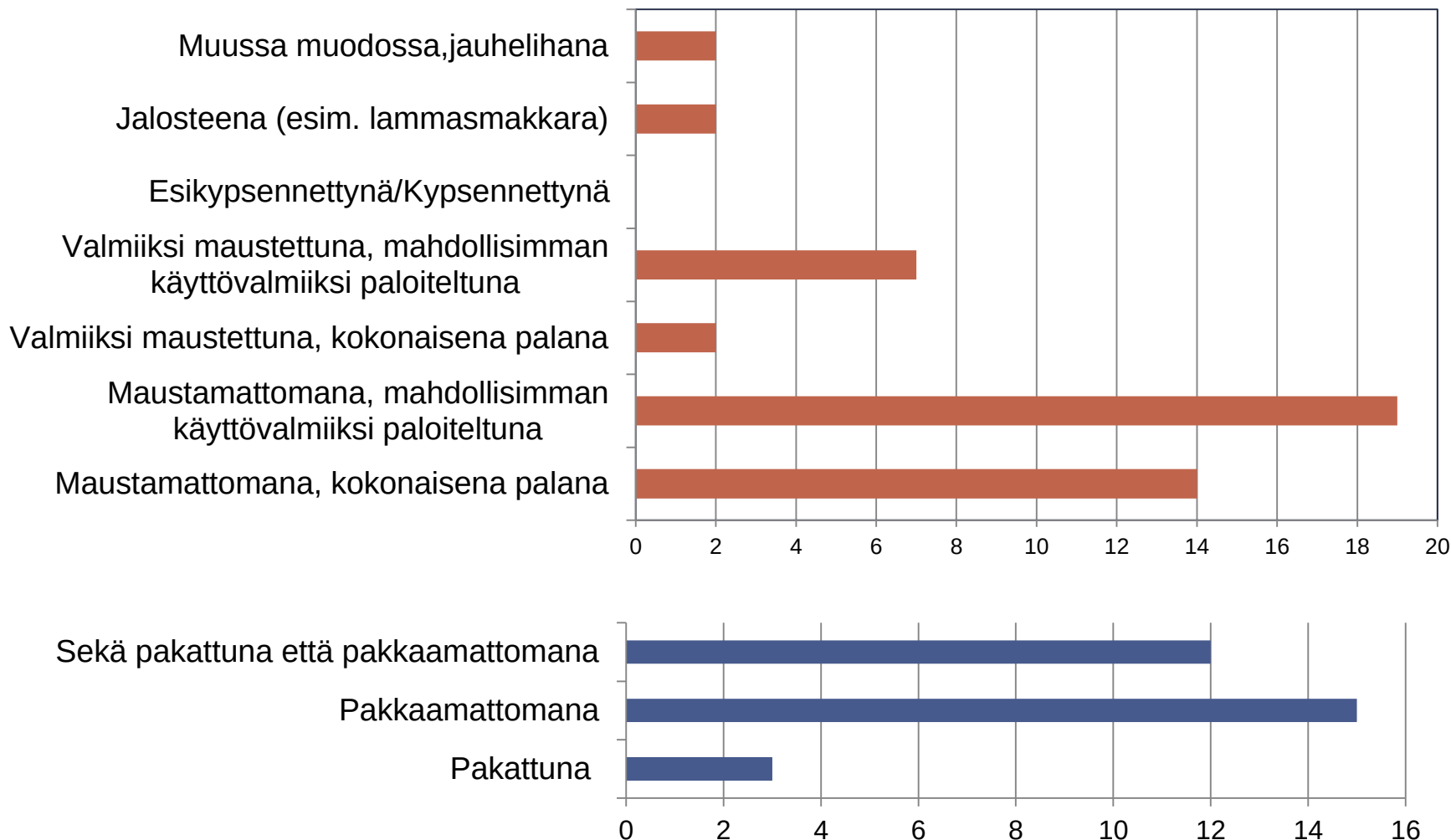
- Kulutus oli pysynyt ennallaan
- Kulutus oli lisääntynyt
- Kulutus oli vähentynyt

Kuvio 7. Suurimmalla osalla asiakkaista lampaanlihan kulutus oli pysynyt ennallaan kolmen viimeisen vuoden aikana.



- Kulutus pysyy ennallaan
- Kulutus lisääntyy
- Kulutus vähentyy

Kuvio 8. Kolmen tulevan vuoden aikana 75 % haastatelluista asiakkaista arvioi, että lampaanlihan kulutus pysyy ennallaan, 25 %:lla asiakkaista kulutus lisääntyy.



Kuviot 9 ja 10. Asiakkaat haluavat ostaa lampaanlihaa mieluiten maustamattomana joko käyttövalmiiksi paloitetuna tai kokonaisena palana. Käyttötilanne vaikuttaa, ostetaanko lihaa pakkaamattomana vai pakattuna.

12. Asiakkaat toivoivat lisää lammastuotteita

Jalosteina

- lammasmakkaraa (5) ja -leikkeleitä (2)
- mahdollisimman pitkälle jalostettu, helppo tehdä ruokaa

Eri muodoissa

- lampaan jauhelihaa tuoreena (3), jalkaa, potkaa, niskaa, kokonaisina paloina, myös vanhempaa lammasta (vrt. mutton)

LISÄKSI TOIVOTTIIN:

Lisää lammastuotteita marketteihin

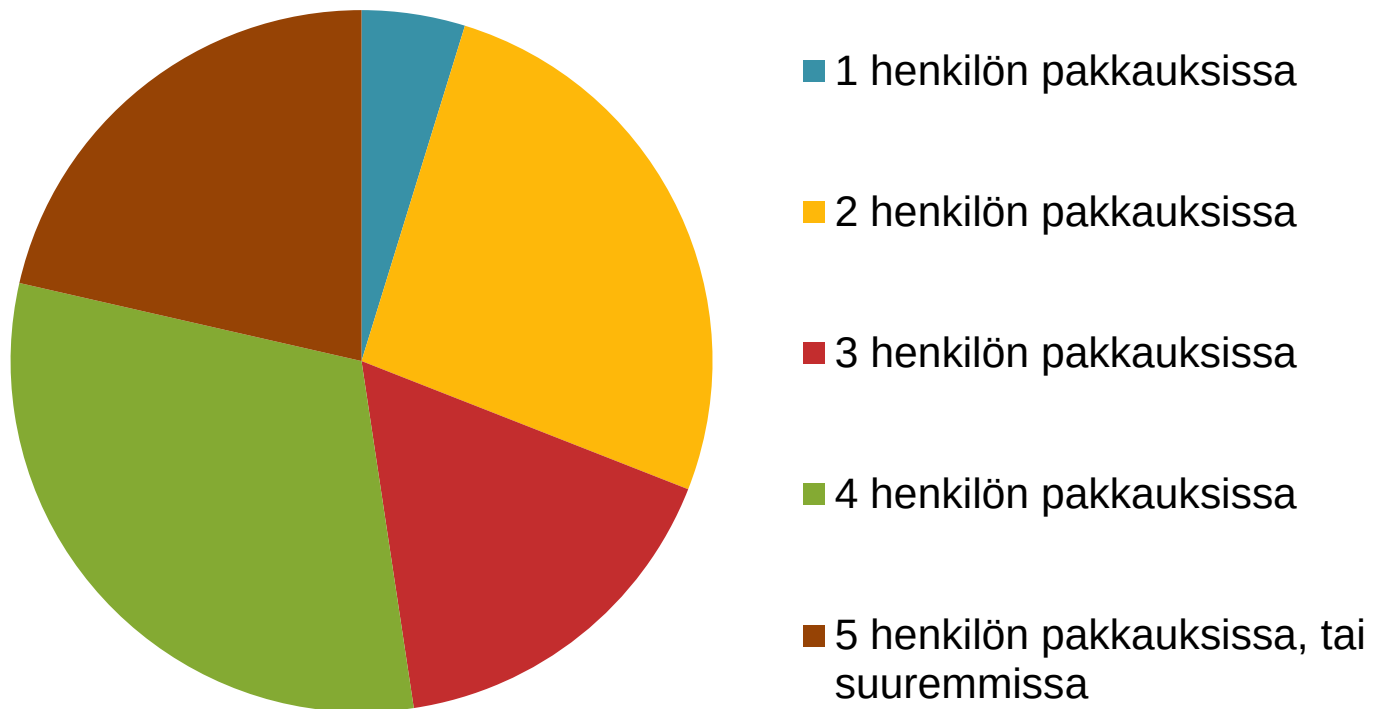
- kyljyksiä lähimarketteihin, muutakin kuin valkosipulimarinoituna
- ribbsejä

Lampaanlihaa arkipäiväisemmäksi

- useammin saatavana, pakattuna => nopeampi valmistaa ruokaa

13. Ostaessaan lampaanlihaa asiakkaiden ostokriteereitä olivat:

- **kotimaisuus, lihan alkuperä**, lähellä tuotettu, pieni tuottaja
 - **lihan tuoreus, ulkonäkö, laatu**, visuaalinen lihanrakenne
 - valmistettavaan ruokaan sopivuus: sopiva rasvaisuus (pataruokiin tulee olla rasvaista lihaa), kevyempää kuin naudanliha
 - edullinen hinta
-
- onnistunut ostos: paluun samaan myymälään
 - laadukas ostopaikka
 - tuttavän suosittelu
 - mieliteko, maun vuoksi, luomutuotettu
 - pakkauskoko, pakastettu/pakastamaton tilanteen mukaan



Kuvio 11. Mikäli asiakkaat ostavat pakattua lampaanlihaa, pakkauksen koon tulisi olla kooltaan 4 henkilön tai sitä suuremmissa pakkauksissa.

15. Asiakkaiden ”mielikuvia” lampaanlihasta ja sen tuotannosta:

MAKU

- hyvä maku, makutottumus, heinän/villan maku

ERILAISUUS

- erilainen muihin lihoihin verrattuna, lempeämpää lihaa kuin punainen liha,
- lammas on hieno tuote, puhdasta, turvallista, vähän myrkkyjä, terveellistä ja maukasta, rasvaisuus

EETTISYYS

- eettisempi kuin muut vaihtoehdot, eettistä Suomessa; tehotuotantoa Uudessa-Seelannissa

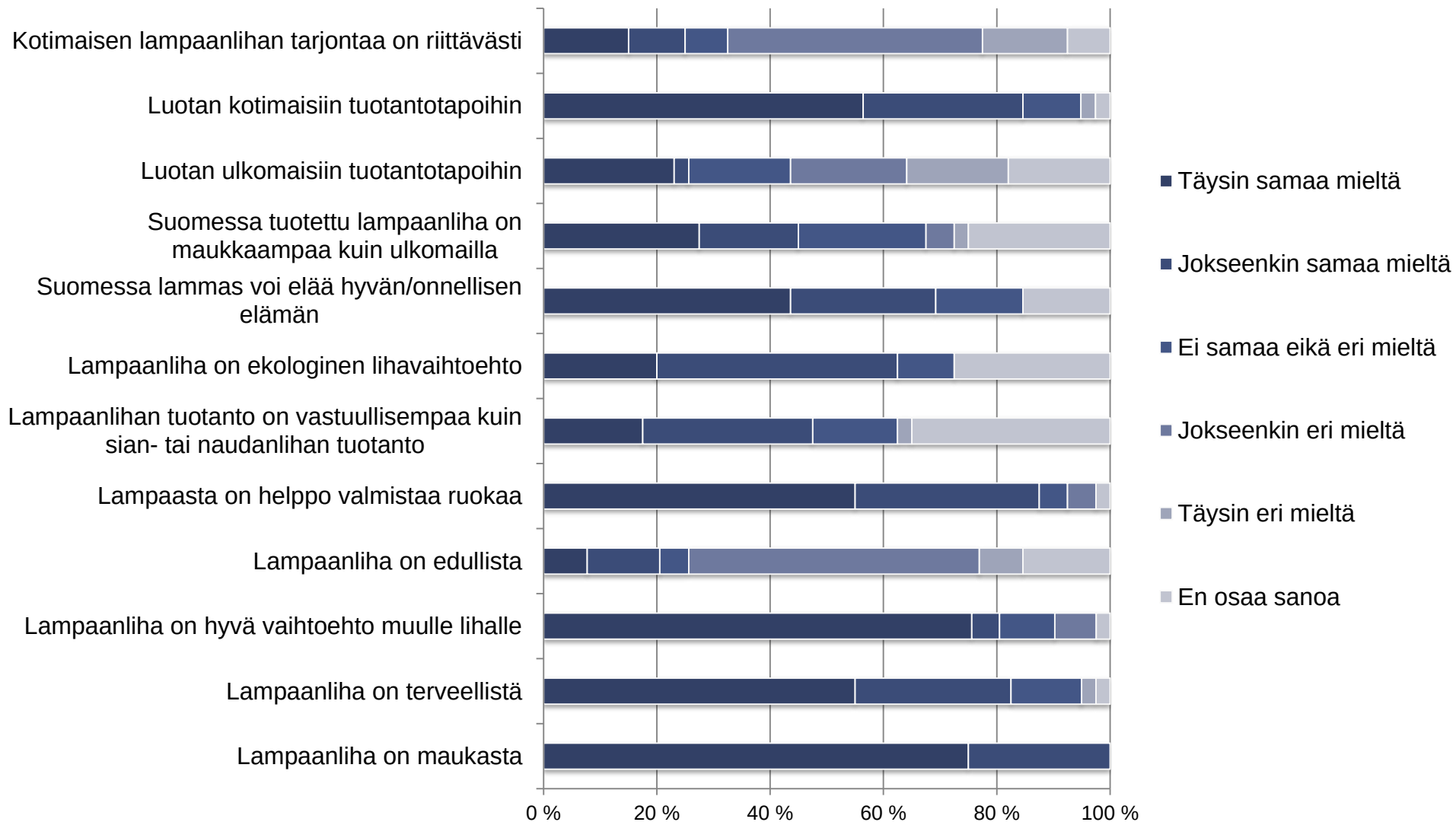
EKOLOGISUUS : ekologista

- "vihreällä niityllä vaelteleva lammas", lammas pellolla, lammastarhat, ei ahtaissa tiloissa kasvanut, saaristo, liittyy mukavia lapsuuden muistoja, vapaana elävät eläimet, lampaat ulkona, lampaat syövät pellolla ja nukkuvat läjässä, luonnonmukainen,

ERIKOIS- /PREMIUMTUOTE

- useimmin pieni tila tai luomutuotettu, pienimuotoista, myönteisiä mielikuvia, positiivisempi mielikuva kuin naudan- tai sianlihalla
- liian vähän tarjolla lampaanlihaa
- nykyisin jo tarjolla marketteja lukuun ottamatta, Lähi-Idän ruoat

Kuvio 12. Asiakkaiden mielikuvia, joita liitetään lampaanlihaan tai sen tuotantoon:



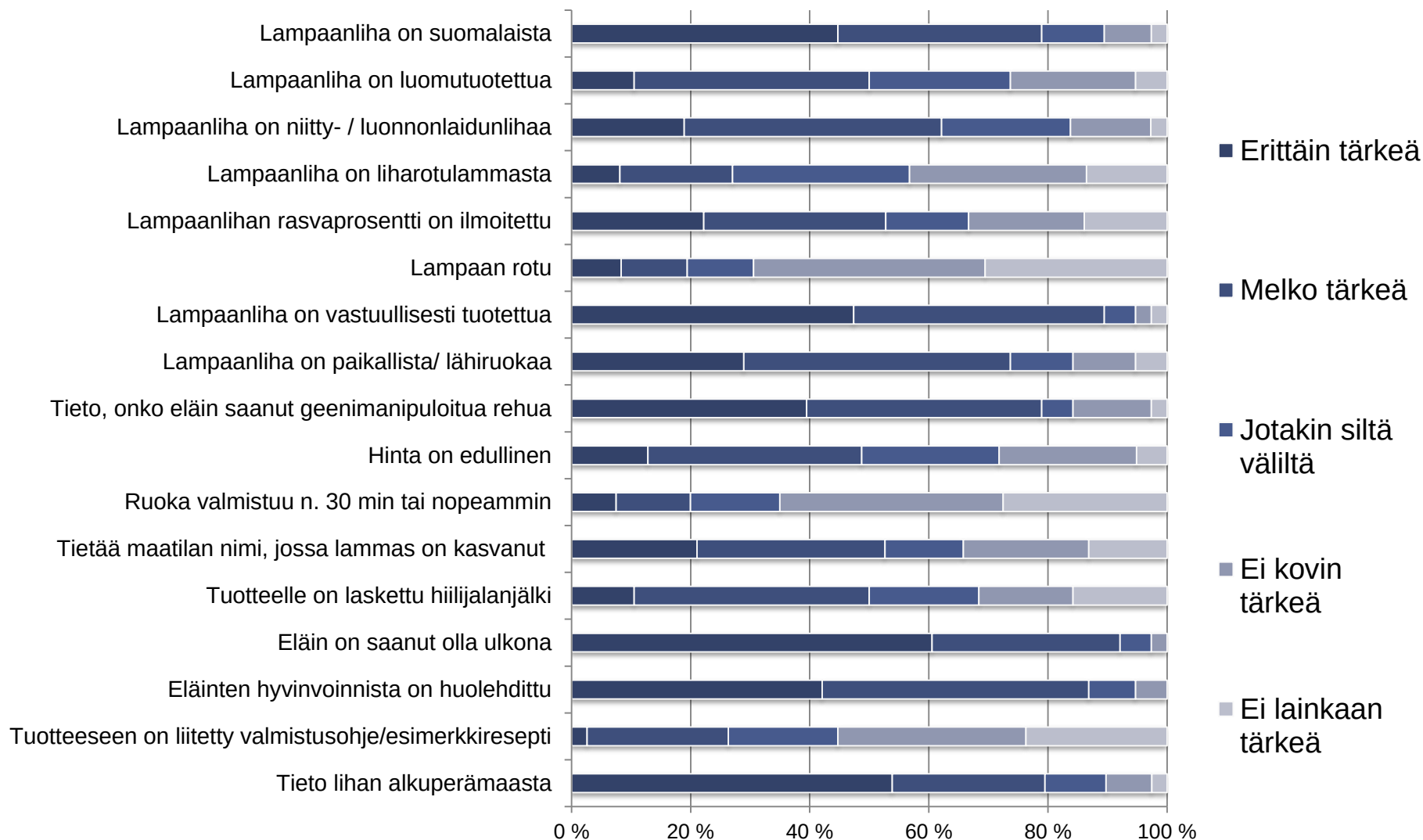
Viestintää on asiakkaiden mielestä liian vähän => vaikuttaako se kotimaisen karitsanlihan kulutukseen?

- Lähes 80 % haastatelluista oli sitä mieltä, että lampaisiin liittyvistä asioista (esim. tuotantotavoista, lihan alkuperästä, lihan ravitsemuksellisista asioista) ei viestitä riittävästi.



Kuva: Raija Räikkönen, MTT

Kuvio 13. Ostopäätöstä tehdessä tärkeitä asioita asiakkaille:



”Omin sanoin” muita tärkeitä asioita asiakkaille:



Kuva: Raija Räikkönen, MTT

- hyvä saatavuus
- tulisi olla enemmän tarjolla
- lihan tuoreus (ei pakaste)
- edullinen hinta
- **ravintolaruokailun valinta kohdistuu usein lampaaseen**
- lampaan kanssa oltava hyvää punaviiniä

17. Toiveita/terveisiä lammastuottajille, teollisuuteen, kauppiaille, logistiikalle... (1/2)

PAREMPI SAATAVUUS

- lampaanlihan saatavuuteen tulisi panostaa ("koko kansan saatavaksi"), tulisi olla parempi mahdollisuus saada tuotteita suoraan tuottajalta, tarjontaa tulisi olla enemmän kaikkina vuodenaikoina, ei vain sesonkiaikoina

LAAJEMPI VALIKOIMA

- karitsan jauhelihaa tulisi olla enemmän irtomyynnissä, lisää jalosteita (esim. makkaraa), marketeissa tulisi olla laajempi valikoima lampaanlihaa, eri muodoissa saataville (esim. niskaa, potkaa jne.), hinnan tulisi olla edullisempaa

KOTIMAISUUS

- kotimaista, lähituotettua

17. Toiveita/terveisiä lammastuottajille, teollisuuteen, kauppiaille, logistiikalle... (2/2)

LISÄÄ MAINONTAA JA INFORMAATIOTA

- lampaanlihaa tulisi mainostaa enemmän sekä lisätä tietoisuutta lampaasta kuluttajille
- lampaanlihan käyttöehtoja enemmän (myös kokkiohjelmiin)
- tuotantoketju läpinäkyväksi. Vanha "lammasmyytti" on vielä olemassa.

TUOTTAJILLE:

- tuottajat jaksakaa ponnistella ja sinnikkäästi tuottaa, vaikka ei taloudellisesti kannattavaa
- nostamme hattua, jatkakaa samaan malliin

KAUPPIAILLE:

- pientuottajien tulisi saada tuotteensa helpommin myymälöihin

KOKO KETJULLE:

- koko ketju käyttäkää kotimaista lammasta niin kauan kuin sitä on saatavilla



Kiitos!



MTT