

Mitä omena saa maksaa?

Kotimaisen omenan markkinatilanne on haastava. Tuontiomenaa myydään tarjouksessa halvalla, eikä kotimainen omena saa aina hedelmätiskillä ansaitsemaansa kohtelua. Minkä verran kotimaisesta omenasta ollaan valmiita maksamaan ja mikä tähän mahdollisesti vaikuttaa?

TEKSTI JA KUVAT: LAILA SEPPÄ

Tullin mukaan Suomeen tuodaan omenia 45 miljoonaa kiloa vuodessa. Tilastojen valossa tuontiomenien vuotuinen kulutus on 9,3 kiloa henkeä kohti, eli 1–2 omenaa viikossa. Kotimainen omenasato vuonna 2011 oli 4,8 miljoonaa kiloa – hieman pyöristäen kilo henkeä kohti – mutta tässä luvussa ei ole mukana kotipuutarhojen sato.

Kaupan hedelmätiskillä kotimainen omena joutuu usein taislemaan tilasta halvan tuontiomenan kanssa. Tarjouksesta tuontiomenaa voi saada jopa alle euron kilo. Kotimaisen omenan kilohinta lienee yleisimmin neljän euron tietämillä. Sen kunto ja saatavuus vaihtelevat suuresti eri puolilla maata ja jopa vierekkäisissä saman ketjun marketeissa. Oma tuntumani on, että saatavuus ja ennen kaikkea omenaa kunnioittava esillepano ovat parantuneet ihan viime vuosina.

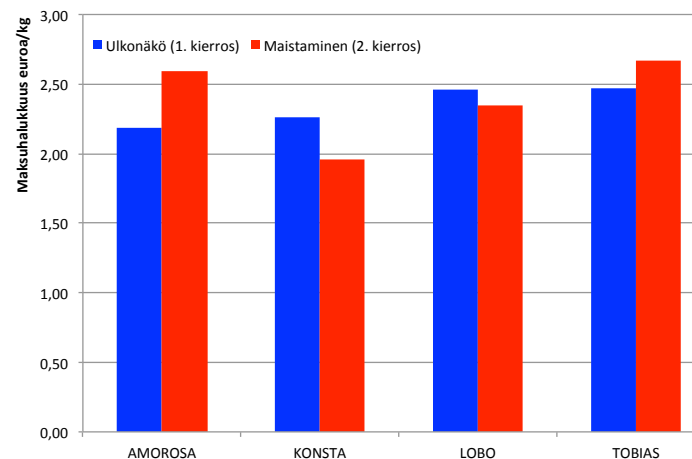
Sopiva kilohinta 2,40 euroa

Mitä suomalaiset sitten ovat valmiita maksamaan kotimaisesta omenasta? Väitöskirjassani käytetty tutkimusmenetelmä, ”maksuhalukkuus” – willingness to pay, WTP – on suosittu kansainvälisessä maataloustuotteiden markkinatutkimuksessa. Menetelmää sovellettiin nyt tiettävästi ensimmäistä kertaa kotimaisen omenan tutkimiseen.

Idea oli pääpiirteissään se, että tutkimukseen osallistujat saivat arvioida omenia muun muassa katsomalla ja maistamalla. Joka vaiheen jälkeen he ilmaisivat maksuhalukkuutensa eli hinnan, jonka olisivat valmiita kyseisestä lajikkeesta kilolta maksamaan. Maksuhalukkuutta selvitettiin usealla eri asetelmalla paremman kokonaisnäköisyyden saamiseksi.

Kotimaisesta omenasta oltiin valmiita maksamaan keskimäärin 2,40 euroa kilolta, mutta yksi-

MAKU EI AINA LISÄÄ MAKSUHALUJA



Maksuhalukkuus, kun arviointi perustui ulkonäköön (siniset pylväät) tai maistamiseen (punaiset pylväät). Koehenkilöitä oli 49.

öllinen vaihtelu oli melko suurta. Myös lajike ja koeasetelma vaikuttivat maksuhalukkuuteen.

Maksuhalukkuus saattoi muuttua, kun osallistujat näkivät ensin omenien ulkonäön, minkä jälkeen he pääsivät maistamaan niitä. Ensimmäisellä vaiheella pyrittiin jäljittelemään tavallista ostotilannetta kaupassa, jolloin ostaja on paljolti ulkoisten havaintojen varassa. Osa koehenkilöistä haisteli ja kosketteli omenia omaloitteisesti, kun taas osa pelkästään katseli niitä.

Ensimmäisessä vaiheessa lajikkeiden väliset maksuhalukkuuserot olivat hyvin pienet. 'Konstan' osalta maksuhalukkuus laski maistamisen jälkeen, kun taas 'Amorosalla' se kasvoi. Sekä Kons-

ta että Amorosa ovat melko happamia lajikkeita, mutta ilmeisesti Amorosan rapeus ja mehukkuus koettiin miellyttäväksi, jolloin maksuhalukkuus nousi.

Markkinointi kannattaa

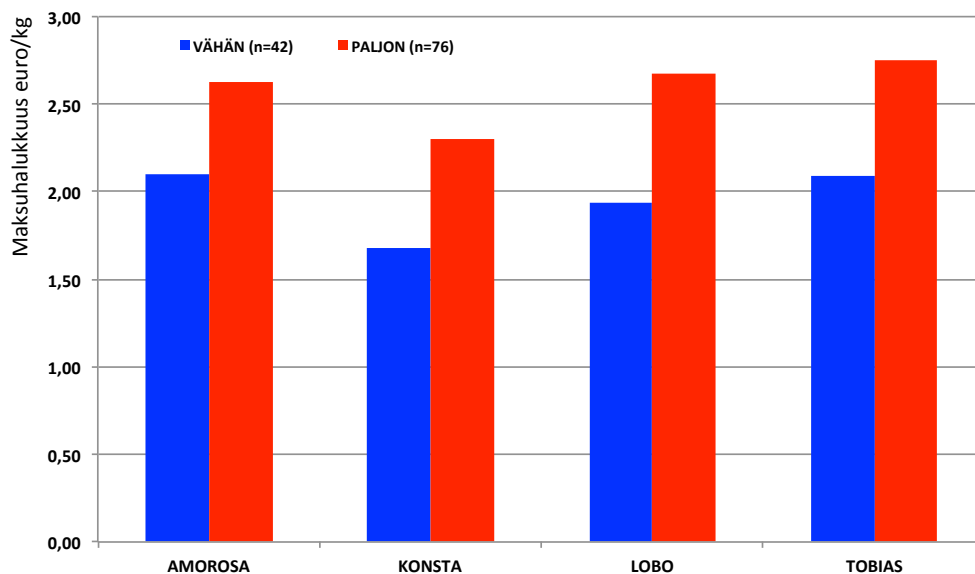
Maksuhalukkuuteen vaikuttivat lajikkeen ominaisuudet, mutta tätäkin enemmän vaikutti, miten paljon vastaaja käytti kotimaisia omenoita useammin kuin kerran viikossa, olivat halukkaita maksamaan keskimäärin puoli euroa enemmän kilolta kuin ne, jotka söivät tätä harvemmin. 'Lobon' ja 'Tobiaksen' osalta kotimaisia omenia paljon syövien maksuhalukkuus oli jopa euron korkeampi kuin niitä vähän syövien.

Tutkimuksen tulokset ovat monella tavalla rohkaisevia. Vaikka keskimääräinen maksuhalukkuus oli pienempi kuin tyypillinen kaupan hinta, oli se kuitenkin oikeaa kokoluokkaa. Tulokset osoittavat, että markkinointi kannattaa: Mitä tutumpia kotimaiset omenat ovat, sitä enemmän niistä ollaan valmiita maksamaan.

Kirjoittaja työskentelee Helsingin yliopiston elintarvike- ja ympäristötieteiden laitoksella ja väitteli huhtikuussa Helsingin yliopistossa kotimaisesta omenasta ja sen kulluttavasteista. Maksuhalukkuustutkimus toteutettiin MTT Taloustutkimuksen Terhi Latvalan kanssa.

Tutkimus tehtiin Makera-rahoitteisessa hankkeessa Kotimaisten omenalajikkeiden aistittavan laadun kehittämisen. Kolmiosainen juttusarja ilmestyy P&K:n numeroissa 11, 13 ja 15.

MITÄ PAREMMIN LAJIKE TUNNETAAN, SITÄ ENEMMÄN SIITÄ MAKSETAAN



Kotimaisia omenia vähän ja paljon syövien vastaajien keskimääräinen maksuhalukkuus. Osallistujista 42 (36 %) ilmoitti syövänsä kotimaisia omenia korkeintaan kerran viikossa ja 76 (64 %) useammin kuin kerran viikossa.