

Säästäkö suomalainen leivässä, mutta ei viinassa?

Tilastokeskuksen vuoden 2012 kulutustutkimuksen tiedot on julkaistu. Kulutustutkimus sisältää tietoja yhden vuoden ajalta kotitalouksien rahankäytöstä erilaisiin taroituksiin (esim. ruokaan, juomiin, liikenteeseen, internettiin ym.). Seuraavassa vertailen, kuinka paljon kotitaloudet kuluttivat prosentuaalisesti rahaa leipään, muihin leipomotuotteisiin, alkoholiin ja tupakkaan vuosien 2012, 2006 ja 2001 aikana.

Kulutustutkimuksen mukaan vuonna 2012 kahden huoltajan lapsiperheessä kaikista kulutusmenoista kului leipään 0,76 %, (vuonna 2006 kului 0,82 % ja vuonna 2001 kului 1,02 %). Yhden hengen taloudessa luvut olivat vastaavasti seuraavat: 0,64%, (0,71% ja 0,84%).

Kun leivän lisäksi huomioidaan myös makeat ja suolaiset leipomotuotteet, kuten kahvileivät, kakut, suolaiset piirakat, pastejit ja muut leipomotuotteet, nelihenkisen perheen kaikista kulutusmenoista kului vuonna 2012 leipään ja näihin muihin leipomotuotteisiin yhteensä 1,2%, (vuonna 2006 kului 1,28% ja vuonna 2001 kului 1,51 %). Yhden hengen taloudessa luvut olivat vastaavasti seuraavat: 1,1%, (1,17% ja 1,28%).

Edellä mainittu osoittaa, että kymmenessä vuodessa kotitalouksien leipään ja muihin leipomotuotteisiin kuluttama rahamäärä on suhteellisesti vähentynyt, vaikka leivän kulutuksen ei voida näyttää vähentyneen.

Kun vertailuun otetaan alkoholi ja tupakka, voi todeta, että kotitalouksilta kuluu niihin huomattavasti enemmän rahaa kuin leipomotuotteisiin. Nelihenkiseltä lapsiperheeltä kului alkoholiin vuonna 2012 kulutusmenoista 1,31 % (vuonna 2006 kului 1,36 % ja vuonna 2001 kului 1,7%). Yhden hengen taloudet kuluttivat rahaa alkoholiin enemmän, luvut olivat: 2,02%, (1,64% ja 1,94%). Yhden hengen taloudet kuluttivat rahaa siis kolme kertaa enemmän alkoholiin kuin leipään. Kun alkoholin lisäksi mukaan otetaan tupakkaan menevät kulut, niin nelihenkiseltä lapsiperheeltä kului alkoholiin ja tupakkaan yhteensä 1,74% (vuonna 2006 kului 1,95% ja vuonna 2001 kului 2,57%). Yhden hengen talouksissa luvut olivat seuraavat: 2,9%, (3,2% ja 3,9%).

Mitä edellä mainitusta luvuista voidaan päätellä? Ainakin se, että yhden hengen talouksissa syödään leipää ja muita leipomotuotteita vähintään saman verran kuin lapsiperheissä. Mutta niissä käytetään alkoholia ja tupakkaa enemmän, koska oletettavaa on, että lapsiperheissä vain aikuiset kuluttavat rahaa alkoholiin ja tupakkaan. Eli perhe-elämä näyttää olevan tässä suhteessa terveellisempi vaihtoehto kuin yksineläminen.

Kulutustutkimuksen tilastot kuitenkin osoittavat, että suomalaisten kotitalouksien kokonaismenot kaikkiin elintarvikkeisiin ovat kuudessa vuodessa lisääntyneet. Vuonna 2012 nelihenkiseltä perheeltä kului elintarvikkeisiin 13,1 %, kun vuonna 2006 niihin kului 12,7% (vuonna 2001 kului 14,2%). Näin on siitä huolimatta, että leipään ja alkoholiin liittyvät kulutusmenot ovat kuudessa vuodessa vähentyneet. Mistä tämä johtuu? Ovatko muut elintarvikkealat pystyneet nostamaan hintoja paremmin kuin leipomoala ja alkoholiin valmistaminen?

Tilastot myös osoittavat, että leipään kuluu reilusti alle prosenti kaikista kulutusmenoista. Silti jatkuvasti kuulee puhetta, että leipä olisi kallista. Ja kun leivän hinnannoususta joskus puhutaan, mediassa asia tuodaan esille siten, kuin koko suomalainen sosiaaliturva olisi uhattuna.

Kuten hyvin tiedetään, ulkomaisen halvan paistopistelevän tuonti Suomeen on lisääntynyt voimakkaasti. On tietenkin ymmärrettävää, että vähävaraiset ihmiset ostavat ulkomailta tuotuja leipiä, jos saavat niitä halvemmalla. Sen sijaan se, että varakkaammat ihmiset ostavat ulkomailta tuotuja leipiä ja haluavat siten säästää leivän hinnassa parikymmentä senttiä, on hyvä osoitus siitä, kuinka epärationaalisesti ihmiset usein käyttäytyvät. Välillä ei olla "köyhiä eikä kipeitä" ja välillä pihistellään kaikessa. Vanha sanonta on: "Kun peruu-tin Mersua tallista, ajattelin, että leipä on kallista".

Mutta ei ulkomainen leipä näytä aina olevan kuluttajalle niin edullista. Kävin viikonloppuna Kokkolassa, jossa eräässä kaupassa oli tarjolla Puolassa valmistettuja patonkeja. Niiden hinta oli 2,50 € (suolapitoisuus

Toki pakkausten ja kaupan oman merkin -brändinimen perusteella moni kuluttaja voi kuvitella patongin olevan Suomessa valmistettua

1,6%). Vieressä oli Liettuassa valmistettu valkosipulipatonki, hinta oli 2,49 € (suolapitoisuutta ei ilmoitettu, ainesosaluettelossa oli vain maininta suola). Mietin, että kuka noita puolalaisia ja liettualaisia patonkeja oikein ostaa? Toki pakkausten ja kaupan oman merkin -brändinimen perusteella moni kuluttaja voi kuvitella patongin olevan Suomessa valmistettua, kun pakkauksen nimestä saa suomalaisen mielikuvan. Paikallisten tai ylipäänsä suomalaisten leipomoiden valmistamaa patonkia ei ollut kuluttajille tarjolla. Kyseiselle kauppaketjulle on varmaankin logistisesti järkevämpää täyttää kaupat ympäri Suomea ulkomailta valmistetuilla patonkeilla. "Katteet saadaan kohdalleen", kun tuotteita saadaan ulkomailta Suomeen niin edullisesti.

Mika Väyrynen

Mika Väyrynen

