



Elintarvikemarkkinavaltuutettu  
Livsmedelsmarknadsombudsmannen  
The Food Market Ombudsman

# REILUT KAUPPATAVAT LIHA-ALALLA-KYSELYN TULOSRAPORTTI

Kevät 2024



## Kyselyn tausta

Suomessa elintarvikemarkkinoiden toimintaa sääntelee [elintarvikemarkkinalaki](#). Elintarvikemarkkinalain tavoitteena on parantaa elintarvikemarkkinoiden toimivuutta sekä turvata elintarvikeketjun heikommassa asemassa olevien toimijoiden asemaa. Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden tavarantoimittajien ja ostajien neuvotteluvoiman on yleisesti todettu olevan merkittävästi epätasapainossa Euroopan unionissa.

Tämän ongelman helpottamiseksi Euroopan unionissa on säädetty ns. [kauppatapadirektiivi](#), joka suojaa pieniä ja keskisuuria tavarantoimittajia, jotka ovat sopimussuhteessa isojen yritysten kanssa. Direktiivissä on määritelty ehdottomasti kielletyt käytännöt, sekä käytännöt, jotka ovat kiellettyjä, jos niistä ei ole sovittu selkeästi ja yksiselitteisesti. Suomessa kauppatapadirektiivi on toimeenpantu elintarvikemarkkinalaissa.

Suomessa toimii elintarvikemarkkinavaltuutettu, joka toimii elintarvikemarkkinoiden toimivuuden parantamiseksi ja hyvien liiketapojen vastaisten käytäntöjen estämiseksi. Elintarvikemarkkinavaltuutettu valvoo elintarvikemarkkinalaissa säädettyjen vaatimusten ja kieltojen noudattamista. Lisäksi elintarvikemarkkinavaltuutettu antaa elintarvikeketjun toimintaan liittyviä suosituksia, lausuntoja ja ehdotuksia sekä tiedottaa ja neuvoo alan toimijoita hyvistä liiketavoista.

Elintarvikemarkkinavaltuutetun tavoitteena on minimoida epäterveiden kauppatapojen käyttöä elintarvikemarkkinoilla. Elintarvikemarkkinavaltuutetulla tulee olla realistinen tilannekuva ruokaketjun toiminnasta käytännön tasolla. Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto ryhtyi toteuttamaan vuonna 2023 alakohtaisia kyselyitä, joilla se pyrkii saamaan anonymisti ajantasaista ja entistä tarkempaa tietoa lain noudattamisesta. Ensimmäinen alakohtainen kysely suunnattiin leipomo- ja konditoria-alan toimijoille keväällä 2023 ja sen tulokset ovat luettavissa [elintarvikemarkkinavaltuutetun verkkosivuilla](#).

Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto toteutti liha-alan toimijoille suunnatun kyselyn syksyllä 2023. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, noudatetaanko liha-alan tuotteiden kaupassa reiluja kauppatapoja. Lisäksi kartoitettiin, onko elintarvikemarkkinalaki vaikuttanut ketjun toimintaan.

Elintarvikemarkkinavaltuutettu hyödyntää kyselyn tuloksia elintarvikeketjun hankauskohtien tunnistamisessa erityisesti lihan- ja lihatuotteiden kaupassa. Tulosten perusteella kohdistetaan myös esimerkiksi valtuutetun antamaa ohjeistusta ja neuvontaa.

Aineistoa käsiteltiin tilastollisin menetelmin nimettöminä ja täysin luottamuksellisesti. Yksittäisen henkilön vastauksia ei ole käsitelty erikseen, eikä yksittäisten vastaajien vastauksia voi erottaa tuloksista.

Kysely toteutettiin verkossa Webpropol-alustalla 30.10.-30.11.2023. Kutsu kyselyyn lähetettiin noin 140 vastaanottajalle ja vastauksia saatiin 66 kappaletta. Näin ollen kyselyn vastausprosentti oli 47 prosenttia.

## Kyselyn tulokset

### Taustatiedot

Koska kyselyn vastaajayrityksiä ei voi luokitella [perinteisten yritysten kokoluokitusten](#) mukaan, on kyselyn tuloksissa tehty yritysten kokoluokittelu seuraavasti:

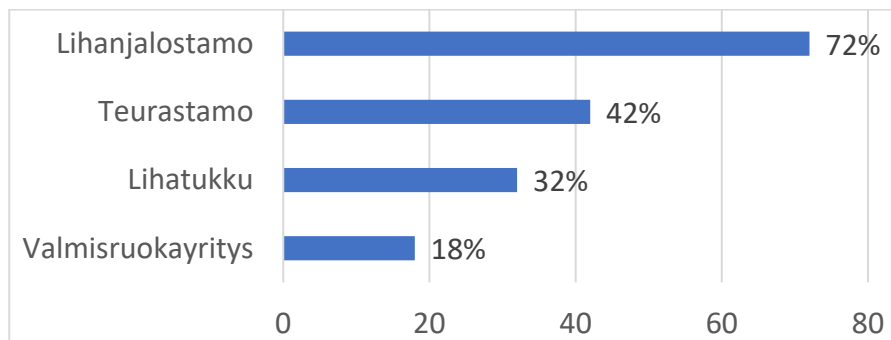
**Suuri yritys:** liikevaihto 10 miljoonaa euroa tai enemmän ja henkilöstömäärä yli 30 työntekijää,

**Keskisuuri yritys:** liikevaihto 1–9 miljoonaa euroa ja henkilöstömäärä 10–30 työntekijää ja

**Pieni yritys:** liikevaihto alle miljoona euroa ja henkilöstömäärä alle 10 työntekijää.

Kokoluokittelu antaa mahdollisuuden tarkastella kyselyn tuloksia tarkemmalla tasolla ja nähdä mahdollisia eroja eri kokoisten yritysten välillä.

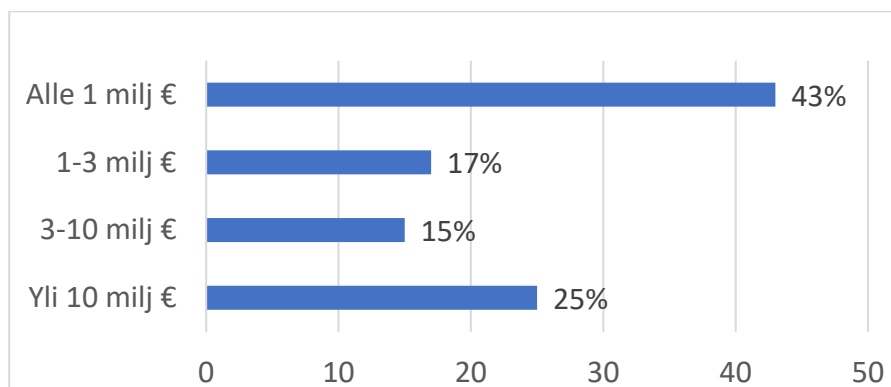
Kyselyyn vastanneet yritykset jakautuivat eri liha-alan toimialoille seuraavasti:



Kuvio 1. Vastanneiden yritysten toimialajakauma.

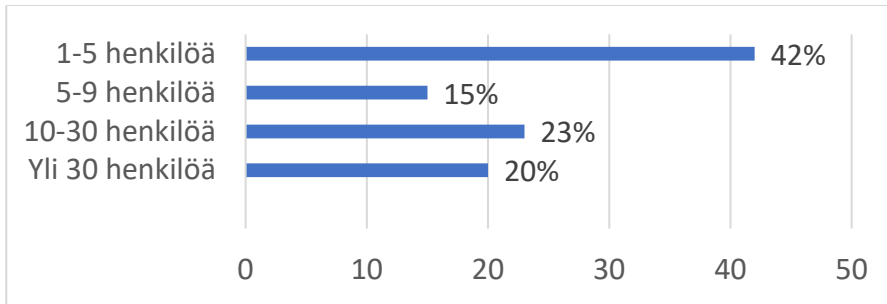
Taulukkoa tulkitessa on hyvä huomioida, että vastaaja on voinut valita useamman kuin yhden toimialan.

Kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihto jakautui seuraavasti:



Kuvio 2. Vastanneiden yritysten liikevaihtojakauma.

Kyselyyn vastanneiden yritysten henkilöstömäärä jakautui seuraavasti:



Kuvio 3. Vastanneiden yritysten henkilöstömääräjakauma.

Kyselyn tuloksia tulkitessa huomioitavaa on, että elintarvikeketjun hankauskohtia koskevat kysymykset on esitetty vain niille vastaajille, jotka ovat vastanneet kohdanneensa ongelmia tai elintarvikemarkkinalain vastaista toimintaa liha-alalla. Mikäli vastaaja ei ole rastittanut yhtäkään ongelmaa, ei hänelle ole esitetty enempää ongelmiin liittyneitä tarkentavia kysymyksiä. Näin ollen eri ongelmia koskevissa tarkentavissa kysymyksissä mainitut prosenttiosuudet ovat osuuksia sen ongelman maininneista vastaajista. Eli esimerkiksi kun 46 prosenttia kaikista vastaajista on maininnut maksuajat ongelmaksi liha-alan tuotteiden kaupassa, on tämä prosenttiosuus laskettu kaikista vastaajista, jotka kertoivat, että olivat kohdanneet ongelmia. Kun puolestaan mainitaan, että 65 prosenttia vastaajista on kokenut maksuaikojen osalta suurimmaksi ongelmaksi tuotteiden maksamatta jättämisen sopimuksen mukaisten maksuaikojen puitteissa, on tämä prosenttiosuus laskettu vain niistä vastaajista, jotka olivat kertoneet kohdanneensa maksuaikoihin liittyviä ongelmia.

Suurin osa kyselyyn vastanneista vastasi kohdanneensa ainakin yhteen aihepiiriin liittyviä ongelmia. 30 prosenttia kyselyyn vastanneista ei ollut kohdannut ongelmia liha-alan tuotteiden kaupassa.

## **Elintarvikeketjun kauppatapojen hankauskohdat**

### **Maksuajat**

Suurimmaksi ongelmaksi liha-alan kaupassa kyselyn tulosten perusteella koetaan maksuaikoihin liittyvät ongelmat. Maksuaikoihin liittyviä ongelmia voivat olla esimerkiksi liian pitkät, elintarvikemarkkinalain vastaiset maksuajat tai sopimuksessa sovittujen maksuaikojen noudattamatta jättäminen. 46 prosenttia kaikista vastaajista koki maksuajat ongelmaksi liha-alan kaupassa. Suuret yritykset kokivat maksuajat muita yrityksiä useammin ongelmaksi.

Maksuaikojen osalta suurimmaksi ongelmaksi koettiin tuotteiden maksamatta jättäminen sopimusten mukaisten maksuaikojen puitteissa, jonka koki ongelmaksi 65 prosenttia vastaajista. Etenkin pienet yritykset kokivat sopimusten mukaisten maksuaikojen noudattamatta jättämisen ongelmaksi muita yrityksiä useammin, sillä 78 prosenttia vastanneista pienistä yrityksistä koki tämän ongelmaksi, kun vastaava luku suurten yritysten osalta oli 20 prosenttia ja keskisuurten yritysten osalta 25 prosenttia.

Kuitenkin mitä suurempi yritys oli kyseessä, sitä useammin ongelmaksi koettiin se, ettei tuotteita ole maksettu lainmukaisten maksuaikojen puitteissa. Elintarvikemarkkinalain mukaan ostajan on maksettava maataloustuotteet ja elintarvikkeet 14 päivän kuluessa toimituspäivästä tai maksettavan määrän vahvistamisesta, jos tämä on toimituspäivää myöhemmin. Maksuaika voi kuitenkin olla enintään 30 päivää, jos kyseessä ei ole pilaantuva tuote ja jos tästä on toimitussopimuksessa selkeästi ja yksiselitteisesti sovittu. Tavarantoimittajan aloitteesta voidaan tietyissä tilanteissa sopia vieläkin pidemmästä, enintään 60 päivän maksuajasta.

### **Ehtojen yksipuoliset muutokset**

Toiseksi suurimmaksi ongelmaksi vastauksissa nousi ehtojen yksipuoliset muutokset. Ehtojen yksipuolisella muuttamisella tarkoitetaan esimerkiksi tilannetta, jossa ostaja muuttaa yksipuolisesti toimitussopimuksen ehtoja, jotka koskevat toimituksen tai jakelun tiheyttä, ajankohtaa, tuotteen hintaa tai määrää. Ehtojen yksipuolista muuttamista piti ongelmana 37 prosenttia kaikista vastaajista.

Ehtojen yksipuolisiin muutoksiin liittyen suurimmaksi ongelmaksi vastaajat kokivat sen, että ostaja sanelee ehdot ja muuttaa sopimuksen ehtoja yksipuolisesti. Vastaajat kokivat, että tavarantoimittajan on suostuttava ehtoihin, sillä pelkona on riski keskinäisen kaupan supistumisesta. Yksipuolisia ehtojen muutoksia tehdään vastausten mukaan erityisesti maksuaikoihin tai hintoihin liittyen.

### **Tilausten peruutukset ja kaupalliset kostotoimet**

Tilausten peruutukset kokivat ongelmaksi 33 prosenttia kaikista vastaajista. Erityisesti pienet yritykset kokivat tilausten peruutukset ongelmaksi muita useammin. Vastausten mukaan tilausmääriin tehdään muutoksia tai jopa koko tilaus perutaan liian lähellä toimituspäivää. Elintarvikemarkkinalain mukaan ostaja ei saa käyttää ehtoa tai soveltaa menettelyä, jonka

perusteella se voi peruuttaa tuotteiden tilauksen alle 30 päivää ennen sovittua toimitusajankohtaa.

Kaupalliset kostotoimet kokivat ongelmaksi 22 prosenttia kaikista vastaajista. Vastausten perusteella kaupalliset kostotoimet olivat muita useammin suurten yritysten kokema ongelma. Kaupallisia kostotoimia voivat olla esimerkiksi tuotteiden poistaminen valikoimista, tilausmäärien vähentäminen tai tavarantoimittajalle tarjottujen palveluiden lopettaminen. Suurimmaksi ongelmaksi kaupallisten kostotoimien osalta koettiin tuotteiden poistaminen ostajan valikoimista, jonka koki ongelmaksi 90 prosenttia vastanneista kaupallisia kostotoimia kohdanneista yrityksistä. Tilausmäärien vähentämisen koki ongelmaksi 60 prosenttia kaupallisia kostotoimia kohdanneista.

### **Palautukset**

22 prosenttia vastaajista koki palautukset ongelmaksi liha-alan kaupassa. Elintarvikemarkkinalain mukaan ostaja ei saa palauttaa tavarantoimittajalle myymättä jääneitä maataloustuotteita tai elintarvikkeita maksamatta niistä tai niiden hävittämisestä. Vastausten mukaan elintarvikemarkkinalain vastaista tuotteiden palauttamista kuitenkin tapahtuu liha-alan kaupassa. Lisäksi vastauksista selvisi, että ostajat voivat yrittää palauttaa tuotteita tavarantoimittajalle omien virheittensä takia, esimerkiksi tilausvirheen vuoksi, säilytyksessä tapahtuneen virheen vuoksi tai ostajan omasta toiminnasta aiheutuneen kylmäketjun katkeamisen vuoksi.

### **Kielletyt maksut**

Kielletyt maksut ongelmaksi koki 22 prosenttia vastanneista. Elintarvikemarkkinalain mukaan kiellettyjä maksuja elintarviketuotteiden kaupassa ovat maksut, jotka eivät liity myyntiin, maksut tuotteen pilaantumisesta tai häviämisestä ja korvaukset asiakasvalitusten käsittelykustannuksista, jotka eivät ole aiheutuneet tavarantoimittajan virheestä. Lisäksi varastoinnista, esilläpidosta, tuotevalikoimaan sisällyttämisestä tai myytäväksi asettamisesta, myynnistä alennuksella myynninedistämistarkoituksessa, mainonnasta tai markkinoinnista sekä myyntitilojen sisustamisesta aiheutuvat kustannukset ovat kiellettyjä, ellei niistä ole sovittu ennakkoon selkeästi ja yksiselitteisesti.

Kyselyn vastausten perusteella liha-alan kaupassa useimmin esiintyviä kiellettyjä maksuja ovat maksut pilaantumisesta tai häviämisestä, jotka eivät ole aiheutuneet tavarantoimittajan virheestä. Tämän koki ongelmaksi 67 prosenttia kielletyt maksut ongelmaksi kokeneista vastaajista. Toiseksi eniten esiintyy maksuja, jotka eivät liity myyntiin, sekä maksut mainonnasta ja markkinoinnista.

## Muita kyselyssä esiin tulleita ongelmia

Muita kyselyssä esiin tulleita ongelmia liha-alan kaupassa olivat kohtuuttomien ehtojen vaatiminen. Vastauksissa ilmeni, että ostajat voivat vaatia tavarantoimittajilta esimerkiksi tilausten toimittamista kauppaan 48 tunnin sisällä tilauksesta. Myös elintarvikemarkkinalain muutosten mukaisia sopimuksia ei voida tehdä, sillä ostajat sanelevat sopimukseen myös muita uusia ehtoja. Tämä voi johtaa jopa uhkailuun siitä, että jos sopimusehtoihin ei suostuta, voi kaupankäynti ostajan ja tavarantoimittajan välillä loppua kokonaan. Lisäksi vastauksissa esiin nousi huoli siitä, että pienillä toimijoilla ei ole mahdollisuutta saada omia tuotteitaan kaupan valikoimiin, sillä heillä ei ole mahdollisuutta vastata kaikkiin vaatimuksiin esimerkiksi viivakoodeihin, tilaussysteemeihin tai maksuehtoihin liittyen.

Osa vastaajista koki myös hintaneuvottelut joidenkin ostajien kanssa haasteellisiksi. Vastauksien mukaan hintoja on vaikea saada nostettua, sillä uhkana on tilausmäärien pienentäminen tai jopa tuotteiden valikoimista pois jättäminen. Tämä voi johtaa pahimmillaan siihen, että tuotteita joudutaan myymään tappiolla.

Myös private label -tuotteiden, eli kauppojen omien tuotemerkkien reseptiikan kanssa koettiin ongelmia. Vastauksista ilmenee, että kauppa saattaa vaatia tilaamistaan private label -tuotteista tarkkoja reseptejä. Tämän jälkeen kauppa vaihtaa toimittajaa, jonka täytyy käyttää samaa reseptiä. Tämä heikentää alkuperäisen toimittajan kilpailuasemaa markkinoilla.

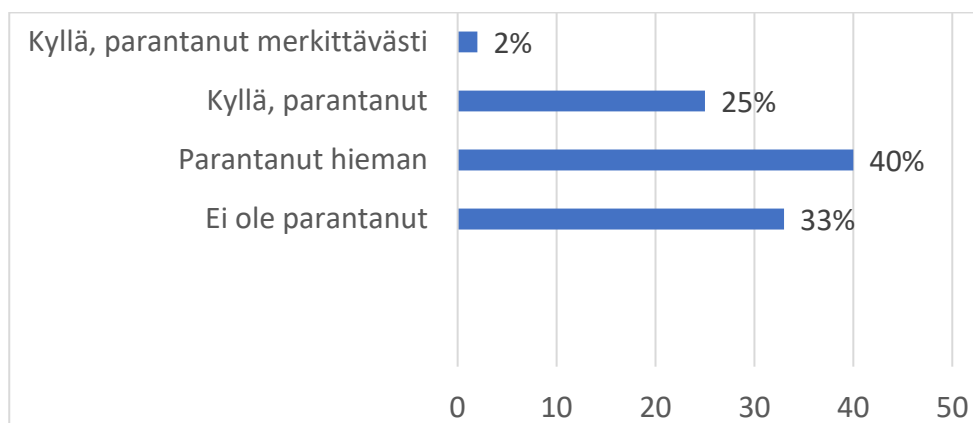
Kukaan vastaajista ei maininnut toimitussopimusten ehtojen kirjallista vahvistamista ongelmaksi liha-alan tuotteiden kaupassa.

## Elintarvikemarkkinalain ja elintarvikemarkkinavaltuutetun tunnettuus ja vaikuttavuus

### Elintarvikemarkkinalaki

Elintarvikemarkkinalaki tunnettiin vastaajien keskuudessa hyvin. 75 prosenttia kaikista vastaajista tiesi, että Suomessa on elintarvikemarkkinalaki. Mitä suurempi yritys oli kyseessä, sitä paremmin elintarvikemarkkinalaki tunnettiin. 92,3 prosenttia kyselyyn vastanneista suurista yrityksistä tiesi elintarvikemarkkinalaista, kun taas pienten yritysten kohdalla vastaava luku oli 67,9 prosenttia.

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että elintarvikemarkkinalaki on parantanut tavarantoimittajien asemaa elintarvikeketjussa ainakin hieman. Yrityksen koolla ei ollut juurikaan merkitystä siinä, oliko vastaaja kokenut elintarvikemarkkinalain parantaneen tavarantoimittajan asemaa ketjussa. Kuitenkin 33 prosenttia kaikista vastaajista oli sitä mieltä, että elintarvikemarkkinalaki ei ole parantanut tavarantoimittajien asemaa ketjussa lainkaan.



Kuvio 4. Onko elintarvikemarkkinalaki mielestäsi parantanut tavarantoimittajien asemaa elintarvikeketjussa?

### Elintarvikemarkkinavaltuutettu

Elintarvikemarkkinavaltuutetun olemassaolosta tiedettiin vastaajien keskuudessa myös varsin hyvin, sillä 58 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista yrityksistä tiesi, että Suomessa toimii elintarvikemarkkinavaltuutettu. Kuten elintarvikemarkkinalain kohdalla, myös elintarvikemarkkinavaltuutetusta tiedettiin sitä paremmin, mitä suurempi yritys oli kyseessä. Huomion arvoista on etenkin se, että 100 prosenttia kyselyyn vastanneista suurista yrityksistä tiesi elintarvikemarkkinavaltuutetun olemassaolosta, kun taas pienten yritysten osalta vastaava luku oli vain 46,4 prosenttia. Näin ollen elintarvikemarkkinavaltuutetun kannattaa tulevaisuudessa keskittyä lisäämään tietoisuutta olemassaolostaan erityisesti pienten yritysten suuntaan.



## Toimenpidepyynnön tekeminen

Elintarvikemarkkinoiden toimijat voivat tehdä [toimenpidepyynnön](#) elintarvikemarkkinavaltuutetulle, mikäli epäilevät tai havaitsevat elintarvikemarkkinalain rikkomistilanteita. Toimenpidepyyntö on tehtävä kirjallisesti ja se on [viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain \(621/1999\)](#) perusteella pääsääntöisesti julkinen. Valtuutetun on siten annettava tieto toimenpidepyynnöstä ja siihen liittyvistä asiakirjoista sitä pyytäneelle taholle.

Kyselyllä selvitettiin, voisiko vastaaja ajatella tekevänsä toimintapyyntöä elintarvikemarkkinavaltuutetulle, mikäli olisi kokenut hyvän liiketavan tai elintarvikemarkkinalain vastaista toimintaa. 39 prosenttia kaikista vastaajista vastasi, että voisi ajatella tekevänsä toimenpidepyynnön. 16 prosenttia puolestaan vastasi ei ja 45 prosenttia ettei osaa sanoa voisiko ajatella tekevänsä toimenpidepyyntöä elintarvikemarkkinavaltuutetulle.

Mitä pienempi yritys oli kyseessä, sitä suuremmalla todennäköisyydellä vastaaja pystyi ajattelemaan tekevänsä toimenpidepyynnön elintarvikemarkkinavaltuutetulle tarvittaessa. 50 prosenttia vastanneista pienistä yrityksistä vastasi myöntävästi kysymykseen toimenpidepyynnön tekemisestä, kun suurista yrityksistä myöntävästi vastasi 31 prosenttia vastaajista.

Kyselyllä kartoitettiin mitä esteitä toimenpidepyynnön tekemiselle voisi olla. Suurimmaksi esteeksi vastaajat kokivat pelon asiakkaan ostojen pienenemisestä toimenpidepyynnön tekemisen seurauksena. Etenkin suuret yritykset kokivat asiakkaan ostojen pientymisen pelon merkittävimpänä esteenä toimenpidepyynnön tekemiselle: 91 prosenttia vastanneista suurista yrityksistä mainitsi tämän suurimmaksi esteeksi toimenpidepyynnölle. Pienet yritykset kokivat suurimmaksi esteeksi ajatuksen siitä, että viranomainen ei pystyisi auttamaan toimenpidepyynnön vaatimassa tilanteessa.

Muita esteitä toimenpidepyynnön tekemiselle olivat muun muassa viranomaiselle ilmoittamisen monimutkaisuus (25 prosenttia kaikista vastaajista) ja ajan tai muiden resurssien puute (23 prosenttia kaikista vastaajista).



Kuvio 5. Mitä esteitä toimenpidepyynnön tekemiselle elintarvikemarkkinavaltuutetulle voisi mielestäsi olla?

## Mitä seuraavaksi?

Elintarvikemarkkinavaltuutetun toteuttamat alakohtaiset kyselyt ovat osoittaneet, että elintarvikeketjussa esiintyy ongelmia. Elintarvikemarkkinavaltuutetun tavoitteena on minimoida epäterveiden kauppapapojen käyttö elintarvikeketjussa.

Seuraavaksi elintarvikemarkkinavaltuutettu suunnittelee, miten se voi puuttua yleisimmin esiin nousseisiin hankauskohtiin, kuten maksuaikoihin liittyviin ongelmiin. Elintarvikemarkkinavaltuutettu on antanut [maksuaikaohjeistuksen](#), jossa se avaa elintarvikemarkkinalain mukaisia maksuaikoja ja niihin liittyviä säännöksiä. Mikäli ongelmat maksuaikojen noudattamisessa jatkuvat, pohtii elintarvikemarkkinavaltuutettu järeämpien keinojen käyttöönottoa ongelman ratkaisemiseksi. Äärimmäisenä keinona ongelmien kitkemiseksi ovat muun muassa lakisääteiset sanktiot.

Elintarvikemarkkinavaltuutettu kohdistaa kyselyn tulosten perusteella ohjeistusta ja neuvontaa ja tehostaa viestintää lakisääteisistä oikeuksista ja velvollisuuksista. Vastausten perusteella tietoisuutta elintarvikemarkkinalaista ja elintarvikemarkkinavaltuutetun olemassaolosta on lisättävä erityisesti kaikista pienimpien yritysten suuntaan. Näin varmistetaan, että kaiken kokoisilla yrityksillä on yhtäläinen mahdollisuus tuoda hyvän kauppapavan tai elintarvikemarkkinalain vastaisia toimia elintarvikemarkkinavaltuutetun tietoisuuteen.

Lisäksi elintarvikemarkkinavaltuutettu voi hyödyntää kyselyn tuloksia myös toiminnan painopisteiden suuntaamisen tukena.

## Lisätietoja kyselystä

Lisätietoja kyselystä ja sen tuloksista voi pyytää Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimistosta sähköpostitse osoitteesta [etmv\(at\)etmv.fi](mailto:etmv(at)etmv.fi) tai puhelimitse numerosta 029 520 55 33.


Tilaa elintarvikemarkkinavaltuutetun uutiskirje QR-koodin avulla tai osoitteesta  
elintarvikemarkkinat.fi.




Elintarvikemarkkinavaltuutettu  
Livsmedelsmarknadsombudsmannen  
The Food Market Ombudsman

Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto / PL 200 / 00027 RUOKAVIRASTO  
Livsmedelsmarknadsombudsmannens byrå / PB 200 / 00027 LIVSMEDELSVERKET The Office of the Food  
Market Ombudsman / P.O. Box 200 / FI-00027 FINNISH FOOD AUTHORITY, FINLAND

+358 29 520 55 33 / [etmv@etmv.fi](mailto:etmv@etmv.fi)

 Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto - The Office of the Food Market Ombudsman

 @ ETMV\_toimisto