

Ditt Val Spelar Roll

Gävleborgs konsumenters attityder till lokalproducerade livsmedel

Institutionen för Ekonomi vid Högskolan i Gävle och Länstyrelsen i Gävleborgs län genomför en attitydstudie inom området: ***Konsumentens val – om, när, hur och varför köps lokalt och/eller regionalt producerade livsmedel?***

Målet är att analysera konsumenternas attityder och därigenom förstå vad som styr deras val av:

- ❖ **Lokalproducerade livsmedel**
- ❖ **Ekologiskt lokalproducerade livsmedel**
- ❖ **Ekologiska livsmedel**

Studien utgör en kunskapsgrund till ett övergripande projekt: ***Ditt val spelar roll – konsumentens roll i den moderna livsmedelsproduktionen***

Målen med det övergripande projektet är att:

- ✓ *Skapa aktörssamverkan mellan konsumenter, producenter, handel och myndigheter med kvalitetssäkring som ledstjärna i arbetet för säkrare miljövänliga lokalproducerade livsmedel.*
- ✓ *Öka kunskapen hos konsumenter, producenter, handel och myndigheter i länet om vilka konsekvenser val av livsmedelsalternativ till våra måltider har för miljö och samhälle.*

Metod

I undersökningen har vi varit ute med en enkät i tolv affärer i Gävleborgs län; vilka har valts ut av de i centralorten Gävle, bruksorten Hofors och kulturorten Järvsö:

6 butiker i Gävle:

- ICA Plus Björshön i Bomhus
- ICA KVANTUM i Sätra
- PRIX Seglet på Brynäs
- Hemköp på Söder
- Konsum Triangeln i Stigslund
- Willys

3 butiker i Järvsö:

- Konsum Gävleborg
- ICA Supermarket
- Tempo Nybo

3 butiker i Hofors:

- Sparköp
- Prix
- ICA Supermarket

Vi har frågat konsumenter i butikerna, efter de handlat mat, om deras attityder till de tre livsmedelstyperna vi var intresserade av. Enkäten har fyllts i av konsumenterna på plats, där enkätarbetare funnits tillgängliga för att besvara eventuella frågor för att undvika missförstånd. Enkätstudien utfördes i april 2004, och 617 enkäter har blivit ifyllda och registrerade. Av dessa blev 323 ifyllda i Gävle, 157 i Hofors, och 137 i Järvsö

Teoretisk Modell

I vår undersökningsmodell utgår vi från hur handlingsmönster påverkas både genom attityders, normers och möjligheters inverkan på planerade val; såväl som på reaktioner på nya situationer och företeelser. I enkätundersökningen har vi frågat efter:

- *Hur viktigt val av livsmedelsalternativ är, generellt såväl som relaterat till miljö, hälsa respektive stöd till lokalt näringsliv.*
- *Upplevda egenskaper hos livsmedelsalternativen*
- *Hur mycket folk är beredda att betala för livsmedelsalternativen, och för ett antal andra egenskaper livsmedel kan ha.*
- *Vilka möjligheter konsumenterna anser sig ha att få tag på dessa livsmedel.*

Preliminära resultat:

Projektet är just nu i sin slutfas men några preliminära resultat som kan nämnas är:

- *Det finns en efterfrågan efter lokalproducerade livsmedel, och konsumenterna anser att mat producerad i närområdet har en konkurrensfördel*
- *Köp av lokalproducerade livsmedel anses stödja lokal livsmedelsproduktion, de är miljövänliga, och har relativt hög kvalitet.*
- *Konsumenterna tycker generellt att lokalproducerade livsmedel inte är lika dyra som ekologiska, och konsumenterna är beredda att betala extra för dem*
- *Det finns skillnader i attityder mellan Lokalproducerade och Ekologiska livsmedel, de anses inte vara samma sak även om de är närbesläktade och båda tillhör miljövänliga livsmedelstyper*
- *Attityderna för Lokalproducerade livsmedel verkar vara svagare än för Ekologiska, vilket indikerar på att en informationskampanj vore behövlig*
- *Att Kvinnor verkar bry sig mer än män om miljövänliga livsmedel*
- *Att Äldre personer generellt känner starkare för miljövänliga livsmedel än yngre*
- *Det finns en önskan om att lokalproducerade livsmedel borde synliggöras och märkas bättre, med ett stort sortiment tillgängligt i vanliga dagligvarubutiker*

Maria Fregidou- Malama
Universitetslektor
mma@hig.se

Sonny Jakobsson
Universitetsadjunkt
sjo@hig.se