
RKTL:n työraportteja 13/2013

Raputuotanto kasvaa, mistä uusia markkinoita?

Riitta Savolainen, Markku Pursiainen, Jaakko Mattila, Tiia Arjoranta,
Pentti Moilanen, Joonas Rajala

Yhteistyössä:

Raisa Kääriä, Turun ammattikorkeakoulu

Markku Lehtinen ja Jani Viljanen, Raputukku Markku Lehtinen

Lasse Manninen, Jyväskylä

Katriina Partanen, Pro-Kala ry

Päivi Pyyvaara, Pirkanmaan kalatalouskeskus ry

Ilkka Raukola, Ruokosen Rapu

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, Helsinki
2013

Euroopan unioni investoi kestävään kalatalouteen!



**Suomen elinkeinokalatalouden
toimintaohjelma
2007–2013**



Julkaisija:
Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos
Helsinki 2013

ISBN 978-952-303-003-9 (Verkkojulkaisu)

ISSN 1799-4756 (Verkkojulkaisu)

RKTL 2013

Kuvailulehti

| | | | |
|---|------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| Tekijät Riitta Savolainen, Markku Pursiainen, Jaakko Mattila, Tiia Arjoranta, Pentti Moilanen ja Joonas Rajala | | | |
| Nimeke Raputuotanto kasvaa, mistä uusia markkinoita? | | | |
| Vuosi 2013 | Sivumäärä 54 | ISBN 978-952-303-003-9 | ISSN ISSN 1799-4756 (PDF) |
| Yksikkö/tutkimusohjelma Tutkimus- ja asiantuntijapalvelut/Raputalousohjelma | | | |
| Hyväksynyt Riitta Rahkonen, yksikönjohtaja | | | |
| Tiivistelmä: Raputaloudessa on viimeaikoina tapahtunut merkittävä muutos. Täplärapusaaliit ovat kasvaneet voimakkaasti, ja myös jokirapu on säilyttänyt asemansa taloudellisesti merkittävänä lajina. Rapujen parantuneen saatavuuden myötä kiinnostus perinteisen rapukultuurin ylläpitoon ja rapujen hyödyntämiseen on elpymässä. Hankkeen tarkoituksena oli tuottaa tietoa kotimaisten joki- ja täplärapujen kysynnästä ja siihen vaikuttavista tekijöistä, kuvata tyypilliset rapujen kuluttajat ja etsiä potentiaalisia uusia kuluttajaryhmiä maan eri osista. Etsittiin myös rapukaupassa piileviä ongelmia ja niihin ratkaisuja. Tulosten mukaan Suomen aikuisväestöstä noin 32 % eli 1,2 miljoonaa syö suomalaisia rapuja. Keskimäärin pienempi osuus naisista (26 %) kuin miehistä (38 %) syö rapuja. Noin 75 % kaikista rapuja syövästä asui Uudellamaalla ja Etelä- Suomen ns. täplärapualueella. Ravut halutaan mieluiten ostaa elävinä tai tuoreina keitettynä. Suurin syy olla syömättä suomalaisia rapuja oli se, että ravut eivät kuuluneet lapsuuden kodin ruokakulttuuriin. Valtaosa heistäkin, jotka eivät rapuja syöneet, olivat kuitenkin valmiita niitä maistamaan. Vain viidennes suomallaisista ei söisi rapuja missään tilanteessa. Tutkimusaineisto kerättiin postikyselyinä. 5000 henkilöä käsittävä otos poimittiin Väestörekisterikeskuksen väestötietojärjestelmästä. Kysely kohdistettiin aikuisväestöön, 18 -74 vuotiaille henkilöille. Erityisen vähän rapuja syöviä (10 %) oli 18-24 vuotiaissa naisissa. Vasta vanhimmassa ikäluokassa miesten ja naisten välinen ero tasoittuu. Lähes myytti siitä, että ruotsinkielisessä väestössä olisi enemmän rapuja syöviä kuin suomenkielisissä, ei käynyt tässä toteen, vaan molemmissa heitä oli lähes yhtä paljon. Yhden miehen kotitalouksista 39 %:ssa syötiin suomalaisia rapuja. Suhteellisesti vähiten rapuja syöviä kotitalouksia (24-25%) oli yhden naisen, pikkulapsi tai yli kahden aikuisen kotitaloustyypeissä. Johtavassa asemassa olevista ja yrittäjistä suurempi osa söi rapuja kuin muissa ammattiryhmissä olevat. Rapujen syönti oli lapsena opittu taito. Noin 60 % rapuja syövästä suomalaisista oli syönyt rapuja jo lapsena ja noin kolmannes kaikista syöjistä jo alle 10 -vuotiaina. Noin kolmanes rapujen syöjistä ei hanki lainkaan itse rapuja vaan syö niitä toisten tarjoamina. Seuraavaksi tärkeimpiä hankintatapoja olivat ravustaminen itse tai ostaminen suoraan ravustajalta. Ravut ovat edelleen ennen kaikkea rapusesonkiin ajoittuvaa juhlaruokaa (70 %), jota nautitaan useimmiten omassa tai ystävien kodissa tai vapaa-ajan asunnolla. Rapukauppaan kohdistui paljon hyviä kehittämiskohteita. Rapuja syövät pitivät järjestyksessä tärkeimpinä: elävien rapujen saatavuuden parantamista, hinnan saamista edullisemmaksi ja tuoreiden keitettyjen rapujen saatavuutta. Henkilöt, jotka eivät rapuja syöneet, halusivat tärkeimmiksi kehittämiskohteiksi hinnan ja tuoreiden keitettyjen saatavuuden parantamisen. Heti näiden jälkeen tärkeimmiksi kehittämiskohteiksi he mainitsivat monopuoliset tuotteet, syöntiohjeet, esillepanon vähittäiskaupassa ja elävien rapujen saatavuuden. | | | |
| Asiasanat rapumarkkinat, ravun kulutus, rapukulttuuri, rapujen syönti, rapukauppa, menekin edistäminen, täplärapu | | | |
| Julkaisun verkko-osoite: http://www.rktl.fi/www/uploads/pdf/uudet%20julkaisut/tyoraportit/raputuotanto_kasvaa.pdf | | | |
| Yhteydenotot Riitta Savolainen, riitta.savolainen@rktl.fi | | | |
| Muita tietoja Hanke on saanut rahoitusta Keski-Suomen ELY-keskuksen myöntämästä Euroopan kalatalousrahastosta (EKTR). | | | |

Sisällys

| | |
|--|-----------|
| Kuvailulehti | 3 |
| 1. Johdanto | 6 |
| 2. Tausta ja lähtökohdat | 7 |
| 2.1. Kotimainen raputuotanto kasvaa | 7 |
| 2.2. Tuontiravut samoilla markkinoilla | 8 |
| 2.3. Suomalaiset ravut eivät ole pystyneet korvaamaan tuontiäyriäisiä | 9 |
| 2.4. Rapujen kulutuksessa suuria alueellisia eroja | 9 |
| 3. Tavoitteet | 10 |
| 4. Tutkimusaineisto ja menetelmät | 10 |
| 5. Kyselytutkimuksen tuloksia | 14 |
| 5.1. Kolme neljänestä rapujen syöjistä asuu Etelä-Suomessa | 14 |
| 5.2. Miehistä suurempi osa kuin naisista syö rapuja | 15 |
| 5.3. Iäkkäämmillä oli rapujen syömisestä enemmän kokemusta | 16 |
| 5.4. Rapuja syövien osuudet vaihtelivat erilaisissa kotitalouksissa | 17 |
| 5.5. Lapset ja nuoret ravunkuluttajina | 17 |
| 5.6. Minkä nuorena oppii sen vanhana taitaa | 19 |
| 5.7. Ammattiasemalla oli merkitystä | 20 |
| 5.8. Suomalaiset ravut tunnettiin vaihtelevasti | 20 |
| 5.9. Erilaiset katkaravut ja katkarapujalosteet maistuvat suomalaisille | 22 |
| 5.10. Rapujen hankintatavat | 24 |
| 5.11. Valmisteista mieluiten syötäisiin suomalaisia keitettyjä jokirapuja | 26 |
| 5.12. Ravut syödään useimmiten juhlatilanteissa tutussa seurassa | 26 |
| 5.13. Rapujen puttuminen lapsuuden ruokakulttuurista on suurin syy olla syömättä niitä | 27 |
| 5.14. Valtaosa suomalaisista on valmiita syömään tai maistamaan rapuja | 28 |
| 5.15. Mielikuvia ravuista ja rapujen syönnistä | 29 |
| 5.16. Tuoreet ravut mieluisin hankintamuoto | 32 |
| 5.17. Rapukaupan kehittämisessä esille hinta ja tuoretuotteiden saatavuus | 33 |
| 5.18. Tärkeitä tiedottamislähteitä sanomalehdet ja kaupan lehdet | 34 |
| 5.19. Vapaat kommentit | 35 |
| 6. Toimialojen näkemykset rapumarkkinoista | 36 |
| 6.1. Kuluttajaneuvonta | 36 |
| 6.2. Kalatalousneuvonta | 37 |
| 6.2.1. Rapuja käyttävät haluaisivat ravustaa itse tai ostaa ravut suoraan ravustajilta | 37 |
| 6.2.2. Rapujen saatavuus/asiakkaiden tietoisuus siitä, mistä rapuja saa, on heikko | 38 |
| 6.2.3. Rapujen syöntiohjeita saataville | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 6.2.4. Rapujen hinta, jota pidettiin esteenä rapujen hankkimiselle. | 39 |
| 6.3. Koulutus | 39 |
| 6.4. Yritykset | 41 |
| 7. Johtopäätöksiä ja ehdotuksia menekin edistämiseksi ja rapukaupan kehittämiseksi | 44 |
| Kiitokset | 49 |
| Viitteet | 49 |
| Liitteet | 50 |

1. Johdanto

Raputaloudessa on viimeaikoina tapahtunut merkittävä muutos. Ruttoa kestävän täpläravun kotiutus on alkanut tuottaa tulosta ja mahdollistanut maamme raputalouden nousun. Täplärapusaaliit ovat kasvaneet viime vuosina voimakkaasti, mutta myös jokirapu on säilyttänyt asemansa taloudellisesti merkittävänä lajina täpläravun rinnalla. Rapujen parantuneen saatavuuden myötä kiinnostus perinteisen rapukulttuurin ylläpitoon ja rapujen hyödyntämiseen on elpymässä.

Koska elintarvikkeena käytetyt suomalaiset ravut pyydetään pääosin luonnosta, se asettaa merkittävän haasteen tuotantoketjun kaikille portaille. Saaliin määrä vaihtelee vuosittain ja sen ennustaminen on vaikeaa, joskus mahdotonta. Ravut ovat usein muita elintarvikkeita kalliimpia (€/kg) ja niihin liittyy yleensä tavalla tai toisella heikosti järjestetty tarjonta. Kausiluonteisuus säätelee rapujen kysyntää. Ympäri vuoden tarjolla on vain pakastettuja rapuja, sekä erikoistilauksesta pieniä määriä viljelemällä tuotettuja tuoreitakin rapuja.

Useista muista elintarviketuotteista poiketen kotimaisten rapujen kulutukseen liittyy lisäksi voimakas perinteinen rapujuhla-kulttuuri, mikä osaltaan monimutkaistaa rapumarkkinoita. Ravustuskautsi on lyhyt, 21.7.–31.10. välinen aika, mutta yleensä pyynti ja markkinatkin hiljenevät jo syyskuun kuluessa. Saaliiden runsastuttua rapuja tulee lyhyen rapukauden aikana aiempaa runsaammin myös kaupan kautta kulutukseen. Ongelmia kysynnän ja tarjonnan kohtaamisessa on tullut aika-ajoin

Tutkimusidean aiheeseen käynnisti rapukaupan, mm. kalatukkujen näkemykset menekin vähäisyydestä eräänä rapukaupan laajenemisen tärkeimpänä esteenä. Keskeiseksi keskustelun aiheeksi samaan aikaan nousi kotimaisten rapujen menekinedistämisen vähäisyys ja ravustajien ajoittaiset ongelmat saaliinsa markkinoinnissa. Pohdittiin miksi rapuja ei käytetä nykyistä enempää vaikka niiden tarjonta onkin runsastunut.

Tutkimusmenetelmänä oli väestökisteriotantaan perustuva kyselytutkimus. Tämä tutkimus ei ole markkinatutkimus, vaikka se samanlaisia elementtejä sisältääkin. Tavoitteena on paremminkin tutkia ilmiönä suomalaisten nykyistä ravunsyöntikulttuuria ja suhdetta rapuun elintarvikkeena. Kysymykset pyrittiin laatimaan niin, että niiden avulla voidaan muodostaa kuva sekä kotimaisten makean veden rapujen käyttäjistä ja heidän toimintatavoistaan että potentiaalisista uusista asiakkaista, joiden kokemukset ravuista ovat hyvin vähäisiä tai perustuvat vain pelkkiin mielikuviiin. Kyselyn tavoitteena oli tästä kuluttajanäkökulmasta etsiä myös rapukaupassa piileviä ongelmia ja löytää niihin ratkaisuja.

Ei kuitenkaan haluttu pitäytyä pelkässä kuluttajanäkökulmassa, vaan hankkeeseen kutsuttiin mukaan ravun arvoketjussa vaikuttavien raputalouden edustajia sekä alan koulutuksen ja neuvonnan asiantuntijat. Hankkeen osana koottiin näiden rapu- ja kalataloudessa toimivien asiantuntijoiden näkemykset kyselyn tuloksista ja niiden pohjalta tehdyt ehdotukset konkreettisista toimenpiteistä kulutuksen, laadun ja viestinnän edistämiseksi. Tämän katsottiin tuovan hankkeen tulosten soveltamiseen ja käytäntöön vientiin realistisen käytännön näkökulman.

Hanke toteutettiin osana Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen Raputalousohjelmaa. Projekti kuului ohjelman neljästä tutkimushankekehikosta siihen, jossa tutkitaan saaliskehitystä, saaliita, tuotteita ja niiden käyttöä.

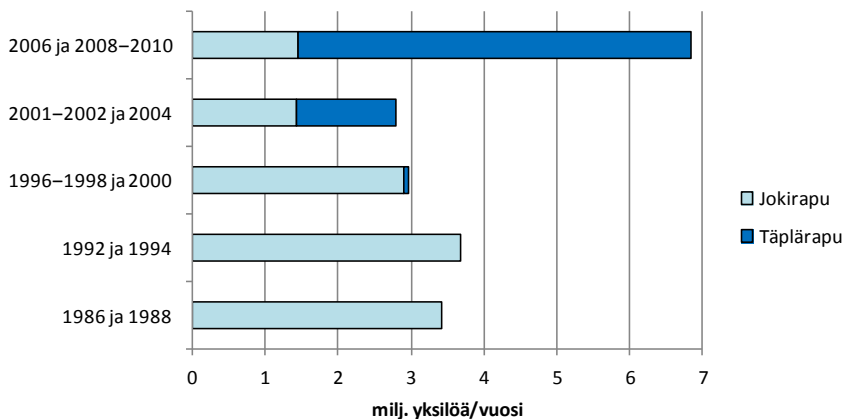
Raputuotanto kasvaa, mistä uusia markkinoita -hanke toteutettiin Keski-Suomen ELY-keskuksen Euroopan kalatalousrahastosta (EKTR) Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitokselle myöntämän tuen avulla.

2. Tausta ja lähtökohdat

2.1. Kotimainen raputuotanto kasvaa

Suomen raputuotanto koostuu vapaa-ajan kalastajien ja ammattikalastajien saaliista sekä viljelytuotannosta. Suurin osa raputuotannosta on vapaa-ajankalastajien saalista. Viime vuosien suurin rapusaalis saatiin vuonna 2009, jolloin saaliin määräksi arvioitiin yhteensä 9,3 miljoonaa rapua. Näistä oli 7,4 miljoonaa täplärärapua ja 1,9 miljoonaa jokirärapua. Lukumäärä vastaa noin 414 tonnia rapuja. Rapu on yleistynyt myös sisävesien ammattikalastajien saaliissa ja monin paikoin muodostaa merkittävän osan ammattikalastuksen tuotosta. Rapujen viljely sen sijaan on vähentynyt entisestään (Savolainen ym. 2012).

Raputuotanto on 2000-luvun puolivälin jälkeen kasvanut voimakkaasti. Viisivuotisjaksoina tarkasteltuna Suomen vuosittainen keskimääräinen rapujen kokonaistuotanto on täplärärapun runsastumisen seurauksena yli kaksinkertaistunut 2000-luvun puolivälin jälkeen, noin 3 miljoonasta vajaaseen 7 miljoonaan. Jokirärapun keskimääräinen vuosituotanto on pysytellyt koko 2000-luvun noin 1,5 miljoonassa yksilössä (kuva 1) (Savolainen ym. 2012).



Kuva 1. Keskimääräinen rapujen kokonaistuotanto viiden vuoden jaksoissa aikavälillä 1986–2010. Keskituotanto (milj. yksilöä/vuosi) on laskettu 5-vuotisjaksoon osuneilta tilastointivuosilta. (Ei sisällä viljeltyjä poikasia) (Savolainen ym. 2012).

Näyttää siltä, että Suomen oma raputuotanto tulee jatkossakin perustumaan käytännössä lähes yksinomaan luonnosta pyydettyihin rapuihin. Nähtävissä ei ole mitään syitä, etteikö raputuotanto vielä kasvaisi nykyisestäään. Olemassa olevat rapukannat voivat vielä kehittyä nykyistä tuottoisammiksi. Lisäksi Suomessa on vielä runsaasti järvikapasiteettia molempien rapulajiemme levittäytyä ja sitä kautta mahdollistaa lisääntyvä tuotanto. Ravut voivat levittäytyä luontaisesti tai luvanvaraisen istutustoiminnan kautta. Jokiräraputuotannon riskitekijänä on kuitenkin rapurutto, mikä monilla alueilla rajoittaa lajin menestymistä. Mahdollinen ilmaston lämpeneminen Suomen leveysasteilla vaikuttaa molempien rapulajiemme elinolosuhteisiin periaatteessa edullisesti (Pursiainen 2012).

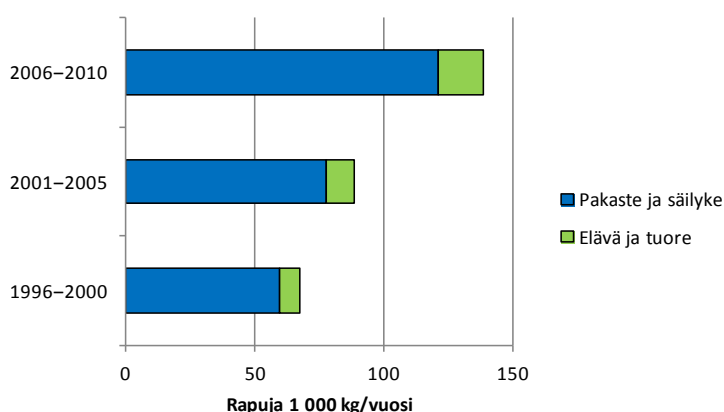
2.2. Tuontiravut samoilla markkinoilla

Samalla kun oma tuotanto on kasvanut, myös tuontirapujen ja -äyriäisten määrät ovat viime vuosina kasvaneet. Pakastettujen ja tuoretuotteiden, joihin myös makeavesiravut kuuluvat, tuonti noin kaksinkertaistui vuodesta 1995 vuoteen 2006 (taulukko 1). Vuoden 2006 jälkeen pakastettujen tuotteiden tuontimäärässä ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia, kun taas tuoretuotteiden tuontimäärä on edelleen kaksinkertaistunut viidessä vuodessa, 32,7 tonnista 68,0 tonniin. Pakasteiden ja tuoretuotteiden lisäksi äyriäisiä tuodaan myös säilykkeinä. Katkaravut ovat näiden tuoteryhmien tärkein äyriäisryhmä, mutta myös makeavesiravuilla on merkittävä osuus (Savolainen ym. 2012).

Taulukko 1. Äyriäispakasteiden ja tuoretuotteiden tuonti (1 000 kg) tuoteryhmittäin vuosina 1995 ja 2006–2010. (Savolainen ym. 2012).

| Äyriäisryhmä | Pakastetut tuotteet (1 000 kg) | | | | | | Tuoretuotteet (1 000 kg) | | | | | |
|-----------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1995 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 1995 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Langustit | 2,4 | 2,5 | 2,8 | 2,3 | 2,5 | 4,8 | 0,1 | 0,6 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 |
| Hummerit | 40,1 | 13,7 | 12,2 | 11,1 | 12,8 | 11,4 | 3,9 | 7,6 | 6,3 | 6,0 | 7,4 | 17,2 |
| Katkaravut | 261,1 | 530,0 | 770,4 | 672,6 | 678,1 | 690,9 | 6,5 | 4,6 | 16,0 | 27,4 | 28,1 | 25,5 |
| Taskuravut | 3,4 | 6,9 | 4,4 | 7,0 | 5,1 | 6,4 | 0,8 | 1,9 | 1,4 | 1,5 | 3,8 | 7,4 |
| Makeavesiravut | 25,4 | 144,9 | 147,8 | 125,6 | 151,4 | 33,7 | 4,0 | 17,8 | 21,6 | 16,4 | 16,8 | 15,8 |
| Muut | 3,0 | 11,8 | 13,3 | 15,0 | 14,8 | 28,5 | 0,8 | 0,2 | 0,1 | 0,7 | 1,0 | 2,1 |
| Yhteensä | 335,4 | 709,8 | 950,8 | 833,5 | 864,7 | 775,7 | 16,1 | 32,7 | 45,4 | 52,1 | 57,1 | 68,0 |

Viisivuotisjaksoina tarkasteltuna makeavesirapujen tuonnin kehitys on helppo havaita. Ajanjaksolla 2006–2010 makeavesirapuja tuotiin keskimäärin noin 138,8 tonnia vuodessa, josta hieman vajaa 15 % oli eläviä tai tuoreita rapuja. Määrä on noin kaksinkertainen verrattuna ajanjaksoon 1996–2000, jolloin makeavesirapuja tuotiin keskimäärin noin 67,6 tonnia vuodessa (kuva 2) (Savolainen ym. 2012).



Kuva 2. Makeavesirapujen tuonti (keskimäärin 1 000 kiloa/vuosi) viisivuotisjaksoittain. (Savolainen ym. 2012).

Rapuja tuodaan Suomeen useista eri maista. Ajanjaksolla 1995–2010 eniten rapuja on tuotu Espanjasta ja Kiinasta, joista kummastakin on tuotu 15 vuoden aikana yhteensä lähes 500 tonnia rapuja. Ravut ovat olleet pääasiassa näissä maissa viljelyjä ja pyydettyjä pakasteena tuotuja punaisia suora-
 rapuja. Rapuja tuodaan, mutta huomattavasti pienempiä määriä esimerkiksi Saksasta ja Ruotsista (Savolainen ym. 2012). Tuontirapujen voimakas lisääntyminen näkyy mm. pääkaupunkiseudun vähittäis-

kaupoissa. Erilaisia tuontirapuja, hummereista lähtien, pyritään tarjoamaan kiinnostavana lisänä ja uutuutena myös sesokiajan rapujuhliin (Anonyymi 2012).

2.3. Suomalaiset ravut eivät ole pystyneet korvaamaan tuontiäyriäisiä

Käytännössä kaikki Suomessa tuotetut ja tuodut äyriäiset kulutetaan kotimaassa. Ehdottomasti suosituimpia olivat katkaravut, joita suomalaiset kuluttivat vuosina 2007–2010 yhteensä keskimäärin 3 196 tonnia vuodessa. Katkarapujen osuus koko äyriäistuonnista oli keskimäärin noin 88 % (Savolainen ym. 2012). Vuonna 2010 suomalaiset kuluttivat katkarapuja noin 0,7 kiloa henkeä kohden tuotepainona laskettuna. Tilaa on Suomessa vielä katkaravuillekin, sillä esimerkiksi Yhdysvalloissa, missä katkarapuja käytetään paljon, kulutus oli vastaavasti 1,8 kiloa henkeä kohden (Seafood International 2011).

Makeavesirapujen kulutuksen suuruusluokka voidaan arvioida laskemalla yhteen oman rapusaliin ja tuotujen makeavesirapujen määrät (taulukko 2). Vuosina 2006–2010 suomalaiset kuluttivat yhteensä keskimäärin noin 9,9 miljoonaa makeavesirapua vuosittain, mikä vastaa noin 1,9 rapua henkilöä kohden vuodessa. Noin 67 % makeavesirapujen kokonaiskulutuksesta koostui oman maan joki- ja täpläraputuotannosta, 29 % tuoduista pakaste- ja säilykeravuista sekä 4 % elävistä ja tuoreista tuontiravuista. Makeavesirapujen kulutus on noin 2,5-kertaistunut verrattuna 10 vuoden takaiseen ajanjaksoon 1995–1999.

Oma raputuotantomme ja tuontirapujen määrä ovat kuitenkin kasvaneet samaa tahtia, joten suomalaisten rapujen suhteellinen osuus kulutuksesta on pysynyt samana huolimatta kokonaiskulutuksen voimakkaasta kasvusta (taulukko 2).

Taulukko 2. Suomen makeavesirapujen tuotanto (= saalis ja viljelytuotanto), tuonti ja yhteenlaskettu kulutus ajanjaksoilla 1995–1999 ja 2006–2010 (keskimäärin vuodessa, 1 000 yksilöä ja 1 000 kg). (Savolainen ym. 2012).

| | 1995–1999 | | 2006–2010 | |
|---------------------------------|------------|--------|------------|---------|
| | 1 000 yks. | 1000kg | 1 000 yks. | 1 000kg |
| Oma tuotanto | 2 713 | 117 | 6 642 | 296 |
| Tuonti, elävät ja tuoreet | 102 | 4 | 418 | 18 |
| Tuonti, pakasteet ja säilykkeet | 1 102 | 47 | 2 814 | 121 |
| Yhteensä = rapujen kulutus | 3 917 | 169 | 9 874 | 435 |

2.4. Rapujen kulutuksessa suuria alueellisia eroja

Tarkkaa tietoa alueittaisesta rapujen kulutusmääristä ei ole saatavilla. On kuitenkin yleisesti arvioitu, että eteläisimmässä Suomessa ja etenkin pääkaupunkiseudulla, väestöltään n. 2 milj. henkeä, käytetään valtaosa (esitetty arvio 90 %) markkinoille tulevista ravuista. Sen sijaan muun Suomen noin 3 miljoonaa kuluttajaa yltyvät vain murto-osaan edellisestä. Jopa puolet kaupan olevista ravuista myydään kuluttajille tuoreena keitettynä (Särkinen 2008). Keittäminen eli rapujen tuotteistaminen tapahtuu suurelta osin tukkukaupan yhteydessä pääkaupunkiseudulla ja muualla Etelä-Suomessa. Vaikka rapuja syödäänkin runsaimmin Etelä-Suomessa, ravustusaluetta on koko valtakunta Pohjois-Suomea myöten.

3. Tavoitteet

Projektin tarkoituksena oli tuottaa tietoa kotimaisten joki- ja täplärapujen kysynnästä ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Hankkeen tuloksena pyrittiin kuvaamaan tyypilliset rapujen kuluttajat ja etsittiin potentiaalisia uusia kuluttajaryhmiä maan eri osissa. Tarkoituksena oli myös selvittää kuluttajien näkemyksiä ja odotuksia rapujen vähittäiskauppaan liittyvistä käytännöistä. Perimmäisenä tavoitteena oli parantaa alan, tässä tapauksessa raputalouden kaupan ja markkinoinnin toimintaympäristöä ja kilpailuedellytyksiä kansainvälistyvillä markkinoilla.

Tutkimushanke jakaantui seuraaviin osa-alueisiin:

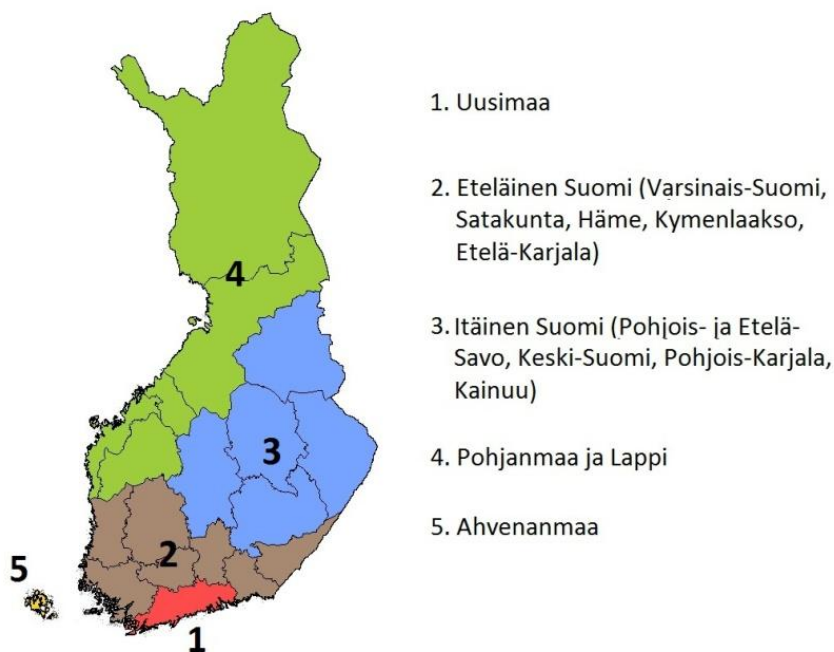
1. Selvitetään miten hyvin kotimaiset joki- ja täpläraju tunnetaan elintarvikemarkkinoilla, keitä rapujen kuluttajat ovat ja vastaavasti keitä ovat ne, jotka eivät lukeudu rapujen kuluttajiin (esim. ikä, ammatti, koulutus), miten alueelliset erot asiaan vaikuttavat ja mihin ajankäyttötilanteeseen (normaali vapaa-aika, lommat, arkielämä, juhlatilanteet, työelämän tilanteet) kulutus painottuu ja mitkä ovat rapuihin liittyvät kulutustottumukset.
2. Selvitetään mitkä ovat ravun kulutuksen suurimmat esteet maan eri osissa. Kartoitetaan millä keinoin ja millaisilla raputuotteilla näitä esteitä voisi poistaa menekin edistämiseksi ja uusien kuluttajien saamiseksi.
3. Tutkitaan kuluttajien näkemyksiä rapukaupan käytännöistä sekä rapujen ja raputuotteiden saatavuudesta vähittäiskaupassa tai rapuja muilla tavoilla hankittaessa. Pyritään selvittämään mm. onko kilpailevia tai korvaavia tuotteita, joita kuluttajat hankkivat jos tai kun rapujen saatavuus on huono.
4. Projektin yhteistyösopuoleet laativat tämän tutkimuksen tuloksia hyödyntäen oman erityisalan (koulutus, kalatalousneuvonta, kuluttajaneuvonta, rapujen välitys ja tukkukauppa, tuotanto ja jalostus) näkökulmasta asiantuntija-arviot rapujen kulutuksen ja kysynnän esteistä. Samalla valmistellaan konkreettisia ehdotuksia siitä, miten rapujen kulutusta tulisi edistää ja mihin toimenpiteisiin eri tahojen tulisi ryhtyä menekin edistämiseksi.

Tutkimuksen eri kohdissa pyrittiin selvittämään myös kotimaisten rapujen kanssa kilpailevien tuontirapujen ja niistä tehtyjen tuotteiden roolia ja merkitystä kuluttajien hankintapäätöksissä. Tutkimuksessa asiaa lähestyttiin tuotteen loppukuluttajan näkökulmasta sekä ravun arvoketjussa vaikuttavien raputalouden edustajien sekä alan koulutuksen ja neuvonnan asiantuntija-arvioiden kautta. Perusajatuksena on se, että tuotantoa, tuotteistusta ja tuotteita sekä kauppaa voidaan kehittää, kun kehittämisen tarpeet selvitetään asiakaslähtöisesti. Menetelmänä oli väestörekisteriotantaan perustuva kyselytutkimus.

4. Tutkimusaineisto ja menetelmät

Aineisto kerättiin postikyselynä, jonka otos poimittiin Väestörekisterikeskuksen ylläpitämästä väestötietojärjestelmästä. Tiedonkeruun kohde, jolle kysely kohdistettiin ja tilastointiyksikkö oli 18 -74 vuotiaat henkilöt. Ts. kysymykset kohdennettiin henkilökohtaisesti kyselyn saaneelle henkilölle. Poimitun otoksen koko oli 5000 henkilöä.

Otanta-asetelmana käytettiin ositettua otantaa. Ositteita muodostettaessa apuna käytettiin tietoa erilaisista rapualueista (jokirapu ja täplärapualueet) ja oletusta rapujen erilaisesta käytöstä eri alueilla. Jotta koko väestö saatiin kattavasti mukaan, osituksessa huomioitiin myös väestömäärät eri alueilla sekä maantiede (Ahvenanmaa). Näin toimien ositteita syntyi yhteensä 5. Ositteet nimettiin seuraavasti: 1. Uusimaa, 2. Eteläinen Suomi, 3. Itäinen Suomi, 4. Pohjanmaa ja Lappi, ja 5. Ahvenanmaa. Uuttamaata ja Ahvenanmaata lukuun ottamatta kuhunkin ositteeseen kuuluu useita maakuntia (kuva 1). Esimerkiksi Eteläinen Suomi (osite 2) on luonteeltaan selkeästi täplärapualueetta, kun taas Itäinen Suomi (osite 3) on jokirapualueetta. Uusimaa (osite 1) on puolestaan tiheästi asuttua pääkaupunkiseutua. Osite Pohjanmaa ja Lappi (osite 4) on jokirapualueetta, mutta maantieteellisesti osittain rapujen äärialueetta ja Lapin pohjoisosasta ravut puuttuvat kokonaan. Ahvenanmaa poikkeaa muusta Suomesta mm. maantieteellisesti ja väestön suhteen monella tavalla, joten se pidettiin omana ositteenaan.



Kuva 3. Suomi jaettiin tutkimusta varten viiteen alueeseen eli ositteeseen

Koska vastaajat kyselyyn arvottiin väestötietojärjestelmästä, heidän joukossa on luonnollisesti sekä rapuja syöviä että ei syöviä henkilöitä (ks. määritelmät sivu 13). Kaikille otantaan osuneille lähetettiin viisisivuinen kyselylomake. Lomakkeessa oli yhteensä 20 kysymystä lukuisine vastausvaihtoehtoineen. Samassa lomakkeessa oli kysymykset sekä suomalaisia rapuja syöville henkilöille (17 kysymystä) sekä ei syöville (14 kysymystä). Osa kysymyksistä (11 kysymystä) oli molemmille yhteisiä. Kysymysten pääpaino oli rapujen tunnettuudessa, pureutumisessa syömätottumuksiin ja syihin olla syömättä, mielikuviin ravuista elintarvikkeena, näkemyksissä kaupasta ja sen kehittämisestä. Kysymyksillä pyrittiin löytämään ja kuvaamaan tyypilliset rapujen syöjät ja ei-syöjät. Kyselylomake on liitteenä (LIITE 1).

Kysely tehtiin vuoden 2011 syys-lokakuussa ja siinä käytettiin kahta kontaktia. Ensimmäisellä kyselykierroksella (1. kontakti) lomakkeen saivat kaikki kyselyssä mukana olevat. Vastaamattomille

kohdistettu uusintakysely (2. kontakti) tehtiin noin kuukauden kuluttua ensimmäisestä kyselystä. Vastajilla oli myös mahdollisuus vastata Internetin kautta sähköisellä lomakkeella. Vastauksia saatiin yhteensä 1804, joista Internetin kautta 234. Kaikkiaan takaisin saatiin 36 % lähetetyistä lomakkeista. Lomakkeet tarkistettiin tallennuksen yhteydessä. Tallennetulle aineistolle tehtiin lisäksi erilaisia loogisuus ja raja-arvotarkistuksia. Ristiriitaisuuksia ja virheellisyyksiä pyrittiin korjaamaan aineistoon. Vastauksista hylättiin 49, osa mm. siksi, että vastaaja ei pystynyt vastamaan terveydellisistä tms. syistä tai vastauksesta ei selvinnyt söikö vastaaja rapuja vai ei. Vastausprosentit ositteittain vaihtelivat 32 – 39 % välillä (taulukko 3).

Taulukko 3. Otoskoot (henkilöä) ja vastausprosentit ositteittain 1. ja 2. kyselykierroksella.

| Osio | Otoskoko | 1. kontakti | 2. kontakti | Vastaus % yht. |
|--------------------|----------|-------------|-------------|----------------|
| Uusimaa | 1 000 | 18 % | 14 % | 32 % |
| Eteläinen Suomi | 1 500 | 21 % | 16 % | 37 % |
| Itäinen Suomi | 1 200 | 21 % | 14 % | 35 % |
| Pohjanmaa ja Lappi | 1 200 | 20 % | 15 % | 35 % |
| Ahvenanmaa | 100 | 25 % | 14 % | 39 % |
| Koko Suomi | 5 000 | 20 % | 15 % | 35 % |

Esimerkiksi suuri vastauskato, väärä otosasetelma tai puuttuvien havaintojen määrä voivat aiheuttaa kyselytutkimuksissa vinoutumia otosaineiston jakaumaan. Systemaattisten vinoutumien vuoksi otos ei enää ole satunnainen. Tällöin aineistoa voidaan painottaa, jotta otosaineisto kuvaisi paremmin otospopulaatiota (<http://www.fsd.uta.fi>)

Tässä tutkimuksessa tuloksia laskettaessa jokaiselle tilastoyksikölle (henkilölle) muodostettiin ns. painokerroin, jolla henkilöä koskevat mittaustulokset (esim. rapujen syönti) kerrottiin. Painokerroin muodostui poimintayksikön eli henkilön sisällysmistodennäköisyyden ja vastaustodennäköisyyden käänteisluvuista sekä ns. kalibrointipainosta. Kalibroinnissa otoksesta laskettavat jakaumat saadaan vastaamaan ns. reunajakaumia. Tällaisina reunajakaumina käytettiin väastörekisteristä saatuja ikäjakauksia (taulukko 4). Estimointi tehtiin käyttäen SAS -ohjelmistoa ja Ruotsin tilastovirastossa kehitettyä SAS – makroa CLAN 97.

Taulukko 4. Otokseen poimittujen ja vastanneiden henkilöiden jakaumat sukupuolittain ja ikäluokittain sekä vastanneista laskettu painotettu jakauma mikä on sama kuin kalibroinnissa käytetty reuna-jakauma.

| | ikälk | Otanta | | Vastanneet | | | Vastanneista laskettu painotettu jakauma | |
|-----------------|-------|--------|--------------|------------|--------------|-----------|--|------------------|
| | | % | henkilöä | % | henkilöä | vastaus-% | % | henkilöä |
| Naiset | 18-24 | 12 | 286 | 8 | 78 | 27 | 12 | 223 505 |
| | 25-44 | 35 | 871 | 26 | 270 | 31 | 36 | 651 488 |
| | 45-64 | 39 | 970 | 44 | 451 | 46 | 42 | 766 532 |
| | 65-74 | 14 | 341 | 22 | 230 | 67 | 10 | 176 258 |
| | YHT | 100 | 2 468 | 100 | 1 029 | 42 | 100 | 1 817 783 |
| Miehet | 18-24 | 10 | 262 | 5 | 34 | 13 | 13 | 233 036 |
| | 25-44 | 32 | 809 | 30 | 215 | 27 | 38 | 675 475 |
| | 45-64 | 39 | 981 | 46 | 332 | 34 | 42 | 752 862 |
| | 65-74 | 19 | 480 | 20 | 145 | 30 | 7 | 127 210 |
| | YHT | 100 | 2 532 | 100 | 726 | 29 | 100 | 1 788 583 |
| Yhteensä | | | 5 000 | | 1 755 | 35 | | 3 606 366 |

Edellä kuvattua tilastomenetelmää käyttäen lopulliset tulokset on laajennettu kattamaan koko aikuisväestöä lukuun ottamatta laitospaikoissa asuvia. Toisin sanoen tulokset koskevat kaikkia 18- 74 vuotiaita suomalaisia.

Tuloksille laskettiin myös 95 % luottamusvälit. Luottamusvälillä kuvataan vastaukadosta johtuvaa satunnaisvirhettä. Luottamusvälin ylä- ja alarajat ovat lukuja, jotka ilmaisevat mille välille laskettu (estimoitu) luku 95 %:n todennäköisyydellä sijoittuu. Esimerkiksi rapuja syöviä henkilöitä oli 95 prosentin todennäköisyydellä välillä 1 065 000 – 1 244 000 henkilöä (1 155 000 ± 89 500 henkilöä).

Määritelmiä:

Rapujen syöjillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa niitä henkilöitä, jotka ilmoittivat syövänsä tai ovat joskus syöneet suomalaisia joki- ja /tai täplärapuja, kuitenkin enemmän kuin vain maistaneet. Toisin sanoen rapujen syönti tässä tutkimuksessa ei ole kytketty mihinkään tiettyyn vuoteen.

Rapujen *ei-syöjillä* puolestaan tarkoitetaan henkilöitä, jotka eivät ole syöneet suomalaisia rapuja, korkeintaan vain joskus maistaneet.

Kun tässä raportissa puhutaan *rapujen syöjistä* tai *ei-syöjistä* tarkoitetaan suomalaisten joki- ja /tai täplärapujen syöjiä, vaikka sitä ei erikseen joka kohdassa mainita.

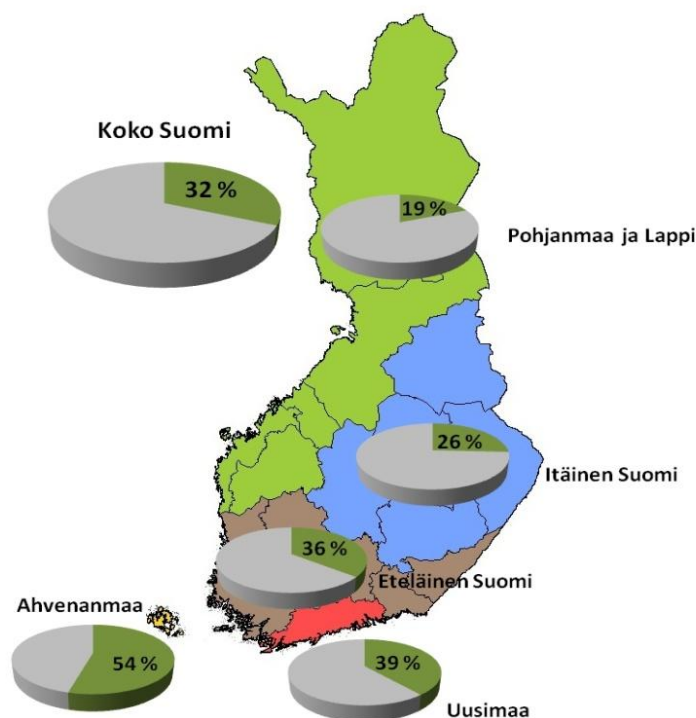
Ellei erikseen muuta mainita, tulokset ovat tilastomenetelmin laajennettu koskemaan kaikkia 18-74 vuotiaita suomalaisia ts. koko aikuisväestöä.

Tutkimusaineistoa kerääntyi kysymysten määrästä ja niiden laajuudesta johtuen hyvin runsaasti. Tässä raportissa on esitetty kustakin aihealueesta tärkeimmät tulokset. Aineisto antaa kuitenkin jatkossa mahdollisuuden tätä raporttia syvällisempään analyysiin ja tulosten tarkasteluun.

5. Kyselytutkimuksen tuloksia

5.1. Kolme neljännestä rapujen syöjistä asuu Etelä-Suomessa

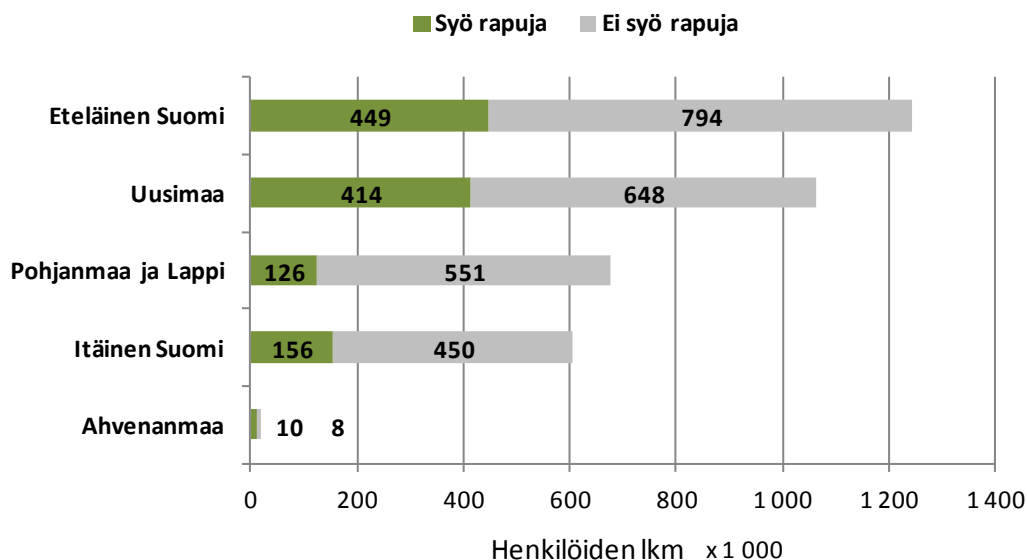
Noin 32 % Suomen aikuisväestöstä (18 - 74 vuotiaista) syö suomalaisia joki- ja/tai täplärapuja. Prosentuaalisesti eniten rapujen syöjiä on Ahvenanmaalla (54 %), Uudellamaalla (39 %) ja Eteläisessä Suomessa (36 %) ja vähiten Itäisessä Suomessa (26 %) ja Pohjanmaan ja Lapin alueella (19 %) (kuva 4)



Kuva 4. Suomalaisia rapuja syövien prosenttiset osuudet alueittain.

Jotta rapujen syöjistä saadaan konkreettisempi käsitys, prosentuaalisia osuuksia tarkastellaan myös henkilömäärinä. Tulokseksi saatiin, että Suomessa on yhteensä noin 1 155 000 ± 89 500 suomalaisia rapuja syöviä 18 – 74 -vuotiaita henkilöitä. Pyöristäen voidaan sanoa, että Suomen aikuisväestöstä noin 1,2 miljoonaa syö suomalaisia rapuja.

Kuten prosentuaalisesti, myös määrällisesti rapujen syöjiä oli eniten tiheästi asutuilla Uudellamaalla ja Eteläisessä Suomessa, yhteensä noin 0,9 miljoonaa henkeä, mikä on noin 75 % kaikista rapuja syövistä. Loput rapujen syöjistä, yhteensä noin 0,3 miljoonaa löytyy Itäisestä Suomesta ja Pohjanmaan ja Lapin alueilta. On huomattava, että vaikka Ahvenanmaalaiset olivat innokkaita rapujen syöjiä (54 %) määrällisesti heitä on kuitenkin muihin alueisiin verrattuna vähän, vajaa 10 000 henkeä. (kuva 5). Vastaavasti voidaan nähdä, että suurin ”syömättömien potentiaali” löytyy väestörikkaimmista eteläisimmiltä alueilta, mutta miljoonan verran väkeä löytyy myös kahdelta pohjoisemmalta alueelta.

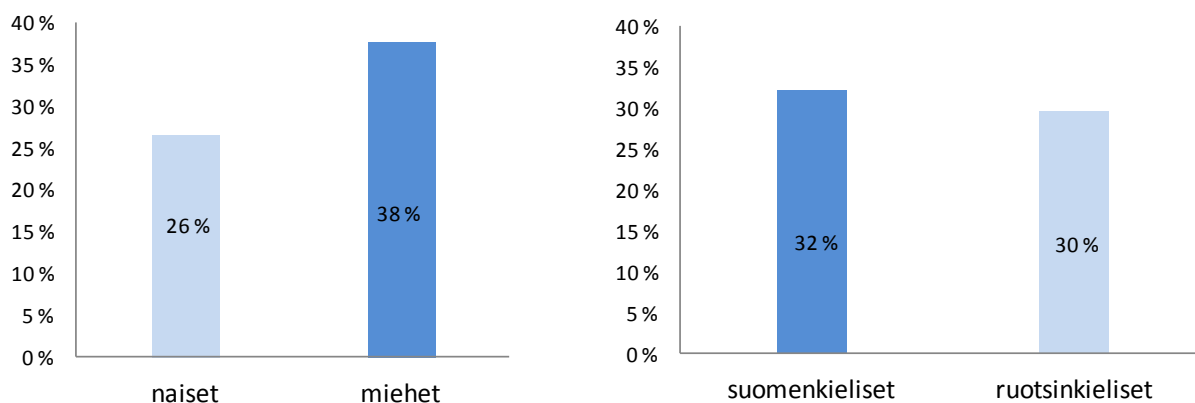


Kuva 5. Suomalaisia rapuja syövien ja ei-syöjien lukumäärät maan eri alueilla.

5.2. Miehistä suurempi osa kuin naisista syö rapuja

Keskimäärin pienempi osuus naisista (26 %) kuin miehistä (38 %) syö suomalaisia rapuja (kuva 6, vasen). Erityisen vähän rapuja syöviä naisia oli nuorimmassa 18 – 24 vuotiaiden ikäluokassa (10 %). Rapuja syöviä miehiä vastaavassa ikäryhmässä oli runsas 20 %. Vasta vanhimmassa ikäluokassa miesten ja naisten välinen ero hieman tasoittuu.

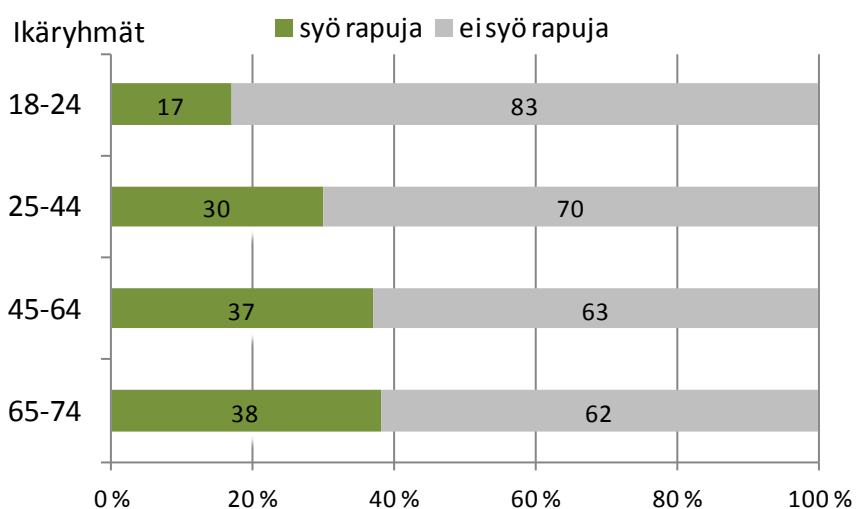
Lähes myytti siitä, että ruotsinkielisessä väestössä olisi suhteellisesti enemmän rapuja syöviä kuin suomenkielisessä väestössä, ei käynyt toteen tässä tutkimuksessa. Molemmissa väestöryhmissä oli lähes yhtä paljon rapujen syöjiä (kuva 6, oikea).



Kuva 6. Suomalaisia rapuja syövien naisten ja miesten osuudet sekä rapuja syövien osuudet kieliryhmittäin.

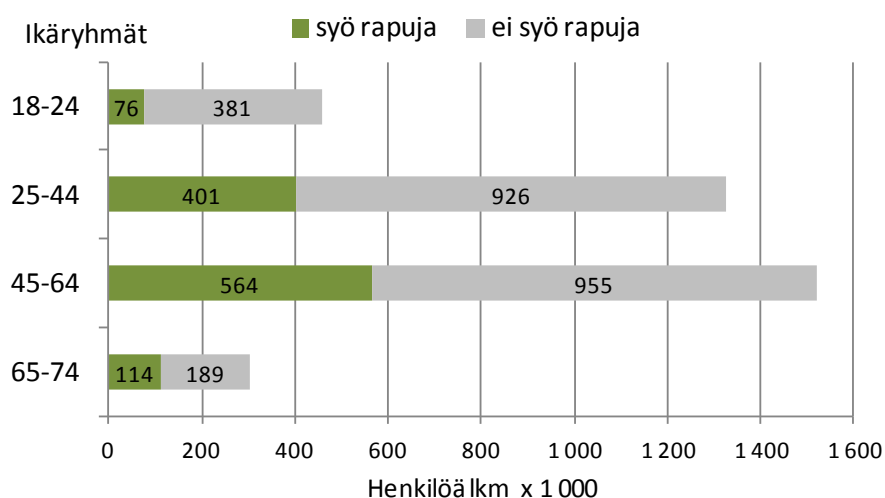
5.3. Iäkkäämmillä oli rapujen syömisestä enemmän kokemusta

Vanhemmissa ikäryhmissä oli prosentuaalisesti enemmän (37 - 38 %) suomalaisten rapujen syöjiä kuin nuorimmassa ikäluokassa (17 %) (kuva 7). Koska rapujen syöntiä ei ole kytketty mihinkään tiettyyn ajanjaksoon, tulosta pitänee tulkita myös niin, että vanhemmilla henkilöillä on ollut enemmän aikaa tutustua rapuihin ja syödäkin niitä kuin nuoremmilla. Vanhimmassa ikäluokassa, 64 – 74 vuoti-
 aat rapujen syöjien prosentuaalinen määrä ei kuitenkaan enää lisääntynyt verrattuna edelliseen ikäryhmään.



Kuva 7. Suomalaisia rapuja syövien ja ei-syövien 18 - 74 -vuotiaiden osuudet (%) ikäryhmittäin.

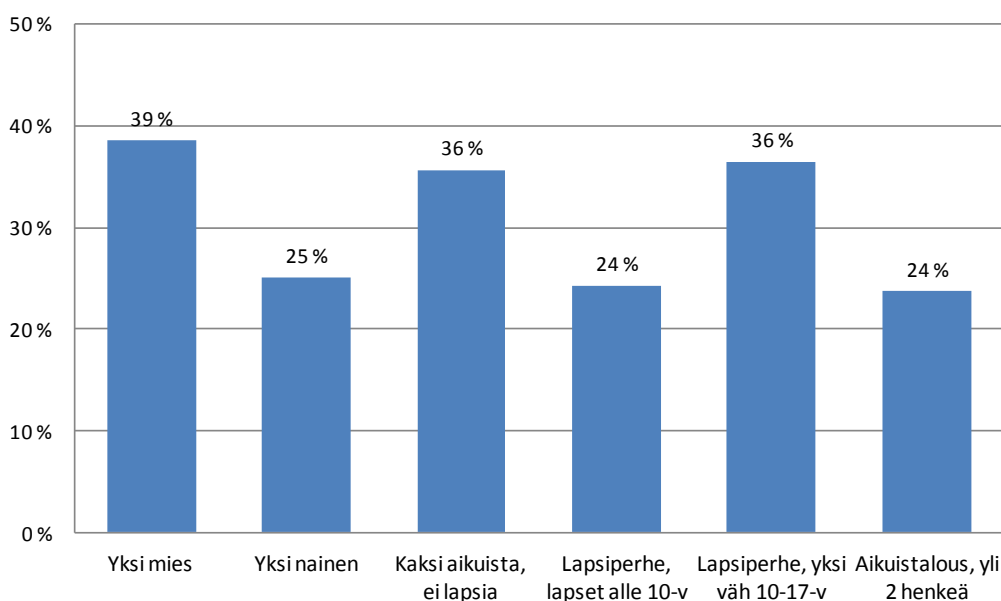
Kahdessa keskimmaisessä ikäluokassa on määrällisesti eniten rapuja syöviä, yhteensä vajaa miljoona henkilöä. Samoin näissä ikäryhmässä on lukumäärältään myös paljon ei-syöjiä, lähes kaksi miljoonaa henkeä (kuva 8). Koska ikäluokat eivät ole tässä tutkimuksessa tasajaollisia, on selvää, että juuri näihin ryhmiin kuuluu paljon sekä syöjiä että ei-syöjiä.



Kuva 8. Suomalaisia rapuja syövien ja ei-syövien 18 - 74 -vuotiaiden henkilöiden lukumäärät ikäryhmittäin.

5.4. Rapuja syövien osuudet vaihtelivat erilaisissa kotitalouksissa

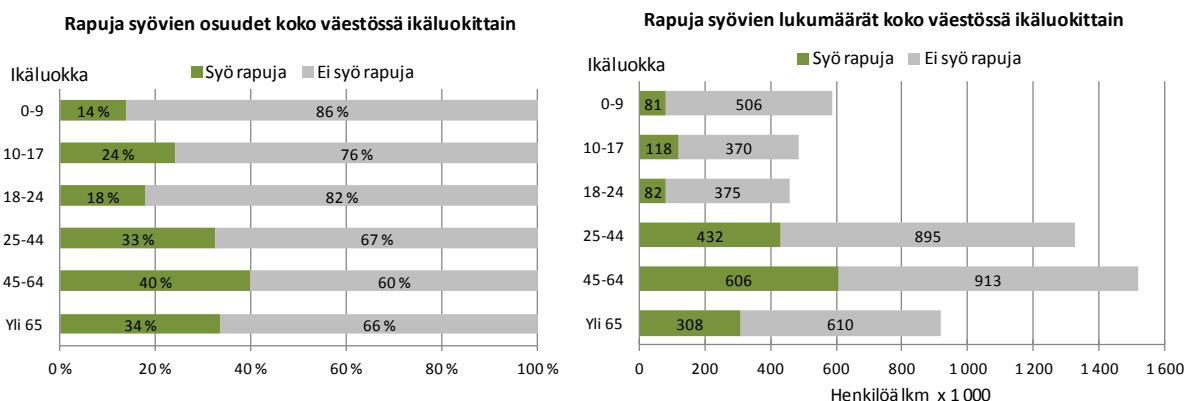
Vaikka kysely suunnattiin väestörekisteristä poimitulle henkilölle henkilökohtaisesti vastattavaksi, taustatietona saatiin tieto sen kotitalouden rakenteesta missä vastaaja asui. Tutkimuksen kohteena olevalta henkilöltä kysyttiin, syökö hän itse rapuja. Sen lisäksi häneltä kysyttiin myös, syövätkö muut perheenjäsenet suomalaisia rapuja vai eivät. Aineisto jaettiin kuuteen rakenteeltaan erilaiseen kotitaloustyyppiin (kuva 9). Yhden miehen kotitalouksista 39 %:ssa syötiin suomalaisia rapuja. Lähes yhtä paljon (36 %) rapuja syöviä kotitalouksia löytyi sekä kahden aikuisen että lapsiperheen, jossa vähintään yksi teini-ikäinen lapsi, kotitalouksista. Suhteellisesti vähiten rapuja syöviä kotitalouksia (24-25 %) oli yhden naisen, pikkulapsi tai yli 2 aikuisen kotitaloustyypeissä (kuva 9).



Kuva 9. Suomalaisia rapuja syövien kotitalouksien osuudet erityyppisissä kotitalouksissa.

5.5. Lapset ja nuoret ravunkuluttajina

Käyttäen hyväksi kotitalouskohtaisia vastauksia ja taustatietoa väestön rakenteesta, joitakin tuloksia laajennettiin koskemaan koko väestöä. Tällainen laajennettu tulos on suomalaisia rapuja syövien osuudet ja määrät koko väestössä. Nyt mukana ovat myös nuorimmat ikäluokat; 0-9 –vuotiaat pikkulapset ja 10-17 vuotiaat lapset sekä yli 74 vuotiaat seniorit. Myös näissä ikäryhmissä rapuja syöviä oli suhteellisesti eniten vanhemmissa ikäryhmissä, mutta huomattavan paljon myös kahdessa nuorimassa ikäryhmässä (kuva 10, vasen). Suomen koko väestömäärä tällä hetkellä on noin 5,3 miljoonaa henkeä. Rapuja syövien lukumäärä koko väestössä on noin 1,6 miljoonaa henkilöä (kuva 10, oikea), kun se aikuisväestössä, 18 - 74 vuotiaista oli 1,2 miljoonaa.

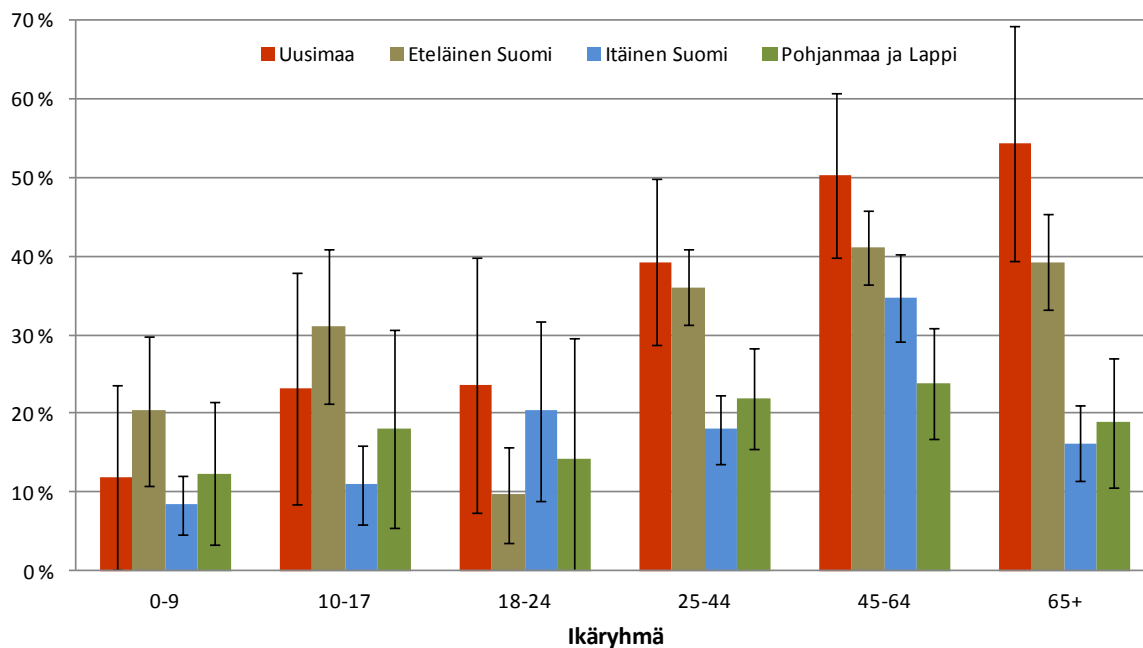


Kuva 10. Suomalaisia rapuja syövien ja ei syövien henkilöisen prosenttise osuudet ja lukumäärät ikäluokittain koko Suomen väestössä.

Merkillepantavaa tässä on rapuja syövien lasten ja etenkin isompien lasten/teiniä (10 - 17 v.) suhteellisen suuri osuus verrattuna seuraavaksi vanhempaan, 18 - 24 -vuotiaiden ikäluokkaan. Myös lukumääräisesti näissä lapsi-ikäryhmissä oli huomattavan paljon rapujen syöjiä (kuva 10, oikea).

Edellä olevaa tulosta tarkasteltiin hieman tarkemmin. Rapujen syöjät jaettiin alueittain (osittaittain) ikäryhmiin (kuva 11). Kahdessa nuorimmassa ikäluokassa esim. Eteläisen Suomen alueella on suhteellisen paljon rapujen syöjiä, vaikka erot kaikkiin muihin alueisiin verrattuna eivät olekaan tilastollisesti kovin merkitseviä. Eteläisen Suomen alueella noin kolmannes 10 - 17 -vuotiaista ja viidennes alle 10 -vuotiaista söi rapuja. Syynä tähän voi olla se, että eteläisen Suomen alueella on nyt paljon hyviä täplärapuvesiä. Siellä oletettavasti ravustetaan paljon itse, jolloin lapset pääsevät mukaan tutustumaan rapuihin. Rapujensyönti voi kaiken kaikkiaan olla runsasrapuisimmilla alueilla enemmän perhekeskeisempää kuin muilla alueilla. Voi kysyä, onko meillä elpyneiden rapuvesien äärelle nousemassa kokonainen uusi rapuja syövä sukupolvi!

Kuvasta 11 näkyy myös kuinka kolmessa vanhimmassa ikäryhmässä Uudenmaan ja eteläisen Suomen rapujen syöjien osuudet eroavat merkittävästi suurempina muusta Suomesta. Kaaviossa ei ole mukana Ahvenanmaata tuloksen epäluotettavuudesta johtuen.

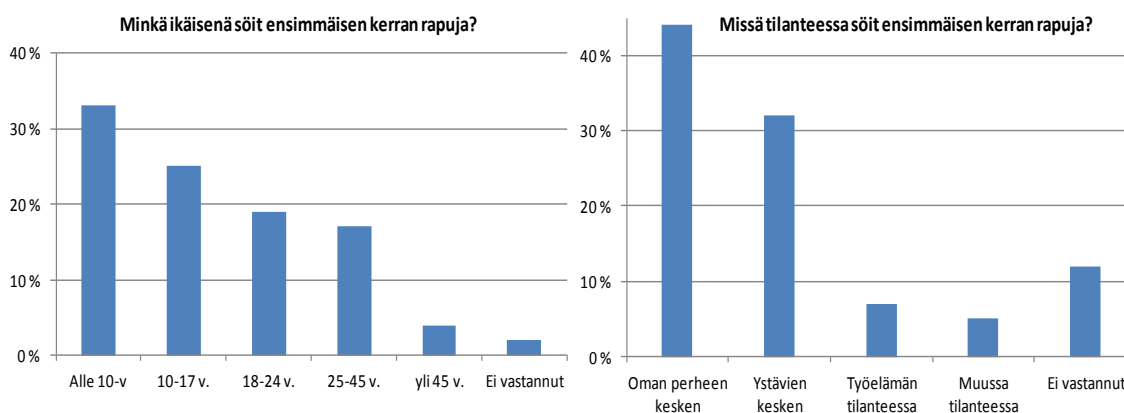


Kuva 11. Suomalaisia rapuja syövien prosenttiset osuudet koko väestön kustakin ikäryhmästä alueittain. Ahvenanmaan osite ei ole mukana, koska tulos Ahvenanmaan kohdalla on epäluotettava. Janat pylväiden päissä kuvaavat 95: %:n luottamusvälejä.

5.6. Minkä nuorena oppii sen vanhana taitaa

Noin 60 % rapuja syövästä suomalaisista oli syönyt rapuja jo lapsena ja noin kolmannes kaikista syöjistä jo alle 10 –vuotiaina. Vastaavasti vain noin neljännos kaikista syöjistä oli ensimmäisen kerran tutustunut rapuihin ”vasta” 25 vuotiaana tai vanhempana. Tulos on mielenkiintoinen ja hieman yllättäväkin; ravunsyönti on vahvasti nuorena opittu taito (kuva 12, vasen).

Koska kyseessä ovat ennen kaikkea nuoret ensikertalaiset, on luonnollista, että syöminen on tapahtunut useimmiten perhe- ja ystäväpiirissä (yhteensä 75 %) (kuva 12, oikea).



Kuva 12. Rapuja syövien suomalaisten ikä ja tilanne (prosentteina), kun he ensimmäisen kerran söivät suomalaisia rapuja.

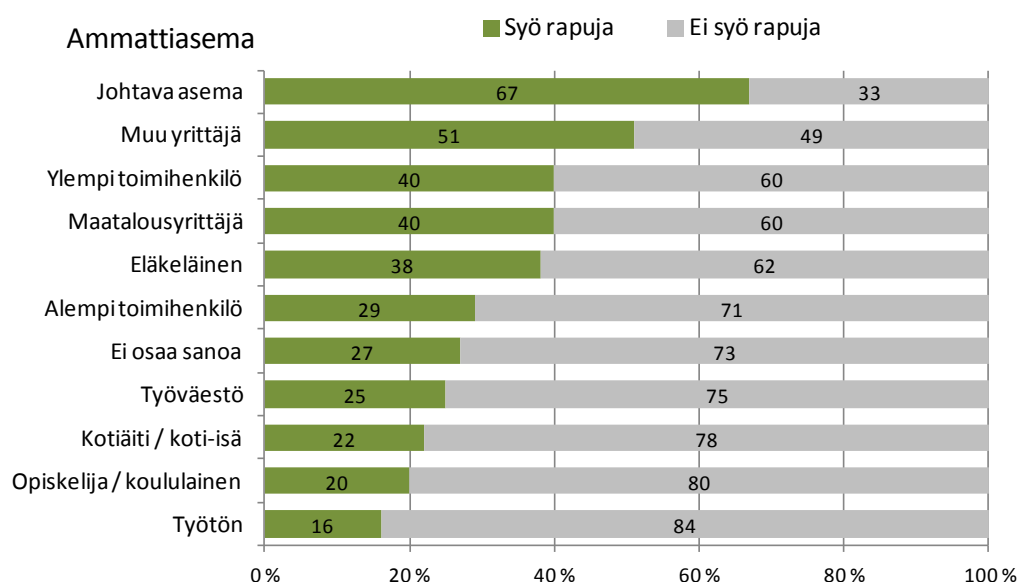
Myös muutamissa avoimissa vastauksissa oli kiinnitetty erityistä huomiota nuorena oppimiseen.

"Tänä kesänä 2011 olemme syöneet lastenlasten kanssa ensi kerran rapuja ja siis tutustuttaneet pojat (6 v ja 9 v) ravustamaan ja syömään rapuja. Ollut ilo seurata heidän innostustaan!"

"Mieheni kotikylässä Irlannissa "viljellään" rapuja ja siellä niitä käytetään "normaalisti". Lasten pitää kasvaa ravunsyöntikulttuuriin.

5.7. Ammattiasemalla oli merkitystä

Ammattiasemalla oli merkitystä siihen, kuinka rapuja syötiin. Johtavassa asemassa olevista henkilöistä suurempi osa (67 %) söi rapuja kuin muissa ammattiasemissa olevat ihmiset. Seuraavaksi eniten rapujen syöjiä oli muiden yrittäjien kuin maatalousyrittäjien (51 %) ryhmässä. Kolmannelle sijalle nousivat ylemmät toimihenkilöt, maatalousyrittäjät ja eläkeläiset, joista noin runsas kolmannes söi rapuja. Rapuja syövien osuus oli pienin työttömien (16 %) sekä opiskelijoiden ja koululaisten (20 %) ryhmissä (kuva 13).



Kuva 13. Suomalaisia rapuja syövien osuudet ammattiaseman mukaan.

5.8. Suomalaiset ravut tunnettiin vaihtelevasti

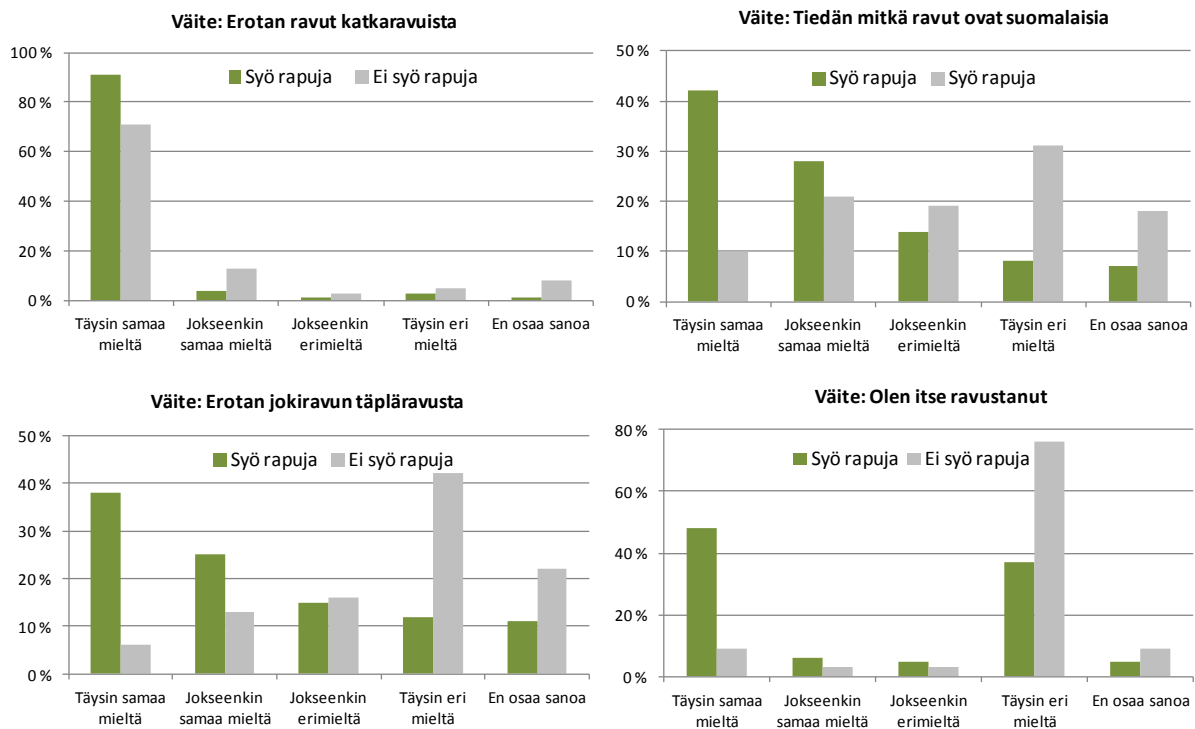
Erialaisten väittämien avulla selvitettiin kuinka hyvin suomalaiset tuntevat joki- ja täpläravut. Kysymys esitettiin kaikille tutkimukseen osallistuneille.

Suurin osa (77 %) suomalaisista osaa erottaa varmasti katkaravut ravuista (kuva 14, vasen ylä) ja kaksi kolmasosaa rapujen syöjistä tiesi varmasti tai melko varmasti mitkä ravut ovat suomalaisia. Myös kolmannes ei-syöjistä tunnisti suomalaiset ravut, tosin vain 10 % täysin varmasti ja puolet ei lainkaan tai ei osannut sanoa (kuva 14, oikea ylä). Eri alueiden (ositteiden) väliltä ei löydetty tilastollisesti merkitseviä eroja siinä, miten hyvin rapujen syöjät tietävät, mitkä ravut ovat suomalaisia.

Myös kahta rapulajiamme ei ollut helppo erottaa toisistaan. Vain viidennes ei-syöjistä pystyi tähän varmasti tai melkovarmasti. Rapujen syöjistäkin vain runsas kolmannes erotti lajit täysin varmasti, neljäs ei osannut sanoa tai ei erottanut lajeja varmasti (kuva 14, vasen alla). Ilmeisesti tunnis-

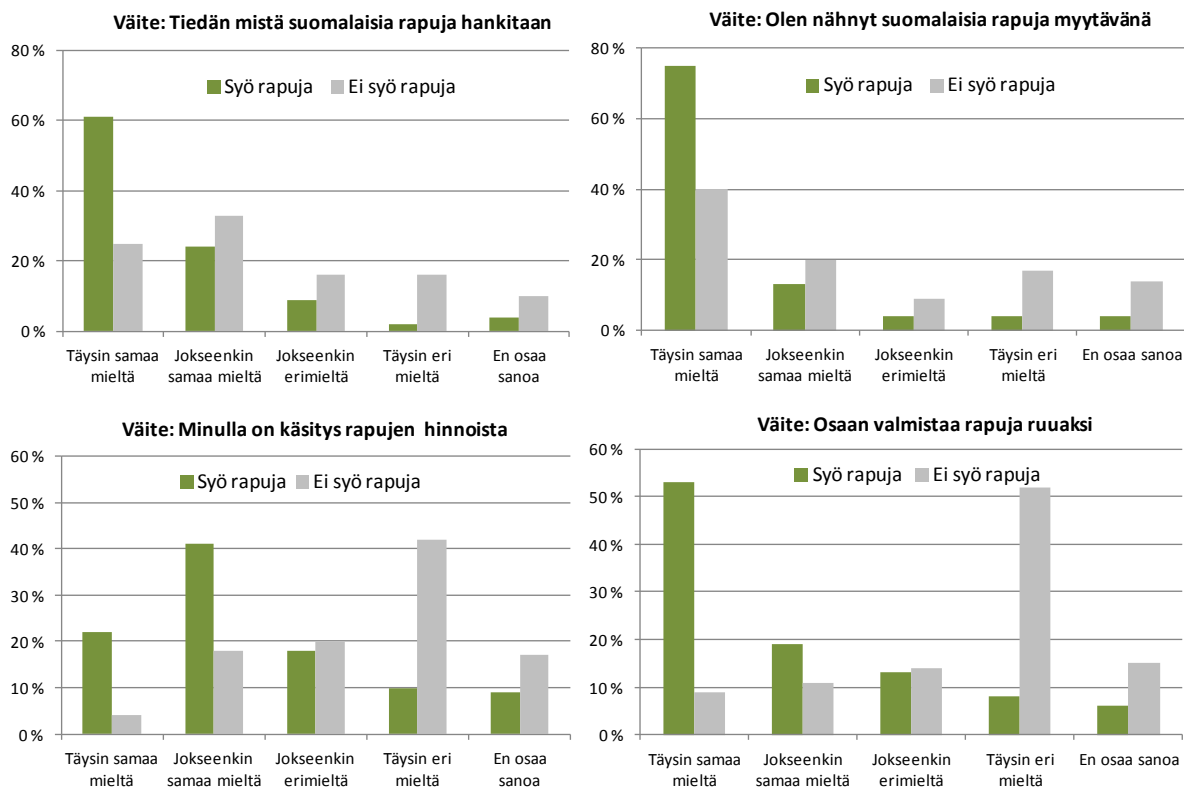
tus vaikeutui, jos ei tuntenut toista rapulajeista hyvin tai ei ollenkaan, ts. oli syönyt vain joki- tai täplärapuja. *Ei-syöjien* joukossa lajit erotettiin paremmin eteläisen Suomen (20 %) kuin Pohjanmaan ja Lapin (12 %) alueilla. Rapuja syömättömistä Ahvenanmaan asukkaista yksikään ei vastannut pystyvänsä varmasti erottamaan jokirapua täpläravusta.

Noin puolet *ravun syöjistä* oli ravustanut itse, mutta suurin osa *ei-syöjistä* ei koskaan (kuva 14, oikea alla). Alueittain tarkasteltuna itse ravustaneita oli suurempi osuus eteläisen Suomen (31 %) kuin Pohjanmaan ja Lapin (17 %) alueen väestössä.



Kuva 14. Suomalaisen näkemykset siitä kuinka hyvin he erottavat suomalaiset ravut muista ravuista ja äyriäisistä. Pylväissä kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus suomalaisten rapujen syöjistä (vihreät pylväät) ja ei-syöjistä (harmaat pylväät) oli samaa tai eri mieltä kyseisen väittämän kanssa asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin erimieltä, täysin erimieltä, ei osaa sanoa.

Suurin osa (85 %) *rapujen syöjistä* tiesi mistä rapuja hankitaan ja oli nähnyt niitä myytävänä. Myös yllättävän moni, runsaat puolet (58 %), *ei-syöjistä* oli selvillä hankinta- ja myyntipaikoista. Heillä ei kuitenkaan ollut yhtä selvää käsitystä rapujen hintatasosta kuin rapujen syöjillä (kuva 15, ylä ja vasen ala) Rapujen syöjät ilmoittivat suurimmaksi osaksi osaavansa valmistaa rapuja ruuaksi, kun taas *ei-syöjien* tilanne sen suhteen oli täysin päinvastainen (kuva 15, oikea ala). Kolmen eteläisimmän alueen (Uusimaa, eteläinen ja itäinen Suomi) asukkaista suurempi osa (37 – 41 %) tiesi varmasti mistä rapuja hankitaan kuin Pohjanmaan ja Lapin alueen asukkaista (25 %).



Kuva 15. Näkemykset siitä kuinka suomalaiset *rapujen syöjät* ja *ei syöjät* tuntevat rapujen hankintapaikat, hinnan ja valmistuksen ruuaksi. Pylväissä kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus suomalaisten rapujen syöjistä (vihreät pylväät) ja ei-syöjistä (harmaat pylväät) oli samaa tai eri mieltä kyseisen väittämän kanssa asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin erimieltä, täysin erimieltä, ei osaa sanoa.

5.9. Erilaiset katkaravut ja katkarapujalosteet maistuvat suomalaisille

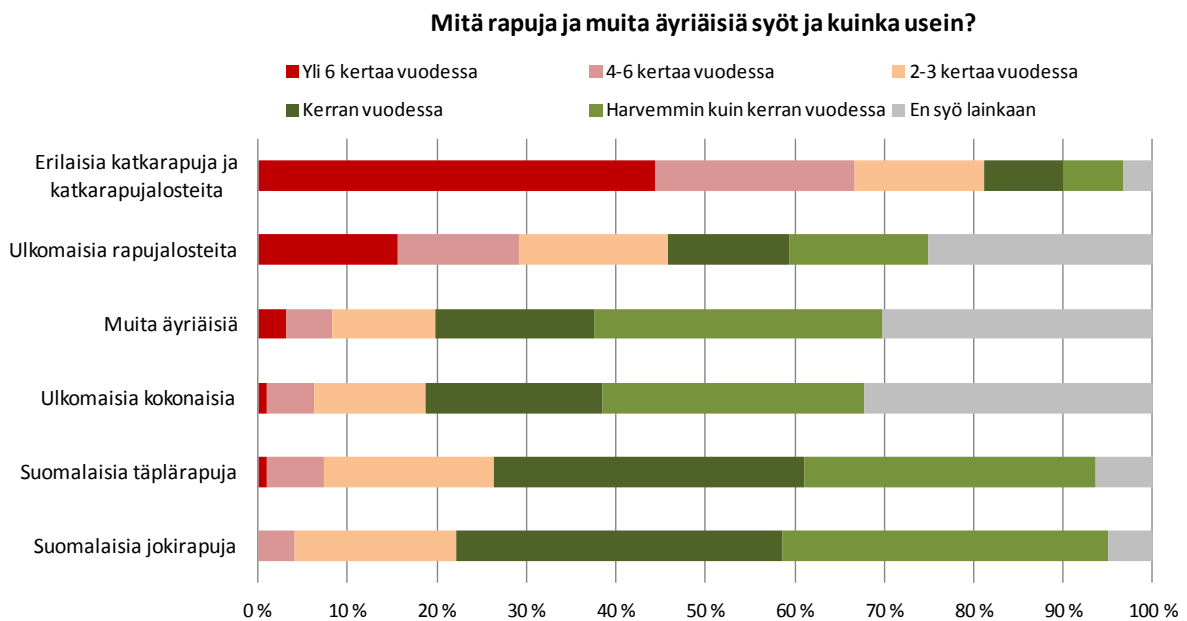
Suomessa syödään katkarapuja nykyään noin 3200 tonnia vuodessa, mikä on enemmän kuin minkään muun äyriäisen kulutus (Savolainen ym. 2012). Tämä ilmiö näkyy myös tämän tutkimuksen tuloksissa. Kun kysyttiin, mitä rapuja ja muita äyriäisiä syöt ja kuinka usein, katkaravut nousivat etusijalle sekä suomalaisia rapuja syövien (kuva 16) että ei syövien (kuva 17) keskuudessa.

Suomalaisten rapujen syöjiksi ”ilmottautuneista” noin 40 % syö erilaisia katkarapuja ja katkarapujalosteita yli 6 kertaa vuodessa ja lisäksi 20 % syö 4-6 kerta vuodessa (kuvassa punaiset sävyt). Vain 3 % suomalaisia rapuja syövästä aikuisväestöstä ei syö katkarapuja lainkaan. Toiseksi suosituimpina katkarapujen jälkeen tulivat ulkomaiset rapujalosteet. Yleisimpiä ulkolaisia rapujalosteita kaupassa ovat mm. erilaisia säilöttyjä, tuoreita tai pakastettuja rapujen pyrstöt tai muut ravunlihasäilykkeet. Noin neljännes *rapujen syöjistä* ei kuitenkaan syö ulkomaisia rapujalosteita lainkaan. Eteläisen Suomen asukkaista useampi (30 %) kuin Uudellamaalla (15 %) jättää ulkomaiset rapujalosteet kokonaan syömättä. Merkille pantavaa on myös että noin kolmannes (31 %) suomalaisten *rapujen syöjistä* ei syö lainkaan ulkolaisia kokonaisrapuja, joita kuitenkin on tarjolla ympäri vuoden.

Jos katsotaan täpläravun ja jokiravun syöntikertoja kuva muuttuu (vihreäsävyiseksi) ts. kolmannes syö kyseisiä rapuja vain kerran vuodessa ja toinen kolmannes vielä tätäkin harvemmin. Noin viidennes syö kuitenkin 2-3 kertaa vuodessa. Suurempi osa eteläisen Suomen asukkaista syö täplärapuja 2-3 kertaa vuodessa kuin itäisen Suomen ja Pohjanmaan ja Lapin alueiden asukkaista. Vain 1 %

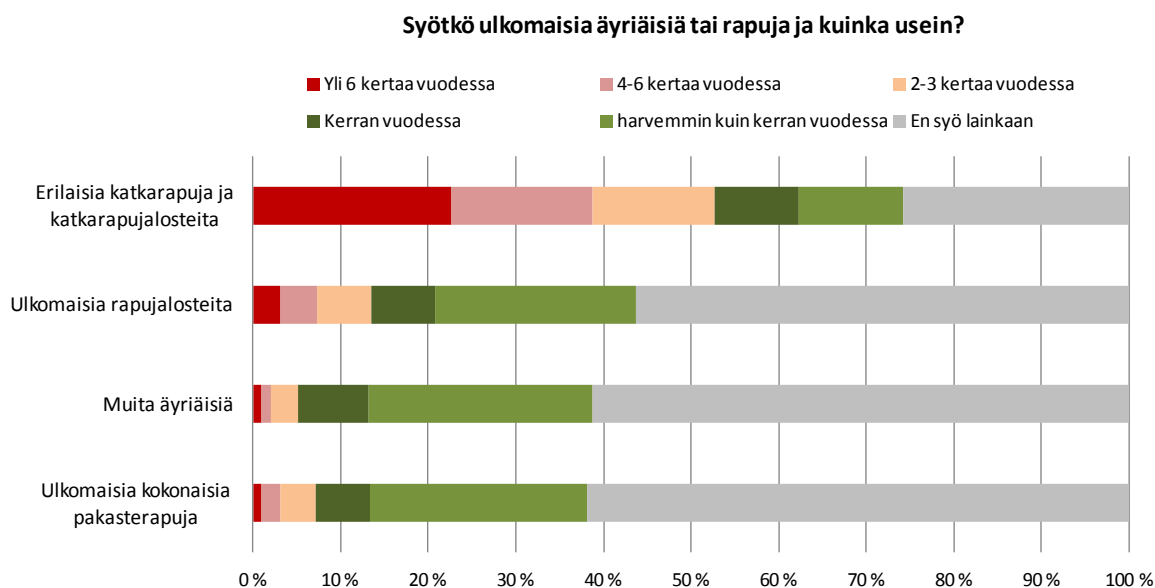
suomalaisista syö täplärapuja yli 6 kertaa vuodessa ja jokirapuja vieläkin harvempi. Useimmat näistä asuvat Uudellamaalla (kuva 16). Suomalaiset ravut halutaan usein ostaa tuoreena keitettynä tai elävänä ja niitä on tarjolla kuluttajille yleensä vain rapusesongin kiivaimpana aikana, heinäkuun lopusta syyskuun loppuun ja hintakin on usein korkea. Näin ollen on ymmärrettävää, että syöntikertoja vuodessa kertyy vähemmän kuin muille jatkuvasti kaupan hyllyillä oleville äyriäistuotteille.

Huomio tässä kiinnittyy täpläravun ja jokiravun lähes yhtäläisiin tuloksiin (kuva 16). Sekä joki- että täplärapuja syötiin siis syöntikerroilla laskien lähes yhtä usein. Mistä tässä on kysymys, kun täplärapua on kuitenkin paljon enemmän markkinoilla kuin jokirapua? Tässä tutkimuksessa ei selvitetty syötyjä rapumääriä, mutta oletettavasti täplärapuja syödään yhtä syöntikertaa kohden runsaammin. Toisaalta, koska syöntikertoja ei sidottu mihinkään tiettyyn vuoteen, harvemmin kuin kerran vuodessa (vaaleanvihreä palkki) jokirapuja syöneet voivat olla osittain henkilöitä, jotka söivät jokirapuja ennen kuin täpläravut ilmestyivät pyyntiin ja markkinoille.



Kuva 16. Rapujen ja muiden äyriäisten syöntikertojen määrät vuosittain suomalaisia joki- ja täplärapuja syövien suomalaisten keskuudessa.

Siitä aikuisväestön osasta, joka ei syö suomalaisia joki- ja täplärapuja, noin 70 % söi kuitenkin katkarapuja eri muodoissa (kuva 17). Noin 20 % heistä söi katkarapuja yli 6 kertaa ja noin 15 % 4-6 kertaa vuodessa. Ne suomalaiset, jotka eivät syöneet suomalaisia rapuja, söivät kuitenkin muitakin äyriäistuotteita huomattavasti harvemmin kuin rapujen syöjät, suurin osa heistä (60 %) ei lainkaan.

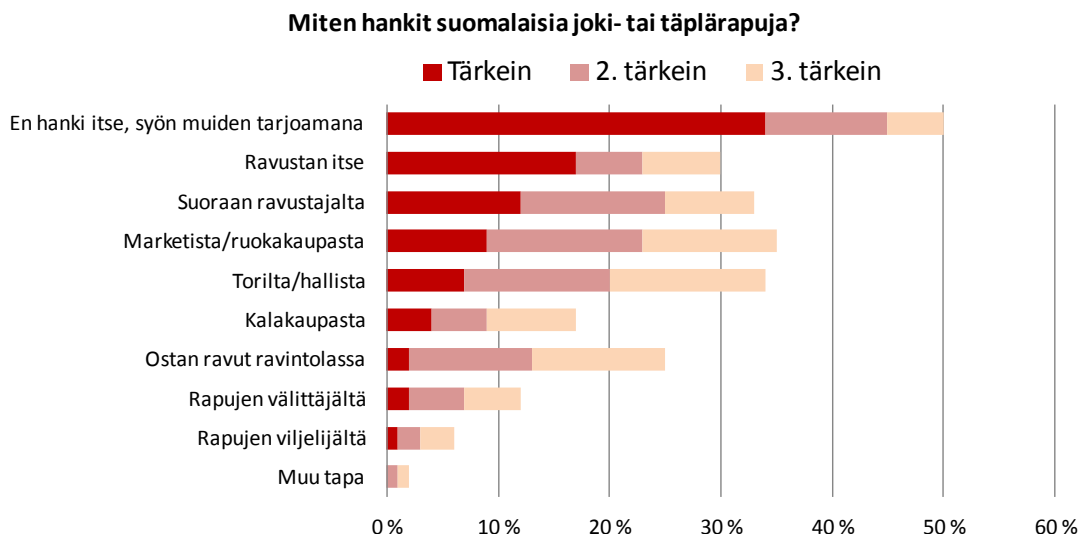


Kuva 17. Muiden rapujen ja äyriäisten syöntikertojen määrät vuosittain niiden suomalaisten keskuudessa, jotka eivät syö suomalaisia joki- ja täplärapuja. (Muut ravut = muut kuin suomalaiset ravut).

5.10. Rapujen hankintatavat

Suomalaisia *rapuja syövilä* kysyttiin miten he hankkivat syömänsä ravut. Kyselyssä tarjottiin 10 erilaista hankkimisvaihtoehtoa, joista yksi oli ”muu tapa”. Näistä vaihtoehdoista piti valita järjestyksessä kolme tärkeintä (tärkein, toiseksi tärkein ja kolmanneksi tärkein) tapaa hankkia rapuja.

Noin kolmanes rapujen syöjistä ei hanki lainkaan itse rapuja vaan syö toisten tarjoamina. Toisten hankkimat ravut nousi tärkeimmäksi tavaksi saada tai päästä syömään rapuja. Noin 15 %:lle tärkein hankintatapa oli ravustaa itse ja runsaalle 10 %:lle ostaminen suoraan ravustajalta. Toiseksi tärkeimmäksi rapujen hankintatavaksi nousee lähes yhdenvertaisena suoraan ravustajalta, marketista/ruokakaupasta ja torilta/hallista ostaminen. Kolmanneksi tärkeimmäksi tavaksi markettiin/ruokakauppojen ja torilta/hallista rinnalla on ostaminen ravintolassa. Vähiten tärkeiksi hankkimispaikoiksi mainitaan kalakaupat, rapujen välittäjät ja rapujen viljelijät (kuva 18).

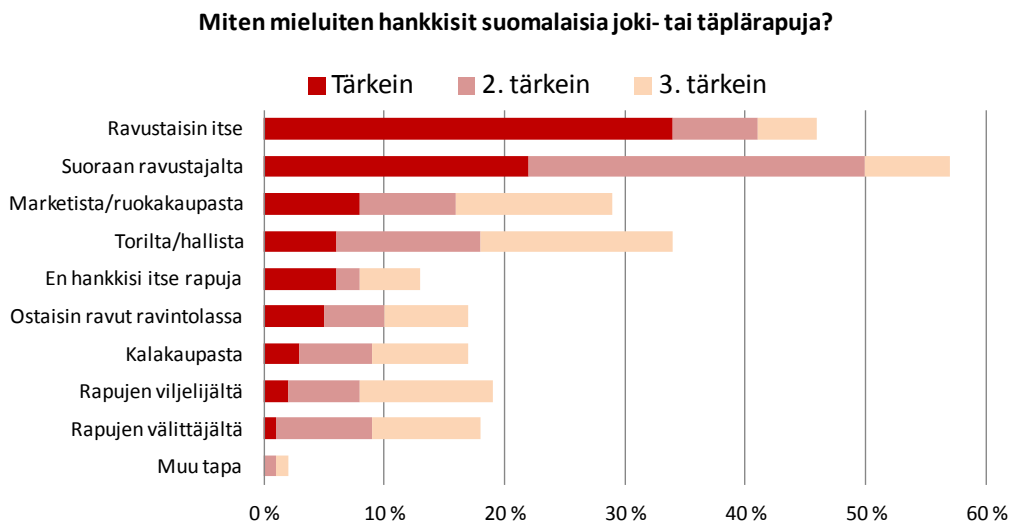


Kuva 18. Suomalaisten joki- ja täplärapujen hankintapaikat/-tavat tärkeysjärjestyksessä.

Rapujen hankintakysymystä jatkettiin kysymällä: *Mistä mieluiten hankkisit suomalaisia rapuja, jos se vain olisi mahdollista?* Hankkimisvaihtoehdot olivat samat kuin edellä ja jälleen pyydettiin vastaamaan tärkeysjärjestyksessä kolme tärkeintä.

Kolmannes ravustaisi mieluiten rapunsa itse ja pitäisi sitä tärkeimpänä hankintatapana ja runsas viidennes ostaisi mieluiten suoraan ravustajalta. Toiseksi tärkeimpänä hankintatapana pidettiin ostoa suoraan ravustajalta. Tähän ryhmään on aivan ilmeisesti lukeutunut valtaosa mieluiten itse ravustavista. Toiseksi ja kolmanneksi tärkeimpinä hankintapaikkoina marketit/ruokakaupat ja torit/hallit nousivat hyvään asemaan. Merkittäväksi kolmanneksi tärkeimmäksi vaihtoehdoksi edellisten joukkoon tuli rapujen hankkiminen ravunviljelijältä. Vain vajaa 15 % rapujen syöjistä ei itse hankkisi rapuja, vaikka hankintamahdollisuuksia olisi tarjolla (kuva 19).

Yhteenvedonä näyttäisi siltä, että rapujen syöjät sen lisäksi, että mielellään ravustaisivat itse, hankkisivat rapunsa muilta alkutuottajilta.

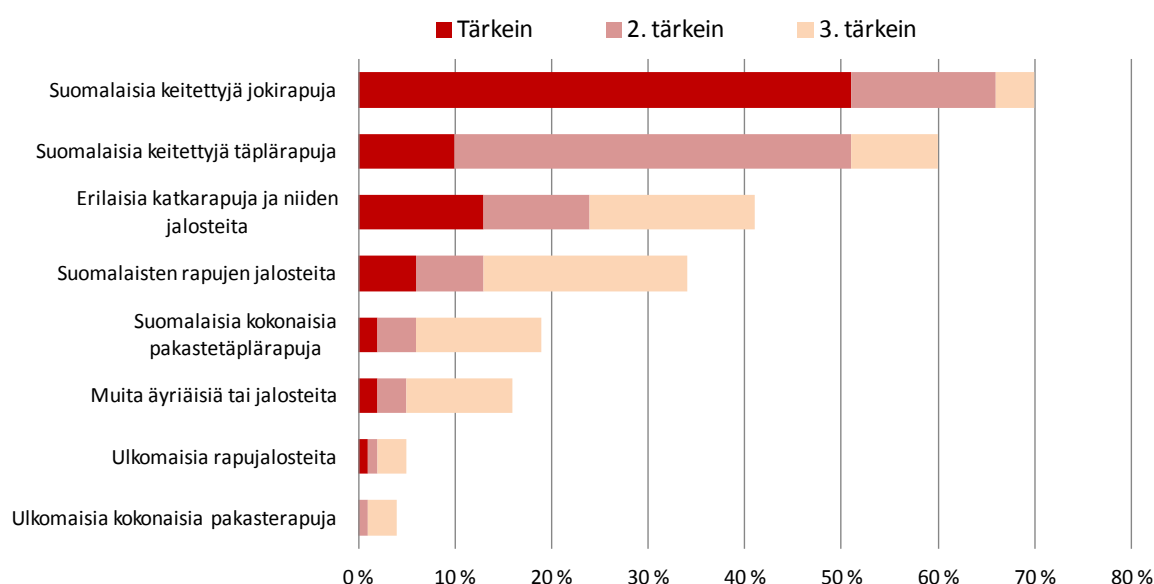


Kuva 19. Suomalaisten toiveet mieluisimmista rapujen hankintapaikoista/-tavoista tärkeysjärjestyksessä, mikäli hankintatapa vain olisi mahdollinen.

5.11. Valmisteista mieluiten syötäisiin suomalaisia keitettyjä jokirapuja

Rapujen syöjille esitettiin kysymys mitä rapuvalmisteita he mieluiten söisivät, jos hinta tai saatavuus ei olisi esteenä. Puolet rapujen syöjistä söisi mieluiten suomalaisia keitettyjä jokirapuja ja toiseksi tärkeimmälle tilalle aivan ilmeisesti osittain samat henkilöt nostivat keitetyt täpläraput. Katkarapuja ja niiden jalosteita pidettiin myös tärkeinä vaihtoehtoina ja ne nousivat esimerkiksi suomalaisista ravuista tehtyjä jalosteita tärkeämmiksi. Mielihalu tuoreisiin rapuihin nousi niin voimakkaasti esiin tärkeimpänä ja toiseksi tärkeimpänä vaihtoehtona, että katkarapujen lisäksi muille raputuotteille ei juuri jäänytkaan jalansijaa. Suomalaisia rapujalosteita kuitenkin noin viidennes voisi harkita kolmanneksi tärkeimpänä vaihtoehtona. Sen sijaan suomalaisia pakastetäplärapuja, puhumattakaan ulkolaisista kokonaisista pakasteravuista, ei mielellään syötäisi, jos edellisiä olisi tarjolla (kuva 20).

Mitä rapuvalmisteita mieluiten söisit, jos kaikkien saatavuus olisi hyvä ja hinta sopiva?

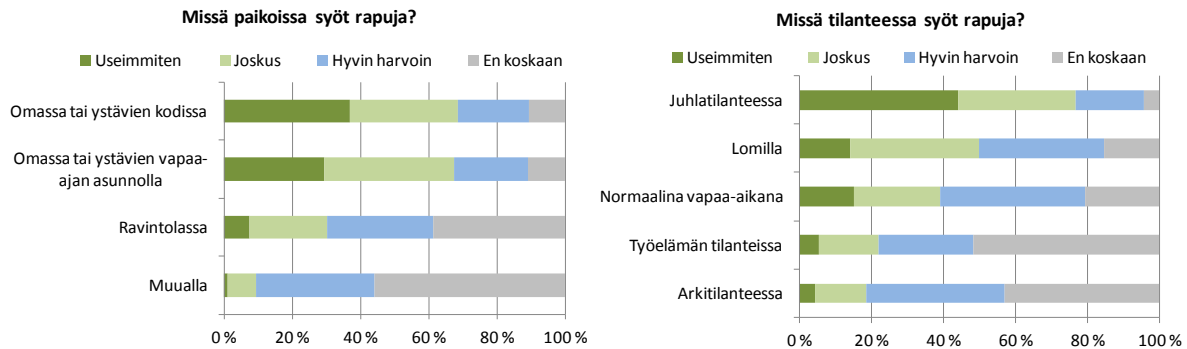


Kuva 20. Suomalaisten toiveet siitä, mitä raputuotteita he mieluiten söisivät, jos kaikkien saatavuus olisi yhtä hyvä ja hinta sopiva. Palkit kuvaavat kuinka suurelle osalle (%) suomalaisista kyseinen tuote on mieluisin (asteikolla: tärkein, toiseksi tärkein, kolmanneksi tärkein).

5.12. Ravut syödään useimmiten juhlatilanteissa tutussa seurassa

Ravut näyttäisivät olevan tämän kyselyn mukaan yhä edelleen ennen kaikkea juhlaruokaa. Kun rapuja syövilta kysyttiin ”Missä tilanteessa syöt rapuja?”, noin 40 % vastasi syövänsä rapuja useimmiten juhlatilanteissa. Kaikkiaan ravunsyöntitilanteet rajoittuvat noin 70 prosenttisesti juhlatilanteisiin, lomiin ja normaaliin vapaa-aikaan. Vastaavasti noin 70 % ilmoitti syövänsä rapuja hyvin harvoin tai ei koskaan työelämän tilanteissa tai arkitilanteissa. (kuva 21, vasen). Näin tapahtuu siitä huolimatta, vaikka rapujen syöjät olisivat valmiita harkitsemaan rapuja myös arkiruokana (kuva 26 alakuvat).

Yhteensä noin 60 % rapujen syöjistä ilmoitti nauttivansa ravut useimmiten omassa tai ystävien kodissa tai vapaa-ajan asunnolla. Vajaa 10 % söi rapuja useimmiten ravintolassa. Sensijaan runsas kolmannes syöjistä ilmoitti, ettei syö rapuja koskaan ravintolassa ja toinen kolmannes ilmoitti syövänsä rapuja ravintolassa vain hyvin harvoin (kuva 21, oikea).



Kuva 21. Rapuja syövien suomalaisten näkemykset siitä, missä tilanteissa ja paikoissa he rapuja yleensä syövät. Palkeissa kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus heistä söi rapuja kyseisessä tilanteessa ja paikassa asteikolla: useimmiten, joskus, hyvin harvoin, ei koskaan.

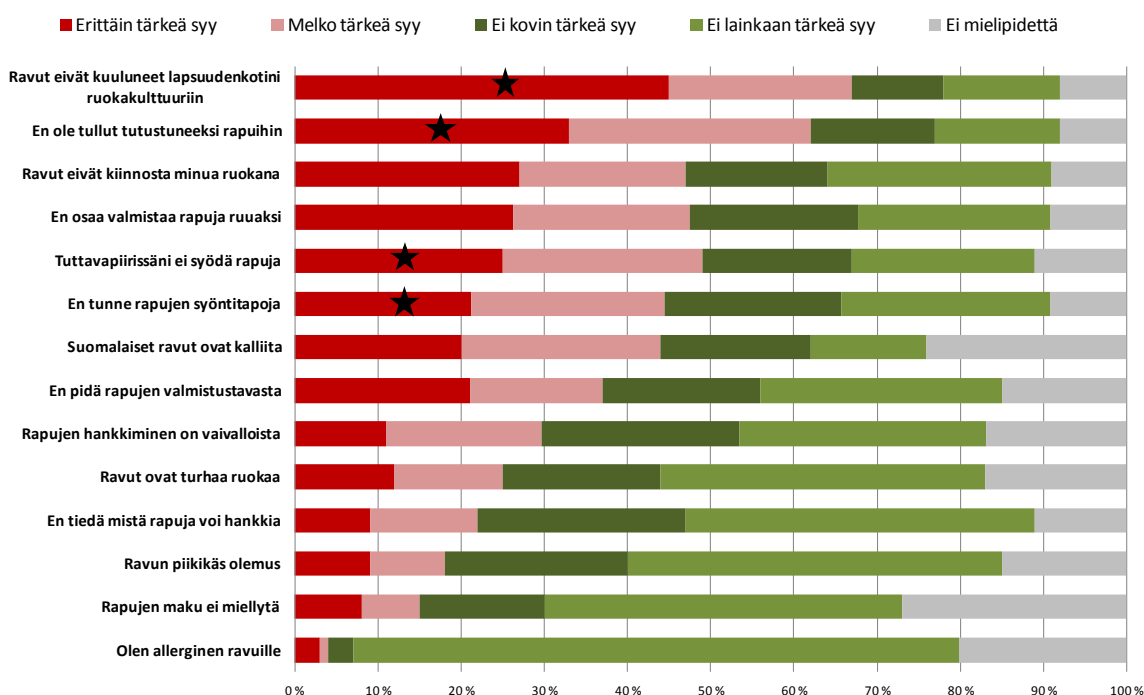
5.13. Rapujen puttuminen lapsuuden ruokakulttuurista on suurin syy olla syömättä niitä

Etsittiin myös syitä siihen, miksi osa suomalaisista ei syö rapuja. Kysymys suunnattiin luonnollisesti *ei-syöville*. Punavihreästä kuvasta (kuva 22) tuloksia voi lukea esim seuraavasti; mitä punavoittoisempi palkki on väriltään, sitä tärkeämmäksi palkin kohdalla oleva syy olla syömättä rapuja koetaan.

Noin 2/3 ilmoitti erittäin tai melko tärkeäksi syyksi olla syömättä suomalaisia rapuja sen, että ravut eivät kuuluneet lapsuuden kodin ruokakulttuuriin. Lähes yhtä tärkeä syy oli se, että ei ole vain tullut maistaneeksi rapuja. Noin puolet piti erittäin tai melko tärkeänä syynä sitä, että ravut eivät kiinnosta ruokana tai rapuja ei syödä tuttavapiirissä. Lähes yhtä tärkeiksi syiksi koettiin puutteelliset tiedot valmistus- tai syöntitavoissa. Myös korkea hinta pidettiin syynä. Vähemmän tärkeinä syinä olla syömättä rapuja pidettiin sitä, ettei tiedetty mistä rapuja hankitaan tai hankkiminen on vaivaloista. Myöskään rapujen makua ja piikikästä olemusta ei pidetty kovin tärkeänä syynä.

Alueiden välisiä eroja löytyi kuvassa tähdellä merkityissä kohdissa (syissä). Kaikissa neljässä kohtaa alue Pohjanmaa ja Lappi erosi useammin Uudestamaasta. Esimerkiksi rapujen puttuminen lapsuuden ruokakulttuurista koettiin useammin erittäin tärkeäksi syyksi olla syömättä rapuja Pohjanmaan ja Lapin alueella (53 %) kuin Uudellamaalla (36 %) (kuva 23).

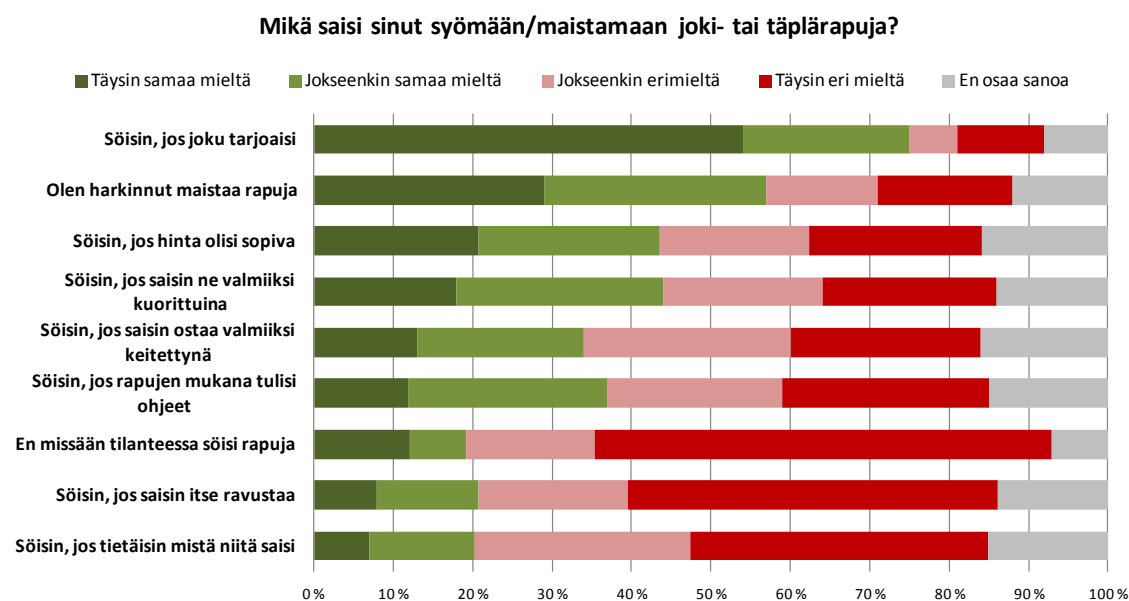
Miksi et syö suomalaisia joki- tai täplärapuja?



Kuva 22. Suomalaisten, jotka eivät syö rapuja näkemykset siitä, miksi he eivät syö suomalaisia rapuja. Palkeissa kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus heistä oli samaa tai eri mieltä kyseisen syyn (väittämän) kanssa (asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin erimielistä, täysin erimielistä, ei osaa sanoa). Tähdellä (*) merkityistä syistä löytyi eroja eri alueiden (otosten) välillä.

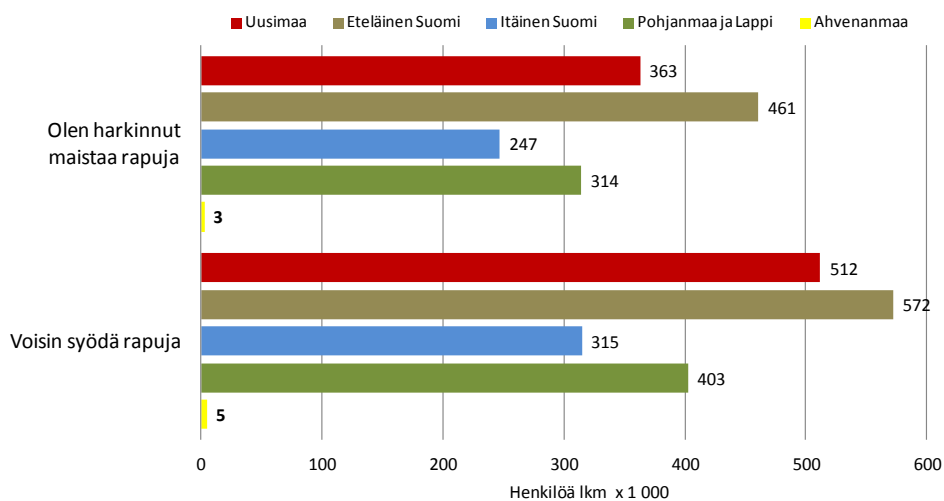
5.14. Valtaosa suomalaisista on valmiita syömään tai maistamaan rapuja

Noin 70 % *ei-syöjistä* on samaa tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että söisivät suomalaisia rapuja, jos joku tarjoaisi ja noin puolet on jopa harkinnut enemmän tai vähemmän vakavasti maistaa rapuja. Vain viidennes *ei-syöjistä* ei missään tilanteessa söisi rapuja. Muita keskenään lähes yhtä tärkeitä asioita, mikä innostaisi syömään rapuja, olivat sopiva hinta, valmiiksi kuoritut tai keitetyt ravut sekä rapujen mukana saatavat ohjeet.



Kuva 23. Suomalaisten, jotka eivät syö rapuja näkemykset siitä, mikä saisi heidät syömään tai maistamaan joki- tai täplärapuja. Palkeissa kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus oli samaa tai eri mieltä kyseisen väittämän kanssa (asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin erimieltä, täysin erimieltä, ei osaa sanoa).

Kun tarkastellaan *ei-syöjistä* niitä, jotka ovat harkinneet maistaa rapuja tai ilmoittaneet, että voisivat niitä syödä, löytyy kaikkein potentiaalisinta uutta ravunsyöntiporukkaa kaikilta alueilta lukumäärältään lähes saman verran suhteessa alueen väestöön (kuva 24).



Kuva 24. Kaikkein potentiaalisimpien uusien ravunsyöjien lukumäärät alueittain.

5.15. Mielikuvia ravuista ja rapujen syönnistä

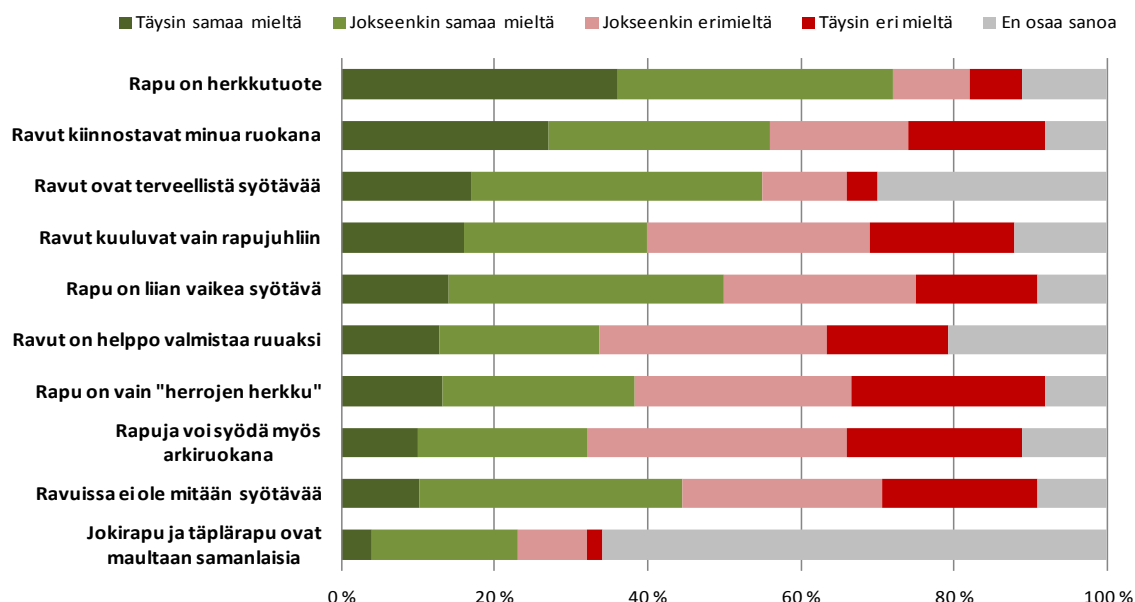
Erilaiset mielikuvat ohjaavat paljon valintojamme, etenkin jos kysymys on ruuasta. Varmaan jokaisella on jonkinlainen mielikuva monista syötäväksi tarjottavasta, vaikka emme ole koskaan kyseistä tuotetta maistaneetkaan. Mielikuva, myönteinen tai kielteinen, voi olla sitä vahvempi, mitä oudommasta asiasta on kysymys.

Erilaisten väittämien avulla selvitettiin, millaisia mielikuvia suomalaisilla on ravuista elintarvikkeena. ”Mutusteltavaksi” valittiin kymmenen väitettä ja kysymys esitettiin kaikille tutkimukseen osallistuneille.

Kuvassa 25 vihreävoittoiset palkin osat kuvaavat kuinka suuri osuus ihmisistä on vasemmassa reunassa olevan väittämän kanssa täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä ja punavoittoiset taas erimielisyyttä väittämän kanssa.

Lähes 75 % oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että rapu on herkkutuote. Vastaavalla tavalla 50 % oli kiinnostuneita ravuista ruokana tai pitivät sitä terveellisenä mutta yhtä suuri osuus piti rapuja ainakin jossain määrin vaikeana syötävänä tai että ravuissa ei ole mitään syötävää. Vaikeiksi vastattaviksi osoittautui muutama väittämä. Lähes 70 % vastaajista ei osannut sanoa, ovatko jokirapu ja täplärapu maultaan samanlaisia. Komannes vastaajista ei osannut sanoa, ovatko ravut terveellistä syötävää.

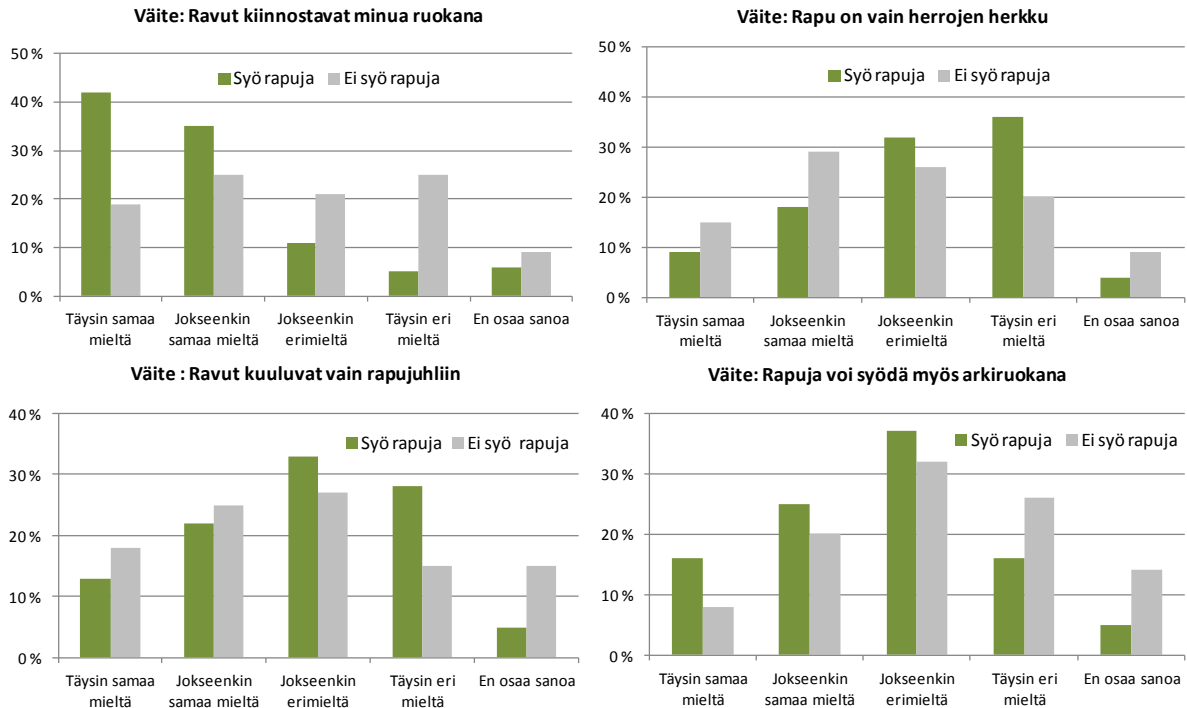
Millainen mielikuva sinulla on ravusta elintarvikkeena?



Kuva 25. Suomalaisen mielikuvia ravuista elintarvikkeena. Palkeissa kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus suomalaisista oli samaa tai eri mieltä kyseisen väittämän kanssa (asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin erimieltä, täysin erimieltä, ei osaa sanoa).

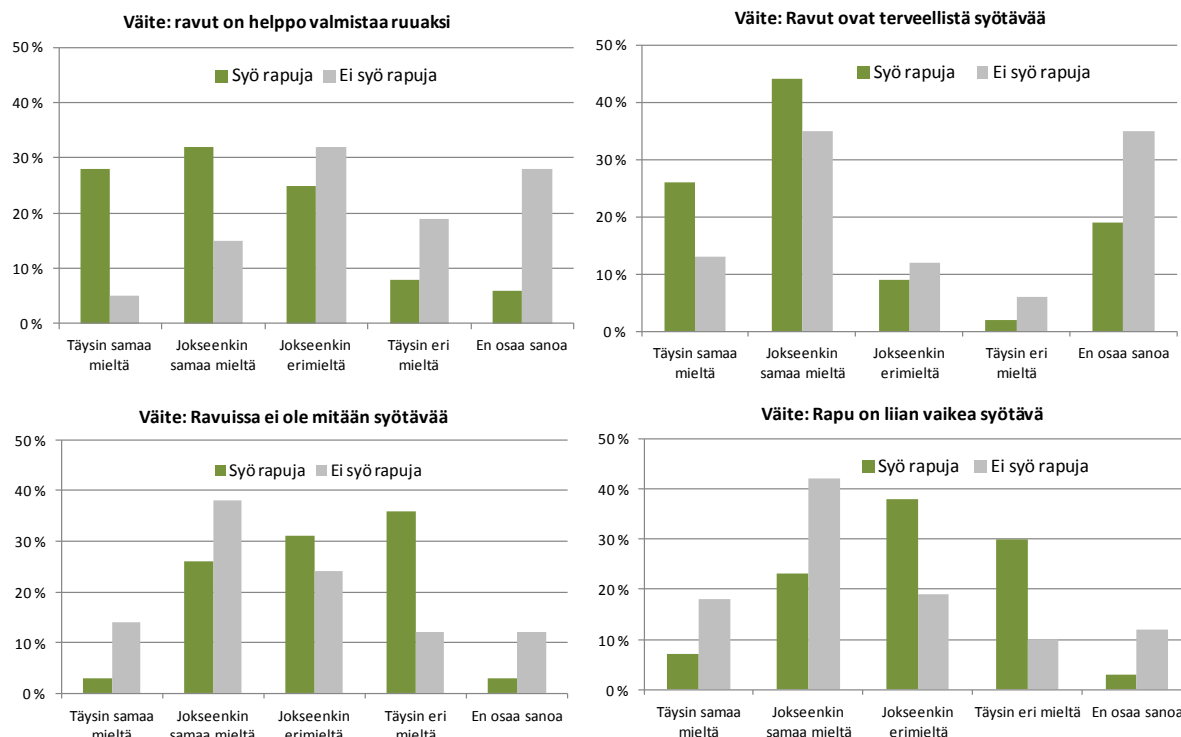
Tutkittiin onko *rapuja syövien* ja *ei-syövien* mielikuvat ravuista kovin erilaiset. joten molempien ryhmien mielikuvia tarkasteltiin erikseen. Rapujen syöjistä noin 80 % oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että ravut kiinnostivat ruokana. Kiintoisaa on, että hieman vajaa puolet heistäkin, jotka eivät rapuja syö olivat niistä kiinnostuneita. Noin 10 % heistä ei osannut sanoa kantaansa (kuva 26, vasen ylä). Väittämää, että rapu olisi vain herrojen herkku, ei tässä tutkimuksessa mukisematta allekirjoitettu. Lähes kolme neljäsosaa rapujen syöjistä oli jokseenkin tai täysin erimieltä asiasta. Heistä, jotka eivät rapuja syö väitteen kanssa erimieltä oli kuitenkin vain noin puolet, toinen puoli katsoi rapujen kuuluvan vain herrojen herkkupöytiin (kuva 26, oikea ylä). Mielikuvat väittämästä kuuluvatko ravut vain rapujuhliin jakoutuivat syöjien ja ei-syöjien kesken samansuuntaisesti. Noin neljännes syöjistä ja 40 % ei-syöjistä katsoi rapujen kuuluvan vain rapujuhliin. Vastaavasti mielikuva ravuista arki-

ruokana sopi noin 40 % rapujen syöjistä ja noin neljännekselle ei-syöjistä. Molempiin väittämiin noin 15 % ei-syöjistä ei osannut sanoa kantaansa (kuva 26 alakuvat).



Kuva 26. Mielikuvia siitä, ketä ravut kiinnostavat ruokana, meitä kaikkia vai herroja ja kuuluvatko ne juhlaan vai arkeen. Kuvasta näkyy kuinka suuri prosenttinen osuus suomalaisten *rapujen syöjistä* (vihreät pylväät) ja *ei syöjistä* (harmaat pylväät) oli samaa tai eri mieltä kyseisen väittämän kanssa (asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin eri mieltä, täysin eri mieltä, ei osaa sanoa).

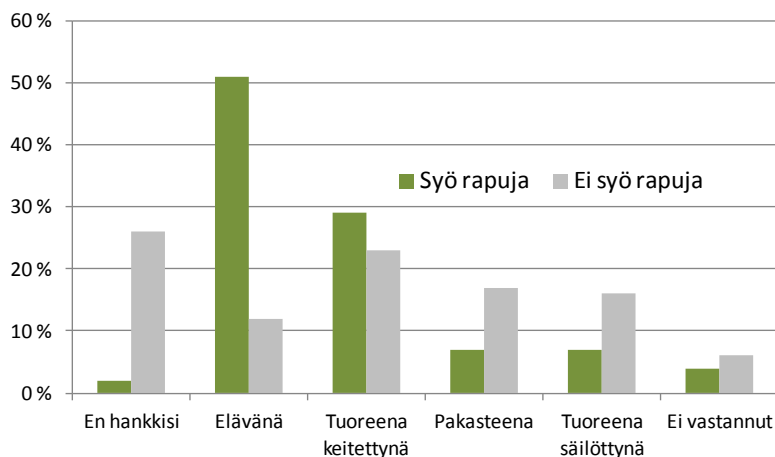
Suurin osa sekä rapujen syöjistä (70 %), että ei-syöjistä (50 %) pitivät rapuja terveellisenä syötävänä. Rapujen terveellisyttä ei ilmeisesti hyvin tunneta, koska kolmannes *ei-syöjistä* ja viidennes *syöjistä* ei pystynyt muodostamaan asiasta mitään mielikuvaa (kuva 27, oikea ylä). Noin 50 % suomalaisista, jotka eivät rapuja syöneet olivat täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että ravuissa ei ole mitään syötävää ja lähes 60 % heistä oli vastaavasti samaa mieltä, että ravut ovat liian vaikeita syötäviä. Sen sijaan he jotka olivat rapuihin tutustuneet ja niitä söivät, olivat selkeästi (70 %) vastakkaisella kannalla molempien väittämien suhteen (kuva 27 vasen ja oikea ala).



Kuva 27. Rapuja syövien ja ei syövien mielikuvia rapujen valmistettavuudesta ruuaksi, terveellisyydestä ja syötävyydestä. Pylväissä kuvataan kuinka suuri prosenttinen osuus suomalaisten rapujen syöjistä (vihreät pylväät) ja ei syöjistä (harmaat pylväät) oli samaa tai eri mieltä kyseisen väittämän kanssa (asteikolla: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin eri mieltä, täysin eri mieltä, ei osaa sanoa).

5.16. Tuoret ravut mieluisin hankintamuoto

Kysymys rapujen hankintamuodosta oli myös osoitettu sekä *rapujen syöjille* että *ei-syöjille*. Rapujen syöjistä puolet hankkisivat ravut mieluiten elävinä ja kolmannes tuoreena keitettynä. Ei-syöjistä neljännes ei hankkisi lainkaan rapuja. Mutta runsas viidennes, jos söisi, hankkisi tuoreena keitettynä. Myös pakasteet (15 %) ja tuoreet säilötyt ravut (15 %) saivat suosiota hankintamuotona ei-syövien keskuudessa (kuva 28).



Kuva 28. Mieluisin rapujen hankkimismuoto prosenttiosuuksina rapuja syövien ja ei-syövien suomalaisten keskuudessa.

Mieluisimpia hankintatapoja tarkasteltiin myös alueittain. Rapunsa mieluiten elävinä hankkivien joukossa ei ollut alueellisia eroja. Itäisessä Suomessa useampi (22 %) kuin Uudellamaalla (14 %) jättäisi ravut kokonaan hankkimatta. Uudellamaalla useampi (31 %) hankkisi ravut tuoreena keitettynä kuin Pohjanmaan ja Lapin alueella (20 %). Pohjanmaan ja Lapin alueella puolestaan useampi (21 %) hankkisi ravut mieluiten pakasteena kuin Uudella maalla (12 %), eteläisessä Suomessa (13 %) tai itäisessä Suomessa (12 %). Ahvenanmaalla yksikään rapuja syövä ei hankkisi rapujaan mieluiten pakasteena.

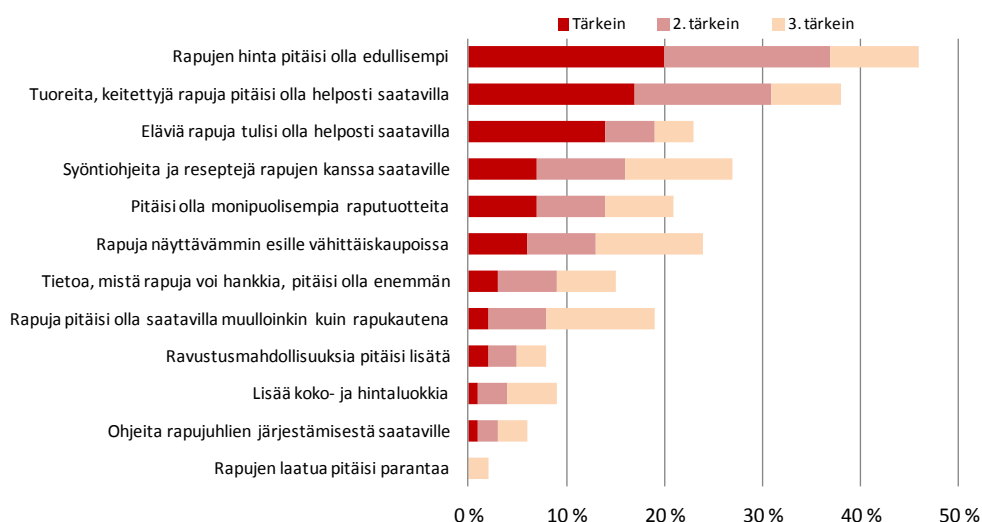
5.17. Rapukaupan kehittämisessä esille hinta ja tuoretuotteiden saatavuus

Rapukaupan kehittämistä koskevaa kysymystä pidettiin vaikeana, koska se sisälsi paljon hyvinä pidettäviä kehittämiskohteita, joista sai kuitenkin valita vain kolme tärkeintä. Kysymys oli kohdenettu kaikille vastaajille; eli *mitä pitäisi kehittää, jotta aloittaisit tai lisäisit kulutusta?*

Tärkeimpänä kehityskohteenä useimmat pitivät rapujen hintaa, jonka pitäisi olla edullisempi. Lähes yhtä moni pitää tärkeimpänä tuoreiden keitettyjen ja myös elävien rapujen saatavuuden parantamisen. Hinta ja tuoreiden keitettyjen saatavuus nousivat myös toiseksi tärkeimmäksi kehityskohteeksi. Kolmanneksi tärkeimmäksi nähtiin syöntiohjeiden ja reseptien saanti rapujen kanssa, näyttävämpi esillepano vähittäiskaupassa ja saatavuus rapukauden ulkopuolella (kuva 29).

Rapujen *syöjillä* ja *ei-syöjillä* oli hieman erilaisia kehittämistoiveita. *Syöjät* pitivät järjestyksessä tärkeimpinä: elävien rapujen saatavuuden parantamista, hinnan saamista edullisemmaksi ja tuoreiden keitettyjen rapujen saatavuutta. *Ei-syöjät* halusivat tärkeimmiksi kehittämiskohteiksi hinnan ja tuoreiden keitettyjen saatavuuden parantamisen. Heti näiden jälkeen tärkeimmiksi kohteiksi mainittiin tasavertaisesti monipuoliset tuotteet, syöntiohjeet, esillepano vähittäiskaupassa ja elävien rapujen saatavuus.

Mitä rapukaupassa tulisi kehittää että aloittaisit tai lisäisit suomalaisten rapujen kulutusta?



Kuva 29. Suomalaisten näkemykset rapujen kulutuksen lisäämiseen tai aloittamiseen tähtäävistä rapukaupan kehittämiskohteista ja niiden tärkeydestä.

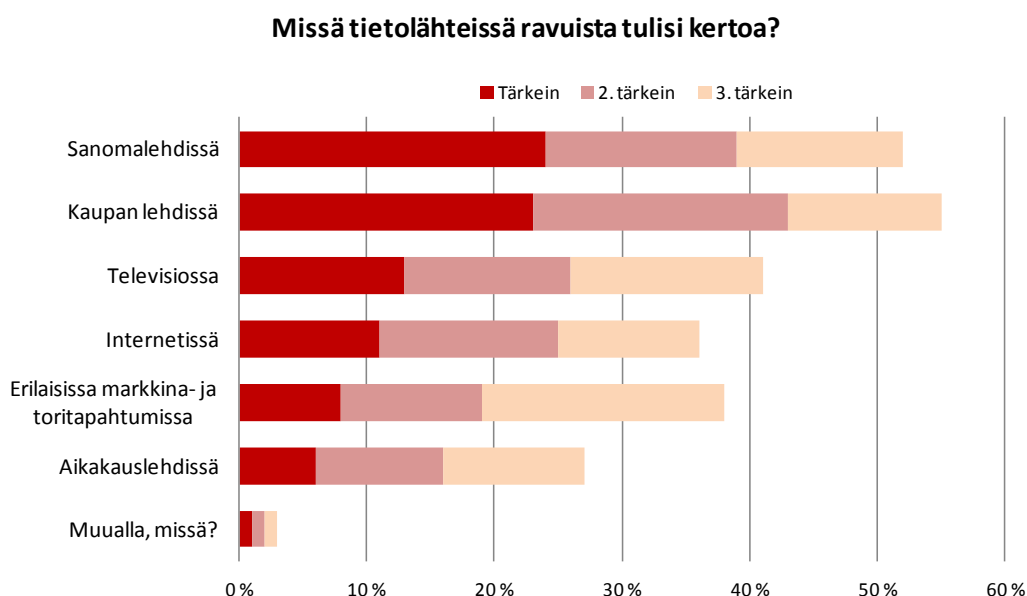
Merkille pantavaa on, että rapujen laatu ei noussut kenenkään vastaajan kohdalla ensimmäiseksi tai toiseksi tärkeimmäksi kehittämiskohteeksi ja kolmanneksi tärkeimmäksi sen valitsi vain hyvin harva.

Tämä viittanee siihen, että kuluttajat eivät koe suomalaisten rapujen laatua niin huonoksi, että se vaatisi erityistä huomiota, etenkin kun tässä tutkimuksessa kehittämiskohteista sai valita vain kolme tärkeintä.

Sen sijaan rapujen tukkuportaassa ja tuotantoketjun alkupäässä on nähty paljon ravun laatuun liittyvää kehittämistarvetta (Heinimaa ym. 2009, Savolainen ym. 2011). Ehkä laatuun on viime aikoina jo ehditty panostaakin, sillä hyvä laatu saattaa olla rapualan toimijoiden lisääntyessä merkittävä kilpailuetu.

5.18. Tärkeitä tiedottamislähteitä sanomalehdet ja kaupan lehdet

Yhteensä noin puolet piti tärkempänä tiedottamislähteinä sanomalehtiä ja kaupan lehtiä, joita pidettiin kaikkiaan lähes yhtä tärkeinä. Nämä lähteet nousivat selvästi esimerkiksi televisiossa tai Internetissä tiedottamisen edelle (kuva 30).



Kuva 30. Suomalaisten näkemykset tärkeimmistä tietolähteistä, missä ravuista tulisi kertoa.

Esimerkiksi se, että Internet jäi tietolähteenä lehdistön jälkeen, saattaa johtua osittain siitä, että kyselyyn vastanneissa oli enemmän vanhempaa väkeä, jolle Internet ei ole kovin tuttu ruokaan liittyvissä asioissa. Sensijaan kauppojen ruokamainoksia tulee runsaasti jokaiseen kotiin. Ehkä raputuotteet vain yksinkertaisesti halutaan löytää samoilta lehtien sivuilta kuin muukin ruokatarjonta.

On tiedossa, että lomakekyselyssä valmiiksi annettuihin vaihtoehtoihin vastataan eniten ja avoimiin saadaan vain vähän vastauksia. Kysymykseen missä tietolähteissä ravuista tulisi kertoa, tuli mielipiteitä avoimessa vastauskohdassa runsaasti. Eniten tarjottu tietolähde jo valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi olivat ruokakaupoissa pidettävät maistiais- ja teemapäivät. Useat vastasivat, että kynnys ensimmäisen kerran ostamiseen madaltuisi, jos voisi jo myyntipaikalla maistaa tuotetta.

”Maistiais-kaupoissa voisi olla hyviä etenkin jostain helpoista raputuotteista. Kynnys maistamiseen laskisi.”

”Kaupoissa, kuten esim. juustopöydät, lihatiskit, jne...”

”Kaupoissa tapahtuvissa esittelyissä & maistatuksissa. Ravut tuntuvat etäiseltä ”juhlaruualta”, jota ei vain ikinä tule hankittua, vaikkei niitä kohtaan mitään erityisiä ennakkoluuloja olekaan.”

”Olen kiinnostunut raviuista, mutta kynnys ostaa niitä on liian korkea, koska en tiedä miltä ne maistuvat. Maistatuksia kaappoihin, joissa rapuja myydään.”

Avoimissa vastauksissa nousi esille myös koulun osuus tiedottamisessa ja rapuruokakulttuurin opettamisessa.

”Koulussa kotitaloustunneilla”

”8-luokkalaisille koulunkäyntiaikana mm. yksi rapu syödään ja kerrotaan ravustamisesta ja valmistamisesta.”

”... ..Miten olisi ravut kouluruokana -koululaisten rapujuhlat.”

Koulun mahdollisuutta ravunsyöntikulttuurin siirtäjänä voidaan pitää hyvinkin merkityksellisenä. Kuten tämänkin tutkimuksen tuloksista nähdään, rapujen käyttäjät ovat oppineet rapujensyöntitaidon jo varsin nuorina.

Myös rapukirjallisuutta, ohjeita ja reseptejä kaivattiin rapujen myyntipisteisiin.

5.19. Vapaat kommentit

Vapaita kommentteja kyselyssä saatiin noin 300 vastaajalta, joista kaksi kolmasosaa tuli niiltä jotka eivät syö rapuja. Avointen kommenttien joukosta yritettiin etsiä mahdollisia trendejä tai yksittäisiä indikaattorivastauksia. Suurin osa kommentteista kuitenkin täydentää vaihtoehtoisten vastausten kohtaa ”Muu, Mikä? Muualla, Missä?” tai yksinkertaisesti vain toistaa jo annettuja vastauksia.

Avoimista vastauksista löytyy paljon kommentteja rapujen elävänä keittämisen eettisyyteen liittyen. Johtuen kysymysten rakenteesta, kyseinen asia nostettiin esille vain mielikuvakysymyksen yhdessä yhdessä väittämässä (kuva 22, väitämä 8). Valmistustavan koki kuitenkin moni vastaaja tavalla tai toisella niin paljon ikäväksi asiaksi, että päätyi kommentoimaan asiaa tarkemmin.

”En syö, enkä tule koskaan syömään. En edes maista! Koen kamalana, jos ne laitetaan elävänä kiehuvaan veteen. Hyi.”

”Ei ole tullut syötyä rapuja, kun maku aika minimaalinen ja näyttävät niin äklöiltä. Myös elävältä keittäminen on järkyttävää.”

”... en ole kiinnostunut raviuista minun puolesta saavat kasvaa ja elää rauhassa, eläinrääkkäystä kun elävänä panevat kiehuvaan veteen.”

”Rapujen ruoaksi laittamista pidän eläinrääkkäyksenä. Katkaravut valitettavasti joskus sisältyvät valmiiseen ruoka-annokseen.”

”Pitäisi olla joku muu valmistustapa, kuin elävältä keittäminen!”

”En pidä siitä, että rapuja keitetään elävänä ja ennen keittämistä niitä säilötään elävänä ties millaisissa pikkukipoissa”.

Oma ryhmänsä olivat ne avoimet vastaukset, joissa tunnelmoitiin entisten aikojen hyvistä rapusaaliista. Rapuja saatiin sankokaupalla tai joskus jopa kylpyamme oli täynnä rapuja. Ravustus oli lasten ainoa tulonlähde ja niistä saatiin hyvät koulurahat. Loppu ravustukselle ja monien kohdalla rapujen syönnille tuli kun rutto tuhosi tutun kotiveden rapukannan.

”Olin ennen kova ravustaja itse. Sain hyvästi kouluraha. Nyt rutto vienyt ravut ja mielenkiinto koko otuksista loppunut kokonaan.”

”Ravustus oli 50-luvun lapsille ainoa tulonlähde syöteistä oli puute, nyt niitä olis. Missä on jokiravut?”

”Olen nähnyt rapuja jo 60 vuotta sitten kun veljeni pyytivät (...) kalimenojasta, kumpia lie olleet joki-vai täplärapuja?”

”Jos rapuja olisi kotijärvissä ja joissa niinkuin ennen oli, niin tulisi niitä pyydettyä ja laitettua ruoaksi.”

Avoimissa vastauksissa luonnollisesti arvioitiin ja kommentoitiin kyselyä, sen tarpeellisuutta, lomaketta ja sen sisältämiä kysymyksiä. Vastauksissa kyselyn laatijat saavat sekä ruusuja että risuja. Monet vastaajat, jotka eivät syö rapuja kokivat kysymykset liian vaikeina, mikä saattoi vaikuttaa heidän vastausaktiivisuuteensa. Sen sijaan rapujen syöjistä ei moni ainakaan selvästi kertonut, että kysymysten kanssa olisi ollut erityisiä vaikeuksia.

6. Toimialojen näkemykset rapumarkkinoista

6.1. Kuluttajaneuvonta

Katriina Partanen

Pro-Kala ry

Kuluttajaneuvonta rapujen syömiseksi on varmaankin melko vähäistä tällä hetkellä, lähinnä joidenkin paikallisten toimijoiden tekemää. Toisaalta rapukauden alkaessa ja elokuussa hyvin monissa lehdissä on rapujuttuja resepteineen ja ravun syöntiohjeineen ja netistä kyllä löytyy infoa sitä kaipaaville. Nämä rapujutut toistuvat vuosittain ja ovat näyttävästi esillä joka kesä kun rapukausi alkaa. Ongelmana on ehkä se, että juttuja ei juuri ole enää syyskuussa, jolloin rapujen saatavuus olisi usein parempi kuin aivan kauden alkaessa.

Ravut ovat sesonkituote ja herkkutuote. Tämä imago on vahva ja varmasti syytä säilyttää. Eri raaka-aineiden sesongeista on viime aikoina puhuttu paljon ja haluttu vahvistaa sesonkiajattelua ja sitä että eri vuodenajoilla on omat raaka-aineensa ja kaikkia ruokia ei syödä, eikä ole välttämättä tarvekaan syödä ympäri vuoden. Ravut mielletään vahvasti juhlaruoaksi. Kun kysymyksessä kuitenkin on kohtuullisen arvokas, jonka saatavuus on rajallinen, ei liene tarkoituksenmukaista tai mahdollistaakaan yrittää tehdä ravuista arkiruokaa.

Hinta on mielenkiintoinen elementti puhuttaessa elintarvikkeista. Hyvin usein kuluttajakyselyissä saadaan tulokseksi, että hinnalla ei ole kovinkaan suurta merkitystä elintarvikkeiden valinnassa, ja kuitenkin myynti ja kulutus kohdistuvat erityisesti edullisempiin tuotteisiin. Rapujen hinta vaihtelee vuosittain tarjonnan ja kysynnän mukaan ja monet rapukauppaa tekevät yritykset toteavat yleisen taloudellisen tilanteen vaikuttavan ensimmäiseksi juuri näiden keskiarvoa kalliimpien tuotteiden kysyntään.

Rapujen markkinoiden kasvattamiseen on mietitty erialisten rapujalosteiden kehittämistä. Toisaalta tämä saattaisi lisätä rapujen käyttömahdollisuuksia, mutta kun jo alun perin kallista raaka-ainetta edelleen jalostetaan, nousee samalla tuotteen hinta entisestään. Kysymykseen tulisivat ehkä erikoistuotteet, joissa raaka-aineen osuus on melko pieni ja tuote kestää vaadittavan hinnoittelun.

Kuluttajatutkimuksessa monet totesivat, että voisivat maistaa rapuja, jos joku tarjoaisi tai ovat harkinneet maistamista. Eli varsinaista kynnystä maistamiseen ei välttämättä ole, mutta nämä aiomukset varmasti toteutuisivat helpoimmin, jos olisi mahdollista maistaa rapuja siten, että joku opastasi miten rapuja syödään. Sillä onhan rapu tottumattomalle ilman opastusta tai ohjeita hieman

haastava lähestyttävä. Jossakin vastauksessa oli ehdotettu rapujen käsittelyn ja syömisen opettelua osaksi koulujen kotitaloustuntien ohjelmaa. Tämä olisikin varmasti hyvä vaihtoehto ja väylä tavoittaa koko ikäluokka. Rapujen käsittely kotitaloustunnilla saattaisi jopa kiinnostaa nuoria normaalin perusruoan valmistusta enemmän. Kuluttajaneuvonta ja kädestä pitäen opastaminen vähittäiskaupoissa voisi myös olla tehokasta kannustusta rapujen hankkimiseen omaan kotitalouteen. Vähittäiskauppojen konsulenttipäivät ovat yleensä osa tuotteen valmistajan markkinointia. Päivien kustannukset, työkustannus ja tuotteet, muodostuvat kuitenkin melko korkeiksi, joten rapu- tai kalatukuilla ei välttämättä ole valmiuksia tai resursseja näin mittaviin markkinointipanoksiin.

Markkinoilla olevista kotimaisista ravuista suurin osa on pyydettyjä (siis ei kasvatettuja) mistä seuraa, että rapujen saalismäärä vaihtelee vuosittain ja saatavuus ei ole 100 % varmaa. Epävarma saatavuus ja tarjonnan vaihteluista johtuva hinnanvaihtelu aiheuttaa omat haasteensa niin markkinointiin kuin mahdollisten uusien tuotteitten kehittelyynkin.

6.2. Kalatalousneuvonta

Päivi Pyyvaara

Pirkanmaan kalatalouskeskus ry

Hankkeen aikaansaamat tulokset ovat olleet hyvin mielenkiintoisia. Ne antavat vastauksia moniin sellaisiin kysymyksiin, joita on kentällä mietitty, kun on yritetty selvittää, miten esimerkiksi rapujen kulutusta saataisiin nostettua ja markkinat vetämään. On ollut erittäin antoisaa olla mukana hankkeen ohjausryhmässä ja samalla näköalapaikalla Suomen raputalouteen.

Koska kokemukset täplärapukannoista ovat vielä melko vähäiset, eikä esimerkiksi mahdollisista kannanvaihteluista ole vielä täyttä varmuutta, tuntuu tulevaisuuden suunnittelu olevan tässä vaiheessa melko vaikeaa. Loistavien alkuvuosien ja melkein pohjattomalta tuntuneiden rapusaaliiden jälkeen tuli pari, paikoitellen aika heikkoa kautta ja epävarmuus kantojen tuottavuudesta heikensi uskoa tulevaisuuteen. Nyt kentällä ollaan melko odottavalla kannalla ja toivotaan sään kannalta normaalia ravustuskautta. Myös suunnitelmat jatkojalostuksen, tehokkaamman markkinoinnin ja kaupan lisäämisen suhteen odottavat tilanteen kehittymistä; tällä hetkellä ravustajat saavat myytyä suoraan kuluttajille kaikki ne ravut, jotka on saatu saaliiksi. Suuret taloudelliset investoinnit eivät nyt tunnu järkevilä.

Raportin keskeisin sisältö on mielestäni ne tekijät, mitkä saivat lisäämään kuluttajien rapujen käyttöä tai mitkä saivat kokeilemaan rapuja. Näistä vastauksista löytyy ne kohdat, joita tehostamalla voimme lisätä rapujen kulutusta. Kun tarkastellaan muita tuloksia, löytyy myös vastaus siihen, mille alueelle ja minkälaisille kuluttajille neuvontaa tulisi erityisesti suunnata. Tuloksia tarkastellessa nousi esille muutamia sellaisia kohtia, joihin erityisesti kalatalousneuvonta voisi vaikuttaa:

1. Rapuja käyttävät haluaisivat ravustaa itse tai ostaa ravut suoraan ravustajilta
2. Rapujen saatavuus/asiakkaiden tietoisuus siitä, mistä rapuja saa, on heikko
3. Rapujen syöntiohjeita saataville
4. mahdollisesti hinta, jota pidettiin esteenä rapujen hankkimiselle.

6.2.1. Rapuja käyttävät haluaisivat ravustaa itse tai ostaa ravut suoraan ravustajilta

Ravustus perustuu edelleen monin paikoin vesialueen osakaskunnan osakkuuteen, eikä ulkopuolisille myönnetä ravustuslupia. Etenkin, jos ei ole omaa rantaa tai vapaa-ajan asuntoa järven rannalla eikä

ole osakas, voi lupien saanti olla todella vaikeaa. Kalastuslaki kuitenkin sallii oman osakkuuteensa perustuvan pyydysoikeutensa luovuttamisen kenelle tahansa halukkaalle. Kalatalouskeskusten neuvot ovat tekemisissä osakaskuntien eri toimijoiden kanssa ja osallistuvat kokouksiin. Näissä kokouksissa voitaisiin osakaskuntia kehottaa huomioimaan myös ei-osakasravustajat ja mahdollistamaan heidän lupien saantinsa. Myös osakkaiden mahdollisuudesta luovuttaa ravustusosoikeutensa eteenpäin voidaan tuoda paremmin esille. Ensisijaisesti osakaskuntia tulisi kannustaa myymään ravustuslupia myös ei-osakkaille.

6.2.2. Rapujen saatavuus/asiakkaiden tietoisuus siitä, mistä rapuja saa, on heikko

Etenkin Pirkanmaalla monet ammattikalastajat ravustavat paljon ja kesän ravustusesonki paikkaa muuten hiljaista kesäkalastuskautta. Vahvistuneiden täplärapukantojen ansiosta ravustuksesta tulee monelle sisävesi-ammattikalastajalle merkittävä osa vuoden ansioista. Pirkanmaalla ravustajat toimivat pääasiassa yksin ja he myyvät saamansa ravut joko suoraan vakiintuneille asiakkaille, kauppahalliin tai muutamaan markettiin. Lisäksi 9-10 cm rapua viedään paljon Säkylän suuntaan jatkojalostukseen.

Koska ravustajat toimivat yleensä yksin, ei sesongin aikana juurikaan pystytä tekemään markkinointia. Kaikki aika menee ravustukseen ja tilattujen rapujen toimittamiseen. Markkinointi tapahtuu lähinnä tyytyväisten asiakkaiden välityksellä ja puskaradio-tiedotuksella.

Keskitettyä tiedostusta ja markkinointia tulisi kehittää. Alkuvaiheessa ammattiravustajien yhteystiedot voisi kerätä esimerkiksi kalatalouskeskusten nettisivuille, jolloin asiakkaiden olisi ne sieltä mahdollista löytää. Myös mahdollista markkinointia yhteisillä nettisivuilla voisi jatkossa suunnitella. Myös jonkinlaisen osuuskunnan perustaminen rapukaupan tehostamiseksi voisi olla mahdollista. Pirkanmaalla toimii Pirkanmaan ja kanta-Hämeen ammattikalastajat ry, jonka kautta yhteistoimintaa voitaisiin ryhtyä kehittämään. On kuitenkin muistettava, että lisämarkkinointiin täytyy myös pystyä vastaamaan, eli saalista on tultava huomattavasti paremmin kuin kahtena viime kautena.

Ongelmana on myös kiihkeimmän sesongin lyhyys: rapujen käyttöä tulisi saada jatkettua pidemmälle syksyyn ja jatkojalostuksen avulla talveen asti. Kautta voitaisiin saada jatkettua esimerkiksi kirjoittamalla juttuja paikallislehtiin: ”Rapukausi jatkuu edelleen, rapuja hyvin saatavilla”. Jos seuraa vaikka mansikoiden myyntiä kesällä, niin voi todeta, että toimittajat tekevät loistavaa mainontaa myyjien puolesta. Milloin sade tuhoaa koko sadon ja vain nopeat ehtivät ostamaan marjansa, milloin taas mansikat loppuvat juuri nyt ja halukkaiden tulee kiirehtiä, mikäli meinaavat saada talven mansikat pakkaseen. Tämä tosin edellyttää sitä, että halukkaat ostajat saadaan ohjattua rapukauppiaiden luo.

6.2.3. Rapujen syöntiohjeita saataville

Monelle ensikertalaiselle on pari isoa kynnystä rapujen syömisen aloittamisessa. Yleensä raput ostetaan elävinä ja ne pitäisi jotenkin saada kypsennettyä ja sitten vielä kypsät ravut kuorittua. Vaikka netti tarjoaa ohjeita sekä keittoon että syömiseen, monet kuluttajat haluaisivat lukea ohjeita sanomalehdistä sekä kaupan omista lehdistä. Ehkä paperille painetut esitteet on helpompi ottaa mukaan keittiöön tai ruokapöydän ääreen kuin tietokoneet tai tabletit. Tarvetta jaettaville esitteille siis edelleen on. Tässä asiassa pitäisi tehdä laajaa valtakunnallista yhteistyötä ja laatia selkeät keitto- ja syöntiohjeet, jotka sopivat yhdelle kaksipuoleiselle A4:lle ja joka olisi myös ladattavissa pdf:nä netistä. Valtakunnallinen yhteistyö kaupan keskusliikkeiden kanssa olisi paikallaan. Näitä esitteitä voisi jakaa

kalamarkkinoilla, koulutustilaisuuksissa, kaupoissa ja vaikka ammattiravustaja asiakkailleen. Ohjeet voitaisiin julkaista kauden aikana myös kauppojen omissa julkaisuissa.

6.2.4. Rapujen hinta, jota pidettiin esteenä rapujen hankkimiselle.

Rapujen hinta koettiin yhtenä kynnyskysymyksenä rapujen käytön aloittamiselle tai käytön lisäämiselle. Muutama vuosi sitten rapujen kuluttajahintoja tunnuttiin pitävän keinotekoisesti korkeana rapujen ”herkkutuote”-luonteen ylläpitämiseksi. Koska ravut eivät käyneet kaupaksi korkean hinnan vuoksi, jälleenmyyjät eivät ottaneet ravustajilta rapuja myyntiin. Kävi jopa niin, että ravustajat tyhjänsivät sumppuja takaisin järveen, koska kukaan ei niitä ostanut ja suoramyynnintakanavia ei ollut.

Tämän jälkeen osa jälleenmyyntipisteistä on siirtynyt kilomyyntiin 9,5–10,5 cm:sten rapujen myynnissä. Isot ravut myydään edelleen kappalehintaan. Etenkin täplärapujen hinta on laskenut saalismäärien noustua. Mielikuva ravusta kalliina herkkutuotteena on edelleen sitkeässä, vaikka hinnat todellisuudessa ovat laskeneet. Ongelmana on se, etteivät ravustajien suoramyynnihinnat ole missään näkyvissä ja hinta selviää vain soittamalla. Rapuja myydään yleensä kalliiden liikkeiden herkkutoreilla, jolloin hinta on myös selkeästi kuluttajien nähtävillä. Tällöin hinta on korkeampi kuin suoraan ravustajalta ostettaessa. Tämä ruokii edelleen mielikuvaa ravusta kalliina, vain herrojen herkkuna.

Rapujen hintoja voisi listata kauden aikana näkyville esimerkiksi kalatalouskeskuksen nettisivuille eri myyntipaikoittain viitteellisenä tietona. Myös ravustajat voisivat ilmoittaa omat hintansa, mikäli niin haluavat. Hintaa arvioidessaan kuluttaja joutuu myös arvioimaan sitä, ostaako hän ravut muiden ostosten ohessa vai lähtekö erikseen hakemaan niitä ravustajalta ehkä vähän kauempaa edullisempaan hintaan.

Raportin tulokset tulee ottaa tarkkaan huomioon kun jatkossa suunnitellaan erilaisia markkinointi- ja menekin edistämishankkeita. Aikaisempien selvitysten perusteella valtaosa (n. 90 %) markkinoille tulevista ravuista käytetään eteläisessä Suomessa ja pääkaupunkiseudulla. Aikuisväestöstä noin 32 % syö rapuja ja lopuista 68%:sta noin 70 % syö katkarapuja ja muita äyriäisiä. Tässä voisi olla yksi selkeä kohde kotimaisten rapujen markkinoinnille. Tutkimuksen tulosten perusteella noin 1,2 milj. suomalaista syö rapua. Näiden henkilöiden kulutusta tulisi saada lisättyä.

Erittäin positiivinen tulos oli se, että nuorista, alle 18 -vuotiaista ovat monet jo syöneet rapuja. Kun aikuisilta kysyttiin, miksi he eivät syö rapuja, tärkein syy oli se, etteivät ravut kuuluneet heidän lapsuutensa ruokakulttuuriin. Toivottavasti nyt rapuja syöneet nuoret jatkavat perinnettä myös omien lapsiensa kohdalla.

Kaiken kaikkiaan tulokset olivat positiivisempia kuin mitä oli odotettavissa. Suurin osa syistä, miksi ihmiset eivät käytä rapuja, ovat sellaisia, joihin pystytään vaikuttamaan tiedotuksella ja markkinoinnilla. Vain pienellä osalla syömättömyyden syyt olivat eettiset. Hyvällä yhteistyöllä eri toimijoiden välillä on mahdollista saada pienilläkin toimenpiteillä Suomen rapumarkkinat nousuun!

6.3. Koulutus

*Raisa Kääriä,
Turun ammattikorkeakoulu*

Rapujen syömättömyydessä oli kyselyn perusteella suurimpina syinä muun muassa, etteivät ravut olleet kuuluneet lapsuuden ruokakulttuuriin tai että henkilö ei ollut tullut tutustuneeksi rapuihin sekä se, ettei osata laittaa rapuja ruuaksi.

Koulutus ja tiedotus näyttäisivät olevan hyviä keinoja rapujen kulutuksen lisäämisessä. Rapujen syöntiä voitaisiin tehdä tutuksi jo peruskoulussa. Etenkin kotitaloustunneilla voitaisiin keittää rapuja ja opetella syömään niitä. Lisäksi samalla voitaisiin korostaa rapujen terveellisyyttä ja kotimaisuutta sekä roolia lähi- ja luomuruokana. Raputietoutta ja etenkin tietoutta kotimaisista ravuista tulisi sisältyä myös ainakin elintarvikealan ja kalatalousalan koulutukseen eri koulutusasteilla.

Kyselyn tuloksissa ihmetyttää naisten pienempi rapujen kulutus miehiin nähden. Kuluttajatutkimuskeskuksen tekemän kyselyn: *Kuluttajien ja tuottajiennäkemyksiä ruoan ostopäätöksistä ja tuotantotavoista* (Peltoniemi ja Yrjölä 2012) mukaan naiset korostavat ruokaa ostaessaan eläinten kasvatusolosuhteita, lähiruokaa ja luomuruokaa selvästi miehiä enemmän. Naiset voitaisiin saada kiinnostuneemmaksi rapujen syömisestä, jos he saisivat enemmän tietoa ravun terveellisyydestä ja ravun kotimaisuudesta.

Rapujen syöntiä pidettiin kyselyssä vaikeana, mutta silti rapuja haluttiin ostaa elävinä tai tuoreina. Ravun syöntiohjeita löytyy internetistä aika helposti. Silti kyselyyn vastaavat kaipasivat lisää ohjeistusta rapujen syöntiin ja valmistamiseen ruuaksi. Rapupakkauksiin (pakastetut ravut) voisi painaa kuvalliset ravunsyöntiohjeet ja rapujen myyntipisteissä voitaisiin jakaa esitteitä ja mm. pöytäliinoja (tabletteja, kaitaliinoja), joihin on painettu ravunsyöntiohjeet. Rapujen käytön tunnettavuutta voitaisiin lisätä rapuinfolla eri medioissa myös rapukauden ulkopuolella. Nyt markkinointi kohdistuu selkeästi ravustuskauteen (sen alkupuoleen), mutta laajentamalla markkinointia koko vuoden ajalle, kulutus saattaisi tasaantua ja lisääntyä.

Ravun markkinoinnissa voisi hyödyntää muitakin uusia/yleistyviä trendejä, mm. Slow food, ruokablogit, television ruokaohjelmat ja kotoilu. Näihin kaikkiin rapujen syönti sopii hyvin. Sosiaalinen media ja mm. kiinnostavasti työstetyt rapuvideot YouTubissa voisivat olla nykyaikainen tapa edistää ravunkäyttöä kustannustehokkaasti.

Nuorten rapujen käyttöä voitaisiin lisätä esimerkiksi opiskelijaruokaloissa pidettävillä teemapäivillä. Kotimaiset ravut lienevät liian kalliita opiskelijaruokaloille, mutta ulkomaisten rapujen ja kuorittujen pyrstöjen tarjoaminen opiskelijaruokana totuttaisi opiskelijoita rapujen syöntiin ja saattaisi alentaa kynnystä jossain vaiheessa aloittaa kotimaisten rapujen syönti. Kotimaisten rapujen kampanjanomainen tarjonta ilmaiseksi oppilaitoksissa voisi myös herättää nuorten kiinnostuksen rapujen käyttöön elintarvikkeena.

Rapujen tuotannon kasvaessa rapujen kulutuksen lisäämiseksi olisi hyvä tehdä laajempi markkinointikampanja, jossa hyödynnettäisiin monipuolisesti eri markkinointikanavia. Lisäksi ravun kysynnän lisäämiseksi rapujen saatavuus ympäri vuoden (mm kotimaiset keitetyt ja pakastetut ravut) tulisi varmistaa.

Ravuntuottajien verkostomaisen nettikaupan perustaminen ja sen voimakas markkinointi voisi avata uuden mahdollisuuden rapujen suorahankintaan tukkukaupoista ja suoraan ravustajilta. Rapujen toimitukset voisivat olla joko suoraan kotiovelle tai vaikkapa joidenkin laajojen kauppaketjujen myymälöiden kautta noutopalveluna.

6.4. Yritykset

Ilkka Raukola

Ruokosen Rapu

RAPUMERRASTA RUOKAPÖYTÄÄN

Rapujen kulutus kasvaa, jolloin lähtökohta liiketoiminnalle on olemassa. Jo melko helpostikin aloittava yrittäjä pääsee myynnin makuun jos yhtään osaa ns. myydä. Rapujen kesämökkiläisille, ystäville ja naapureille myyminen on helppoa, koska mieluummin rapu yleensä ostetaan tutulta. Ja monelle ainakin yksien rapujuhlien pitäminen vuodessa on vakiintunut perinne eli kysyntää rapuvesien äärellä yleensä riittää. Mutta todellisen ansion saaminen kauden aikana vaatiikin jo paljon työtä. Myyjiä alalla on paljon, kilpailu on kovaa ja kaikki keinot sallittuja. Toisaalta rapukauppa on viime vuosina ammattimaistunut ja yhä suurempi osa asiakkaista arvostaa rapujen laadun ja toimitusvarmuuden lisäksi yhteistyökykyä, selkeää hinnoittelua ja kirjanpitovaatimukset täyttävää laskutusta. Pienen rapumäärän myyminen onnistuu ilman suurempia laatupanostuksia, mutta jos tuotetta haluaa myydä enemmän ja tavoitteellisemmin, täytyy tuotteen eli ravun olla tuotteistettu. Eri kokoluokille on yleensä eri hinta ja jossain vaiheessa yrittäjän täytyy myös päättää keittääkö hän ravut vai toimittaa vain eläviä rapuja. Seuraavaksi on järjestettävä kuljetus ja luonnollisesti keitetyn ravun vaatimukset kuljetusolosuhteille ovat hyvin erilaiset verrattuna elävänä toimitettavaan. Ja lopuksi on miellyttävä velvollisuus laskuttaa sovittu hinta toimituksesta. Mutta tehdäänkö se ennen toimitusta, toimituksen jälkeen, mikä on maksutapa tai maksuaika jne. Ja miten menetellä jos asiakas ei maksa. Kaikki tämä kuuluu hoitaa, niin kuin yritys- ja liiketoiminnan normaaliin harjoittamiseen kuuluukin.

Rapusaaliiden kasvu ei ole suoraviivaista, vaan luonnontuotteille tyypillisesti vuosien välillä esiintyy suuriakin eroja. Rapujen huippukysyntä ajoittuu lyhyelle ajalle, jopa niin, että suurin osa myynnistä ajoittuu ravustuskauden ensimmäiseen viikonloppuun sekä elo-syyskuun vaihteen viikoille. Eli vaikka ravustaa saa lokakuun loppuun asti, niin käytännössä rapusesonki on ohi viimeistään lokakuulle mentäessä. Toimitusvarmuuden ylläpitäminen onkin rapuyrittäjälle haasteellista ja mm. vuodelta 2012 löytyy kauppaliikkeiden suunnittelemaa valtakunnallisia myyntikampanjoita, jotka jouduttiin perumaan saatavuusongelmien vuoksi. Kausivaihtelut huomioiden täplärapusaalispotentiaali kuitenkin Suomessa koko ajan kasvaa. Ja jotta järvien ravut saataisiin hyödynnettyä, täytyy koko rapuketjua kehittää. Eli ravut pitää saada pyydystettyä ja toimitettua markkinoille, joilla kysyntää on. Nykyiset rapumarkkinat eivät vedä merkittävästi suurempia rapumääriä ilman että toimijat ottavat aktiivista otetta asiaan. Mahdollisia keinoja rapujen kysynnän kasvattamiseksi ovat mm. sesongin pidentämiseen tähtäävät toimet, jatkojalostus ja vienti.

Rapualalla eteenpäin vievänä voimana on tuotteen kiinnostavuus, eksoottisuus ja positiivinen imago. Rapualan yrittäjänä on mukava toimittaa asiakkaille laadukas tuote, jonka ympärille järjestetään juhlat ja joita juhlia leimaa iloinen puheensorina hyvien ystävien ja/tai perheenjäsenten kesken. Markkinoinnin kannalta on merkittävää myös se, että rapu ei ole markkinoillamme mikään uusi tuote. Ravun tuntevat lähes kaikki ja suurella osalla ihmisistä on myös joku näkemys tai omakohtainen kokemus ravuista joko ruokana tai rapujen pyynnistä.

Rapu koetaan myös kalliiksi, vaikeaksi valmistaa ja syödä ja välillä ”luotaantyöntäväksi olioksi”, mutta joka kuitenkin kiinnostaa ja on helppo keskustelunaihe lähes joka paikassa. Vaikka ennakkoluo-loihin törmääkin, niin useimmiten ollaan kuitenkin valmiita ainakin maistamaan tuotetta. Uskon rapujen kulutukselle olevan kasvupotentiaalia kokonaan uusien kuluttajien joukosta. Ja kehittämällä

uusi raputuotteita ja uusia ravunsyöntitapoja ja -kulttuureja on mahdollista saada nykyiset rapujen ystävät syömään rapuja useammin.

Markku Lehtinen ja Jani Viljanen

Raputukku Markku Lehtinen

Toisin kuin Pirkanmaalla ja Hämeessä, missä on runsaasti erilaisia ja erikokoisia rapuveisiä, Satakunnan ja koko Lounaisen Suomen raputoiminta keskittyy lähes yksinomaan yhden ison rapuveden, Säkylän Pyhäjärven varaan. Rapu puuttui järvestä 40 vuotta, mutta kun täplärapu istutettiin järveen ja saalista alkoi 2000-luvun vaihteessa tulla, oltiin uuden tilanteen edessä, - mitä näille tehdään? Alkuvuosina saaliiksi saadut ravut olivat suuria, aivan ilmeisesti hyvin kasvaneita alkuperäisiä istukkaita. Raputukku aloitti rapujen välitystoiminnan vuonna 2000. Aluksi isoja rapuja toimitettiin Turun seudulle. Nykyään suurin osa ravuista menee Helsingin seudun tukkuihin ja markkinoille, alueelle missä enimmäkseen ravunsyöjätkin ovat. Täplärapuja toimitetaan myös pohjoisempaan Suomeen, aina Ouluun saakka. Kysyntä kuitenkin näin kauas on vähäistä ja täyttynee oman alueen ravuista.

Rapusaaliit ovat tilastojen mukaan kasvaneet reilusti viime vuosina. Tämä näkyy myös Pyhäjärven alueella, se on antanut alueelle lisätuloja. Rapu on Pyhäjärven kalastajille erittäin merkittävä. Kaikki, alueen 22 ammattikalastajaa myös ravustavat. Ravustuskausi ajoittuu erittäin hyvin kevään nuottakauden ja syksyn kalastuksen väliin, jolloin ei ole juuri mitään kalanpyyntiä. Saalismäärien kasvu ei aina ole ollut hyvä asia. Hyvien saaliiden innoittamana pieniä pyytäjiä lähtee paljon mukaan, jotka sitten sekoittavat markkinoita. On selvää, että saalismäärien pitää kuitenkin kasvaa, se on yritystoiminnan edellytys. Pelkällä raputoiminnalla ei kuitenkaan yksin elä, se on niin kausiluonteista, joten muukin ammatti pitää olla. Myös järven rapukanta on pidettävä hyvässä kunnossa.

Säkylän Pyhäjärven alueella ei ole koettu rapujen menekkivaikeuksia. Enemmänkin rapuja voisi olla. Lähimpänä tukkoista tilannetta oltiin vuonna 2008, jolloin järvestä pyydettiin yhteensä noin miljoona rapua. Toisaalta isot tukut tekevät nykyään sopimuksia sellaisista määristä, joiden menekki on taattu. Menekkivaikeudet ovat ehkä eniten pienimuotoisen ravustuksen ongelma.

Kyselystä kävi ilmi, että rapu on edelleen sesonkituote ja enimmäkseen juhlaruokaa. Tämä nähdään myös Pyhäjärven alueella. Sesonki on hyvä asia mutta voisi olla pidempi. Kauden alussa, ensimmäisellä viikolla rapu on hyvin esillä ja sitä ”rummutetaan” eri medioissa, rummutusta pitäisi kuitenkin jatkaa hieman pidemmälle, seuraaville viikoille. Todellisuudessa sesonkiaika on nykyään pidentynyt noin kuukaudella, syyskuun loppuun. Syyskuussa lomakauden jälkeen esim. firmat pitävät rapujuhlia, mihin markkinointia kannattaa tuolloin kohdentaa. Aikaisemmin kausi päättyi venetsialaisiin. Venetsialaiset ovat elokuun viimeisellä viikonlopulla vietettävä mökkikauden päätösjuhla. Venetsialaisia vietetään lähinnä Länsi-Suomessa.

Rapujen syönnissä näkyy vielä hieman elitistisiä piirteitä. Nyt kulutus on myös omalla alueella kuitenkin lisääntynyt, koska rapua taas saa. Esimerkiksi majoitusliikkeet järjestävät karnevaaleja, joissa syödään rapuja. Samoin firmat juhlia, joissa kokemattomatkin pääsevät maistamaan. Monista omista asiakkaista tiedetään, että rapuja on syöty lapsuudesta saakka. On myös asiakkaita, jotka syövät rapuaterioita läpi kauden. Nykyään asiakkaiksi on tullut enemmän myös nuoria esim. nuoria pariskuntia.

Rapujen syöjät hankkisivat ravut mieluiten elävänä. Elävä rapu on asiakkaan kannalta turvallinen tuote. On helppo nähdä milloin se on pilaantunut tai muuten huonolaatuinen. Se on myös kiitollinen kuljetettava. Elävälle ravulle tuotekehittäminen on vähäistä. Voidaan keskittyä laadun ja palvelun kehittä-

tämiseen. Elävien rapujen kuljetuksessa nykyisillä tuotantomäärillä on tukeuduttava olemassa oleviin kuljetusvälineisiin ja kuljetusliikkeiden palveluihin. Hyvin pakattuna elävien rapujen kuljetus toimii yleensä hyvin.

Etenkin ne kuluttajat, joille ravut olivat utoja, toivoivat lisää rapujalosteita. Keitetyt ravut ovat tulleet markkinoille vahvasti viime vuosien aikana. Samanaikaisesti pakasterapu on jäämässä takalalle vähemmän haluttuna tuotteena. Tämä asia oli havaittavissa myös kyselyn tuloksissa. Keitetyjä rapuja kysytään enemmän ja enemmän. Jos tuotteen laatu onnistutaan pitämään hyvänä, menekki on taattu ja samat asiakkaat haluavat ostaa niitä toistekin. Keitetty rapu on noudettuna hyvä tuote, mutta toimitettuna vaikea lyhyen säilyvyyden takia. Menekkiä kyllä olisi, jos keitetyn tuotteen säilyvyysongelma pystytään ratkaisemaan. Muiden jalosteiden kuten kuorittujen pyrstöjen kehittäminen kilpailukykyisiksi on haaste. Pырstöjen kuorintalaitteesta ei tainnut tulla mitään myyntituotetta. Keitetyt pyrstöt kuorineen voisi olla ehkä mahdollinen jaloste.

Tukkukaupan suunnasta katsottuna vähittäiskaupan hyllyillä olevat ulkomaiset rapu- ja katkara-putuotteet eivät ole kilpailevia tuotteita. Päinvastoin on hyvä, että ihmiset tavalla tai toisella opettelevat syömään rapuja. Kun on ensin opittu niitä syömään, kiinnostus kotimaiseen täplärapuun herää. Kotimaista täplärapua myydään kuitenkin juuri kotimaisuudella ja sillä mielikuvalla että ravut ovat kasvaneet puhtaissa suomalaisissa vesistöissä. Ikävä asia rapukaupassa on se, että huonoina rapuvuosina Suomeen tuodaan mm. englantilaista täplärapua, jota sitten voidaan pahimmassa tapauksessa myydä eteenpäin suomalaisena.

Kyselyssä kuluttajat pitivät rapujen hintaa korkeana. Mielikuvaan voi vaikuttaa ravustuskaudella lehdistä kirjoitetut rapujen ravintolahinnat ja pääkaupunkiseudun hinnat yleensä. Kuluttajille on kuitenkin tarjolla hinnaltaan erilaisia vaihtoehtoja sen mukaan halutaanko ravut valmiiksi keitettynä kotimarketista tai päätetäänkö keittää ravut itse ja ostetaan ravut elävänä ketjun alkupäästä ravustajalta. Raputuksessa hinnoittelu menee rapujen kokoluokan mukaan, ei niinkään kauden mukaan. Jos rapuja tulee oikein paljon, silloin on enemmän tarvetta kausihinnoitteluun. Mikäli saalismäärät kasvaisivat oleellisesti, rapujen hinta voisi tulevaisuudessa alentua. Kausihinnoittelun kanssa joudutaan tekemisiin myös isoille tukuille toimitettaessa. Laatu on hinnan ohella erittäin tärkeä kilpailuvaltti.

Koska alueella ei ole ollut menekkivaikeuksia, mainontaan ei ole tarvinnut juuri panostaa. Netissä olevien kotisivujen myötä on tullut lisää pienasiakkaita, vaikka nimi viittaa tukkutoimintaan. Rapufirmojen kotisivujen kautta käytävä kauppa on jo toimivaa nettikauppaa. Rapurinkityyppinen toiminta on ajatuksena hyvä, mutta ei alueella toiminut, koska toiminta vaatii vastuullisia toimijoita ja selkeää vetäjää.

Rapuketjun toiminnassa on kehitettävää. Raputoiminnassa ollaan vielä elinkeinon alkuvaiheessa, missä kaikki tuotantoketjun vaiheet tehdään itse. Tämä ei kannata pitkään, sillä työtä on liikaa ja kaikelle työlle ei saa riittävästi palkkaa. Siksi kannattaisi osallistua jo olemassa olevaan tuotantoketjuun tekemällä jotain sen osaa. Yhteistoiminnan pitää kehittyä. Olisi hyvä saada ketjuun esimerkiksi rapujen vakiopyytäjiä/toimittajia ja tukkutaso sitten toimittaisi eteenpäin. Ammattimaisia ravustajia saisi alueelle tulla lisää. Pyyntierät olisivat silloin suurempia, sillä voisi oikeasti tienata ja se varmistaisi koko tuotantoketjun toimintaa. Rapuketjun joka vaiheessa laatu pitää varmistaa, niin että tuote, määrä ja hinta on juuri se mikä on sanottu. Monet toimittajat ovat jo oppineet panostaman laatuun. Ravut tuodaan esimerkiksi lajiteltuina, mitä toivotaan.

Yritystoimintaan olisi tärkeää saada rahoitusta. Raputoiminta on vielä pienimuotoista ja hyvin kausiluontoista. Koko tuotantovarmuus on täysin luonnon varassa. Jos saisi esimerkiksi EU-rahoitusta, uskaltaisi edellä mainituista syistä huolimatta investoida, mikä pienille yrityksille ei ole

muuten mahdollista. Rahoitettavia kohteita tukkualalla olisivat esim. logistiikka, kylmälaitteet, rapujen keitto ja muu tuotekehittäminen.

(Riitta Savolainen toimitti tekstiä haastattelun pohjalta)

7. Johtopäätöksiä ja ehdotuksia menekin edistämiseksi ja rapukaupan kehittämiseksi

Suomen sisävesien ravuntuotanto kasvaa ennen muuta täplärapukantojen leviämisen ja vahvistumisen myötä, mutta myös jokirapukantojen hoidon seurauksena. Erityisesti ammattimaisen ravustuksen kautta täplärapuja saadaan (on mahdollista saada) markkinoille merkittävästi aikaisempaa runsaammin. Jokirapusaaliit ovat parhaimmillaan huippusesongin aikana ravustuskauden alkupuolella, kun taas täplärapusaaliit pysyvät hyvinä vielä syyskuussakin. Nämä eroavuudet tarjoavat myös mahdollisuuksia kehittää sekä rapukauppaa että tuotteistusta.

Toteutettu laaja otantatutkimus oli tiettävästi ensimmäinen laatuaan. Kyse ei ollut markkinatutkimuksesta, vaan paremminkin rapujen kulutukseen liittyvästä mielipidekartoituksesta, jossa pyrittiin antamaan painoa sille, miten rapujen kulutukseen tottuneiden henkilöiden käsitykset ravuista elintarvikkeena poikkeavat niistä, jotka eivät rapuihin ole samalla tavalla tutustuneet.

Aineisto kerättiin 18 - 74 -vuotiaille henkilöille postikyselynä, jonka otos poimittiin Väestörekisterikeskuksen väestötietojärjestelmästä. Otokoko oli 5000 henkilöä, jotka poimittiin viideltä maantieteelliseltä alueelta. Alueiden valinta perustui asukastiheyteen, oletettuihin erilaisiin rapujen käyttötottumuksiin ja rapukulttuureihin, sekä rapujen esiintymistietoihin (jokirapualueet ja täplärapualueet). Koko otantaan osuneista oli naisia 49 % ja vastanneista 59 % ja miehiä 51 % (41 %). Kyselyn ensimmäisen kontaktin vastausprosentti oli 20 % ja toisen 15 %, eli yhteensä 35 % kyselyn saaneista vastasi. Tilastotieteellistä menetelmää käyttäen lopulliset tulokset laajennettiin kattamaan koko aikuisväestöä, lukuun ottamatta laitospaikoissa asuvia. Toisin sanoen tulokset koskevat kaikkia 18- 74 vuotiaita suomalaisia.

Johtopäätökset ja ehdotukset menekin edistämiseksi ja rapukaupan kehittämiseksi perustuvat tutkimuksen tuloksiin sekä toimialojen edellä esittämiin asiantuntijanäkemyksiin. Seuraavassa on esitelty joukko tärkeimpiä esille nousseita johtopäätöksiä ja ehdotuksia.

Osituskohtainen ravunkäytön yleisyys oli suhteellisen tasainen. Koko maassa lähes kolmannes suomalaisista (32 %) oli syönyt rapuja. Manner-Suomessa Uusimaa ja Eteläinen Suomi, täplärapualueet, poikkeavat kuitenkin jossakin määrin jokirapualueista (36-39 % / 19-26 %). Ahvenanmaan kohdalla arvio rapuja syöjien osuudesta on suurin (54 %), mutta arvio on epäluotettava, johtuen pienestä otoskoosta ja alhaisesta vastausasteesta. Alueet poikkesivat toisistaan Etelä-Suomen eduksi myös rapujen syöntikerroilla laskien. Tulokset tukevat oletusta, että myös valtaosa rapumääristä kulutetaan maan eteläosissa.

Johtopäätös: Rapujen käyttö elintarvikkeena on tuttua. Nähtävästi jokirapualueella perinne, joka ei suosi rapujen syöntiä ja maan eteläosissa puolestaan täplärapujen hyvä saatavuus selittävät alueiden välillä havaitut erot. Asukastiheydestä johtuen alueilla Eteläinen Suomi ja Uusimaa olivat eniten sekä rapujen syöjiä (850 000) että ei-syöjiä (1 400 000), kun muualla maassa vastaavat luvut ovat 280 000 ja 1 000 000.

Ehdotukset:

- *Eteläisen Suomen suuret kaupungit ovat merkittävien rapumarkkinoiden alue, jossa on mahdollista monin eri keinoin lisätä rapujen tunnettuutta elintarvikkeena, joten erityiset menekin edistämiskeinot kannattaa keskittää sinne ja testata menetelmien toimivuutta.*
- *Nykyisissä jokirapumaakunnissa rapujen tunnettuuden ja käytön lisääminen menekin edistämiskeinoja käyttäen kannattaa suunnata tarkoin ja keskittää (suurimpiin kaupunkeihin), jolloin vaikutuksia voi mitata rapujen kysynnän muutoksilla.*
- *Kokonaiskysyntää ei sinänsä saada helposti selville, sillä vaikka kysyntää olisikin, mutta tuotetta ei tarjolla, ei kysyntä rekisteröidy ja vaikuta kaupan ja markkinoinnin toimiin. Kysyntävolyymien selvittäminen eri keinoin voisi valaista asiaa.*

Rapujen syöjien ja ei-syöjien ikä- ja ammattiasemajakaumat vastasivat melko hyvin ennako-odotuksia; miehissä oli naisia enemmän ravunsyöjiä ja johtavassa asemassa sekä yrittäjinä toimivat olivat myös kokeneita. Kotitalouden rakenne vaikutti suhteellisen vähän tässä suhteessa, vähiten ravunsyöjiä oli lapsiperheillä, joissa oli pikkulapsia, sekä yli 2 aikuisen tai yhden naisen muodostamissa kotitalouksissa. Eri ikäryhmien välillä oli merkittäviä alueellisia eroja, Eteläisen Suomen alueella teini-ikä ympärillä olevissa nuorissa oli suhteessa enemmän ravunsyöjiä kuin muualla, ja samanaikaisesti taas nuoret aikuiset taas olivat ravunsyöjinä vähemmistössä.

Johtopäätös: Rapujen käytössä on piirteitä, jotka voivat liittyä työelämän tilanteisiin (miehet) ja vapaa-ajan kanssakäymiseen. Toisaalta täplärapun helppo saatavuus ”omilta rannoilta” voi olla tekijä, joka merkittävästi nostaa nuorten osuutta ravunsyöjissä. Nuoret aikuiset ovat paljolti opiskelijoita tai aivan työuran alussa, jolloin mahdollisuuksia rapujen syöntiin olisi, mutta taloudellinen tilanne ja kulttuurikaan eivät sitä suosi.

Ehdotukset:

- *Kokonaisten rapujen käytössä mitä ilmeisimmin pienillä myyntierillä olisi mahdollisuus löytää uusia kuluttajia (pienet kotitaloudet). Todennäköisesti tämä koskisi vain valmiita keitettyjä tai pakastettuja rapuja.*
- *Nuoret aikuiset on kuluttajaryhmä, joka erityisesti Uudellamaalla ja Etelä-Suomessa sekä ns. yliopistokaupungeissa voi olla kiinnostunut tutustumaan rapuihin, mikäli tuote ja tarjonta kohtaavat heidän käyttötapsansa suhteessa muihin ruuan ja sillä nautiskelun erikoisuuksiin.*
- *Ammattiaseman (sosiaalisen aseman) perusteella merkittävä kuluttajaryhmä, jolla todennäköisesti olisi kiinnostusta tutustua rapuihin, ovat toimihenkilöt.*

Suomalaiset ravut tunnetaan hyvin ja rapujen syöjien parissa myös joki- ja täplärapu erotetaan toisistaan. Kysymyksiin hankintatavoista sekä rapuja syövät että ei-syöjät vastasivat melko yhtenäisesti; hankintatavat tunnettiin varsin hyvin. Halutuin hankintatapa olisi itse ravustaminen tai ostaminen suoraan ravustajalta, mutta yleisimmin ravunsyöjät kuitenkin söivät toisten tarjoamia rapuja. Rapuvalmisteista ravunsyöjiltä kysyttäessä suosituimpia olivat keitetyt joki- tai täpläraput, ja erittäin harvat arvostivat ulkomaisia rapujalosteita tai ulkomaisia pakasterapuja.

Johtopäätös: Suomalaisten rapujen tunnettuus lajin ja kotimaisuuden suhteen on hyvä, sen eteen ei ole tarvetta sinänsä tehdä myynninedistämistyötä.

Hankintapaikkojen hyvä tunteminen voi olla hieman harhaanjohtavaa, sillä monet ravunsyöjistä tuntevat mahdollisesti vain sen hankintapaikan, johon ovat tottuneet. Huolimatta siitä, että suomalaiset ravut ovat halutuimpia, jatkuvasti saatavilla olevat ja hinnaltaan hyvin edulliset ulkomaiset pakasteravut ja raputuotteet ovat merkittävä kilpailija. Pitkällä tähtäimellä ne voivat kuitenkin myös herättää kiinnostuksen kokeilla suomalaisia rapuja.

Ehdotukset:

- *Suomalaisten rapujen saatavuudesta ei ole yleistä asiakasnäkemykseen pohjautuvaa tietoa, jota voitaisiin käyttää suunniteltaessa myynninedistämistoimia. Asiaa tulisikin kartoittaa ravunkuluttajien näkökulmasta; onko asianomaisella paikkakunnalla tarjontaa, ja millaista se on, tyydyttäväkö tarjonta.*
- *Ulkomaisten pakasterapujen ja myös raputuotteiden oheen tulisi saada myös valikoima erilaisia kotimaisia tuotteita, jotta kuluttajat pitäytyisivät kotimaisissa.*
- *Halutuimmat hankintatavat korostavat kotimaisuuden ja lähituotannon arvostusta, mutta tämän ollessa mahdotonta, kaupassa ja myyntipakkauksissa on tuotava esiin rapujen alkuperä sellaisella tarkkuudella, että asiakas kokee tuotteen olevan jäljitettävissä.*

Hyvin suuri osa niistä vastaajista, jotka lukeutuivat ei-ravunsyöjiin, katsoi suurimmaksi syyksi olla syömättä rapuja sen, että ne eivät kuuluneet lapsuuden ruokakulttuuriin. Tähän liittyi myös se, että vastaajien tuttavapiirissäkään ei ole totuttu rapuihin. Rapujen valmistus- ja syöntitavat muutamine erityispiirteineen koettiin myös esteiksi. Hyvin suuri joukko ei-syöjiä (1,4 miljoonaa) on harkinnut rapujen maistamista, ja vielä suurempi joukko (1,8 miljoonaa) ilmaisi, että voisi syödä rapuja, eli vain hyvin pieni määrä suomalaisista kieltäytyisi rapujen maistelemisestakin.

Johtopäätös: Suurin syy olla syömättä rapuja johtuu lapsuuden ja nuoruuden vähäisistä tai olemattomista rapukokemuksista, ja se taas johtuu ilmeisesti siitä, että viime vuosikymmeninä suomalaisten rapujen saatavuus on ollut huono. Suomalaisten rapujen suhteen ei sinänsä ole mitään estettä kulutuksen kasvattamisessa mitä tulee kokeilunhaluun.

Ehdotukset:

- *Suomalaisten rapujen valmistus ja nauttimiseen liittyvät tavat on tarpeen tuoda laajalti ja lähelle kuluttajia, vain siten rapuihin nykyisellään tottumaton aikuisväestö pääsee helposti tutustumaan rapuihin. Helpointa tämä on itse kauppatilanteen yhteydessä perinteisin tuote-esittelykeinoin.*
- *Sesonkituotteena rapujen tuote-esittely voi olla vähittäiskaupan kannalta myyntivoivyytiin nähden kustannustehotonta, jonka vuoksi tulisi muodostaa yhteistoimintaa eri keskusliikkeiden ja kalatukkujen sekä toimialan muiden tahojen kanssa. Yhteisen materiaalin tuotannossa tarvittaneen tukirahoitusta.*
- *Koulujen kotitalousopetus ja erilaiset nuorten ja miksei aikuistenkin kerhotoiminnat tulisi saada kiinnostumaan suomalaisista ravuista ja niiden valmistusmenetelmistä elintarvikkeena.*

Mielikuva ravuista ”herrojen herkkuna” juontanee juurensa kaukaa, jopa vuosisatojen taakse, sillä rapuja syötiin aluksi vain kuninkaallisissa hoveissa ja myöhemmin kartanoissa ja kaupunkilaisten kesähuviloilla. Ravustajat maaseudulla eivät itse rapuja syöneet. Myöhemmin mielikuvaa on voinut

pitää yllä rapujen korkea hintataso. Valtaosa rapujen syöjistä ja ei-syöjistäkin mielsi ravut nykyisin kuitenkin uudella tavalla, kaikille kuuluvana herkkuna, jota syödään kuitenkin etupäässä juhlatilanteissa. Ajatus ravuista arkiruokanakaan ei ollut täysin mahdoton.

Johtopäätös: Mielikuva ravuista herkkuna tai erikoistuotteena, joita syödään pääasiassa sesonkiaikana juhlatilanteissa, on edelleen vahva. Myös käytännössä näin toimitaan. Ollaan kuitenkin valmiita näkemään ravut myös arkisempana ruokana.

Ehdotukset:

- *Rapukausi hyödynnetään pitämällä yllä mielikuvaa ravusta herkullisena sesonkituotteena. Kauden alussa markkinoidaan eri keinoin kokonaisia rapuja tuoreina, siis sekä elävinä että keitetyinä. Kauden edetessä syyskuulle aletaan markkinoida tuoreita rapuja kotitalouksille pakastettaviksi toista sesonkia varten. Hyviä "toisia" sesonkeja olisivat esimerkiksi itsenäisyyspäivä, uusivuosi, pääsiäinen, vappu. Näin kuluttajat voivat hankkia ravut siinä muodossa, johon ovat kovin mieltyneet.*
- *Jotta kotitalouksissa jalostaminen onnistuisi, hyviä rapujen käsittely- ja kotipakastusohjeita pitäisi olla helposti saatavilla. Ohjeita pitäisi saada mukaan jo ostotilanteessa, niitä pitäisi löytyä Internetistä, raputapahtumista, keittokirjoista, ruoka-ohje lehdistä ym.*
- *Rapujen syöntiä pitäisi saada myös hieman arkipäiväistettyä.*
- *Kehitetään uusia raputuotteita ja uusia ravunsyöntitapoja ja ravunsyöntikulttuureja! Kotikäyttöön sopivia rapujen kuorintavälineitä tulisi samalla kehittää, jotta keittiötyötä voitaisiin esivalmistelussa vähentää ja helpottaa.*

Mieluiten suomalaiset rapujensyöjät ravustaisivat rapunsa itse tai ostaisivat suoraan toisilta ravustajilta. Tämä ei kuitenkaan ole aina mahdollista, vaan rapuja haluavan on käännettävä rapukauppiaan tai vähittäiskaupan puoleen. Suomalaiset löysivät rapukaupassa paljon hyviä kehittämiskohteita. Tärkeimmälle sijalle nousi hinta sekä tuoreiden keitettyjen ja elävien rapujen saatavuuden lisääminen. Ei-syöjille oli tärkeitä hinnan lisäksi monipuoliset tuotteet, ohjeet ja esillepano. Tämän hankkeen ulkopuolisena tietona voidaan tässä hyödyntää sitä, että jokirapujen yksikkösaaliit laskevat pyyntikauden jatkuessa, mutta täpläravun säilyvät hyvinä vielä syyskuussakin.

Johtopäätös: Kasvavan raputuotannon myötä kaupan kautta markkinoille tulevien rapujen määrä tulee kasvamaan. Myös rapujen kulutus kasvaa, mikä luo lähtökohdan liiketoiminnalle. Kaupalla itsellään on haastava tehtävä menekin edistämistyössä. Jotta järviemme ravut saadaan hyödynnettyä, pitää koko rapuketjua kehittää ja täplärapujen alemman tuottajahinnan näkyä. Viime kädessä on lähestyttävä kuluttajaa, joka ratkaisee ostaako tuotteen vai ei.

Ehdotukset:

- *Rapujen hinnoittelun pitää olla sellainen, että kuluttaja kokee sen kohtuulliseksi. Hienojen herkkukauppojen hinnat voivat hyvin ruokkia mielikuvaa korkeista hinnoista. Kaikkien myyjien, myös suoramyymien, tulisi laittaa hinnat selvästi näkyviin myyntipaikoittain, näin ostaja vois vertailla hintoja ja tehdä valintoja. Hinnat voivat ja niiden pitää vaihdella koon, laadun ja ajankohdan mukaan.*
- *Hyödynnetään kausihinnoittelua, missä jokirapu määrittelee hintatasot heinäkuussa, ja noudatetaan syyskuussa täpläravun edullisempaa hinnoittelua johtuen sen pitkään säilyvästä yksikkösaaliista.*

- *Kaupantekohetkellä on tärkeä, että ostaja saa mitä on luvattu. Toimitusvarmuus, laatu, määrä, hinnoittelu ja kirjanpito vaatimukset täyttävä laskutus tulee olla kunnossa.*
- *Tuottajaosuuskuntien perustaminen laadun ja saatavuuden varmistamiseksi helpottaisi ja vakaannuttaisi sekä tukku- että vähittäiskauppaa ja tuoreiden rapujen tuotteistajia rapusesongin aikana.*
- *Elävien rapujen kuljetus, säilytys ja näytteillepano (erityisesti messutapahtumissa) tulee olla asianmukaista ja täyttää elävälle äyriäiselle asetetut vaatimukset.*
- *Logistiikkaa tulee kehittää niin, että rapuja voi saada tasavertaisesti maan eri osissa. Kiinnostusta rapuihin pitäisi herätellä ja edetä hiljalleen pohjoisemmas täpläravun "reuna-alueiden" mukaan.*
- *Kaupun ja markettien tarjonnassa pitää hyödyntää sesonkituoteleima. Raputuotteiden mainontaa ja esillepanoa voidaan edistää samoin kuin mitä tahansa sesonkituotetta. Rapujen valmistukseen, rapujuhlaan ja -syöntiin liittyvä ohjeisto ja aterimet, paperituotteet, liinat ja koristeet ym. laitetaan esille tarjolla olevien rapujen lähistölle, ei kaupan tavanomaisen tuoteryhmäjaottelun mukaan.*
- *Ravuntuottajien (myyjien) verkostomaisen nettikaupan perustaminen ja sen voimakas markkinointi voisi avata uuden mahdollisuuden rapujen suorahankintaan tukkukaupoista ja suoraan ravustajilta. Toimitukset tulisivat suoraan ovelle tai kauppojen kautta.*
- *Jos kotimaan markkinat eivät vedä kaikkea tuotantoa, on rapujen vienti ulkomaille varteenotettava mahdollisuus. Kysymykseen voisi tulla lähinnä Ruotsi, jossa rapujen hankinnalla ja käytöllä on selkeät toimintamallit valmiina.*
- *Kauppa tarvitsee luotettavat saalisennusteet ja ajantasaiset tiedot rapukantojen vahvuudesta ja kantojen rakenteista ja sesonkiluonteesta johtuen kauden alun arvioidusta tilanteesta. Tulevan kauden saaliin ennustaminen on vaikeaa ja luotettavien menetelmien kehittäminen ennustamiseen haastavaa.*
- *Yritystoimintaan olisi tärkeää saada rahoitusta. Raputoiminta on yleensä pienimuotoista ja hyvin kausiluontoista. Koko tuotantovarmuus on täysin luonnon varassa. Jos saisi esimerkiksi EU-rahoitusta, uskaltaisi edellä mainituista syistä huolimatta investoida, mikä pienille yrityksille ei ole muuten mahdollista.*

Lisää raputuotteita ja jalosteita kaipaavat etenkin ne suomalaiset, jotka eivät vielä rapuja syöneet. He söisivät, jos saisivat ravut esimerkiksi valmiiksi kuorittuina. Myös rapukaupan kehittämisosiossa kaivattiin monipuolisempia raputuotteita.

Johtopäätös: Tuotteistaminen epäilemättä lisää käyttöä, mutta kallis raaka-aine ja korkeat työkustannukset nostavat tuotteen hintaa mahdollisesti liiaksi. Ehdottomasti suosituin rapujaloste nykyään on kokonaisuena keitetyt tuoreet ravut, joiden menekki on kasvava. Tuote pysynee markkinoilla vielä pitkään tärkeimpänä rapujalosteena.

Ehdotukset:

- *Keitettyjen tuoreiden rapujen säilytys- ja pakkausmenetelmää sekä logistiikkaa tulee kehittää, jotta myyntiaikaa voidaan pidentää ja varmistaa saatavuutta maan eri osissa. Esimerkiksi rapujen pastörintimenetelmän kehittäminen voisi parantaa merkittävästi keitettyjen tuoreiden rapujen säilyvyyttä.*
- *Edellä mainittu "syyskuun täplärapu" hyödynnetään ja jalostetaan kotitalouksissa.*

- *Samalla kun rapuja tulee saaliiksi lisää, myös pienten, 1-saksisten, ruttovaurioisten tai muuten vahingoittuneiden rapujen määrä kasvaa. Näistä tulisi kehittää hinnaltaan halvempia tuotteita kuluttajienkäyttöön tai markkinoida esimerkiksi pelkkiä keitettyjä pyrstöjä. Kuorimattomat ravunpyrstöt voisivat olla myös hinnaltaan kilpailukykyinen jaloste, missä hyödynnettäisiin pienet ja eri tavoin vaurioituneet ravut, joiden myynti kokonaisuena ei ole mahdollista.*
- *Kehitetään pakastetuista ravuista alkuruokaerikoisuuksia ja tuotteistettuja tuotteita, salaatteja, leipiä jne. erikoisherkuina. Näitä tuotteita voisi markkinoida etenkin ravustukauden ulkopuolella.*
- *Suomalaiset pakasteravut tulee säilyttää vähittäiskaupan tarjonnassa, vaikka ne eivät tässä tutkimuksessa suosiossa kovin korkealle nousseetkaan. Suomalaisten pakasterapujen kohdalla kehitetään erityisesti laatua ja pakkauskokoja erilaisille kuluttajaryhmi-
le sopiviksi.*

Kiitokset

Tekijät kiittävät yhteistyö- ja ohjausryhmiä hyvin sujuneesta yhteistyöstä, arvokkaista neuvoista, kommenteista ja arvioinneista työn eri vaiheissa. Kiitos yhteistyöryhmille asiantuntija-arvioistanne, mitkä antoivat työlle kiinnostavan ja täydentävän, käytännön läheisen ja realistisen näkökulman. Yhteistyö- ja ohjausryhmiin kuuluivat: Harri Högmander, Raisa Kääriä, Markku Lehtinen, Lasse Manninen, Mari Nykänen, Katriina Partanen, Päivi Pyyvaara, Ilkka Raukola ja Jani Viljanen. Kiitos kuuluu myös Leena Kytömaalle laajan kyselyaineiston tallentamisesta.

Viitteet

Anonyymi 2012. Ravun kuuma sesonki. Kala & Kauppa. 3/2012. s. 6–8.

Heinimaa, S., Savolainen, R., Pursiainen, M. ja Rajala, J. 2009. Ravun elintarvikelaatu. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 13/2009*. 36 s.

Pursiainen M. 2012. Jokiravun ja täpläravun levinneisyys. – Niteessä: Pursiainen, M. & Mattila, J. (toim). Rapujen levinneisyys ja tuotanto Suomessa 2010. *Riista- ja kalatalous – Tutkimuksia ja selvityksiä 8/2012*, ss.7-20.

Savolainen, R., Järvenpää, T. & Särkinen, M. 2011. Rapukauppaa välittäjä- ja tukkuportaassa – Niteessä: Pursiainen, M. & Rajala, J. (toim.), Raputaloustilasto 2010. *Riista- ja kalatalous – Tutkimuksia ja selvityksiä 6/2011*, s. 16–24.

Savolainen, R., Moilanen, P. & Vihervuori, A. 2012. Rapujen tuotanto ja kulutus Suomessa – Niteessä: Pursiainen, M. & Mattila, J. (toim.), Rapujen levinneisyys ja tuotanto 2010. *Riista- ja kalatalous – Tutkimuksia ja selvityksiä 8/2012*, s. 21–37.

Seafood International 2011. America's love affair with tilapia burns strong. News National Fisheries Institut. October 2011. USA, p.12.

Särkinen, M. 2008. *Vähittäiskaupan makeavesirapuvälikoimat ja rapua jalostavien yritysten toiminta ravun laadun kannalta*. Turun ammattikorkeakoulu, Kala- ja ympäristötalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. 36 s.

<http://www.rktl.fi/tilastot/>

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/painottaminen/painotus.html> (28.3.2013).

LIITE: RAVUNSYÖNTITUTKIMUS SUOMALAISILLE

ALUKSI KYSYMMME SINUA JA KOTITALOUTTASI KOSKEVIA KYSYMYKSIÄ.

Ympyröi sinulle sopiva vaihtoehto tai kirjoita vastauksesi sille varattuun paikkaan.

1. Oletko

1 Nainen

2 Mies

2. Minä vuonna olet syntynyt?

19 _____

3. Mikä on ammattiasemasi?:

1 maatalousyrittäjä

5 ylempi toimihenkilö

9 työtön

2 muu yrittäjä

6 johtava asema

10 opiskelija/koululainen

3 työväestö

7 kotiäiti/koti-isä

11 en osaa sanoa

4 alempi toimihenkilö

8 eläkeläinen

4. Kuinka monta henkilöä kuuluu kotitalouteesi?

Merkitse taulukkoon itsesi mukaan lukien kotitalouteesi kuuluvien henkilöiden lukumäärät ikäryhmittäin.

| | alle 10 -vuotiaita | 10–17 -vuotiaita | 18–24 -vuotiaita | 25–44 -vuotiaita | 45–64 -vuotiaita | 65-vuotiaita ja sitä vanhempia |
|----------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------------|
| Henkilöä | | | | | | |

SEURAAVAKSI RAPUIHIN LIITTYVIÄ KYSYMYKSIÄ

Suomalaisilla ravuilla tarkoitetaan seuraavissa kysymyksissä **eläviä, keitettyjä tai pakastettuja**

| Väittämä | täysin samaa mieltä | jokseenkin samaa mieltä | jokseenkin eri mieltä | täysin eri mieltä | en osaa sanoa |
|--|---------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------|------------------|
| Erotan ravut katkaravuista | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tiedän mitkä ravut ovat suomalaisia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tiedän mistä suomalaisia rapuja hankitaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Olen nähnyt suomalaisia rapuja myytävänä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Erotan jokiravun täpläravusta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Minulla on käsitys erilaisten rapujen ja rapuvalmisteiden hintatasosta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Uskallan käsitellä eläviä rapuja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Osaan valmistaa suomalaisia rapuja ruuaksi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Olen itse ravustanut | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

suomalaisia joki- ja täplärapuja.

5. Kuinka hyvin tunnet suomalaiset joki- ja täpläravut? Ympyröi jokaisen väittämän riviltä yksi numero joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.

6. Syötkö suomalaisia joki- tai täplärapuja?

Jos olet joskus vain maistanut suomalaista joki- tai täplärapua, valitse alla olevista vaihtoehto: 2 En Ympyröi vaihtoehdot ja jatka pyydetyllä tavalla.

1 Kyllä

SIIRRY SUORAAN KYSYMYKSEEN 10

2 En

JATKA KYSYMYKSESTÄ 7

KYSYMYKSIIN 7 – 9 VASTAAVAT NE VASTAAJAT, JOTKA EIVÄT SYÖ SUOMALAISIA SUOMALAISIA JOKI- TAI TÄPLÄRAPUJA

7. Syötkö ulkomaisia rapuja tai muita äyriäisiä ja kuinka usein? Ympyröi jokaiselta riviltä yksi numero, joka parhaiten vastaa ravunkäyttöäsi.

| | en syö lainkaan | harvemmin kuin kerran vuodessa | kerran vuodessa | 2-3 kertaa vuodessa | 4-6 kertaa vuodessa | yli 6 kertaa vuodessa |
|--|-----------------|--------------------------------|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| Ulkomaisia kokonaisia pakasterapuja | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ulkomaisia rapujalosteita (kuorittuja pyrstöjä yms.) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Erlaisia katkarapuja ja katkarapujalosteita | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Muita äyriäisiä (hummeri, kuningasrapu tms.) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

8. Miksi et syö suomalaisia joki- tai täplärapuja? Ympyröi jokaisen väittämän riviltä yksi numero, joka vastaa parhaiten mielipidettäsi asian tärkeydestä.

| Syy olla syömättä | erittäin tärkeä syy | melko tärkeä syy | ei kovin tärkeä syy | ei lainkaan tärkeä syy | ei mielihoidettua |
|--|---------------------|------------------|---------------------|------------------------|-------------------|
| Ravut eivät kiinnosta minua ruokana | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| En ole tullut tutustuneeksi rapuihin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| En tiedä mistä rapuja voi hankkia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapujen hankkiminen on vaivalloista | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Suomalaiset ravut ovat liian kalliita | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravut ovat turhaa ruokaa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| En osaa valmistaa rapuja ruuaksi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| En tunne rapujen syöntitapoja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| En pidä rapujen valmistustavasta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tuttavapiirissäni ei syödä rapuja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravut eivät kuuluneet lapsuudenkotini ruokakulttuuriin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravun piikikäs olemus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Olen allerginen ravuille | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapujen maku ei miellytä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

9. Mikä saisi Sinut syömään / maistamaan suomalaisia joki- tai täplärapuja?

Ympyröi jokaisen väittämän riviltä yksi numero, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi väittämästä.

| Väittämä | täysin samaa mieltä | jokseenkin samaa mieltä | jokseenkin eri mieltä | täysin eri mieltä | en osaa sanoa |
|---|---------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|---------------|
| En missään tilanteessa söisi rapuja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Olen harkinnut maistaa rapuja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos joku tarjoaisi niitä minulle kutsuilla/rapujuhlassa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos saisin ostaa valmiiksi keitettyinä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos saisin ne valmiiksi kuorittuina pyrstöinä/valmistaina | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos rapujen mukana tulisi valmistus- ja syöntiohjeet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos tietäisin mistä niitä saisi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos hinta olisi sopiva | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Söisin, jos saisin itse ravustaa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

KYSYMYKSET 10 – 15 ON TARKOITETTU VAIN NIILLE VASTAAJILLE, JOTKA SYÖVÄT SUOMALAISIA JOKI- TAI TÄPLÄRAPUJA

10. Mitä rapuja ja muita äyriäisiä yleensä syöt ja kuinka usein? Ympyröi jokaiselta riviltä yksi numero, joka parhaiten vastaa käyttökertojasi.

| | en syö lainkaan | harvemmin kuin kerran vuodessa | kerran vuodessa | 2-3 kertaa vuodessa | 4-6 kertaa vuodessa | yli 7 kertaa vuodessa |
|--|--------------------|---|--------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------|
| Suomalaisia jokirapuja (yleensä tuore keitetty) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Suomalaisia täplärapuja (tuore keitetty tai pakaste) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ulkomaisia kokonaisia (yleensä pakasterapu) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ulkomaisia rapujalosteita (esim. kuorittuja pyrstöjä yms.) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Erlaisia katkarapuja ja katkarapujalosteita | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Muita äyriäisiä (hummeri, kuningasrapu tms.) | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

11. Mitä rapuja ja rapuvalmisteita söisit mieluiten, jos kaikkien saatavuus olisi hyvä ja hinta sopiva?

Numeroi viivalle vain 1-3 mieluisinta tuotetta tärkeysjärjestyksessä: 1=tärkein 2=toiseksi tärkein 3=kolmanneksi tärkein

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> suomalaisia keitettyjä jokirapuja | <input type="checkbox"/> ulkomaisia rapujalosteita |
| <input type="checkbox"/> suomalaisia keitettyjä täplärapuja | <input type="checkbox"/> erilaisia katkarapuja ja niiden jalosteita |
| <input type="checkbox"/> suomalaisia kokonaisia pakastetäplärapuja | <input type="checkbox"/> suomalaisten rapujen jalosteita, jos niitä olisi tarjolla |
| <input type="checkbox"/> ulkomaisia kokonaisia pakasterapuja | <input type="checkbox"/> muita äyriäisiä tai jalosteita |

12. Miten hankit suomalaisia jokirapuja ja/tai täplärapuja?

Numeroi viivalle vain 1-3 mieluisinta hankkimistapaasi tärkeysjärjestyksessä: 1=tärkein 2=toiseksi tärkein 3=kolmanneksi tärkein

- en hanki itse, syön muiden tarjoamia
- ravustan itse
- suoraan ravustajalta
- rapujen välittäjältä
- rapujen viljelijältä
- torilta/hallista
- kalakaupasta
- marketista/ruokakaupasta
- ostan ravut ravintolassa
- muu tapa Mikä? _____

13. Jos sinulla olisi mahdollisuus valita, niin mistä mieluiten hankkisit suomalaisia joki- ja/tai täplärapuja?

Numeroi viivalle 1-3 mieluisinta tapaa tärkeysjärjestyksessä: 1=tärkein 2=toiseksi tärkein 3=kolmanneksi tärkein

- en hankkisi itse rapuja
- ravustaisin itse
- suoraan ravustajalta
- rapujen välittäjältä
- rapujen viljelijältä
- torilta/hallista
- kalakaupasta
- marketista/ruokakaupasta
- ostaisin ravut ravintolassa
- muu tapa Mikä? _____

14. Missä tilanteissa ja missä paikoissa syöt suomalaisia joki- tai täplärapuja?

Ympyröi jokaiselta riviltä numero, joka vastaa parhaiten syöntitilanteitasi.

| | useimmiten | joskus | hyvin harvoin | en koskaan |
|---|------------|--------|---------------|------------|
| Arkitilanteessa | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Juhlatilanteessa | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Normaalina vapaa-aikana (esim. viikonloput) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Lomilla | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Työelämän tilanteissa | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Omassa tai ystävien kodissa | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Omassa tai ystävien vapaa-ajan asunnolla | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Ravintolassa | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Muualla | 1 | 2 | 3 | 4 |

15. Minkä ikäisenä ja missä tilanteessa söit ensimmäisen kerran suomalaisia joki- tai täplärapuja? Ympyröi numero vaihtoehdon edessä, joka parhaiten vastaa muistikuvaasi.

- | | | | |
|-------------|--------------------|-------------|-----------------------|
| a) 1 | alle 10 -vuotiaana | b) 1 | oman perheen kesken |
| 2 | 10 - 17 -vuotiaana | 2 | ystävien kanssa |
| 3 | 18 - 24 -vuotiaana | 3 | työelämän tilanteessa |
| 4 | 25 - 45 -vuotiaana | 4 | muussa tilanteessa |
| 5 | yli 45 -vuotiaana | | |

LOPUT KYSYMYKSET ON TARKOITETTU KAIKILLE VASTAAJILLE**16. Missä muodossa mieluiten hankkisit suomalaisia joki- tai täplärapuja?** Ympyröi yksi, sinulle tärkein vaihtoehto.

- | | | | |
|---|--|---|--|
| 1 | en hanki suomalaisia joki- tai täplärapuja | 4 | hankkisin pakasteena |
| 2 | hankkisin elävänä | 5 | hankkisin tuoreena säilöttynä valmisteena (esim. kuoritut pyrstöt) |
| 3 | hankkisin tuoreena keitettynä | | |

17. Millainen mielikuva Sinulla on ravusta elintarvikkeena? Ympyröi jokaisen väittämän riviltä yksi numero, joka vastaa parhaiten mielipidettäsi väittämästä.

| Väittämä | täysin samaa mieltä | jokseenkin samaa mieltä | jokseenkin eri mieltä | täysin eri mieltä | en osaa sanoa |
|---|---------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|---------------|
| Ravut kiinnostavat minua ruokana | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapu on vain "herrojen herkku" | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapu on liian vaikea syötävä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravuissa ei ole mitään syötävää | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapu on herkkutuote | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rapuja voi syödä myös arkiruokana | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravut on helppo valmistaa ruuaksi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravut ovat terveellistä syötävää | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Jokirapu ja täplärapu ovat maultaan samanlaisia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ravut kuuluvat vain rapujuhliin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

18. Kuinka moni kotitaloudessasi syö suomalaisia joki- tai täplärapuja?*Merkitse taulukkoon rapuja syövien henkilöiden lukumäärä ikäryhmittäin.**Merkitse myös itsesi, jos syöt rapuja*

| | alle 10- vuotiaita | 10–17 -vuotiaita | 18–24 -vuotiaita | 25–44 -vuotiaita | 45–64 -vuotiaita | 65-vuotiaita ja sitä vanhempia |
|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------------|
| Henkilöitä | | | | | | |

19. Mitä rapukaupassa pitäisi kehittää, jotta aloittaisit tai lisäisit suomalaisten joki- tai täplärapujen kulutusta? Numeroi viivalle vain 1-3 kehittämiskohdetta tärkeysjärjestyksessä: 1=tärkein 2=toiseksi tärkein 3=kolmanneksi tärkein

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Eläviä rapuja tulisi olla helposti saatavilla | <input type="checkbox"/> Rapuja pitäisi olla saatavilla muulloinkin kuin rapukautena |
| <input type="checkbox"/> Tuoreita, keitettyjä rapuja pitäisi olla helposti saatavilla | <input type="checkbox"/> Rapuja näyttävämmiin esille vähittäiskaupoissa |
| <input type="checkbox"/> Tietoa, mistä rapuja voi hankkia, pitäisi olla enemmän | <input type="checkbox"/> Syöntiohjeita ja reseptejä rapujen kanssa saataville |
| <input type="checkbox"/> Rapujen hinta pitäisi olla edullisempi | <input type="checkbox"/> Ohjeita rapujuhlien järjestämisestä saataville |
| <input type="checkbox"/> Ravustusmahdollisuuksia pitäisi lisätä | <input type="checkbox"/> Lisää koko- ja hintaluokkia |
| <input type="checkbox"/> Pitäisi olla monipuolisempia raputuotteita | <input type="checkbox"/> Rapujen laatua pitäisi parantaa |

20. Missä tietolähteissä ravuista olisi hyvä kertoa?*Numeroi viivalle vain 1-3 tietolähdettä tärkeysjärjestyksessä: 1=tärkein 2=toiseksi tärkein 3=kolmanneksi tärkein*

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Sanomalehdissä | <input type="checkbox"/> Televisiossa |
| <input type="checkbox"/> Kaupan esitteissä | <input type="checkbox"/> Erilaisissa markkina- tai toritapahtumissa |
| <input type="checkbox"/> Internetissä | <input type="checkbox"/> Muualla, missä? (<i>kirjoita viivalle</i>) |
| <input type="checkbox"/> Aikakauslehdissä | |

HUOMAUTUKSIA, KOMMENTTEJA, LISÄTIETOJA

Kiitos vastauksistasi!

Kaikkien vastanneiden kesken arvomme viisi 100 euron lahjakorttia (valinnaisesti K- tai S-kaupparyhmän). Ilmoitamme voittajille henkilökohtaisesti. Jos haluat osallistua arvontaan, kirjoita tähän osioon nimesi ja puhelinnumerosi.

Etu- ja sukunimi _____ Puhelinnumero _____