

KALA- JA RIISTARAPORTTEJA nro 219

*Anssi Ahvonen
Asmo Honkanen*

Kalatalousbarometri 2001:

Elinkeino ja kuluttajat

Helsinki 2001



RIISTAN- JA KALANTUTKIMUS

Julkaisija

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

Julkaisu-aika

Huhtikuu 2001

Tekijät

Anssi Ahvonen ja Asmo Honkanen

*Julkaisun nimi***Kalatalousbarometri 2001: Elinkeino ja kuluttajat**

Julkaisun laji

Tutkimusraportti

Projektin nimi ja numero

Kalatalousbarometrit (313 120)

Tiivistelmä

Julkaisussa tarkastellaan kalatalouselinkeinon ja kuluttajien näkemyksiä kalataloudesta ja kalatuotteista. Sekä elinkeinolta että kuluttajilta tiedusteltiin arvioita mm. kalatalouteen liittyvistä mahdollisuuksista ja uhkakuvista. Lisäksi tiedusteltiin mielikuvia nykyisistä ja uusista kalatuotteista sekä kalan tarjontaan liittyviä epäkohtia. Yritykset jakoutuivat toimialoittain kalastukseen, kalanviljelyyn, kalanjalostukseen sekä kalan tukku- ja vähittäiskauppaan. Pelkästään kuluttajilta tiedusteltiin vastaajan omakohtaista kalan käyttöä, kalaruokien valmistamista ja kalastusharrastusta sekä kalaan liittyviin tuotteisiin kohdistuvia ostoaikeita.

Mielikuvat kalasta ja kalataloudesta olivat varsin samankaltaisia kuin edellisellä, vuoden 2000 mittauskerralla. Useat mitatuista asioista ovatkin senkaltaisia, että kysymys on enemmän pysyvistä asenteista kuin muuttuvista mielipiteistä. Kalaan liittyvät yleiset mielikuvat ovat edelleen hyvin myönteisiä. Kotimaista kalaa pidetään korkealaatuisena, turvallisena ja ympäristöystävällisesti tuotettuna elintarvikkeena, eikä ulkomaisia kalatuotteita koeta suureksi uhaksi kotimaiselle kalalle. Suomalaiset uskovat kalatuotteiden valikoiman lisääntymiseen lähivuosina. Kalatarjonnan odotetaan laajenevan mm. uusien kotimaisten kasvatettujen kalalajien osalta. Kalan tarjontaan liittyvistä epäkohdista nousi esille tuorekalan alkuperätietojen riittämättömyys. Suomalaisilla on pääasiassa varsin omakohtainen ja konkreettinen suhde kalaan: 95 % suomalaisista syö kalaa, 80 % valmistaa itse kalaruokia tuorekalasta ja yli puolet kalastaa itse tai osallistuu ainakin joskus kalastamiseen.

Tulokset perustuvat yhteensä noin 300 yrityksen ja 2200 kuluttajan otokseen. Tiedot kerättiin puhelinhaastatteluilla helmikuussa vuonna 2001.

Asiasanat

Barometri, saldoluku, kalatalous, elinkeino, kuluttajat

Sarjan nimi ja numero

Kala- ja riistaraportteja 219

ISBN

ISBN 951-776-325-5

ISSN

1238-3325

Sivumäärä

29 s.

Kieli

Suomi

Hinta

Luottamuksellisuus

Julkinen

Taitto

Rauno Yrjölä, Ympäristötutkimus Yrjölä Oy

Paino

Yleisjäljennös Oy, Helsinki

*Jakelu*Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos
PL 6
00721 Helsinki
Puh. 0205 7511 Fax 0205 751201

Kustantaja

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

1. JOHDANTO	1
2. AINEISTO JA MENETELMÄT	1
2.1 PERUSJOUKKO JA OTOS	1
2.2 TIEDONKERUUJÄRJESTELMÄ	2
2.3 AINEISTON KÄSITTELY JA ESITYSTAVAT	3
3. TULOKSET	3
3.1 KALATALOUDEN MAHDOLLISUUDET	3
3.2 KALATALOUDEN UHAT	7
3.3 YLEISET MIELIKUVAT KALATUOTTEISTA	10
3.4 KALATUOTTEIDEN ALKUPERÄ	12
3.5 KALAN TARJONNAN EPÄKOHTIA	15
3.6 UUSIEN TUOTTEIDEN KYSYNTÄ JA KULUTTAJAHINNAT	17
3.7 KULUTTAJIEN SUHDE KALAAAN JA OSTOAIKEET	19
4. TARKASTELU	21
4.1 TULOSTEN TULKINTA	21
4.2 TULOSTEN LUOTETTAVUUTEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	21
4.3 YHTEENVETO TULOKSISTA	22
5. KIRJALLISUUS	22
LIITETAULUKOT	24

1. JOHDANTO

Kalatalousbarometri 2001: *Elinkeino ja kuluttajat* tarkastelee kalatalouselinkeinon ja kuluttajien näkemyksiä kalataloudesta ja kalatuotteista helmikuussa vuonna 2001. Tulokset perustuvat yhteensä noin 300 yrityksen ja 2200 kuluttajan otokseen. Tiedot kerättiin puhelinhaastattelulla. Tuloksia verrataan edellisvuonna kerättyihin vastaaviin tietoihin (Honkanen & Ahvonen 2000). Kalatalousbarometri 2001:n toinen osa *Yritysten taloudelliset näkymät* ilmestyy toukuussa 2001.

Barometrikokonaisuudessa mittaukset on kohdistettu kalatalouden koko tarjonta-kysyntä- ketjuun alkutuotannosta kuluttajiin. Kalan tarjontaa edustavat kalastus, kalanviljely, jalostus sekä kalan tukku- ja vähittäiskauppa. Kysyntää edustavat kuluttajat. Samanaikaisesti sekä kuluttajille että yrityksille tehdyt kysymykset tarkastelevat kalatalouteen liittyviä mahdollisuuksia ja uhkia. Lisäksi tarkastellaan mielikuvia nykyisistä ja uusista kalatuotteista sekä kielteisiä kokemuksia kalan tarjonnasta.

Pelkästään kuluttajien osalta tarkastellaan oma-kohtaista suhdetta kalaan, mm. kalan käyttöä, sekä kalaan liittyviin tuotteisiin kohdistuvia ostoaikkeitä. Raportissa on tavoitteena hahmottaa kalaan ja kalatalouteen liittyviä mahdollisia mielipide- ja näkemuseroja kala-alan yritysten ja kuluttajien välillä. Mittarien avulla pyritään myös tarkastelemaan sitä, ovatko jotkut ilmiöt vain tietyn toimialan näkemyksiä vai koetaanko asiat yleisesti samalla tavalla.

Barometrimittauksilla pyritään yleensä saamaan pitkällä aikavälillä luotettavaa ja vertailukelpoista tietoa mitattavissa ilmiöissä tapahtuvista muutoksista. Tässä raportissa esitetyt tulokset perustuvat kahteen mittauskertaan, mikä asettaa rajoituksia ajalliselle tulkinnalle. On myös hyvä ottaa huomioon, että vaikka barometrit ovat yleisesti käytetty keino lähestyä yhteiskunnallisten ilmiöiden odotuksia, ne eivät kuitenkaan ole suoranaisia ennusteita vaan kehitysarvioiden laadinnan apuvälineitä.

2. AINEISTO JA MENETELMÄT

2.1 PERUSJOUKKO JA OTOS

Yritysosan tutkimusperusjoukon muodostivat Tilastokeskuksen yritysrekisterissä vuoden 2001 alussa olleet kalatalousalan yritykset, joiden liikevaihto oli yli 50 000 mk. Tutkimusperusjoukon muodosti näin ollen yhteensä 958 yritystä ja elinkeinonharjoittajaa. Tutkimusperusjoukon kalatalousyritykset ositettiin viiteen toimialaan: kalastus, kalanviljely, kalanjalostus, kalatukku- ja vähittäiskauppa ja lisäksi kahteen liikevaihtoluokkaan: alle ja yli miljoona markkaa (ks. tarkemmin Ahvonen & Honkanen 2000). Otoskoko oli 350. Otoksesta poistettiin ylipeittona ne yritykset, jotka olivat lopettaneet toimintansa tai joita ei yhteystiedoista huolimatta löydetty. Lopulliseen nettotokseen kuului näin ollen 331 yritystä, joista haastatteluihin osallistui 87,6 prosenttia (Tau-

lukko 1). Otos kiintiöitiin, jotta kaikista ositteista saatiin riittävä määrä havaintoja ositekohtaiseen tarkasteluun (Taulukko 2). Vuoden 2001 otokseen tehtiin rotaatio, jossa vuoden 2000 otoksesta (Ahvonen & Honkanen 2000) uudistettiin 1/5 niissä ositteissa, joista ei poimittu kaikkia alkioita. Rotaation lisäksi otos ja perusjoukko ovat päivittyneet uusien ja poistuneiden yritysten sekä ositesiiirtymien vuoksi.

Kuluttajia koskevan tutkimusperusjoukon muodosti Suomen 15-74-vuotias väestö joka oli väestörekisterissä vuoden 2000 alussa. Otoksen koko oli 2200 kuluttajaa. Otoksesta poistettiin ylipeittona ne henkilöt, jotka olivat kuolleet tai jotka olivat pysyvästi ulkomailla. Lopulliseen nettotokseen kuului 2188 henkilöä. Näistä 69,4 prosenttia eli 1519 henkilöä osallistui haastatteluun (Taulukko 1). Haastatteluun osal-

listuneiden ja perusjoukon vertailu sukupuolittain ja ikäryhmittäin osoittaa, että otos edustaa perusjoukkoa varsin hyvin (Taulukot 3 ja 4).

Taulukko 1. Tutkimusperusjoukot, otokset ja haastattelujen määrät

	Yritykset		Kuluttajat	
	N	%	N	%
Tutkimusperusjoukko	958	100,0	3 896 916	100,0
Otos	350	36,5	2 200	0,06
Ylipeitto	19	5,4	12	0,5
Netto-otos	331	100,0	2 188	100,0
Kato	41	12,4	669	30,6
- ei tavoitettu	11	3,3	430	19,7
- kieltäytyi	9	2,7	203	9,3
- muu syy	21	6,3	36	1,6
Haastateltuja	290	87,6	1 519	69,4

Taulukko 2. Yrityksaineiston otantasuhteet (n/N = netto-otos/tutkimusperusjoukko) ja lopulliset vastausprosentit toimialoittain.

Toimiala	Otantasuhde n / N	Vastaus- %
Kalastus	69 / 389	92,7
Kalanviljely	84 / 227	88,1
Kalanjalostus	62 / 135	82,2
Kalan tukkukauppa	58 / 79	84,5
Kalan vähittäiskauppa	58 / 128	89,6
Yhteensä	331 / 958	87,6

Taulukko 3. Kuluttaja-aineiston otos, haastatteluun osallistuneet ja tutkimusperusjoukko eli Suomen 15-74-vuotias väestö vuoden 2000 alussa sukupuolen mukaan (%).

Sukupuoli	Otos	Osallistuneet	Perusjoukko
Nainen	49,6	50,4	50,4
Mies	50,4	49,6	49,6
Yhteensä	100,0	100,0	100,0
N	2 200	1 519	3 896 916

Taulukko 4. Tutkimukseen osallistuneet kuluttajat ja tutkimusperusjoukko eli Suomen 15-74-vuotias väestö vuoden 2000 alussa ikäryhmän ja sukupuolen mukaan (%).

Ikäryhmä	Osallistuneet	Perusjoukko	Osallistuneet	Perusjoukko
	Naiset	Naiset	Miehet	Miehet
15-24	21,8	16,5	17,3	17,4
25-34	16,7	16,6	18,2	17,4
35-44	16,8	19,3	16,1	20,1
45-54	17,5	20,9	22,1	21,6
55-64	16,7	14,2	15,5	13,6
65-74	10,4	12,5	10,9	9,8
Yhteensä	100,00	100,0	100,0	100,0
N	766	1 957 363	753	1 939 553

2.2 TIEDONKERUUJÄRJESTELMÄ

Barometrimittauksia edelsi esitutkimus, jossa mittaristo ja tiedonkeruujärjestelmä testattiin yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa (Ahvonen & Honkanen 1999). Mittariston suunnittelussa hyödynnettiin mm. Tilastokeskuksen surveylaboratoriota (Godenhjelm 1999), jossa koeryhmän avulla arvioitiin lomakkeen sisältö, ymmärrettävyys ja tulkittavuus kognitiivisella esitestauksella (Willis 1994, Sudman ym. 1996). Koko tiedonkeruujärjestelmä testattiin haastatellaamalla 53 elinkeinon harjoittajaa ja 425 eteläsuomalaisia kuluttajaa (Ahvonen & Honkanen 1999). Esitutkimusaineistosta muodostettiin lisäksi asetelmia, joissa testattiin samaa asiaa tarkoittavien mutta eri tavalla ilmaistujen väittämien vaikutusta vastauskäyttäytymiseen (Godenhjelm ym. 2000a, Godenhjelm ym. 2000b).

Haastattelut toteutettiin Tilastokeskuksen tietokoneavusteisen haastattelujärjestelmän (CATI) avulla. Kuluttajia koskevat haastattelut tehtiin Tilastokeskuksen helmikuun 2001 kuluttajabarometrin yhteydessä (Tilastokeskus 2001) joten tutkimuksessa voitiin hyödyntää myös kuluttajabarometriin liittyvä monivuotinen tietojärjestelmän kehitystyö. Elinkeinolle tehtiin erillinen tiedonkeruu samaan aikaan.

Otokseen tulleille yrityksille ja kuluttajille lähetettiin etukäteen kirje, jossa kerrottiin haastat-

telusta ja sen sisällöstä. Elinkeinohaastattelut kohdistettiin yritysten toimivalle johdolle. Keskimääräinen haastatteluaika oli kuluttajien osalta 12 ½ minuuttia ja yritysten osalta 13 ½ minuuttia. Yrityshaastatteluihin sisältyi taloudellista tilannetta kartoittavia kysymyksiä, joiden tulokset julkaistaan toukokuussa raportissa *Yritysten taloudelliset näkymät*. Yksittäisten mittarien kysymyksenasettelu selviää tuloksista (Kuvat 1.1-7.5).

2.3 AINEISTON KÄSITTELY JA ESITYSTAVAT

Sekä elinkeinoa että kuluttajia koskevat tulokset estimoitiiin vastaamaan perusjoukkoa niin, että yksikkötasolla kaikki mittaustulokset painotettiin ottaen huomioon sekä ositekohtaiset ota- tansuhteet että vastaustodennäköisyys (kato). Painokertoimet kalibroitiin lisäksi siten, että henkilön iän, sukupuolen ja asualueen estimoidut reunajakaumat vastasivat koko perusjoukosta saatuja reunajakaumia eli väestörakennetta. Yritysten osalta kalibrointi tehtiin liikevaihdon perusteella (ks. esim. Deville & Särndahl 1992, Deville ym. 1993).

Haastatteluvastauksien painotetuista prosentiosuuksista muodostettiin ns. *saldoluvut*. Ne

saatiin laskemalla yhteen painotetut vastausosuudet barometreissa yleisesti käytetyllä menetelmällä (esim. European Commission 1997, Tilastokeskus 2001). Saldolukujen arvot sijoituvat välille [-100, 100]. Tulokset on esitetty saldolukujen lisäksi vastausvaihtoehtojen mukaisina jakaumina liitetaulukoissa. Kuvissa 7.1.-7.4 vuoden 2000 saldoluvut poikkeavat tarkistuslaskennan vuoksi hieman aikaisemmin esitetystä (Honkanen ym. 2000).

Saldolaskennassa vastausvaihtoehdoille annettiin seuraavat painokertoimet:

Vastausvaihtoehto	Kerroin
Täysin samaa mieltä / Erittäin todennäköistä / Lisääntyy selvästi	1
Jokseenkin samaa mieltä / Melko todennäköistä / Lisääntyy jonkin verran	½
Ei osaa sanoa / Säilyy ennallaan	0
Jokseenkin eri mieltä / Melko epätodennäköistä / Vähenee jonkin verran	-½
Täysin eri mieltä / Erittäin epätodennäköistä / Vähenee selvästi	-1

3. TULOKSET

3.1 KALATALOUDEN MAHDOLLISUUDET

Kalatalouden mahdollisuudet -otsikon alle on koottu väittämiä, jotka kuvaavat kalatalouden myönteistä kehitystä elinkeinon tai kuluttajien näkökulmasta lähitulevaisuudessa eli tässä tapauksessa seuraavan 2-3 vuoden aikana. Kaikki väittämät eivät välttämättä ole mahdollisuuksia kaikille osapuolille.

Kaikki kalatalouden toimialat sekä kuluttajat pitivät todennäköisenä, että kalankulutus lisääntyy Suomessa. Vähittäiskauppaa lukuun ottamatta kaikki osapuolet pitivät kalankulutuksen lisääntymistä vuoden 2001 mittauksessa edellistä vuotta todennäköisempänä. Kaikki osapuolet pitivät todennäköisenä, että myös kalatuotteiden valikoima

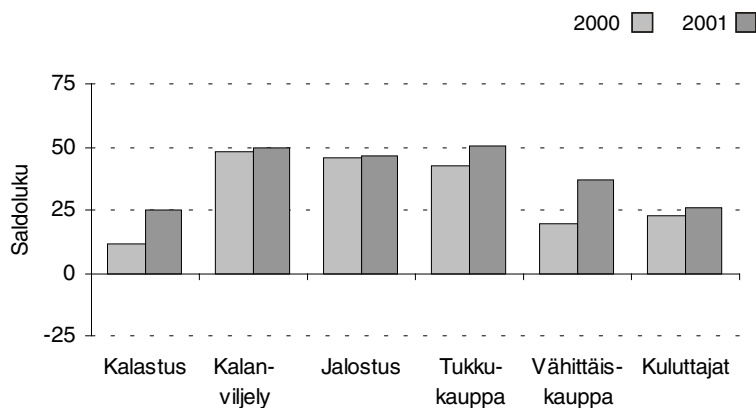
ruokakaupoissa lisääntyy. Valikoiman kasvua pidettiin vuonna 2001 joko yhtä todennäköisenä kuin edellisvuonna tai entistä todennäköisempänä. Tuoteryhmistä elinkeino uskoi selvimmän uusien kasvatettujen kotimaisten kalalajien tarjonnan lisääntymiseen. Alkutuotannon edustajat (kalastus, kalanviljely) pitivät uusien kotimaisten kalalajien tarjonnan lisääntymistä vuonna 2001 jonkin verran edellisvuotta todennäköisempänä, mutta kaupan edustajat jonkin verran edellisvuotta vähemmän todennäköisenä. Kuluttajat pitivät luomu- tai ekomekkityjen kalatuotteiden tarjonnan lisääntymistä edelleen todennäköisempänä kuin elinkeino yleensä. Uusien terveystuotteiden kalatuotteiden tuloa ruokakauppoihin pidettiin pääsääntöisesti todennäköisenä kehityksenä. (Kuvat 1.1, 1.2, 1.4, 1.5, 1.7).

Mielipiteet vajaasti hyödynnettyjen kalojen jalostuksen kehittymisestä olivat sekä vuonna 2000 että 2001 vaihtelevia. Kalan viennin lisääntymiseen uskottiin jalostusyhtiöitä lukuun ottamatta aikaisempaa vähemmän. (Kuvat 1.3, 1.6).

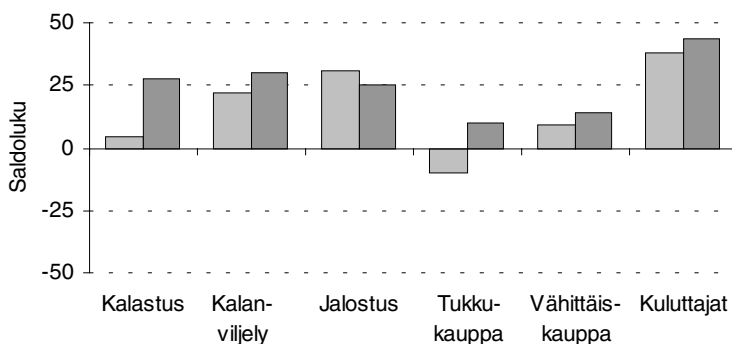
Kalanjalostusta lukuun ottamatta kaikkien osapuolten näkemykset vapaa-ajankalastusmahdollisuuksien paranemisesta olivat vuonna 2001

edellisvuoden näkymiä jonkin verran neutraalimpia. Usko ulkomaisen kalastusturismin kasvuun oli elinkeinon keskuudessa laskussa. Kuluttajien käsitykset asiasta olivat samankaltaisia molempina vuosina. Kalastuslupien halpenemista pidettiin pääosin entistä epätodennäköisempänä. (Kuvat 1.8-1.10).

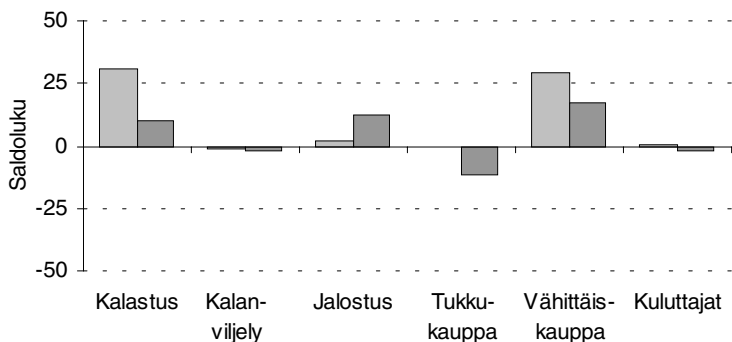
Kuva 1.1. Kalatuotteiden valikoima ruokakaupoissamme lisääntyy. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



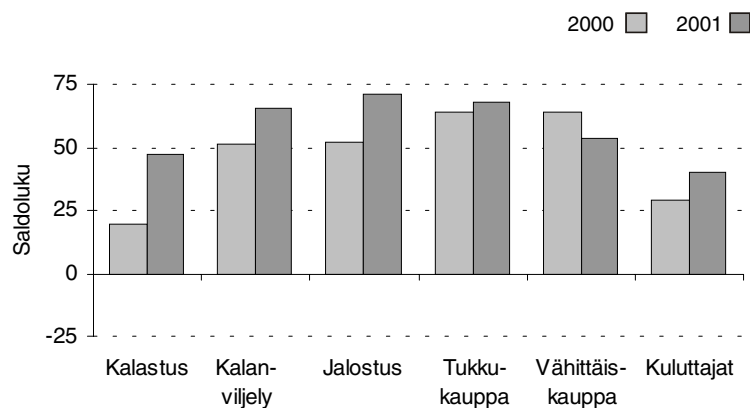
Kuva 1.2. Luomu- tai ekomerkittyjen kalatuotteiden tarjonta lisääntyy. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



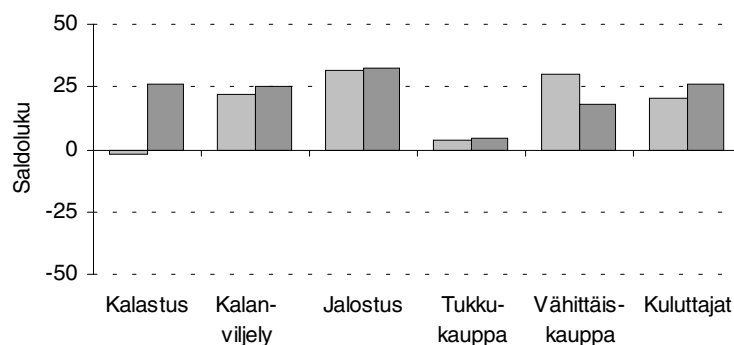
Kuva 1.3. Kalan vienti Suomesta ulkomaille lisääntyy. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



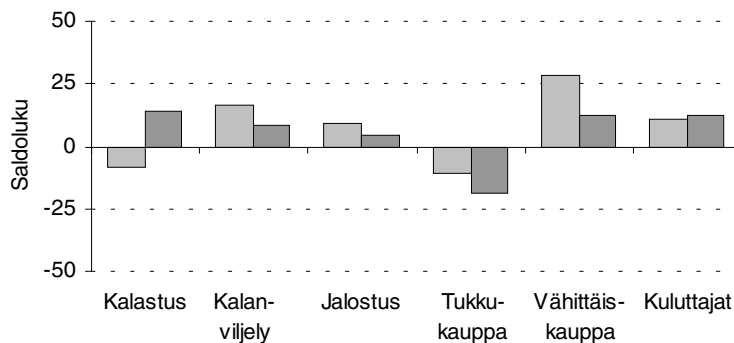
Kuva 1.4. Kalankulutus Suomessa lisääntyy. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



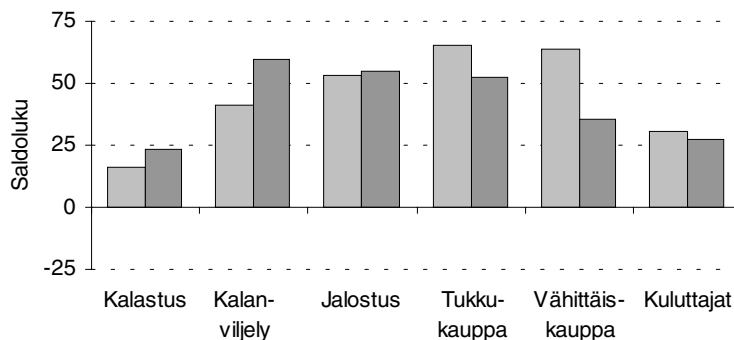
Kuva 1.5. Uusia terveystuotteita tulee ruokakauppoihimme. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



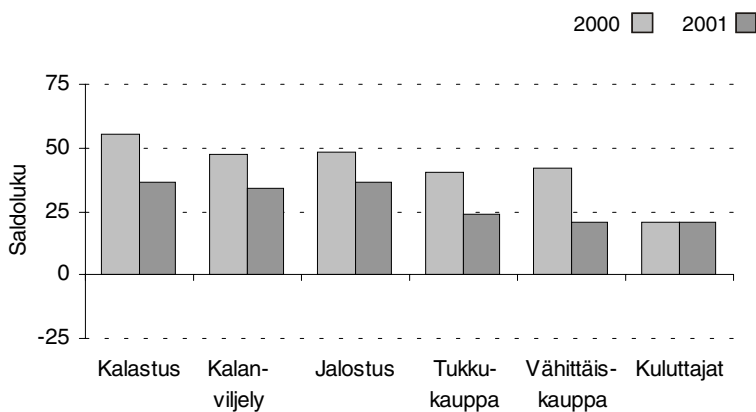
Kuva 1.6. Suomessa vähän käytettyjen kalojen jalostus lisääntyy. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



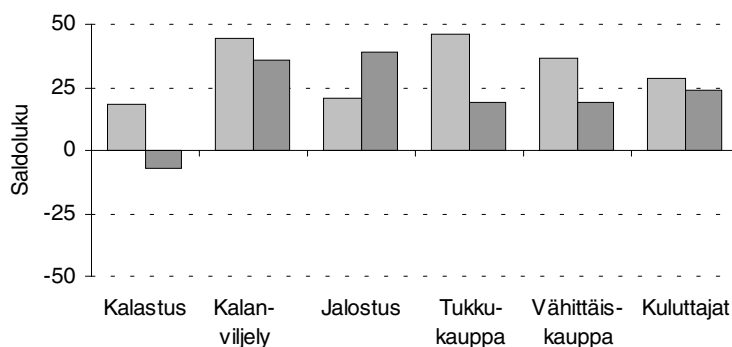
Kuva 1.7. Uusia kotimaisia kasvatettuja kalalajeja tulee ruokakauppoihimme. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



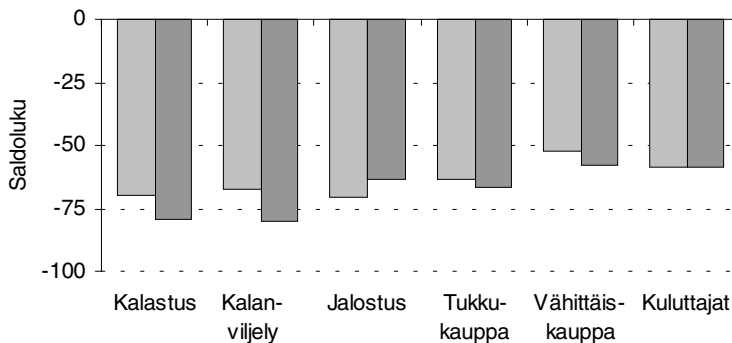
Kuva 1.8. Ulkomainen kalastusrismi Suomeen lisääntyy. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 1.9. Vapaa-ajankalastusmahdollisuudet paranevat Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 1.10. Kalastuslupien hinnat laskevat Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



3.2 KALATALOUDEN UHAT

Kalatalouden uhat -otsikon alle on koottu väittämiä, jotka kuvaavat kalatalouden kielteistä kehitystä elinkeinon tai kuluttajien näkökulmasta lähitulevaisuudessa eli tässä tapauksessa seuraavan 2-3 vuoden aikana. Kaikki väittämät eivät välttämättä ole uhkakuvia kaikille osapuolille.

Kaikki elinkeinot ja eritoten kuluttajat pitivät varsin epätodennäköisenä sitä, että ulkomaiset kalatuotteet syrjäyttäisivät kotimaisen kalan. Arviot epätodennäköisyydestä olivat vahvistuneet vuodesta 2000. Ammattikalastuksen muuttuminen kannattamattomaksi oli sekä elinkeinon että kuluttajien mielestä selvästi todennäköisempi uhkakuva kuin kalanviljelyn muuttuminen kannattamattomaksi. Epäilyt ammattikalastuksen muuttumisesta kannattamattomaksi olivat pääosin hieman vahvistuneet. (Kuvat 2.1-2.3).

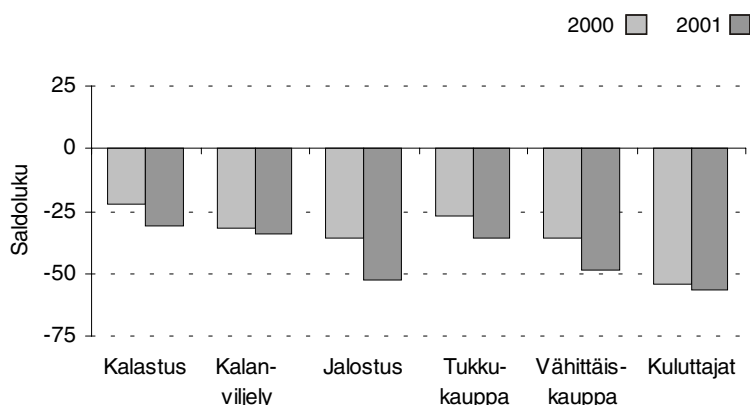
Kalanviljelyn aiheuttamien ympäristöhaittojen kasvuun ei juuri uskottu elinkeinon, eikä varsinkaan kalanviljelyn itsensä piirissä. Myös yleinen vesien pilaantuminen koettiin vuonna 2001 elinkeinon piirissä melko epätodennäköiseksi tulevaisuuden uhkakuvaksi. Kuluttajat pitivät vesien pilaantumista todennäköisempänä kuin elinkeino. (Kuvat 2.4, 2.5).

Suomen kalakantojen romahtamista liikakalastuksen seurauksena pidettiin kaikkien osapuolten mielestä varsin epätodennäköisenä, joskin elinkeinon vuoden 2001 arvioissa väitteen epätodennäköisyys ei ollut aivan yhtä vahva kuin vuonna 2000. Myöskään kaloihin kertyvien ympäristömyrkköjen kalansyöntiä rajoittavaa vaikutusta ei pidetty kovin todennäköisenä, ei etenkin elinkeinon piirissä. Alkutuotannon ja vähittäiskaupan edustajat sekä kuluttajat pitivät ympäristömyrkköjen vaikutusta kalan syöntiin hieman todennäköisempänä kuin edellisvuonna.

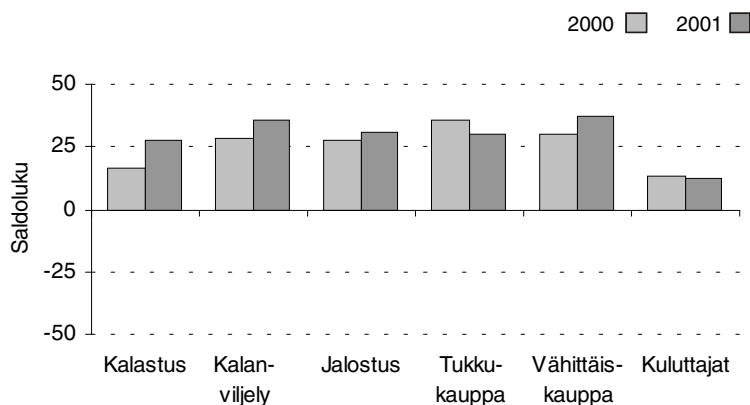
Kalastusharrastuksen kiinnostavuuden vähene mistä pidettiin niinkään varsin epätodennäköisenä kaikkien osapuolten arvioissa. Alkutuotannon edustajat pitivät väitettä kalastusharrastuksen kiinnostavuuden vähenemisestä edellisvuotta epätodennäköisempänä, muut osapuolet sen sijaan hieman aikaisempaa todennäköisempänä. (Kuvat 2.6.-2.8).

Mahdolliset paineet eläinsuojelun ääriyhmi en taholta koettiin selvästi todennäköisemmin kalankasvatukseen kuin kalastukseen kohdistuviksi. Sekä kalastukseen että kalanviljelyyn kohdistuvia mahdollisia eläinsuojelun ääriyhmi en paineita pidettiin pääosin edellisvuotta vähemmän todennäköisinä. (Kuvat 2.9, 2.10).

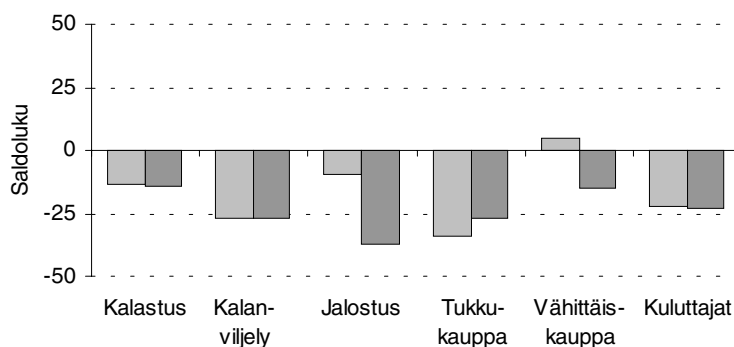
Kuva 2.1. Ulkomaiset kalat ja kalatuotteet syrjäyttävät kotimaisen kalan markkinoillamme. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



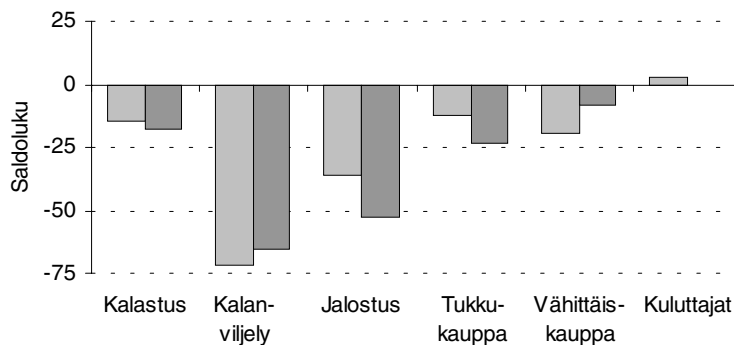
Kuva 2.2. Ammattikalastus muuttuu kannattamattomaksi Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



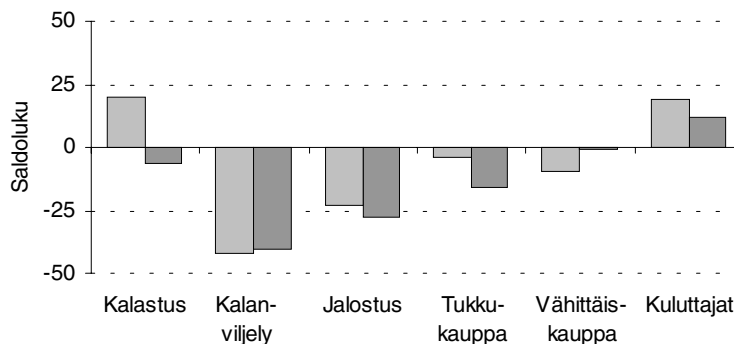
Kuva 2.3. Kalanviljely muuttuu kannattamattomaksi Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



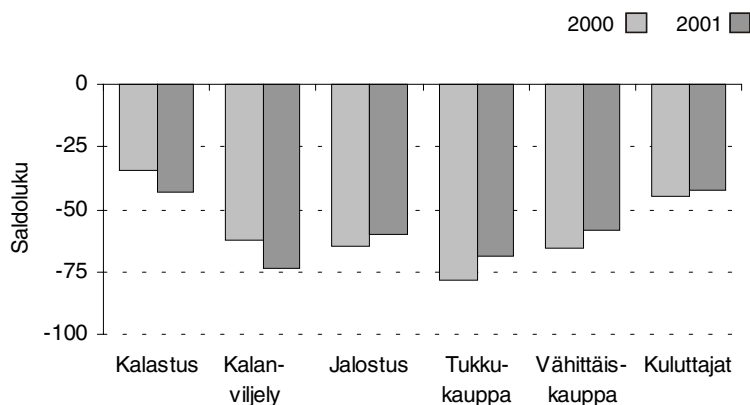
Kuva 2.4. Kalanviljelyn ympäristöhaitat kasvavat Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



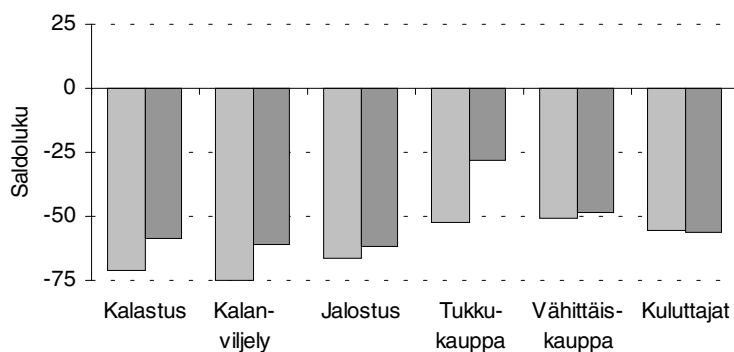
Kuva 2.5. Vesien pilaantuminen lisääntyy Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



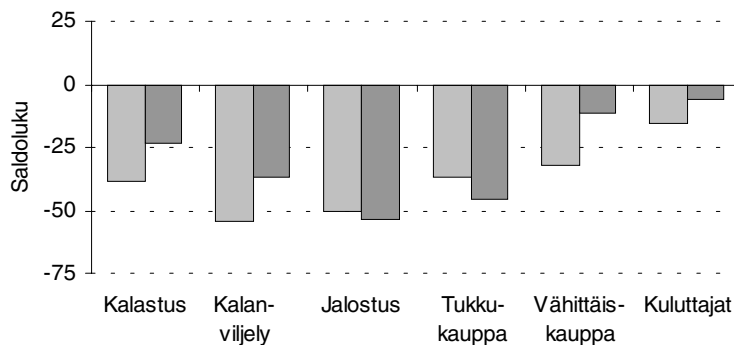
Kuva 2.6. Kiinnostus kalastusharrastusta kohtaan vähenee Suomessa. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



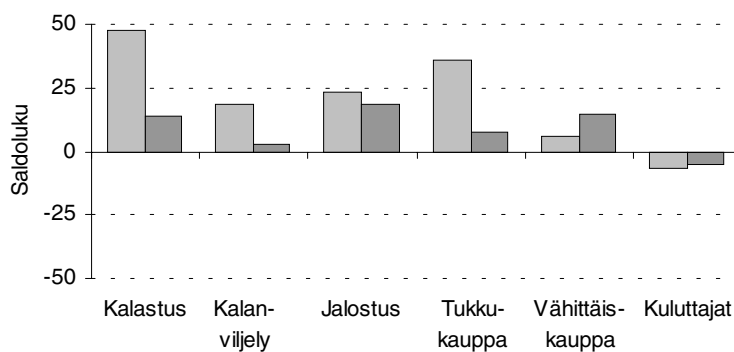
Kuva 2.7. Suomen kalakannat romahtavat liikakalastuksen vuoksi. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



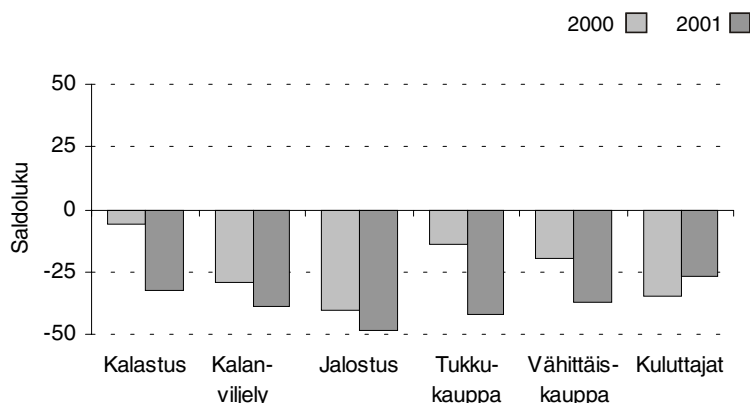
Kuva 2.8. Kaloihin kertyvät ympäristömyrkyt rajoittavat suomalaisten kalan syöntiä. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 2.9. Kalankasvatukseen kohdistuu paineita eläinsuojelun ääri-ryhmien taholta Suomessa. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 2.10. Kalastukseen kohdistuu paineita eläinsuojelun ääriryhmien taholta Suomessa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämän todennäköisyydestä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



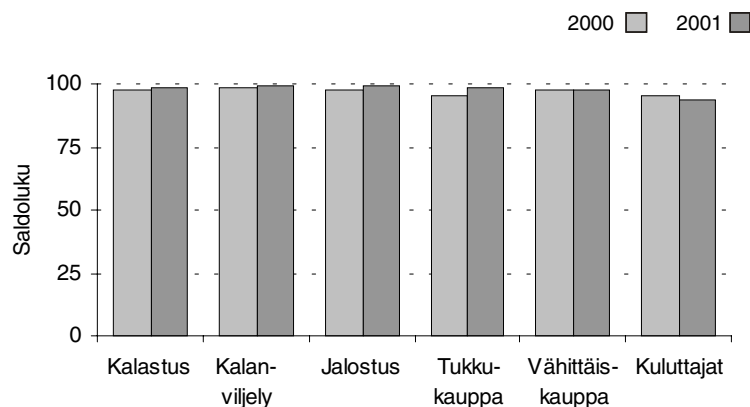
3.3 YLEISET MIELIKUVAT KALATUOTTEISTA

Kaikki osapuolet olivat yksimielisiä siitä, että kala on terveellistä. Tarkasteltujen vuosien välillä ei ollut oleellisia muutoksia käsityksissä. Myös kalan kotimaisuuden tärkeydestä ja siitä että kala on edullista, oltiin hyvin yksimielisiä. Elinkeinon käsitykset kalan edullisuudesta olivat vuonna 2001 jopa jonkin verran vahvistuneet edellisvuoteen verrattuna. Käsityksissä kalan kotimaisuuden tärkeydestä ei yleisesti ottaen ollut eroja vuosien 2000 ja 2001 välillä. (Kuvat 3.1, 3.2, 3.6). Uutena väittämänä vuonna 2001 esitettiin, että kala on maukasta. Kaikki osapuolet olivat hyvin pitkälle yksimielisiä väitteen kanssa (Kuva 3.7).

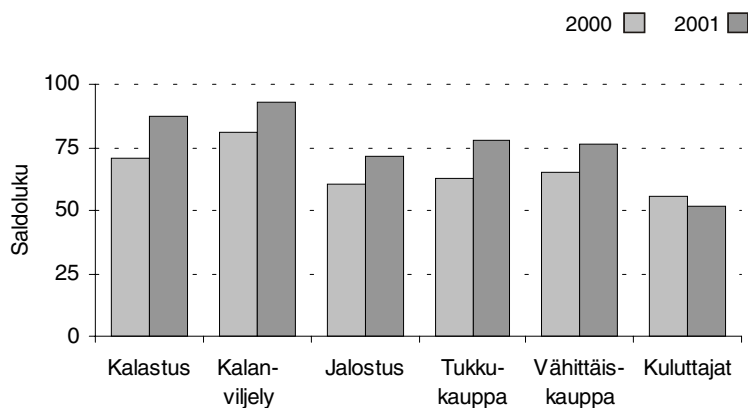
Sekä elinkeino että kuluttajat torjuivat väittämän, että kalaa olisi vaikea valmistaa. Myös väittäjä kalan tuoksun epämiellyttävyydestä torjuttiin yleisesti molempina tarkasteltuina vuosina. Suhtautumisessa kalan vaikeaan valmistettavuuteen ja epämiellyttävään tuoksuun ei ollut erityisen johdonmukaisia muutoksia vuosien 2000 ja 2001 välillä. (Kuvat 3.3, 3.4).

Kalan säilytettävyyden osalta mielipiteet jakautuivat jonkin verran. Kuluttajien keskuudesta ja tukkukaupasta löytyi muita osapuolia enemmän ymmärrystä väittämälle kalan vaikeasta säilytettävyydestä. (Kuva 3.5).

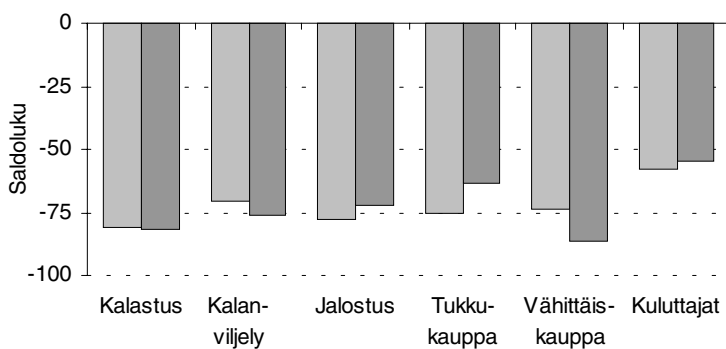
Kuva 3.1. Kala on terveellistä. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



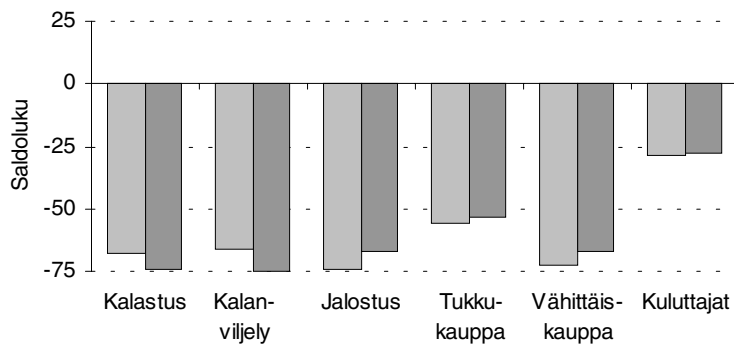
Kuva 3.2. Kala on edullista. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



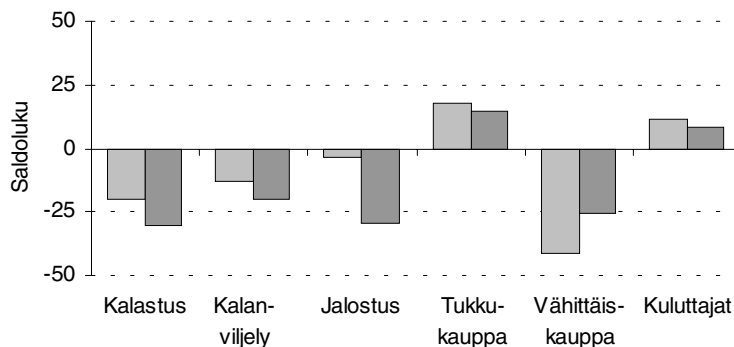
Kuva 3.3. Kalaa on vaikea valmistaa. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



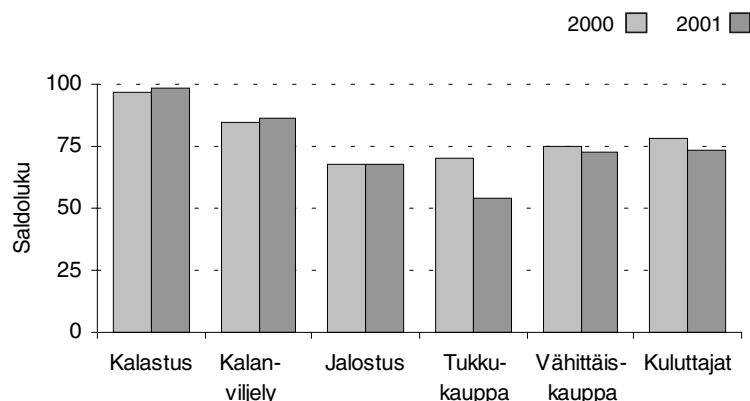
Kuva 3.4. Kalan tuoksu on epämiellyttävä. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



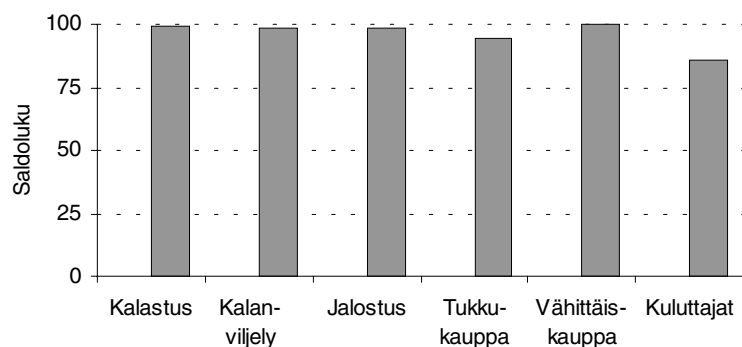
Kuva 3.5. Kalaa on vaikea säilyttää. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 3.6. Kalan kotimaisuus on tärkeää. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 3.7. Kala on maukasta. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuonna 2001.

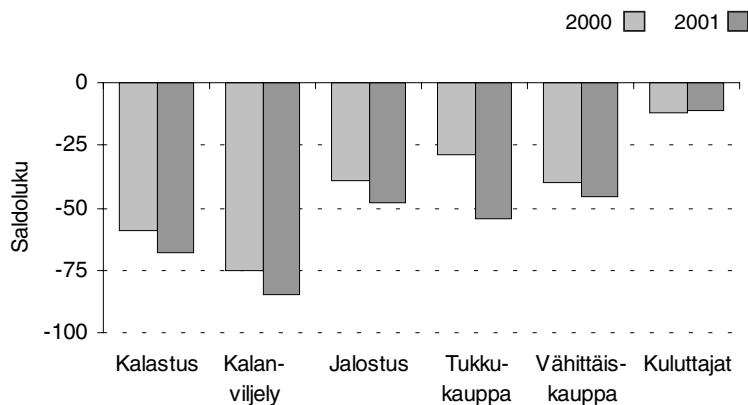


3.4 KALATUOTTEIDEN ALKUPERÄ

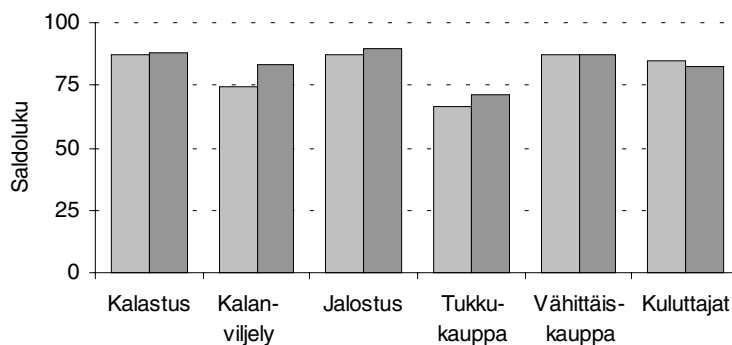
Kaikilla osapuolilla oli esitettyjen väittämien perusteella varsin myönteinen käsitys kotimaisesta kalasta. Tulosten mukaan kotimaista kalaa pidettiin korkealaatuisena, turvallisena ja ympäristöystävällisenä elintarvikkeena. Kuluttajat eivät olleet kalan edullisuudesta täysin yksimielisiä elinkeinoon kanssa. Elinkeinoon ja kuluttajien näkemyserot kotimaisen kalan edullisuudesta olivat kasvaneet jonkin verran vuodesta 2000. Yksimielisyys siitä, että kotimainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike, väheni hieman siirryttäessä alkutuotannosta kohti kuluttajia. (Kuvat 4.1-4.4).

Ulkomaiseen kalaan suhtauduttiin pääosin neutraalisti tai hivenen kielteisesti. Sekä kuluttajat että elinkeino torjuivat väittämän, että ulkomainen kala olisi kallista. Kalakaupan edustajat arvostivat ulkomaisen kalan laadun ja turvallisuuden muita osapuolia korkeammalle. Suhtautumisessa ulkomaiseen kalaan ei ollut havaittavissa erityisen selviä ja johdonmukaisia muutoksia vuosien 2000 ja 2001 välillä. (Kuvat 4.5.-4.8).

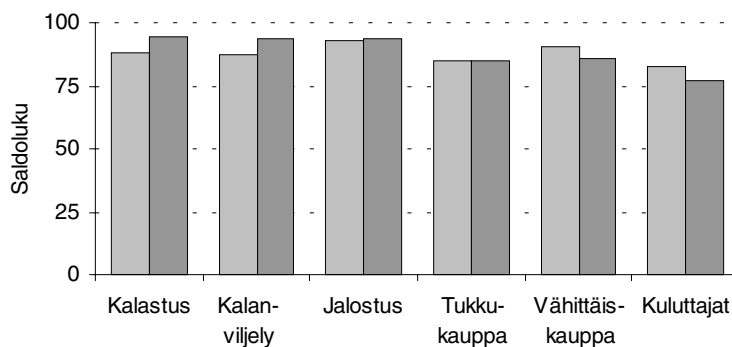
Kuva 4.1. Kotimainen kala on kallista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



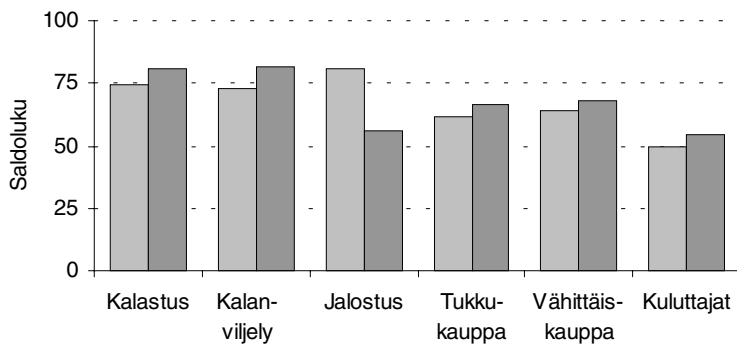
Kuva 4.2. Kotimainen kala on korkealaatuista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



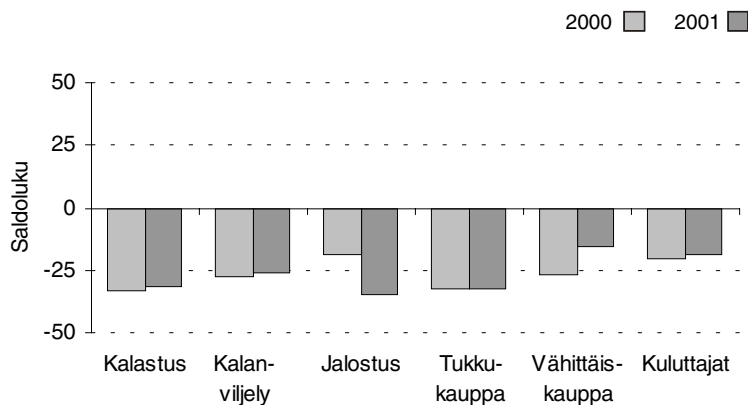
Kuva 4.3. Kotimainen kala on turvallinen elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



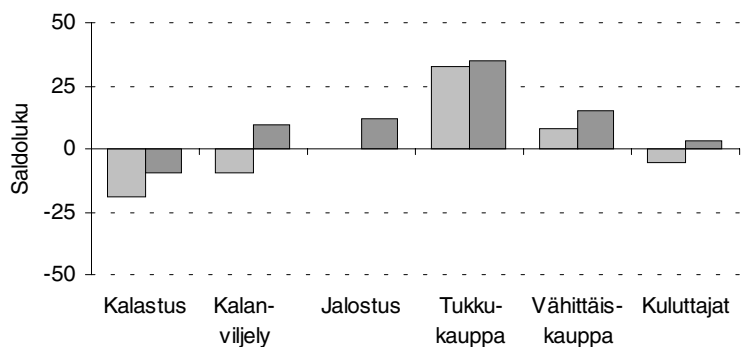
Kuva 4.4. Kotimainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



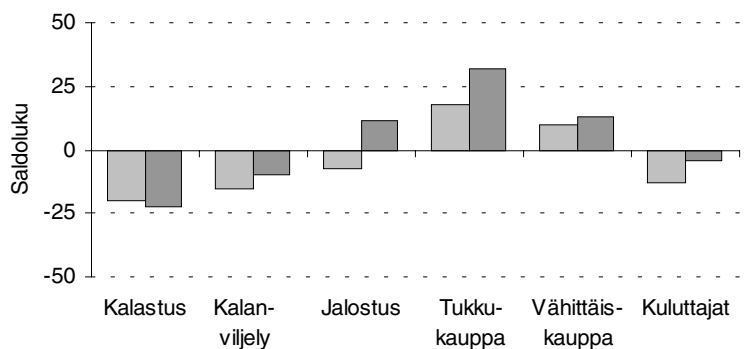
Kuva 4.5. Ulkomainen kala on kallista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



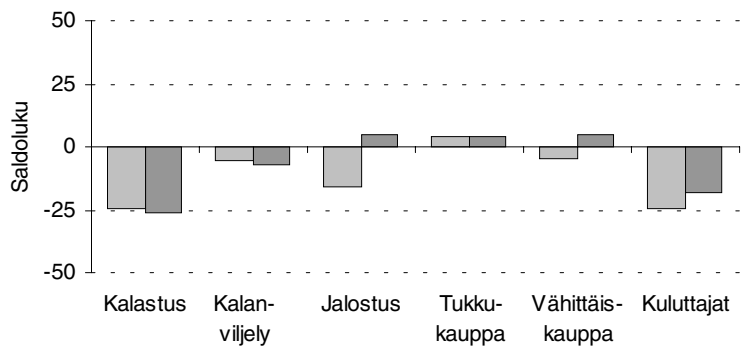
Kuva 4.6. Ulkomainen kala on korkealaatuista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 4.7. Ulkomainen kala on turvallinen elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 4.8. Ulkomainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.

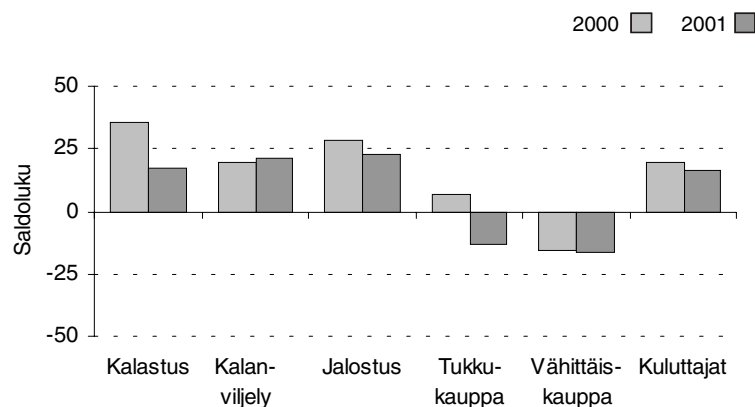


3.5 KALAN TARJONNAN EPÄKOHTIA

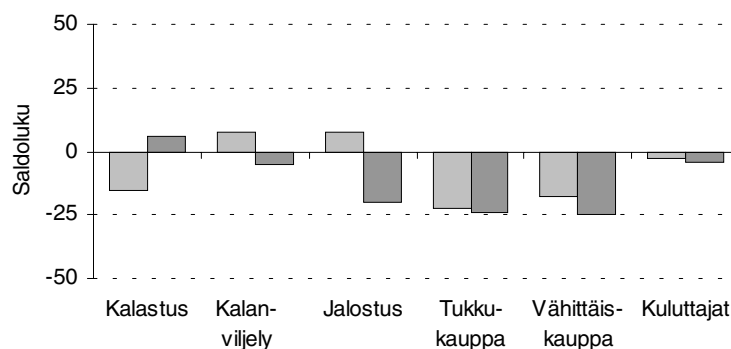
Kalan tarjontaan liittyvistä epäkohdista nousi selvimmän esille tuoreen kalan alkuperätietojen riittämättömyys. Kalakauppaa lukuun ottamatta kaikki toimialat ja myös kuluttajat pitivät alkuperätietoja yleensä riittämättöminä. Väittämä pakattujen kalatuotteiden pakkausmerkintöjen puutteellisuudesta jakoi mielipiteet varsin tasaisesti puolesta ja vastaan. Eniten mielipiteitä väittämää vastaan esiintyi kalan tukku- ja vähittäiskaupassa molempina vuosina ja jalostuksessa vuonna 2001. (Kuvat 5.1, 5.2).

Kaikki osapuolet, kuluttajat mukaan lukien, olivat yleensä sitä mieltä, että kalatuotteiden tarjonta ei ole yksipuolista. Elinkeinon sisällä näkemyksissä oli tapahtunut jonkin verran muutoksia vuosien 2000 ja 2001 välillä.

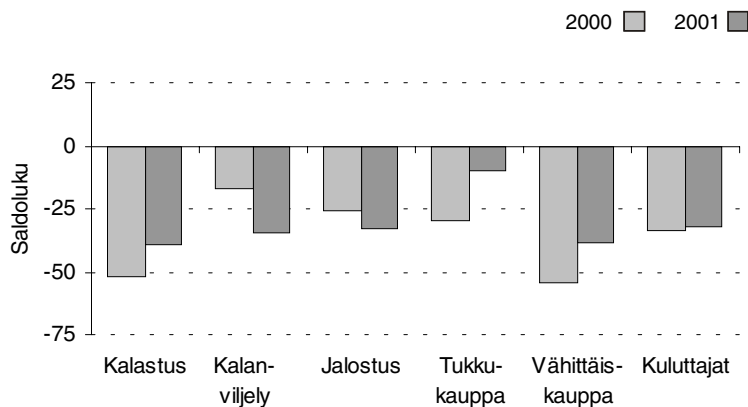
Kuva 5.1. Tuoreen kalan alkuperätiedot ovat riittämättömiä. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



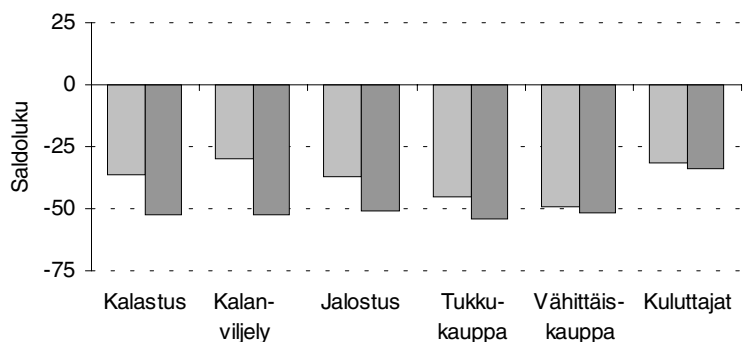
Kuva 5.2. Kalatuotteiden pakkausmerkinnät ovat puutteellisia. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



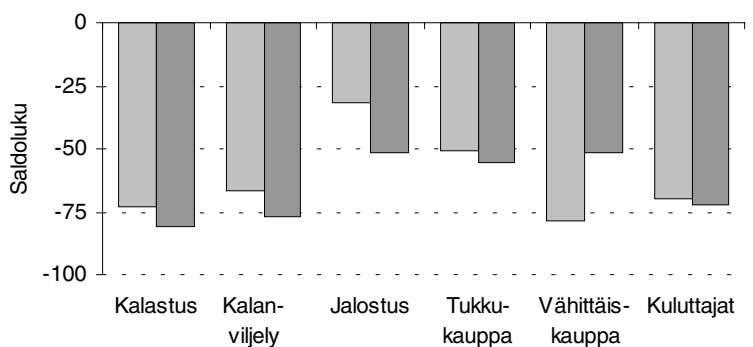
Kuva 5.3. Kalatuotteiden tarjonta on yksipuolista. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



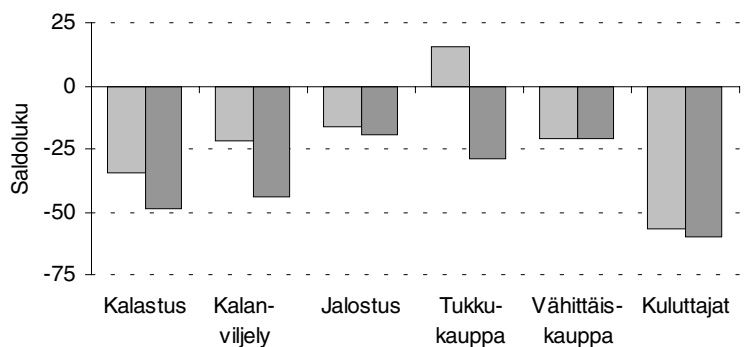
Kuva 5.4. Kalatuotteet ovat pilaantuneet odotettua nopeammin. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 5.5. Kalatiskit ovat epäsiistejä. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 5.6. Asiakaspalvelu kalatiskillä on puutteellista. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



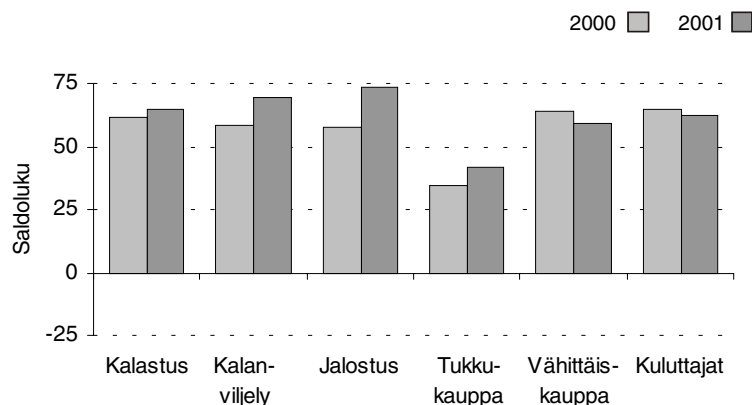
3.6 UUSIEN TUOTTEIDEN KYSYNTÄ JA KULUTTAJAHINNAT

Sekä elinkeino että kuluttajat uskoivat että suomalaiset kuluttajat ostaisivat luomu- ja ekomerkittyjä kalatuotteita lähivuosina (2-3 vuotta), jos niitä on tarjolla. Kalastuksen, kalanviljelyn, jalostuksen sekä tukkukaupan usko oli tältä osin jopa hieman kasvanut vuodesta 2000 vuoteen 2001. Tukkukaupan usko luomu- ja ekomerkittyjen tuotteiden kysynnästä oli kuitenkin kaikkia muita osapuolia jonkin verran vähäisempi molempina vuosina. Sekä elinkeino että kuluttajat uskoivat, että uusille kotimaisille kasvatetuille kalalajeille löytyy kysyntää. (Kuvat 6.1, 6.2).

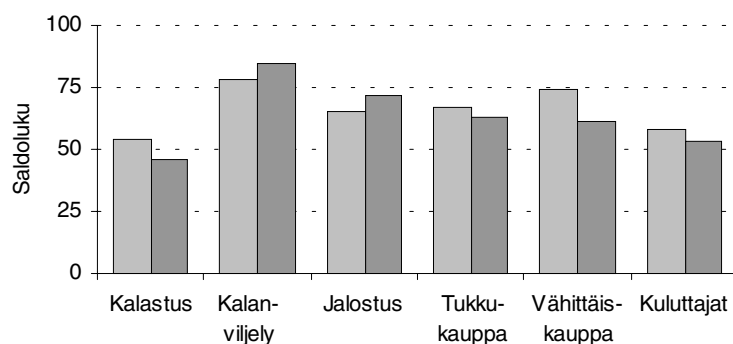
Usko uusien ulkomaisten eksoottisten tuontikalojen mahdollisuuksiin markkinoilla oli varsin vähäistä, ja näkemykset olivat hyvin samankaltaisia kuin edellisvuonna. Sen sijaan uskottiin varsin selvästi, että kuluttajat ostaisivat terveysvaikutteisia kalatuotteita, jos niitä on tarjolla lähivuosina. (Kuvat 6.3, 6.4). Vuonna 2001 esitettiin uutena mahdollisena ostoaikeena geenimuunnellut kalatuotteet. Kaikki osapuolet suhtautuivat kysymykseen voimakkaan epäilevästi (Kuva 6.5).

Kalan kuluttajahintojen uskottiin nousevan hieman seuraavan 12 kuukauden aikana. Tukkukaupan ja kuluttajien käsitykset kalan kuluttajahintojen noususta olivat vahvistuneet edellisvuodesta (Kuva 6.6).

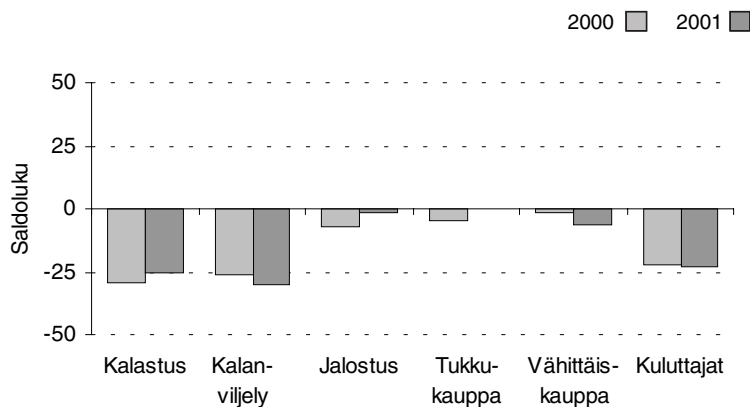
Kuva 6.1. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat luomu- ja ekomerkittyjä kalatuotteita lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeino ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



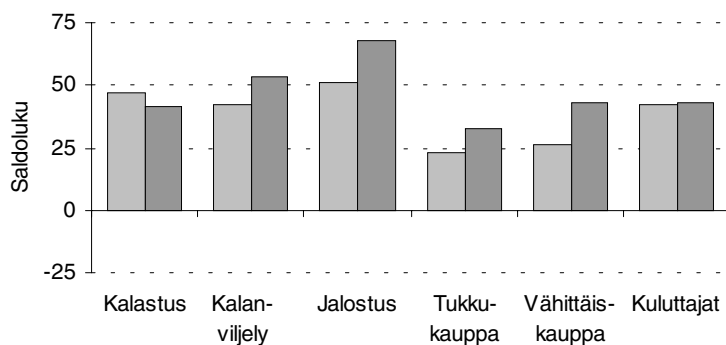
Kuva 6.2. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat uusia kotimaisia kasvatettuja kalalajeja lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeino ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



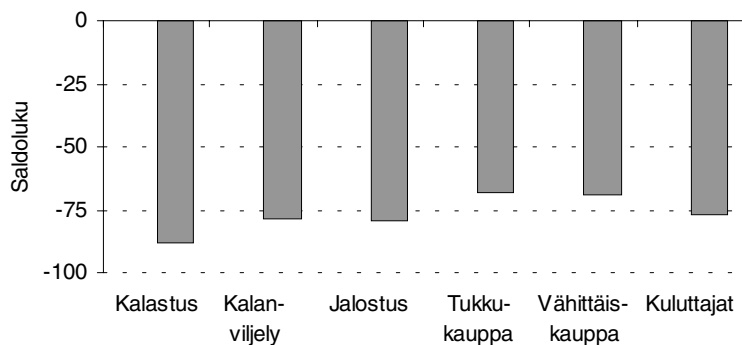
Kuva 6.3. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat uusia eksoottisia ulkomaisia tuontikalvoja lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



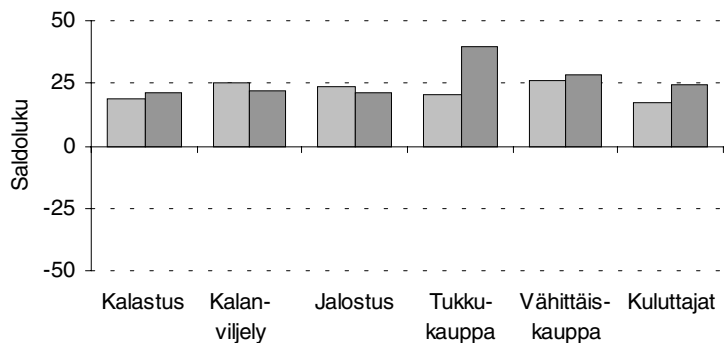
Kuva 6.4. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat terveystuotteita lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 6.5. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat geenimuunneltuja kalatuotteita lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



Kuva 6.6. Miten arvioitte kalan ja kalatuotteiden kuluttajahintojen muuttuvan seuraavan 12 kuukauden aikana. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldoluku) vuosina 2000 ja 2001.



3.7 KULUTTAJIEN SUHDE KALAAAN JA OSTOAIKEET

Tässä luvussa tarkastellaan pelkästään kuluttajien arvioita omasta kalan ja äyriäisten käytöstä, kalan valmistamisesta ja kalastamisesta. Kysymyksiä ei ole kiinnitetty tiettyyn kiinteään ajanjaksoon, esimerkiksi kalenterivuoteen, minkä vuoksi tulokset voivat poiketa jonkin verran muissa yhteyksissä vuositason esitetystä tiedoista. Lisäksi kuvissa 7.1–7.4 esitetään saldo-luvuilla arviot kalan ja rapujen syömisen, kalan valmistamisen ja kalastamisen muutoksesta seuraavan 2–3 vuoden aikana. Sen lisäksi tarkastellaan joidenkin kalaan liittyvien tuotteiden tai palveluiden ostoaikeita. (Kuva 7.5).

Kuten edellisvuonnakin, kuluttajista 95 prosenttia ilmoitti syövänsä kalaa. Vähiten kalaa syöviä oli 15–24-vuotiaiden ikäryhmässä, mutta tässäkin ryhmässä kalaa syövien osuus oli yli 90 prosenttia. Vähintään kerran viikossa kalaa söi 60 prosenttia kuluttajista. Ikäryhmittäin tarkasteltuna vähintään kerran viikossa kalaa syövien osuus kasvoi tasaisesti iän myötä. Kalan syömisessä ei ollut havaittavissa oleellisia muutoksia vuosien 2000 ja 2001 välillä. Kalan syömisen uskottiin lisääntyvän lähivuosina. Vuonna 2001 edellisvuotta hieman suurempi osa sekä miehistä että naisista uskoi kalan syömisen lisääntyvän lähivuosina. (Kuva 7.1).

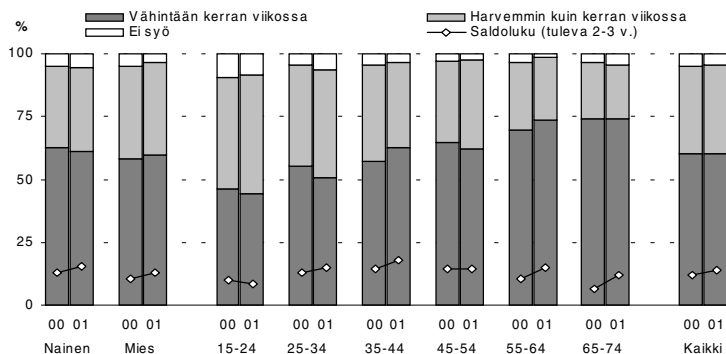
Noin 60 prosenttia kuluttajista ilmoitti syövänsä äyriäisiä tai simpukoita (=rapuja, katkarapuja, muita äyriäisiä tai simpukoita ym.). Äyriäisiä tai simpukoita ei kuitenkaan syöty kovin usein. Vain noin 5 prosenttia käytti niitä vähintään kerran viikossa. Ikäryhmittäin tarkasteltuna eniten äyriäisiä tai simpukoita syöviä oli 25–44-vuotiaissa ja vähiten 65–74-vuotiaissa. Äyriäisten ja simpukoiden syönti oli vuonna 2001 suurin piirtein samalla tasolla kuin vuotta aikaisemmin. Kuten edellisvuonnakin, lähes kaikki olivat sitä mieltä, että äyriäisten tai simpukoiden syönti tulee säilymään ennallaan lähivuosina (Kuva 7.2).

Useimmat suomalaiset valmistivat itse kalaruokia tuorekalasta. Vuonna 2001 miehistä 75 prosenttia ja naisista 82 prosenttia ilmoitti laittavansa itse kalaruokia. Vähiten kalaruokia valmistivat 15–24-vuotiaat. Iän karttuessa kiinnostus kalaruokien valmistamiseen kasvoi tasaisesti, ja 65–74-vuotiaista kalaa valmistavia oli noin 90 prosenttia. Kalaruokien valmistamisessa ei ollut tapahtunut suuria muutoksia vuosien 2000 ja 2001 välillä. Arvioitaessa kalaruokien valmistamisen muutosta lähivuosina suurin osa oli sitä mieltä, että tilanne säilyy ennallaan tai valmistaminen lisääntyy hieman. (Kuva 7.3).

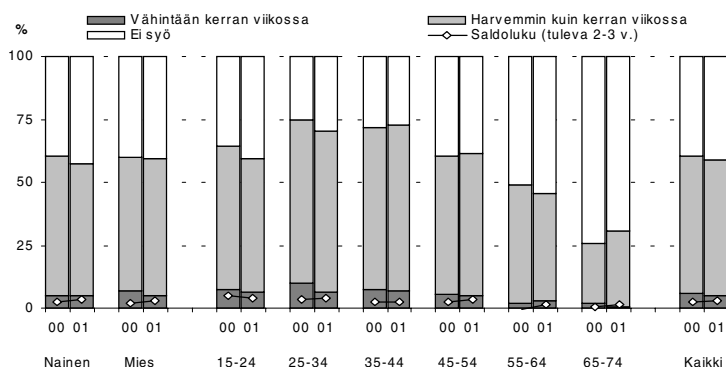
Vuonna 2001 kuluttajista 53 prosenttia ilmoitti kalastavansa ainakin joskus, kun kalastamiseksi katsottiin kaikki kalastusmuodot ja myös osallistuminen kalastamiseen, esimerkiksi soutajana. Vähintään 5 kertaa vuodessa kalasti 37 prosenttia kuluttajista. Miehistä kalasti kaksi kolmasosaa. Naisten kalastusinnostus oli selvästi laimeampaa. Miehistä puolet ilmoitti kalastavansa vähintään 5 kertaa vuodessa ja naisista joka neljäs. Kalastusaktiivisuudessa ei ollut tapahtunut oleellisia muutoksia vuosien 2000 ja 2001 välillä. Eniten kalastuksen lisääntymiseen lähivuosina uskoivat miehet ja 25–54-vuotiaiden ikäryhmät. (Kuva 7.4).

Kysyttäessä kuluttajien ostoaikeita seuraavien 12 kuukauden aikana, todennäköisin hankinta kysytyistä tuotteista tai palveluista oli kalaillallinen ravintolassa. Epätodennäköisimpinä pidettiin järjestettyä kalastusmatkaa ja kalastuskirjallisuutta. Ostoaikeet olivat hyvin samankaltaisia sekä vuonna 2000 että 2001. (Kuva 7.5).

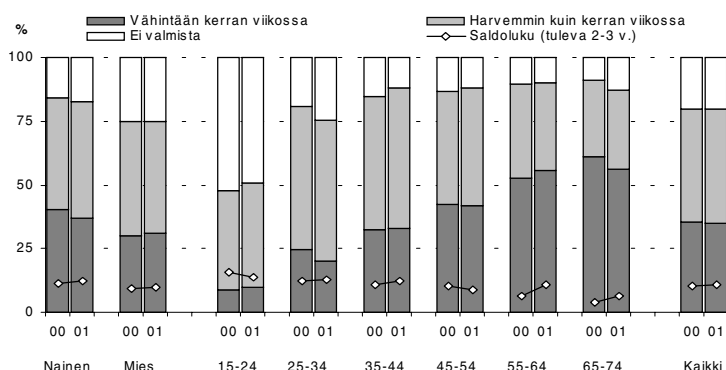
Kuva 7.1. Kalaa syövien osuus ja käyttökertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000 ja 2001. Lisäksi arvio kalan syömisen muutoksesta tulevan 2-3 vuoden aikana (saldoluku).



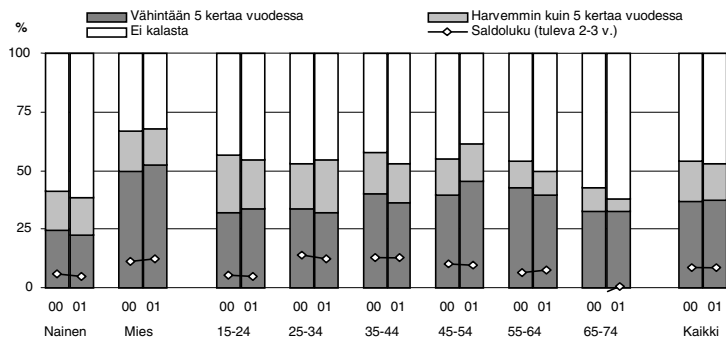
Kuva 7.2. Rapuja, katkarapuja, muita äyriäisiä ja simpukoita syövien osuus ja käyttökertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000 ja 2001. Lisäksi arvio rapujen, katkarapujen, muiden äyriäisten ja simpukoiden syömisen muutoksesta tulevan 2-3 vuoden aikana (saldoluku).



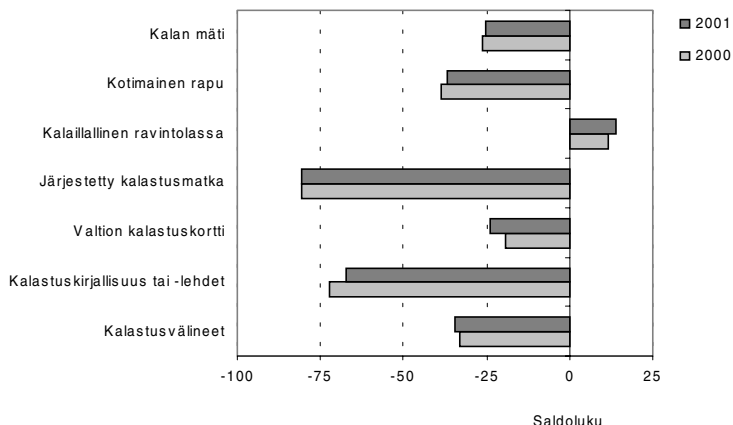
Kuva 7.3. Kalaruokia tuorekalasta valmistavien osuus ja valmistuskertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000 ja 2001. Lisäksi arvio kalaruokien valmistamisen muutoksesta tulevan 2-3 vuoden aikana (saldoluku).



Kuva 7.4. Kalastusta harrastavien osuus ja kalastuskertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000 ja 2001. Lisäksi arvio kalastamisen muutoksesta tulevan 2-3 vuoden aikana (saldoluku).



Kuva 7.5. Kalaan liittyvien tuotteiden tai palveluiden ostoaikkeen (saldoluku) seuraavien 12 kuukauden aikana vuosina 2000 ja 2001.



4. TARKASTELU

4.1 TULOSTEN TULKINTA

Tässä esitetyt tulokset perustuvat suureksi osaksi erilaisiin väittämiin. Väittämiin perustuvien mittausten tulkintaan sisältyy kuitenkin rajoituksia, jotka on syytä ottaa huomioon tuloksia tulkittaessa. Esimerkiksi kahdesta periaatteesta täysin samaa asiaa koskevasta väittämästä tai kysymyksestä voidaan saada selvästi erilaisia tuloksia riippuen väittämän tai kysymyksen esitysmuodosta (esim. Sudman ym. 1996). Ilmiötä tutkittiin erillisen koeasetelman avulla myös Kalatalousbarometrin mittaristoa kehitettäessä (Godenhjelm ym. 2000a, 2000b). Kun väittämiin perustuvia tuloksia tulkitaan, onkin tärkeää, että myös tulosta arvioidaan suhtautumisena nimenomaan esitettyyn väittämään.

Väittämiin perustuvat tulokset ovat käyttökelpoisia, kun verrataan samaan väittämään suhtautumisessa tapahtuneita muutoksia eri mittauskerrojen välillä. Toisaalta väittämät ovat varsin käyttökelpoinen mittaustapa myös silloin, kun verrataan erilaisten vastaajaryhmien (kuten elinkeino vs. kuluttajat) suhtautumiseroja samaan väittämään.

4.2 TULOSTEN LUOTETTAVUUS

Otosasetelman laadinnassa ja otoksen kiintiönissä oli käytettävissä tietoja perusjoukon rakenteesta (mm. kuluttajien ikä, sukupuoli, asuinpaikka sekä yritysten liikevaihto), joten otanta

voitiin suunnitella tältä osin tarkoituksenmukaisiksi. Peittovirhettä voitiin vähentää poistamalla otoksesta ylipeitto haastattelujen yhteydessä. Kuluttaja-aineistossa alipeittoa syntyi jonkin verran haastattelujen ja rekisteripäivityksen välisestä ajasta, joka oli tässä tapauksessa noin yksi vuosi. Toteutuneet haastatteluaineistot ja otokset vastasivat varsin tarkasti tutkittujen perusjoukkojen rakennetta. Tulosten tulkintaan ei pieni ali- tai ylipeitto vaikuta, sillä osituksen mukaiset painokertoimet korjaavat jakaumat perusjoukkoa vastaaviksi. Yritysten vastausprosentti oli korkea (87,6 %). Myös kuluttajien vastauskato oli kohtuullisen alhainen verrattuna haastattelututkimuksiin yleensä.

Otantavirheen suuruutta arvioitiin laskemalla yksittäisille mittareille 95 %:n luottamusvälit päätasolla. Kuluttaja-aineiston luottamusvälit olivat varsin kapeita, suurimmillaan +/- 2,5 % -yksikköä riippuen vastausvaihtoehdon frekvenssistä. Yrityksaineistossa luottamusvälit olivat jonkin verran suurempia.

Mittausvirheen esiintymistä tai suuruutta ei sinällään voitu arvioida. Mittausvirheiden välttäminen oli kuitenkin keskeinen tavoite mittaristosuunnittelussa. Käytetyt mittarit noudattivat barometreissa yleisesti käytettyjä muotoiluja, ja niiden vastausvaihtoehdot olivat yksinkertaisia. Lisäksi mittareiden toimivuus oli testattu esitutkimuksella yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa, mikä osaltaan vähensi väärinkäsityksistä ai-

heutuvien mittausvirheiden mahdollisuutta. Haastattelijoiden antaman palautteen mukaan vastaajat ymmärsivät kysymysten sisällön varsin hyvin eikä tulkintaongelmia juurikaan esiintynyt.

4.3 YHTEENVETO TULOKSISTA

Kalaan liittyvät yleiset mielikuvat ovat edelleen hyvin myönteisiä. Kotimaista kalaa pidetään korkealaatuisena, turvallisena ja ympäristöystävällisesti tuotettuna elintarvikkeena, eikä ulkomaisia kalatuotteita koeta suureksi uhaksi kotimaiselle kalalle. Suomalaiset uskovat kalatuotteiden valikoiman lisääntymiseen lähivuosina. Kalatarjonnan odotetaan laajenevan mm. uusien kotimaisten kasvatettujen kalalajien osalta. Kalan tarjontaan liittyvistä epäkohdista nousee esille tuorekalan alkuperätietojen riittämättömyys.

Suomalaisilla on pääasiassa varsin omakohmainen ja konkreettinen suhde kalaan: 95 % suomalaisista syö kalaa, 80 % valmistaa itse kalaruokia tuorekalasta ja yli puolet kalastaa itse tai osallistuu ainakin joskus kalastamiseen.

Kalaan ja kalatalouteen liittyvät mielikuvat olivat varsin samankaltaisia kuin edellisellä mittauskerralla. Useat mitatuista asioista ovatkin senkaltaisia, että kysymys on enemmän pysyvistä asenteista kuin muuttuvista mielipiteistä. Kuluksen vuoden aikana elintarvikkeiden alkutuotantoon liittyvät ongelmat, mm. eläntaudit ovat olleet näkyvästi esillä tiedotusvälineissä. Tämä selittää ainakin osan havaituista mielipidemuutoksista. Niissä mittareissa, joissa haettiin mielipide-eroja vuosien välillä, muutokset eivät yleensä olleet yhteneväisiä eri osapuolten välillä.

5. KIRJALLISUUS

Ahvonen, A. & Honkanen, A. 1999. Kalatalouden tuotebarometrit. Esitutkimus. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 172. 33 s. ISBN 951-776-250-X, ISSN 1238-3325.

Ahvonen, A. & Honkanen, A. 2000. Kalatalousbarometri 2000: Yritysten taloudelliset näkymät. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 185. 34 s. ISBN 951-776-270-4, ISSN 1238-3325. <http://www.rktl.fi/kala/kalamarkkinat/barometrijulkaisut.html>

Deville, J.-C. & Särndal, C.-E. 1992. Calibration Estimators in Survey Sampling. *Journal of the American Statistical Association*, vol. 87, 376 – 382.

Deville, J.-C., Särndal, C.-E. & Sautory, O. 1993. Generalized Raking Procedures in Survey Sampling. *Journal of the American Statistical Association*, vol. 88, 1013 – 1020.

European Commission 1997. The joint harmonised EU programme of business and consumer surveys. Directorate-General for Economic and Financial Affairs. Europe-an Economy. Reports and Studies No 6. ISSN 0379-0991.

Godenhjelm, P. 1999. Kala surveylaboratoriossa. Helsinki, Tilastokeskus. *Statisti* 2/99.

Godenhjelm, P., Honkanen, A. & Ahvonen, A. 2000a: Validity measurement in a "double" split panel test – An experiment in comparing domestic and foreign fish product attributes. *World Association for Public Opinion Research (WAPOR). Proceedings of the Seminar Seminar of Quality Criteria in Survey Research III, Cadenabbia.*

Godenhjelm, P., Ahvonen, A. & Honkanen, A. 2000b. Kalaväittämät puntarissa – havaintoja surveymittaamisen herkästä ja moninaisesta luonteesta. Helsinki, Tilastokeskus. *Hyvinvointikatsaus* 4/2000. s.71-74. ISSN 0788-4141.

Honkanen, A. & Ahvonen, A. 2000. Kalatalousbarometri 2000. Elinkeino ja kuluttajat. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 186. 30 s. ISBN 951-776-273-9, ISSN 1238-3325. <http://www.rktl.fi/kala/kalamarkkinat/barometrijulkaisut.html>

Honkanen, A., Ahvonen, A. & Railo, E. 2000. Kalatalousbarometri 2000: Eri väestöryhmien näkemykset kalasta ja kalataloudesta. Helsinki,

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 202. 29 s. ISBN 951-776-299-2, ISSN 1238-3325. <http://www.rktl.fi/kala/kalamarkkinat/barometrijulkaisut.html>

Sudman, S., Bradburn, N.M. & Schwarz, N. 1996. Thinking about answers. The application of cognitive process to survey methodology. Jossey-Bass Publishers. San Francisco.

Tilastokeskus 2001. Kuluttajabarometri 2001, helmikuu. Helsinki, Tilastokeskus. SVT Tulot ja kulutus 2001:6. ISSN 0784-8420.

Willis, G.B. 1994. Cognitive interviewing and questionnaire design: A training manual. Cognitive methods saff. Working Papers Series. N:o 7. Office of Research and Methodology. National Center for Health Statistics. Hyattsville, Maryland.

LIITETAULUKOT (VUOSI 2001)

Kalatalouden mahdollisuudet

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Erittäin todennäköistä %	Melko todennäköistä %	Melko epätodennäköistä %	Erittäin epätodennäköistä %	Ei osaa sanoa %
1.1.	<i>Kalatuotteiden valikoima ruokakaupois-samme lisääntyy.</i>	Kalastus	28,2	35,7	23,3	9,2	3,7
		Kalanviljely	43,9	37,6	9,9	8,5	0,0
		Jalostus	39,2	38,6	19,6	2,6	0,0
		Tukkukauppa	36,9	47,2	11,5	4,4	0,0
		Vähittäiskauppa	25,4	51,0	19,7	3,9	0,0
		Kuluttajat	18,8	48,7	24,8	5,0	2,7
1.2.	<i>Luomu- tai ekomerkit-tyjen kalatuotteiden tarjonta lisääntyy.</i>	Kalastus	19,7	48,0	16,7	7,7	7,9
		Kalanviljely	31,3	33,3	21,6	7,3	6,5
		Jalostus	33,9	29,9	21,6	13,1	1,4
		Tukkukauppa	16,9	40,2	29,5	11,9	1,5
		Vähittäiskauppa	23,7	31,8	21,9	14,4	8,2
		Kuluttajat	28,7	50,2	12,4	4,1	4,7
1.3.	<i>Kalan vienti Suomesta ulkomaille lisääntyy.</i>	Kalastus	15,5	38,9	25,2	12,2	8,2
		Kalanviljely	13,4	35,8	32,3	17,4	1,0
		Jalostus	23,6	30,3	25,6	13,4	7,1
		Tukkukauppa	2,4	38,8	31,4	17,7	9,7
		Vähittäiskauppa	13,5	46,9	23,3	8,3	8,0
		Kuluttajat	8,9	35,2	34,2	11,5	10,2
1.4.	<i>Kalankulutus Suomessa lisääntyy.</i>	Kalastus	37,9	42,3	12,2	5,8	1,8
		Kalanviljely	55,8	34,3	5,5	4,4	0,0
		Jalostus	56,8	35,8	7,4	0,0	0,0
		Tukkukauppa	46,7	48,5	3,1	1,7	0,0
		Vähittäiskauppa	40,4	45,9	8,1	5,6	0,0
		Kuluttajat	25,9	52,1	16,3	3,3	2,4
1.5.	<i>Uusia terveystaivaikutteisia kalatuotteita tulee ruokakaup-poihimme.</i>	Kalastus	19,4	45,7	17,9	7,5	9,5
		Kalanviljely	25,9	41,1	17,7	12,1	3,3
		Jalostus	28,3	39,4	19,0	6,3	6,9
		Tukkukauppa	17,0	31,6	33,0	11,7	6,8
		Vähittäiskauppa	20,2	34,0	25,0	6,8	14,0
		Kuluttajat	17,6	49,2	19,4	6,4	7,5
1.6.	<i>Suomessa vähän käytettyjen kalojen jalostus lisääntyy.</i>	Kalastus	23,5	35,0	29,2	12,3	0,0
		Kalanviljely	22,4	37,1	16,2	24,3	0,0
		Jalostus	24,8	27,7	26,3	21,1	0,0
		Tukkukauppa	6,3	35,3	30,7	27,7	0,0
		Vähittäiskauppa	22,1	35,1	25,1	14,6	3,2
		Kuluttajat	12,1	46,7	24,6	10,5	6,1
1.7.	<i>Uusia kotimaisia kasvatettuja kalalajeja tulee ruokakaup-poihimme.</i>	Kalastus	16,2	51,7	23,9	6,3	1,8
		Kalanviljely	50,1	36,3	10,4	3,2	0,0
		Jalostus	53,5	25,8	17,6	3,1	0,0
		Tukkukauppa	45,0	35,8	17,7	1,4	0,0
		Vähittäiskauppa	32,7	39,6	20,9	6,9	0,0
		Kuluttajat	17,7	51,4	19,4	6,3	5,3
1.8.	<i>Ulkomainen kalastus-turismi Suomeen lisääntyy.</i>	Kalastus	21,4	57,0	16,3	5,4	0,0
		Kalanviljely	30,0	41,5	19,7	6,8	2,0
		Jalostus	31,9	42,1	15,8	8,7	1,5
		Tukkukauppa	27,6	35,1	17,9	12,0	7,4
		Vähittäiskauppa	22,6	38,4	22,2	10,2	6,6
		Kuluttajat	17,9	45,6	23,6	8,3	4,6
1.9.	<i>Vapaa-ajankalastusmahdollisuudet paranevat Suomessa.</i>	Kalastus	12,2	37,3	24,1	26,1	0,3
		Kalanviljely	33,2	41,3	14,1	11,4	0,0
		Jalostus	36,7	35,7	18,3	6,4	2,9
		Tukkukauppa	24,5	33,8	38,2	3,5	0,0
		Vähittäiskauppa	20,9	42,9	21,9	12,7	1,6
		Kuluttajat	19,9	45,5	23,5	7,1	4,1
1.10.	<i>Kalastuslupien hinnat laskevat Suomessa.</i>	Kalastus	2,1	0,3	25,9	68,8	2,9
		Kalanviljely	0,0	3,9	16,5	73,8	5,8
		Jalostus	0,0	9,9	23,0	56,7	10,4
		Tukkukauppa	2,5	6,7	34,3	55,1	1,4
		Vähittäiskauppa	4,6	7,4	22,7	54,8	10,5
		Kuluttajat	1,3	9,0	38,1	45,5	6,0

Kalatalouden uhat

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Erittäin toden- näköistä %	Melko toden- näköistä %	Melko epätoden- näköistä %	Erittäin epätoden- näköistä %	Ei osaa sanoa %
2.1.	<i>Ulkomaiset kalat ja kalatuotteet syrjäyttävät kotimaisen kalan markkinoillamme.</i>	Kalastus	13,6	16,6	29,9	38,1	1,8
		Kalanviljely	5,2	24,2	35,7	34,0	1,0
		Jalostus	9,7	12,0	20,4	57,9	0,0
		Tukkukauppa	6,0	24,0	33,2	36,8	0,0
		Vähittäiskauppa	3,1	20,8	28,4	47,7	0,0
		Kuluttajat	2,3	12,0	39,1	45,3	1,4
2.2.	<i>Ammattikalastus muuttuu kannattamattomaksi Suomessa.</i>	Kalastus	27,6	39,7	26,3	6,4	0,0
		Kalanviljely	25,1	50,3	12,1	8,2	4,3
		Jalostus	27,9	42,2	18,5	9,1	2,3
		Tukkukauppa	26,1	45,9	18,3	9,6	0,0
		Vähittäiskauppa	18,6	61,8	12,3	5,8	1,6
		Kuluttajat	14,3	44,7	26,3	10,7	3,9
2.3.	<i>Kalanviljely muuttuu kannattamattomaksi Suomessa.</i>	Kalastus	11,4	21,5	50,0	11,2	5,9
		Kalanviljely	3,0	33,4	34,3	29,3	0,0
		Jalostus	6,2	19,1	42,8	31,9	0,0
		Tukkukauppa	5,5	23,3	49,4	19,1	2,7
		Vähittäiskauppa	10,4	27,0	40,5	18,5	3,6
		Kuluttajat	5,6	24,8	44,2	18,7	6,7
2.4.	<i>Kalanviljelyn ympäristöhaitat kasvavat Suomessa.</i>	Kalastus	9,3	31,3	29,4	27,9	2,1
		Kalanviljely	6,1	7,7	21,2	65,0	0,0
		Jalostus	8,4	8,7	32,3	49,2	1,4
		Tukkukauppa	11,1	23,6	38,2	27,1	0,0
		Vähittäiskauppa	12,4	32,1	27,2	23,6	4,7
		Kuluttajat	10,4	38,2	31,7	14,0	5,5
2.5.	<i>Vesien pilaantuminen lisääntyy Suomessa.</i>	Kalastus	20,9	28,0	16,4	32,9	1,9
		Kalanviljely	6,3	21,6	24,9	45,2	1,9
		Jalostus	12,5	20,5	29,3	36,2	1,4
		Tukkukauppa	12,7	26,4	30,4	26,4	4,0
		Vähittäiskauppa	22,0	26,6	27,1	22,7	1,6
		Kuluttajat	17,1	41,3	27,6	11,9	2,1
2.6.	<i>Kiinnostus kalastus- harrastusta kohtaan vähenee Suomessa.</i>	Kalastus	4,6	21,0	24,0	46,2	4,3
		Kalanviljely	1,9	7,4	23,6	67,1	0,0
		Jalostus	3,2	10,4	35,3	51,1	0,0
		Tukkukauppa	0,0	5,9	45,2	48,9	0,0
		Vähittäiskauppa	3,1	11,6	36,4	48,9	0,0
		Kuluttajat	4,0	16,3	43,8	32,5	3,4
2.7.	<i>Suomen kalakannat romahtavat liikakalastuksen vuoksi.</i>	Kalastus	4,0	11,5	25,2	55,6	3,7
		Kalanviljely	1,9	16,8	13,6	64,5	3,2
		Jalostus	7,1	6,8	27,9	58,3	0,0
		Tukkukauppa	13,9	19,1	31,4	35,6	0,0
		Vähittäiskauppa	3,1	18,2	33,3	43,8	1,6
		Kuluttajat	1,7	10,8	41,4	42,6	3,4
2.8.	<i>Kaloihin kertyvät ympäristömyrkyt rajoittavat suomalaisten kalan syöntiä.</i>	Kalastus	5,8	33,9	27,4	32,5	0,3
		Kalanviljely	2,9	22,4	37,9	31,8	5,1
		Jalostus	2,3	14,4	34,9	45,5	2,9
		Tukkukauppa	4,2	19,3	34,5	42,0	0,0
		Vähittäiskauppa	8,5	35,6	36,7	19,1	0,0
		Kuluttajat	10,4	36,1	32,0	18,6	2,9
2.9.	<i>Kalankasvatukseen kohdistuu paineita eläinsuojelun ääri-ryhmien taholta Suomessa.</i>	Kalastus	13,7	47,8	21,5	12,9	3,9
		Kalanviljely	13,6	41,1	27,3	18,0	0,0
		Jalostus	15,7	53,1	12,0	17,7	1,5
		Tukkukauppa	12,9	47,4	21,6	18,1	0,0
		Vähittäiskauppa	13,1	43,5	25,8	7,0	10,5
		Kuluttajat	9,8	36,7	28,3	19,2	6,0
2.10.	<i>Kalastukseen kohdistuu paineita eläinsuojelun ääri-ryhmien taholta Suomessa.</i>	Kalastus	4,2	27,8	31,5	34,7	1,8
		Kalanviljely	6,6	19,4	37,3	36,7	0,0
		Jalostus	7,4	11,6	29,2	47,3	4,5
		Tukkukauppa	1,7	22,5	41,6	34,2	0,0
		Vähittäiskauppa	3,2	21,0	34,7	33,7	7,4
		Kuluttajat	6,3	25,8	35,5	28,3	4,1

Yleiset mielikuvat kalatuotteista

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %	Ei osaa sanoa %
3.1.	<i>Kala on terveellistä.</i>	Kalastus	96,1	3,9	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	98,0	2,0	0,0	0,0	0,0
		Jalostus	98,6	1,4	0,0	0,0	0,0
		Tukkukauppa	96,2	3,8	0,0	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	95,9	4,1	0,0	0,0	0,0
		Kuluttajat	89,6	9,6	0,4	0,2	0,2
3.2.	<i>Kala on edullista.</i>	Kalastus	82,3	13,6	4,1	0,0	0,0
		Kalanviljely	85,0	15,0	0,0	0,0	0,0
		Jalostus	64,5	25,7	6,8	2,9	0,0
		Tukkukauppa	76,6	13,6	8,2	1,5	0,0
		Vähittäiskauppa	71,7	17,8	8,5	0,0	2,0
		Kuluttajat	42,8	38,0	15,2	2,3	1,6
3.3.	<i>Kalaa on vaikea valmistaa.</i>	Kalastus	3,9	1,8	15,9	78,4	0,0
		Kalanviljely	1,0	8,5	18,2	72,3	0,0
		Jalostus	5,8	4,7	18,3	71,2	0,0
		Tukkukauppa	8,3	6,6	16,8	66,7	1,5
		Vähittäiskauppa	0,0	2,5	19,2	78,3	0,0
		Kuluttajat	6,2	12,6	23,9	55,2	2,1
3.4.	<i>Kalan tuoksu on epämiellyttävä.</i>	Kalastus	1,9	8,4	18,3	71,4	0,0
		Kalanviljely	1,0	7,6	19,3	69,9	2,2
		Jalostus	2,9	10,3	23,6	63,2	0,0
		Tukkukauppa	10,9	10,0	14,2	62,3	2,7
		Vähittäiskauppa	3,8	9,7	21,3	65,2	0,0
		Kuluttajat	16,4	19,9	18,2	45,1	0,3
3.5.	<i>Kalaa on vaikea säilyttää.</i>	Kalastus	12,4	24,6	16,3	46,6	0,0
		Kalanviljely	10,8	32,4	17,3	38,4	1,1
		Jalostus	15,7	20,5	17,4	46,4	0,0
		Tukkukauppa	28,2	32,2	19,4	20,2	0,0
		Vähittäiskauppa	14,1	22,9	21,1	40,3	1,6
		Kuluttajat	24,4	33,7	15,8	24,9	1,2
3.6.	<i>Kalan kotimaisuus on tärkeää.</i>	Kalastus	96,0	4,0	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	88,5	4,2	5,4	1,9	0,0
		Jalostus	69,8	14,4	12,7	3,1	0,0
		Tukkukauppa	61,0	17,0	13,3	8,6	0,0
		Vähittäiskauppa	74,5	15,2	1,6	8,8	0,0
		Kuluttajat	72,6	15,6	8,0	3,4	0,3
3.7.	<i>Kala on maukasta.</i>	Kalastus	98,2	1,8	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	96,8	3,2	0,0	0,0	0,0
		Jalostus	96,2	3,8	0,0	0,0	0,0
		Tukkukauppa	89,7	8,7	0,0	0,0	1,5
		Vähittäiskauppa	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		Kuluttajat	81,5	13,2	2,7	1,4	1,2

Kalatuotteiden alkuperä

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %	Ei osaa sanoa %
4.1.	<i>Kotimainen kala on kallista.</i>	Kalastus	0,0	15,1	15,0	68,0	1,8
		Kalanviljely	1,2	4,2	11,5	82,2	1,0
		Jalostus	9,8	12,2	24,8	51,8	1,4
		Tukkukauppa	11,9	7,9	19,8	60,4	0,0
		Vähittäiskauppa	12,9	13,4	12,8	58,9	2,0
		Kuluttajat	13,4	29,1	29,0	24,6	3,8
4.2.	<i>Kotimainen kala on korkealaatuista.</i>	Kalastus	75,9	24,1	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	77,9	16,8	2,4	2,0	1,0
		Jalostus	84,9	12,2	2,9	0,0	0,0
		Tukkukauppa	57,0	35,3	7,6	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	78,2	19,5	2,3	0,0	0,0
		Kuluttajat	71,2	25,0	2,7	0,3	0,9
4.3.	<i>Kotimainen kala on turvallinen elintarvike.</i>	Kalastus	89,1	10,9	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	89,5	9,5	0,0	1,0	0,0
		Jalostus	87,3	12,7	0,0	0,0	0,0
		Tukkukauppa	70,4	29,6	0,0	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	79,5	16,2	4,2	0,0	0,0
		Kuluttajat	66,8	27,0	4,0	1,2	1,1
4.4.	<i>Kotimainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike.</i>	Kalastus	72,5	23,4	1,8	2,2	0,0
		Kalanviljely	70,4	26,5	2,2	1,0	0,0
		Jalostus	43,9	39,1	14,5	0,0	2,6
		Tukkukauppa	55,4	32,2	9,4	0,0	3,0
		Vähittäiskauppa	54,8	34,8	8,9	0,0	1,6
		Kuluttajat	41,1	41,0	11,3	1,5	5,1
4.5.	<i>Ulkomainen kala on kallista.</i>	Kalastus	9,3	9,9	31,9	29,8	19,2
		Kalanviljely	10,6	17,7	36,2	27,0	8,5
		Jalostus	10,1	11,0	39,5	30,8	8,5
		Tukkukauppa	11,1	13,9	44,4	28,0	2,6
		Vähittäiskauppa	11,3	24,5	40,2	18,7	5,3
		Kuluttajat	9,4	18,9	38,7	18,1	15,0
4.6.	<i>Ulkomainen kala on korkealaatuista.</i>	Kalastus	8,2	26,4	23,4	19,2	22,9
		Kalanviljely	19,0	29,3	19,3	14,7	17,6
		Jalostus	26,8	22,0	28,6	11,6	11,0
		Tukkukauppa	29,9	39,1	29,7	0,0	1,4
		Vähittäiskauppa	25,6	29,3	29,9	10,1	5,1
		Kuluttajat	10,0	36,1	30,6	9,5	13,8
4.7.	<i>Ulkomainen kala on turvallinen elintarvike.</i>	Kalastus	4,3	17,3	23,4	23,7	31,2
		Kalanviljely	10,8	25,9	31,4	17,6	14,4
		Jalostus	22,4	23,8	28,0	8,8	17,0
		Tukkukauppa	23,9	44,1	18,4	5,0	8,5
		Vähittäiskauppa	18,2	37,7	24,9	11,4	7,9
		Kuluttajat	8,8	32,6	35,6	12,0	10,9
4.8.	<i>Ulkomainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike.</i>	Kalastus	0,6	13,8	25,4	20,8	39,4
		Kalanviljely	6,2	24,7	26,1	12,5	30,5
		Jalostus	13,0	27,0	19,6	12,2	28,3
		Tukkukauppa	3,2	43,9	31,5	5,6	15,7
		Vähittäiskauppa	9,7	27,7	28,9	4,0	29,7
		Kuluttajat	4,1	21,3	36,0	14,8	23,7

Kalan tarjonnan epäkohtia

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %	Ei osaa sanoa %
5.1.	<i>Tuoreen kalan alkuperätiedot ovat riittävämmä.</i>	Kalastus	24,1	38,7	13,6	19,7	4,0
		Kalanviljely	28,0	37,0	13,4	18,4	3,1
		Jalostus	34,3	29,6	12,2	20,2	3,7
		Tukkukauppa	18,5	25,3	24,2	32,1	0,0
		Vähittäiskauppa	11,9	30,3	29,2	28,5	0,0
		Kuluttajat	23,6	34,2	20,7	14,1	7,4
5.2.	<i>Kalatuotteiden pakkausmerkinnät ovat puutteellisia.</i>	Kalastus	19,4	28,9	18,0	19,0	14,7
		Kalanviljely	11,2	32,8	29,8	18,2	8,0
		Jalostus	19,0	19,2	26,3	35,6	0,0
		Tukkukauppa	6,4	33,5	25,4	34,7	0,0
		Vähittäiskauppa	5,5	29,2	26,6	31,7	7,0
		Kuluttajat	14,2	27,0	27,7	18,3	12,8
5.3.	<i>Kalatuotteiden tarjonta on yksipuolista.</i>	Kalastus	7,4	22,1	21,4	47,2	1,9
		Kalanviljely	8,4	23,4	26,7	41,5	0,0
		Jalostus	10,3	22,1	25,6	41,9	0,0
		Tukkukauppa	13,3	36,4	18,4	31,9	0,0
		Vähittäiskauppa	6,0	24,3	25,8	43,9	0,0
		Kuluttajat	9,7	19,3	34,8	33,8	2,3
5.4.	<i>Kalatuotteet ovat pilaantuneet odotettua nopeammin.</i>	Kalastus	2,2	16,6	18,8	53,8	8,5
		Kalanviljely	4,3	11,5	33,3	45,7	5,3
		Jalostus	2,3	16,1	35,6	42,9	3,1
		Tukkukauppa	4,2	12,0	36,6	45,7	1,5
		Vähittäiskauppa	4,0	12,2	33,6	44,6	5,5
		Kuluttajat	7,8	18,3	32,4	35,0	6,4
5.5.	<i>Kalatiskit ovat epäsiistejä.</i>	Kalastus	0,0	4,0	22,0	72,1	1,8
		Kalanviljely	0,0	5,8	20,3	69,4	4,5
		Jalostus	2,5	21,8	18,1	56,2	1,4
		Tukkukauppa	0,0	18,5	27,7	51,3	2,6
		Vähittäiskauppa	3,7	20,0	17,5	56,8	2,0
		Kuluttajat	1,4	5,4	29,0	61,4	2,8
5.6.	<i>Asiakaspalvelu kalatiskillä on puutteellista.</i>	Kalastus	2,4	14,7	21,7	47,4	13,7
		Kalanviljely	5,5	15,6	25,8	44,7	8,4
		Jalostus	13,0	25,1	20,2	35,0	6,8
		Tukkukauppa	13,3	16,8	31,4	35,3	3,3
		Vähittäiskauppa	4,2	36,2	28,7	29,3	1,6
		Kuluttajat	3,1	10,2	26,1	55,0	5,7

Uusien tuotteiden kysyntä

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Erittäin todennäköistä %	Melko todennäköistä %	Melko epätodennäköistä %	Erittäin epätodennäköistä %	Ei osaa sanoa %
6.1.	<i>Luomu- ja ekomerkityt kalatuotteet</i>	Kalastus	51,8	35,0	5,9	1,8	5,5
		Kalanviljely	61,5	26,5	6,7	2,2	3,1
		Jalostus	54,5	42,6	1,5	1,4	0,0
		Tukkukauppa	30,5	46,9	12,3	5,9	4,4
		Vähittäiskauppa	47,7	37,5	5,3	5,0	4,5
		Kuluttajat	46,0	43,7	5,7	3,1	1,5
6.2.	<i>Uudet kotimaiset kasvatetut kalalajit</i>	Kalastus	29,7	52,2	12,3	3,9	1,8
		Kalanviljely	70,9	27,9	0,0	0,0	1,1
		Jalostus	63,2	26,0	8,4	0,0	2,4
		Tukkukauppa	54,6	32,7	8,4	4,2	0,0
		Vähittäiskauppa	46,8	41,0	12,2	0,0	0,0
		Kuluttajat	35,5	50,5	8,2	3,2	2,6
6.3.	<i>Uudet eksoottiset ulkomaiset tuontikalat</i>	Kalastus	0,8	31,3	46,6	18,9	2,4
		Kalanviljely	7,0	20,1	48,5	23,3	1,2
		Jalostus	14,5	36,5	30,0	19,1	0,0
		Tukkukauppa	15,4	32,1	36,1	13,7	2,7
		Vähittäiskauppa	16,0	30,9	31,2	22,0	0,0
		Kuluttajat	6,3	27,4	39,9	23,2	3,2
6.4.	<i>Terveysvaikuttavat kalatuotteet</i>	Kalastus	26,8	50,1	17,2	1,9	3,9
		Kalanviljely	43,5	38,2	12,0	3,1	3,2
		Jalostus	57,1	31,6	6,1	2,3	2,9
		Tukkukauppa	22,1	48,8	16,2	5,9	7,0
		Vähittäiskauppa	29,0	46,2	11,7	3,6	9,6
		Kuluttajat	27,2	51,9	11,7	4,2	4,9
6.5.	<i>Geenimuunnellut kalatuotteet</i>	Kalastus	0,0	0,0	20,9	77,3	1,8
		Kalanviljely	0,0	4,5	20,9	70,4	4,3
		Jalostus	0,0	4,4	25,1	69,1	1,4
		Tukkukauppa	0,0	7,3	33,8	54,8	4,1
		Vähittäiskauppa	1,6	7,6	26,7	60,9	3,2
		Kuluttajat	0,8	3,9	25,7	67,1	2,5

Kuluttajahinnat

Kuva	Toimiala tai ryhmä	Nousevat selvästi %	Nousevat hieman %	Pysyvät ennallaan %	Laskevat hieman %	Laskevat selvästi %	Ei osaa sanoa %	
6.6.	<i>Kalan ja kalatuotteiden kuluttajahinnat</i>	Kalastus	3,7	36,5	55,8	2,1	0,0	1,8
		Kalanviljely	3,7	43,5	45,6	6,2	0,0	1,0
		Jalostus	2,4	39,9	55,2	2,6	0,0	0,0
		Tukkukauppa	13,8	53,7	30,7	1,7	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	11,3	33,8	53,4	0,0	0,0	1,6
		Kuluttajat	3,1	46,7	44,9	3,5	0,2	1,5