

*Anssi Ahvonen
Asmo Honkanen*

Kalatalousbarometri 2003:

Elinkeino ja kuluttajat

Summary: Fishery Barometer 2003 -
Outlook of Enterprises and Consumers

Helsinki 2003



Julkaisija

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

Julkaisu-aika

Toukokuu 2003

Tekijät

Anssi Ahvonen ja Asmo Honkanen

*Julkaisun nimi***Kalatalousbarometri 2003: Elinkeino ja kuluttajat**

Summary: Fishery Barometer 2003 – Outlook of Enterprises and Consumers

Julkaisun laji

Tutkimusraportti

Projektin nimi ja numero

Kalatalousbarometrit (313 120)

Tiivistelmä

Julkaisussa tarkastellaan kalatalouselinkeinon ja kuluttajien näkemyksiä kalasta ja kalan tarjonnasta. Sekä elinkeinolta että kuluttajilta tiedusteltiin yleisten kalaan liittyvien mielikuvien lisäksi kalatuotteiden alkuperäkysymyksiä, tuotteisiin liittyviä epäkohtia ja uusien kalatuotteiden kysyntänäkymiä. Elinkeino jakautui 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. Tulokset perustuvat yhteensä noin 300 yrityksen ja 2200 kuluttajan otokseen. Tiedot kerättiin puhelinhaastatteluilla helmikuussa vuonna 2003.

Suomalaiset ovat kalanystäviä. Vain muutama prosentti ilmoittaa, ettei syö kalaa lainkaan. Myös kalan käsittely on suomalaisille tuttua. Neljä viidestä valmistaa itse kalaruokia tuorekalasta. Yli puolet suomalaista ilmoittaa kalastavansa ainakin joskus. Kalan käyttöön, valmistamiseen ja kalastamiseen liittyvät muutokset vuosien välillä ovat olleet vähäisiä.

Sekä kalatalousalan yrittäjien että kuluttajien mielikuvat kalasta ovat hyvin myönteisiä. Osapuolten näkemykset ovat pääosin myös samansuuntaisia. Sekä kuluttajat että elinkeino pitävät kalaa maukkaana, terveellisenä ja edullisena elintarvikkeena. Kalatarjonnan odotetaan laajenevan mm. luomu- ja ekomerkityjen sekä terveysvaikutteisten kalatuotteiden suuntaan. Kalan kotimaisuutta arvostetaan paljon. Uusilla kotimaisilla kasvatetuilla kalalajeilla näyttäisi olevan kysyntää. Geenimuunneltujen kalatuotteiden kysyntään suhtaudutaan erittäin epäilevästi. Kalan tarjontaan liittyvistä epäkohdista kiinnitettiin eniten huomiota riittämättömiin alkuperätietoihin. Kalaan ja kalan tarjontaan liittyvät mielikuvat olivat varsin samankaltaisia kuin edellisellä mittauskerralla.

Asiasanat

Barometri, saldoluku, kalatalous, elinkeino, kuluttajat

Sarjan nimi ja numero

Kala- ja riistaraportteja 280

ISBN

ISBN 951-776-406-5

ISSN

1238-3325

Sivumäärä

23 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.....	2
2.1 PERUSJOUKKO JA OTOS.....	2
2.2 TIEDONKERUUJÄRJESTELMÄ.....	3
2.3 AINEISTON KÄSITTELY JA ESITYSTAVAT.....	3
3. TULOKSET.....	4
3.1 YLEISET MIELIKUVAT KALATUOTTEISTA.....	4
3.2 KALATUOTTEIDEN ALKUPERÄ.....	7
3.3 KALAN TARJONNAN EPÄKOHTIA	11
3.4 UUSIEN TUOTTEIDEN KYSYNTÄ JA KULUTTAJAHINNAT	14
3.5 KULUTTAJIEN SUHDE KALAAAN	17
3.6 KULUTTAJIEN AIKEET	19
4. TARKASTELU	21
4.1 TULOSTEN TULKINTA.....	21
4.2 TULOSTEN LUOTETTAVUUS.....	21
4.3 YHTEENVETO TULOKSISTA	21
5. SUMMARY: FISHERY BAROMETER 2003 – OUTLOOK OF ENTERPRISES AND CONSUMERS.....	22
6. KIRJALLISUUS.....	23

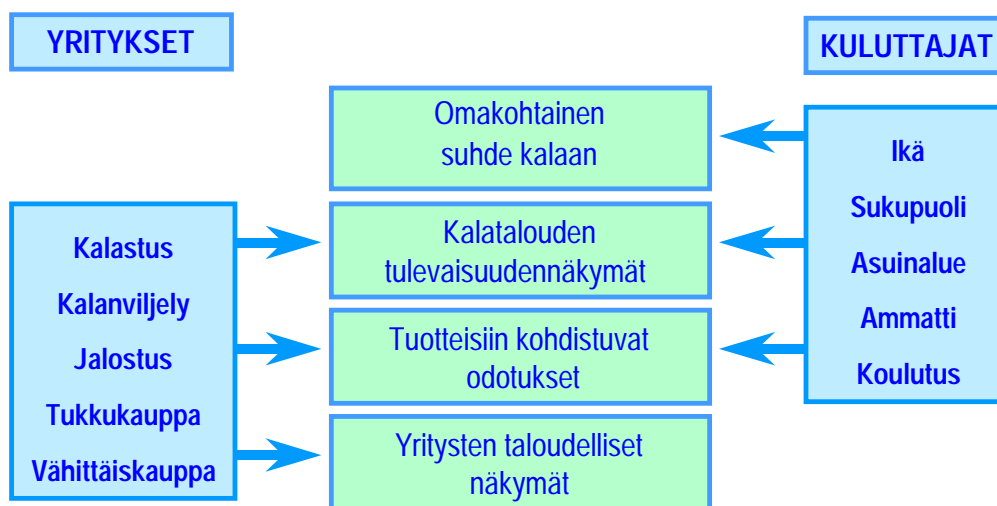
1. JOHDANTO

Kalatalousbarometri 2003: *Elinkeino ja kuluttajat* tarkastelee kalatalouselinkeinon ja kuluttajien näkemyksiä kalataloudesta ja kalatuotteista helmikuussa vuonna 2003. Tulokset perustuvat yhteensä noin 300 yrityksen ja 2200 kuluttajan otokseen. Tiedot kerättiin puhelinhaastattelulla. Tuloksia verrataan edellisvuosina kerättyihin vastaaviin tietoihin (Honkanen & Ahvonen 2000 ja 2002, Ahvonen & Honkanen 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 tällä kertaa *tuotteisiin kohdistuvia odo-*

tuksia (ks. kuva 1). Pelkästään kuluttajien osalta tarkastellaan *omakohtaista suhdetta kalaan*, mm. kalan käyttöä ja valmistusta. *Kalatalouden tulevaisuudennäkymiä* on tarkasteltu viimeksi vuonna 2002 (Honkanen & Ahvonen 2002). *Yritysten taloudellisia näkymiä* tarkasteltiin maaliskuussa 2003 ilmestyneessä raportissa (Honkanen & Ahvonen 2003).

Raportissa on tavoitteena hahmottaa kalaan ja kalatalouteen liittyviä mahdollisia mielipide- ja näkemyseroja 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.



Kuva 1. Kalatalousbarometrin tiedonkeruukehikko. Tässä raportissa tarkasteltavia aihealueita ovat tuotteisiin kohdistuvat odotukset ja omakohtainen suhde kalaan.

2. AINEISTO JA MENETELMÄT

2.1 PERUSJOUKKO JA OTOS

Yrityksiä koskevan tutkimusperusjoukon muodostivat Tilastokeskuksen yritysrekisterissä vuoden 2003 alussa olleet kalatalousalan yritykset, joiden liikevaihto oli yli 8 303 euroa (aikaisemmin 50 000 mk). Tutkimusperusjoukon muodosti näin ollen yhteensä 909 yritystä ja elinkeinonharjoittajaa. Tutkimusperusjoukon kalatalousyritykset ositettiin viiteen toimialaan: kalastus, kalanviljely, kalanjalostus, kalatukkukauppa ja kalan vähittäiskauppa ja lisäksi kahteen liikevaihtoluokkaan: alle ja yli 168 067 euroa (ks. tarkemmin Honkanen & Ahvonen 2003). Otoskoko oli 350.

Otoksesta poistettiin ylipeittona ne yritykset, jotka olivat lopettaneet toimintansa tai joita ei yhteystiedoista huolimatta löydetty. Lopulliseen netto-otokseen kuului näin ollen 331 yritystä, joista haastatteluihin osallistui 81,0 prosenttia (taulukko 1). Otos kiintiöitiin, jotta kaikista ositteista saatiin riittävä määrä havaintoja ositekohtaiseen tarkasteluun (taulukko 2). Vuoden 2003 otokseen tehtiin rotaatio, jossa vuoden 2002 otoksesta (Ahvonen & Honkanen 2002) uudistettiin 1/5 niissä ositteissa, joista ei poimittu kaikkia alkioita. Rotaation lisäksi otos ja perusjoukko ovat päivittyneet uusien ja poistuneiden yritysten sekä ositesiihtymien vuoksi.

Kuluttajia koskevan tutkimusperusjoukon muodosti Suomen 15-74-vuotias väestö joka oli väestörekisterissä vuoden 2002 alussa. Otoksen koko oli 2200 kuluttajaa. Otoksesta poistettiin ylipeittona ne henkilöt, jotka olivat kuolleet tai jotka olivat pysyvästi ulkomailla. Lopulliseen netto-otokseen kuului 2190 henkilöä. Näistä 69,1 prosenttia eli 1514 henkilöä osallistui haastatteluun (taulukko 1). Haastatteluun osallistuneiden 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	909	100,0	3 921 594	100,0
Otos	350	38,5	2 200	0,06
Ylipeitto	19	5,4	10	0,4
Netto-otos	331	100,0	2 190	100,0
Kato	63	19,0	676	30,9
- ei tavoitettu	23	6,9	425	19,4
- kieltäytyi	21	6,3	210	9,6
- muu syy	19	5,7	41	1,9
Haastateltuja	268	81,0	1 514	69,1

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

Toimiala	Otanta- suhde n / N	Vastaus- suhde %
Kalastus	74 / 357	83,6
Kalanviljely	89 / 215	84,7
Kalanjalostus	65 / 141	82,0
Kalan tukkukauppa	59 / 78	80,8
Kalan vähittäiskauppa	63 / 118	71,7
Yhteensä	350 / 909	81,0

Taulukko 3. Kuluttaja-aineiston otos, haastatteluun osallistuneet ja tutkimusperusjoukko eli Suomen 15-74-vuotias väestö vuoden 2002 alussa sukupuolen mukaan (%).

Sukupuoli	Otos	Osallistuneet	Perusjoukko
Nainen	50,7	51,2	50,1
Mies	49,3	48,8	49,9
Yhteensä	100,0	100,0	100,0
N	2 200	1 514	3 921 594

Taulukko 4. Tutkimukseen osallistuneet kuluttajat ja tutkimusperusjoukko eli Suomen 15-74-vuotias väestö vuoden 2002 alussa ikäryhmän ja sukupuolen mukaan (%).

Ikäryhmä	Osallistuneet	Perusjoukko	Osallistuneet	Perusjoukko
	Naiset	Naiset	Miehet	Miehet
15-24	16,3	17,8	13,7	15,4
25-34	15,7	17,1	13,9	15,6
35-44	19,4	18,7	19,9	19,6
45-54	19,1	18,8	22,9	22,4
55-64	16,9	15,5	18,3	16,8
65-74	12,7	12,2	11,4	10,3
Yht.	100,0	100,0	100,0	100,0
N	775	1 965	431	739
		1 956		1 663

2.2 TIEDONKERUUJÄRJESTELMÄ

Tiedonkeruujärjestelmä kehitettiin vaiheistettuna (ks. Ahvonen ym. 2001). Varsinaisia barometrimittauksia edelsi esitutkimus, jossa mittaristo ja -tiedonkeruujärjestelmä testattiin yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa (Ahvonen & Honkanen 1999). Mittariston suunnittelussa hyödynnettiin mm. Tilastokeskuksen survey-laboratoriota (Godenhjelm 1999), jossa koeryhmän avulla arvioitiin lomakkeen sisältö, ymmärrettävyys ja tulkitavuus kognitiivisella esitestauksella (Willis 1994, Willis ym. 1999, Sudman ym. 1996, Tourangeau ym. 2000). Koko tiedonkeruujärjestelmä testattiin haastatteleamalla 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 vastauskäyttämiseen (Godenhjelm ym. 2000a, Godenhjelm ym. 2000b).

Haastattelut toteutettiin Tilastokeskuksen tietokoneavusteisen haastattelujärjestelmän (CATI) avulla. Kuluttajia koskevat haastattelut tehtiin Tilastokeskuksen helmikuun 2003 kuluttajabarometrin yhteydessä (Tilastokeskus 2003) 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 haastattelusta ja sen sisällöstä. Elinkeinohaastattelut kohdistettiin yritysten toimivalle johdolle. Keskimääräinen haastattelu-aika oli kuluttajien osalta noin 8 ja yritysten osalta 14 minuuttia. Yrityshaastatteluihin sisältyi lisäksi taloudellista tilannetta kartoittavia kysymyksiä, joiden tulokset on julkaistu maaliskuussa 2003 raportissa *Yritysten taloudelliset näkymät* (Honkanen & Ahvonen 2003). Yksittäisten mittarien kysymyksenasettelu selviää tuloksista. Kuluttajilta ei tiedusteltu tuotteisiin kohdistuvia odotuksia vuonna 2002.

2.3 AINEISTON KÄSITTELY JA ESITYSTAVAT

Sekä elinkeinoa että kuluttajia koskevat tulokset estimoitettiin vastaamaan perusjoukkoa niin, että yksikkötasolla kaikki mittaustulokset painotettiin ottaen huomioon sekä ositekohtaiset otantasuhteet että vastaustodennäköisyys (kato). Painokertoimet kalibroitiin lisäksi siten, että henkilön iän, sukupuolen ja asuinalueen 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 2003). Saldolukujen arvot sijoittuvat välille [-100, 100]. Tulokset on esitetty saldolukujen lisäksi vastausvaihtoehtojen mukaisina jakaumina liitetaulukoissa.

Saldolaskennassa vastausvaihtoehtoille 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

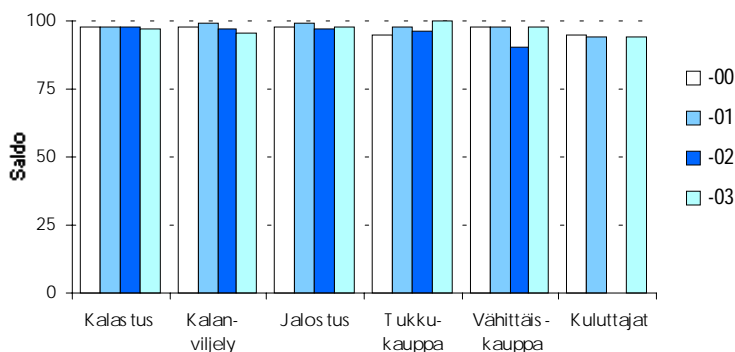
3.1 YLEISET MIELIKUVAT KALATUOTTEISTA

Sekä elinkeino että kuluttajat olivat hyvin yksimielisiä siitä, että kala on terveellistä. Tarkasteluajanjakson aikana ei ollut oleellisia muutoksia käsityksissä (kuva 1.1). Käsitykset kalan edullisuudesta olivat vuonna 2003 jonkin verran heikentyneet edellisvuoteen verrattuna, mutta olivat edelleen korkealla tasolla (kuva 1.2). Sekä elinkeino että kuluttajat torjuivat yleisesti väittämän, että kalaa olisi vaikea valmistaa (kuva 1.3).

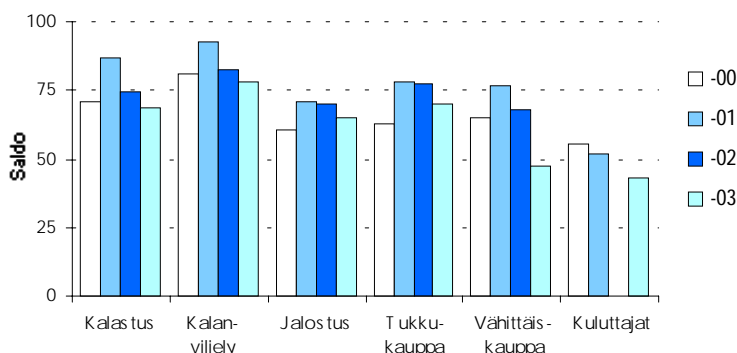
Myös väittämä kalan tuoksun epämiellyttävyydestä torjuttiin selvästi tarkasteluajanjakson aikana. Kuluttajien näkemykset kalan tuoksusta olivat jonkin verran kriittisempiä kuin elinkeinon (kuva 1.4).

Kalan säilytettävyyden osalta eri elinkeinojen mielipiteet olivat vuonna 2003 samankaltaisia. Kuluttajien keskuudesta oli elinkeinoa hieman enemmän ymmärrystä väittämälle kalan vaikeasta säilytettävyydestä (kuva 1.5). Kalan kotimaisuuden tärkeydestä oltiin edelleenkin hyvin yksimielisiä. Vähiten tärkeäksi kotimaisuuden arvioi tukkuporras (kuva 1.6). Kaikki osapuolet olivat samaa mieltä siitä, että kala on maukasta (kuva 1.7).

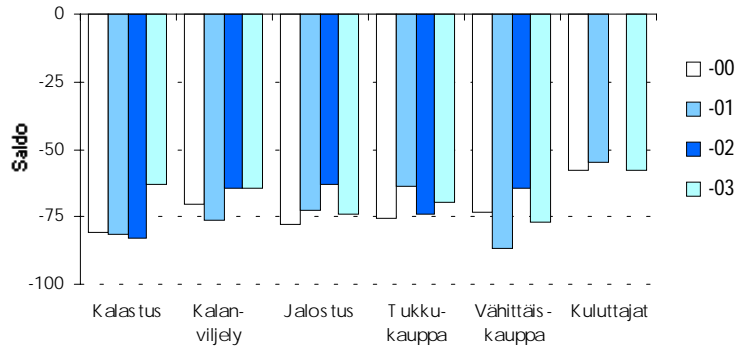
Kuva 1.1. Kala on terveellistä. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämstä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



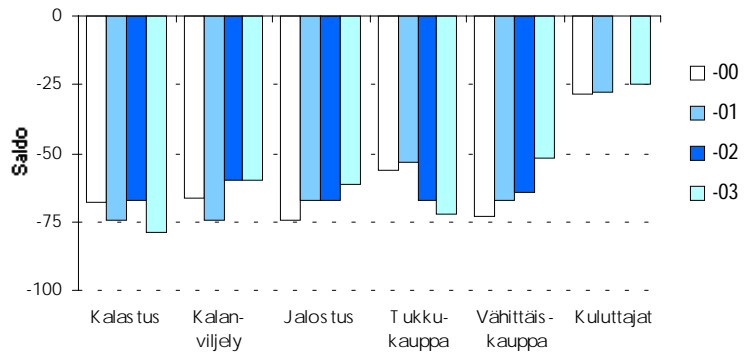
Kuva 1.2. Kala on edullista. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämstä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



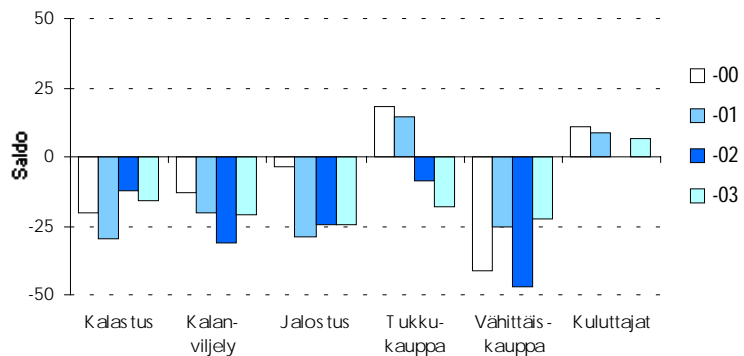
Kuva 1.3. Kalaa on vaikea valmistaa. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



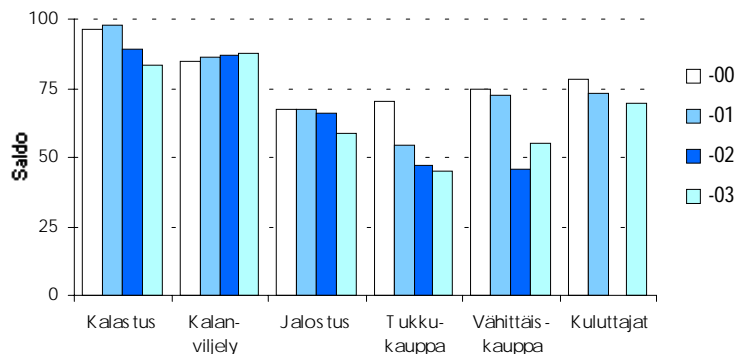
Kuva 1.4. Kalan tuoksu on epämiellyttävä. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



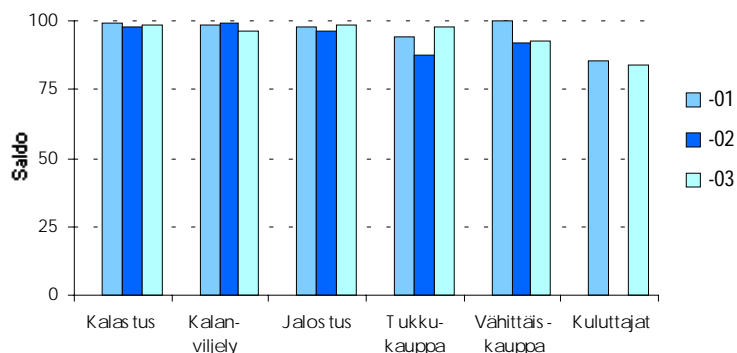
Kuva 1.5. Kalaa on vaikea säilyttää. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



Kuva 1.6. Kalan kotimaisuus on tärkeää. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



Kuva 1.7. Kala on maukasta. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämäs-
tä (saldoluku) vuosina 2001 - 2003.



Yleiset mielikuvat kalatuotteista

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %	Ei osaa sanoa %
1.1.	<i>Kala on terveellistä.</i>	Kalastus	93,6	6,4	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	93,5	4,6	0,0	0,0	1,9
		Jalostus	96,1	3,9	0,0	0,0	0,0
		Tukkukauppa	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	95,6	4,4	0,0	0,0	0,0
		Kuluttajat	89,2	10,3	0,2	0,1	0,2
1.2.	<i>Kala on edullista.</i>	Kalastus	56,2	32,8	8,5	0,0	2,5
		Kalanviljely	67,0	26,0	4,1	0,0	3,0
		Jalostus	60,8	24,7	12,0	2,5	0,0
		Tukkukauppa	57,8	35,5	1,8	4,9	0,0
		Vähittäiskauppa	44,6	31,8	20,4	3,2	0,0
		Kuluttajat	34,6	41,1	18,3	3,0	3,0
1.3.	<i>Kalaa on vaikea valmistaa.</i>	Kalastus	4,2	8,9	31,0	56,0	0,0
		Kalanviljely	3,0	10,6	27,3	59,1	0,0
		Jalostus	4,8	4,2	19,8	71,3	0,0
		Tukkukauppa	5,1	7,2	18,5	69,2	0,0
		Vähittäiskauppa	2,0	7,5	16,2	74,4	0,0
		Kuluttajat	3,1	13,4	29,2	52,8	1,5
1.4.	<i>Kalan tuoksu on epämiellyttävä.</i>	Kalastus	0,0	5,3	26,7	68,0	0,0
		Kalanviljely	2,9	12,8	28,0	54,9	1,5
		Jalostus	4,0	13,2	21,8	61,1	0,0
		Tukkukauppa	2,6	11,5	10,2	75,7	0,0
		Vähittäiskauppa	0,0	20,1	31,2	46,6	2,1
		Kuluttajat	15,1	22,5	21,4	40,5	0,6
1.5.	<i>Kalaa on vaikea säilyttää.</i>	Kalastus	13,2	25,1	31,7	25,7	4,3
		Kalanviljely	8,9	28,7	33,3	27,5	1,6
		Jalostus	16,9	19,1	26,9	37,2	0,0
		Tukkukauppa	10,4	32,3	22,2	33,4	1,8
		Vähittäiskauppa	13,6	26,1	22,3	38,1	0,0
		Kuluttajat	20,3	35,9	20,0	22,1	1,7
1.6.	<i>Kalan kotimaisuus on tärkeää.</i>	Kalastus	79,5	16,0	0,0	4,5	0,0
		Kalanviljely	80,0	17,4	2,6	0,0	0,0
		Jalostus	56,9	24,0	17,5	1,6	0,0
		Tukkukauppa	46,8	26,4	23,6	3,3	0,0
		Vähittäiskauppa	60,8	15,7	19,6	3,9	0,0
		Kuluttajat	66,6	20,6	8,5	3,4	1,0
1.7.	<i>Kala on maukasta.</i>	Kalastus	97,2	2,9	0,0	0,0	0,0
		Kalanviljely	92,6	7,4	0,0	0,0	0,0
		Jalostus	96,6	3,4	0,0	0,0	0,0
		Tukkukauppa	95,2	4,8	0,0	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	89,5	8,6	2,0	0,0	0,0
		Kuluttajat	80,9	13,3	2,3	2,5	1,1

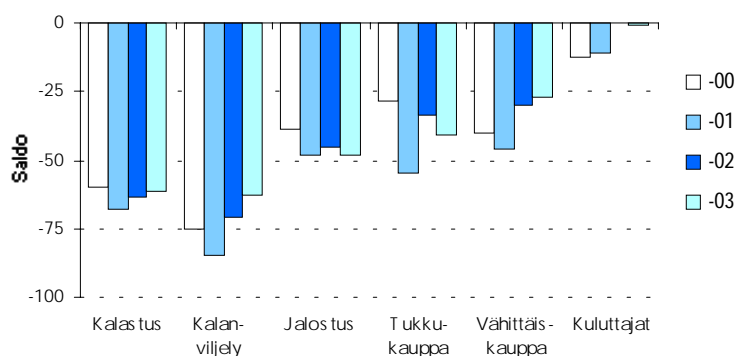
3.2 KALATUOTTEIDEN ALKUPERÄ

Kaikilla osapuolilla oli varsin myönteinen käsitys kotimaisesta kalasta. Tulosten mukaan kotimaista kalaa pidettiin mm. korkealaatuisena, turvallisena ja ympäristöystävällisenä elintarvikkeena.

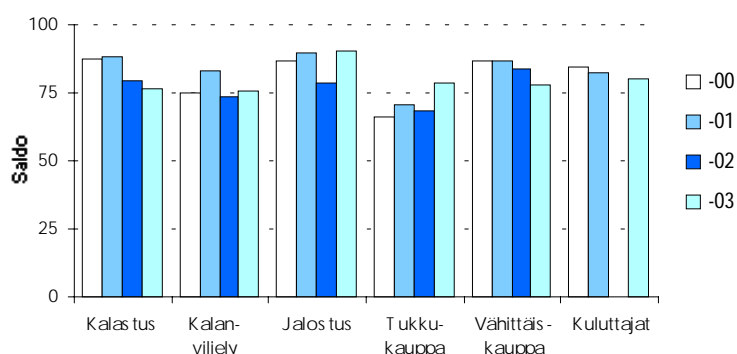
Elinkeinon näkemykset kotimaisen kalan edullisuudesta olivat vahvimpia alkutuotannossa. Kuluttajien näkemykset kalan edullisuudesta olivat vuonna 2003 lähinnä neutraalilla tasolla (kuva 2.1). Yksimielisyys siitä, että kotimainen kala on korkealaatuista (kuva 2.2) ja turvallista (kuva 2.3), oli säilynyt. Myös kaikkien osapuolten käsitys kotimaisen kalan ympäristöystävällisyydestä oli säilynyt vahvana (kuva 2.4).

Ulkomaiseen kalaan suhtauduttiin vähemmän latautuneesti kuin kotimaiseen kalaan. Sekä kuluttajat että elinkeino torjuivat väittämän, että ulkomainen kala on kallista (kuva 2.5). Tukku-kaupan edustajat arvostivat ulkomaisen kalan laadun (kuva 2.6) ja turvallisuuden (kuva 2.7) muita osapuolia korkeammalle. Ulkomaisen kalan laatuun ja turvallisuuteen suhtaudutaan pääosin hieman myönteisemmin kuin tutkimusjakson alussa. Ulkomaisen kalan ympäristöystävällisyys koetaan pääosin neutraaliksi. Eniten ympäristöystävällisyyttä epäileviä vuonna 2003 oli alkutuotannon edustajissa ja kuluttajissa. (kuva 2.8).

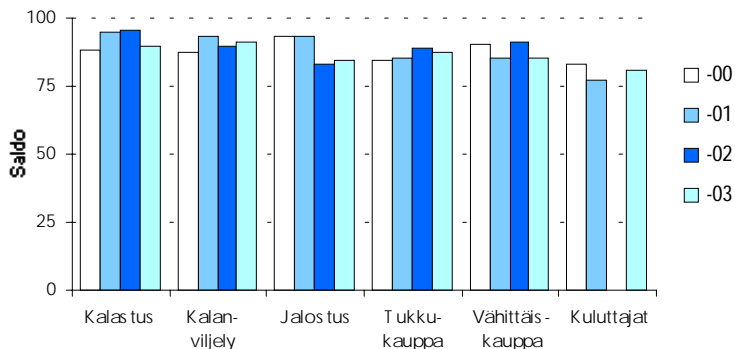
Kuva 2.1. Kotimainen kala on kallista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



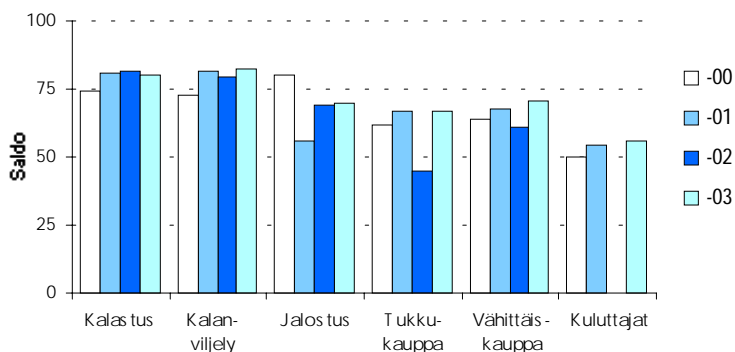
Kuva 2.2. Kotimainen kala on korkealaatuista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



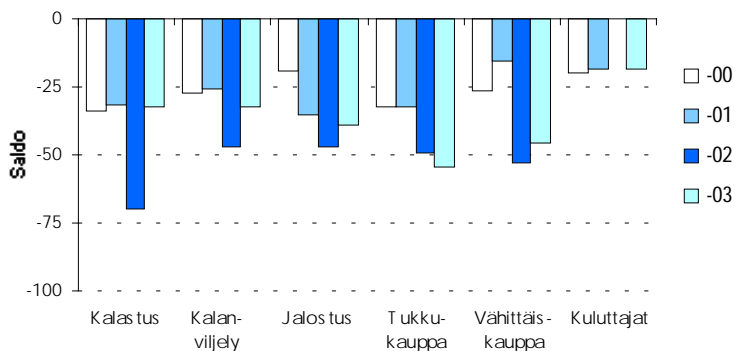
Kuva 2.3. Kotimainen kala on turvallinen elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003



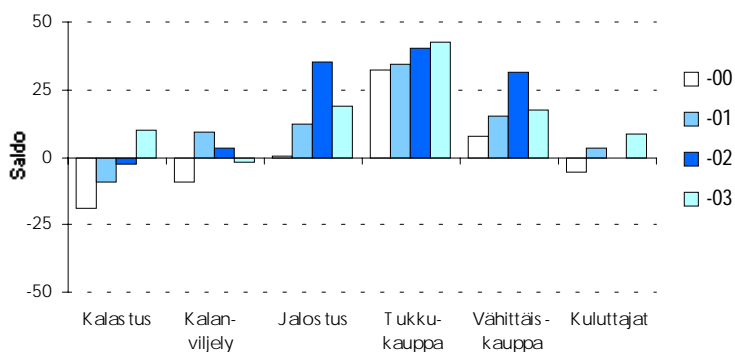
Kuva 2.4. Kotimainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



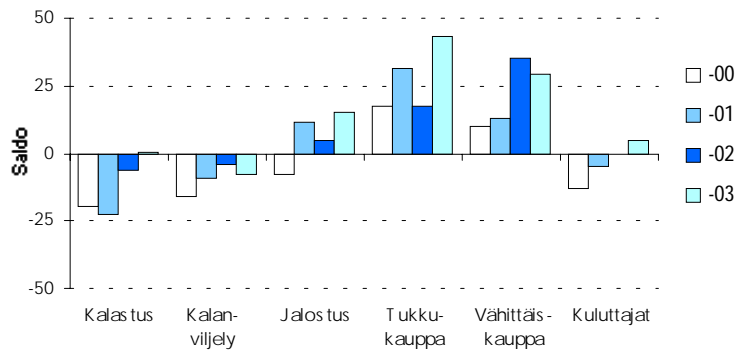
Kuva 2.5. Ulkomainen kala on kallista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



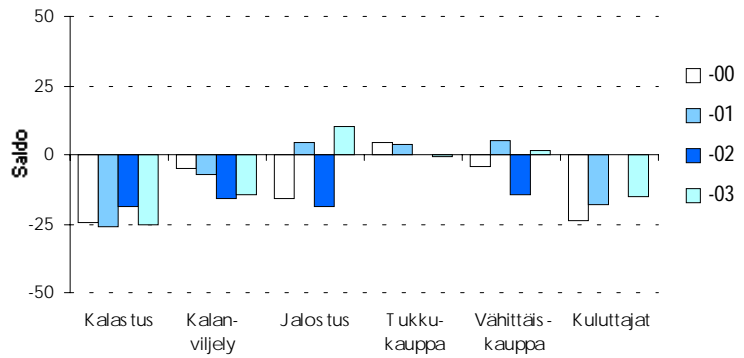
Kuva 2.6. Ulkomainen kala on korkealaatuista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



Kuva 2.7. Ulkomainen kala on turvallinen elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



Kuva 2.8. Ulkomainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



Kalatuotteiden alkuperä

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %	Ei osaa sanoa %
2.1.	<i>Kotimainen kala on kallista.</i>	Kalastus	0,0	13,2	19,9	58,0	8,9
		Kalanviljely	1,5	13,2	25,1	58,7	1,5
		Jalostus	10,5	13,0	22,1	54,4	0,0
		Tukkukauppa	12,6	12,4	28,0	45,3	1,8
		Vähittäiskauppa	17,6	18,2	21,2	43,0	0,0
		Kuluttajat	13,3	35,6	27,7	17,8	5,6
2.2.	<i>Kotimainen kala on korkealaatuista.</i>	Kalastus	66,5	26,7	6,8	0,0	0,0
		Kalanviljely	68,8	20,9	7,6	0,0	2,7
		Jalostus	83,3	15,5	1,2	0,0	0,0
		Tukkukauppa	65,7	30,7	1,8	1,8	0,0
		Vähittäiskauppa	77,0	14,0	6,5	2,5	0,0
		Kuluttajat	68,4	27,2	2,0	0,7	1,8
2.3.	<i>Kotimainen kala on turvallisen elintarvike.</i>	Kalastus	82,2	15,7	0,0	0,0	2,1
		Kalanviljely	82,1	18,0	0,0	0,0	0,0
		Jalostus	84,5	9,6	1,7	4,2	0,0
		Tukkukauppa	80,7	15,1	1,8	0,0	2,5
		Vähittäiskauppa	74,5	23,6	2,0	0,0	0,0
		Kuluttajat	69,1	26,8	2,4	0,4	1,3
2.4.	<i>Kotimainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike.</i>	Kalastus	67,3	28,4	2,2	0,0	2,1
		Kalanviljely	74,9	20,6	3,0	1,4	0,0
		Jalostus	62,5	27,0	4,0	4,2	2,3
		Tukkukauppa	52,3	36,4	6,9	0,0	4,4
		Vähittäiskauppa	56,5	36,6	4,9	2,0	0,0
		Kuluttajat	40,0	43,5	9,5	1,0	6,0
2.5.	<i>Ulkomainen kala on kallista.</i>	Kalastus	6,8	12,5	49,5	20,6	10,6
		Kalanviljely	9,3	11,9	50,6	22,6	5,6
		Jalostus	5,0	17,0	41,5	31,6	4,9
		Tukkukauppa	6,2	6,1	45,3	40,7	1,8
		Vähittäiskauppa	5,9	10,1	50,6	30,9	2,5
		Kuluttajat	6,4	20,5	41,8	14,3	17,0
2.6.	<i>Ulkomainen kala on korkealaatuista.</i>	Kalastus	13,9	36,7	22,7	11,1	15,7
		Kalanviljely	14,1	26,8	38,2	10,4	10,5
		Jalostus	21,1	39,9	25,6	9,3	4,1
		Tukkukauppa	24,8	57,7	13,2	4,3	0,0
		Vähittäiskauppa	20,0	41,1	22,6	12,1	4,2
		Kuluttajat	7,4	41,5	26,7	5,9	18,4
2.7.	<i>Ulkomainen kala on turvallisen elintarvike.</i>	Kalastus	9,2	33,4	23,2	13,9	20,3
		Kalanviljely	7,4	35,2	28,2	18,7	10,5
		Jalostus	20,3	37,1	28,6	9,6	4,4
		Tukkukauppa	27,4	54,3	14,0	4,3	0,0
		Vähittäiskauppa	27,0	41,5	21,5	7,9	2,2
		Kuluttajat	8,4	38,7	30,1	7,9	14,9
2.8.	<i>Ulkomainen kala on ympäristöystävällisesti tuotettu elintarvike.</i>	Kalastus	2,1	14,2	32,8	17,8	33,1
		Kalanviljely	8,3	22,7	26,5	20,9	21,5
		Jalostus	17,6	28,6	21,5	11,2	21,2
		Tukkukauppa	8,8	30,0	22,8	12,9	25,5
		Vähittäiskauppa	9,5	38,3	22,2	15,7	14,3
		Kuluttajat	3,5	22,6	36,4	11,9	25,6

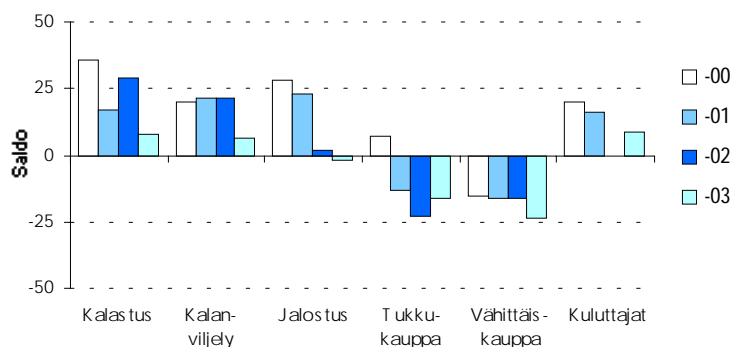
3.3 KALAN TARJONNAN EPÄKOHTIA

Kalan tarjontaan liittyvistä epäkohdista nousi selvimmin esille tuoreen kalan alkuperätietojen riittämättömyys. Kalakauppaa lukuun ottamatta alkuperätietoja pidettiin joiltain osin riittämättöminä (kuva 3.1). Väittämä kalatuotteiden pakkausmerkintöjen puutteellisuudesta jakoi mielihiteitä puolesta ja vastaan, mutta tyytyväisyys pakkasmerkintöihin riittävyyteen oli yleistynyt hieman vuonna 2003 (kuva 3.2).

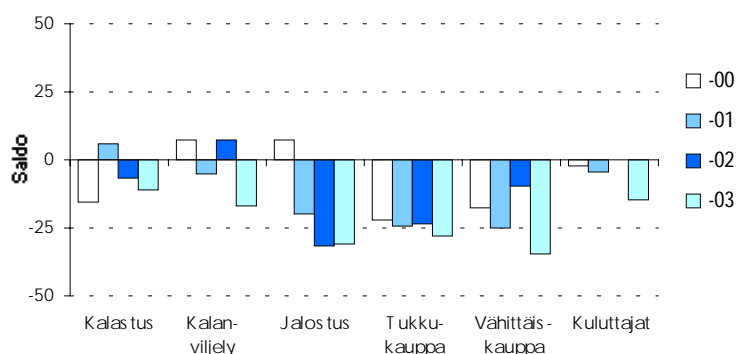
Kaikki osapuolet, kuluttajat mukaan lukien, olivat yleensä sitä mieltä, että kalatuotteiden tarjonta ei ole yksipuolista (kuva 3.3).

Väittämä kalatuotteiden odotettua nopeammasta pilaantumisesta torjuttiin yleisesti (kuva 3.4). Käsitykset kalatiskaista olivat myönteisiä. Väittämään kalatiskaisten epäsiisteydestä on suhtauduttu kautta linjan torjuvasti koko tarkastelujakson aikana (kuva 3.5). Väittämään asiakaspalvelun puutteellisuudesta kalatiskailla suhtauduttiin myös torjuvasti. Huomionarvoista on, että selvimmin väitteen asiakaspalvelun puutteellisuudesta torjuivat kuluttajat (kuva 3.6).

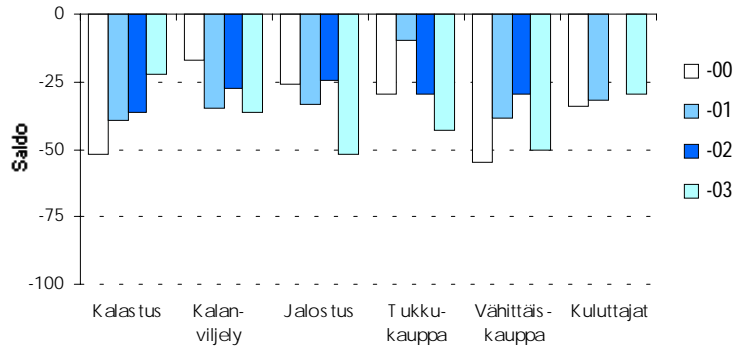
Kuva 3.1. Tuoreen kalan alkuperätiedot ovat riittämättömiä. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



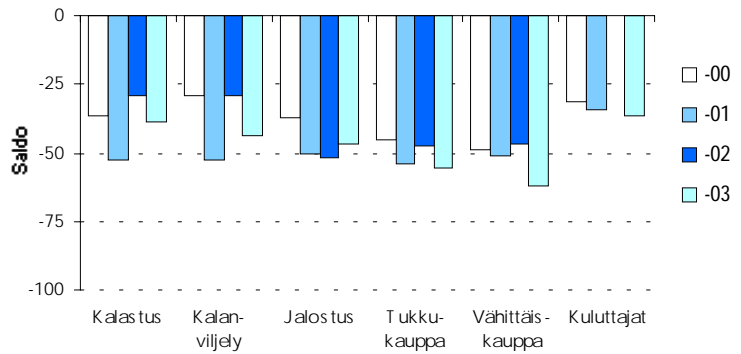
Kuva 3.2. Kalatuotteiden pakkausmerkinnät ovat puutteellisia. Elinkeinoon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



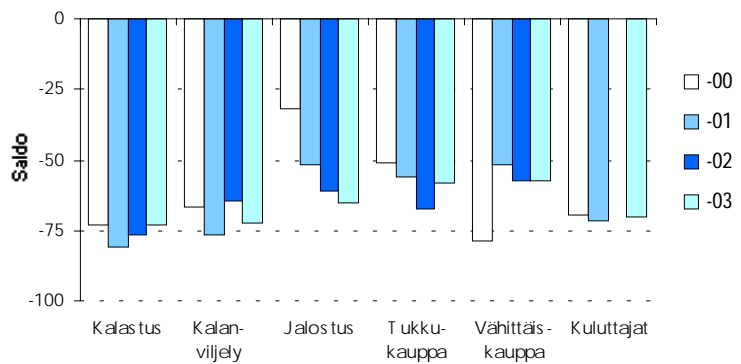
Kuva 3.3. Kalatuotteiden tarjonta on yksipuolista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 – 2003.



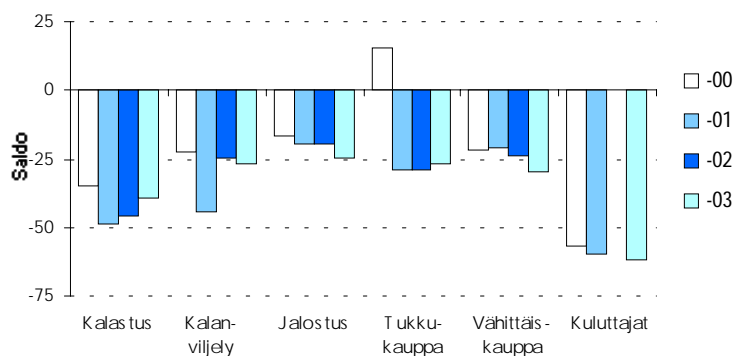
Kuva 3.4. Kalatuotteet ovat pilaantuneet odotettua nopeammin. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 – 2003.



Kuva 3.5. Kalatiskit ovat epäsiistejä. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 – 2003.



Kuva 3.6. Asiakaspalvelu kalatiskillä on puutteellista. Elinkeinon ja kuluttajien arvio väittämästä (saldoluku) vuosina 2000 - 2003.



Kalan tarjonnan epäkohtia

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %	Ei osaa sanoa %
3.1.	<i>Tuoreen kalan alkuperä tiedot ovat riittämättömiä.</i>	Kalastus	22,8	30,6	24,1	17,9	4,6
		Kalanviljely	22,7	26,3	22,0	18,1	10,9
		Jalostus	9,9	46,9	16,0	27,2	0,0
		Tukkukauppa	14,9	23,0	29,1	27,9	5,1
		Vähittäiskauppa	11,4	26,2	23,1	36,8	2,6
		Kuluttajat	15,2	36,7	24,5	12,8	10,8
3.2.	<i>Kalatuotteiden pakkausmerkinnät ovat puutteellisia.</i>	Kalastus	13,9	26,6	20,7	27,8	11,1
		Kalanviljely	6,1	29,1	28,8	23,4	12,6
		Jalostus	2,4	30,9	31,5	32,9	2,3
		Tukkukauppa	10,4	21,8	28,1	35,5	4,3
		Vähittäiskauppa	3,9	26,0	36,6	33,5	0,0
		Kuluttajat	8,1	25,3	32,3	19,3	14,9
3.3.	<i>Kalatuotteiden tarjonta on yksipuolista.</i>	Kalastus	6,8	24,7	36,6	23,4	8,6
		Kalanviljely	6,4	21,8	30,3	38,6	3,0
		Jalostus	8,9	6,3	42,3	42,5	0,0
		Tukkukauppa	4,3	22,6	23,4	47,2	2,6
		Vähittäiskauppa	4,2	17,4	25,6	50,1	2,8
		Kuluttajat	7,3	22,2	35,2	30,6	4,7
3.4.	<i>Kalatuotteet ovat pilaantuneet odotettua nopeammin.</i>	Kalastus	4,3	7,5	45,9	24,1	18,2
		Kalanviljely	1,1	15,7	39,9	33,1	10,1
		Jalostus	0,0	18,6	27,9	42,0	11,5
		Tukkukauppa	1,9	13,0	36,8	45,7	2,6
		Vähittäiskauppa	4,5	6,9	36,9	51,8	0,0
		Kuluttajat	5,6	16,8	36,9	32,4	8,3
3.5.	<i>Kalatiskit ovat epäsiistejä.</i>	Kalastus	0,4	0,7	33,1	57,2	8,6
		Kalanviljely	1,1	4,4	35,5	57,6	1,5
		Jalostus	0,0	9,7	39,8	50,5	0,0
		Tukkukauppa	0,0	12,9	36,2	46,6	4,3
		Vähittäiskauppa	3,4	11,3	38,2	47,1	0,0
		Kuluttajat	0,9	5,6	33,2	57,3	3,0
3.6.	<i>Asiakaspalvelu kalatiskillä on puutteellista.</i>	Kalastus	0,4	13,9	29,6	31,6	24,5
		Kalanviljely	3,0	24,6	31,3	26,6	14,6
		Jalostus	3,3	31,5	35,1	26,1	4,0
		Tukkukauppa	5,4	26,8	25,0	33,1	9,7
		Vähittäiskauppa	11,7	15,7	41,8	28,7	2,2
		Kuluttajat	2,3	7,6	33,1	51,5	5,5

3.4 UUSIEN TUOTTEIDEN KYSYNTÄ JA KULUTTAJAHINNAT

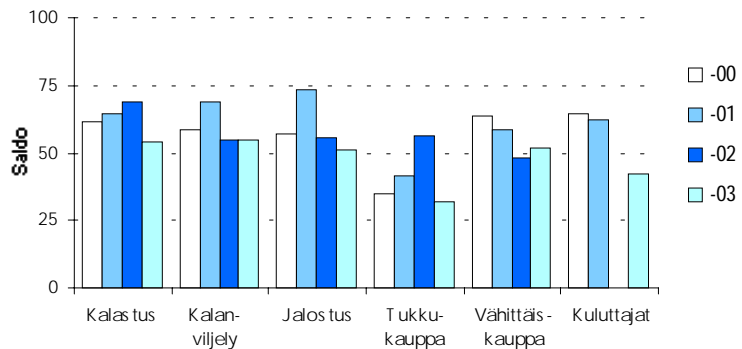
Sekä elinkeino että kuluttajat uskoivat että suomalaiset ostaisivat luomu- ja ekomerkittyjä kalatuotteita lähivuosina (2-3 vuotta), jos niitä olisi tarjolla. Kuluttajien arvio luomu- ja ekomerkittyjen kalatuotteiden suosiosta oli hiukan laskenut edelliskerrasta (kuva 4.1). Sekä elinkeino että kuluttajat uskoivat, että uusille kotimaisille kasvatetuille kalalajeille löytyisi kysyntää. Kuluttajien arviot uusien kasvatettujen lajien kysyntänäkymistä olivat vuonna 2003 aikaisempaa hieman epäilevämpiä (kuva 4.2).

Käsitys uusien eksoottisten tuontikalojen mahdollisuuksista markkinoilla oli jonkin verran epäilevä. Elinkeinoon näkemykset tuontikalalan kysynnästä olivat kuitenkin hieman aikaisempaa myönteisempiä (kuva 4.3).

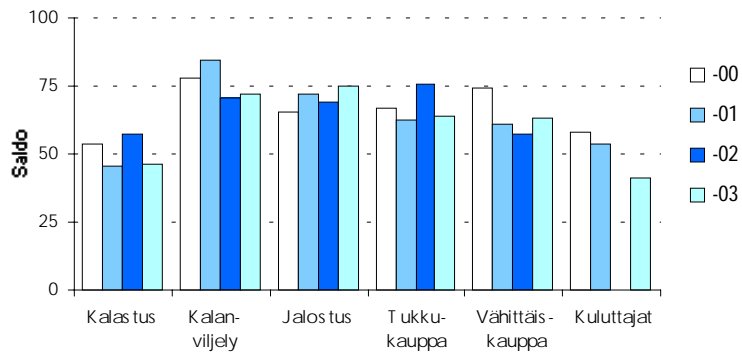
Kaikki osapuolet uskoivat varsin yhtäläisesti, että kuluttajat ostaisivat terveystuotteita kalatuotteita, jos niitä on tarjolla lähivuosina. (kuva 4.4). Geenimuunneltujen kalatuotteiden mahdollisuudet suomalaisilla markkinoilla koettiin edelleen hyvin vähäisiksi. Tosin alkutuotannossa käsitys geenimuunneltujen tuotteiden vaikeuksista oli hieman lievempi kuin edellisinä vuosina (kuva 4.5).

Kalan kuluttajahintojen uskottiin varsin yleisesti nousevan seuraavan 12 kuukauden aikana. Suhtautumisessa kuluttajahintojen muutokseen ei ole tapahtunut selkeitä muutoksia eri osapuolten kesken tai ajallisesti (kuva 4.6).

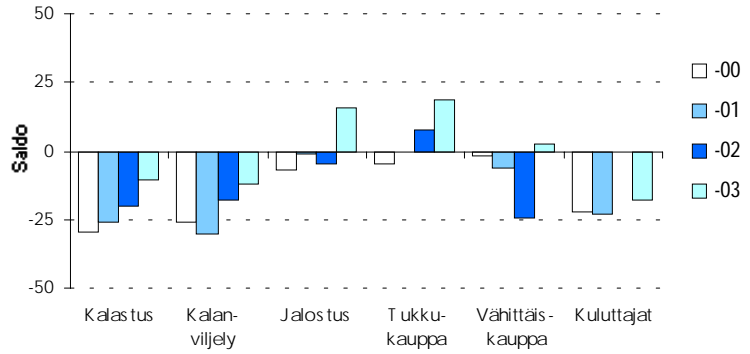
Kuva 4.1. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat luomu- ja ekomerkittyjä kalatuotteita lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinoon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldo-luku) vuosina 2000 - 2003.



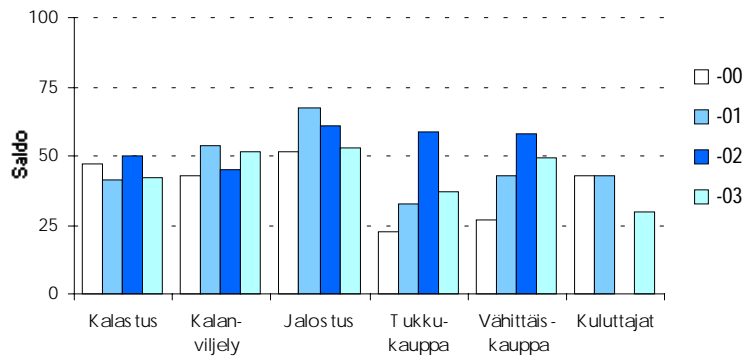
Kuva 4.2. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat uusia kotimaisia kasvatettuja kalalajeja lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinoon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldo-luku) vuosina 2000 - 2003.



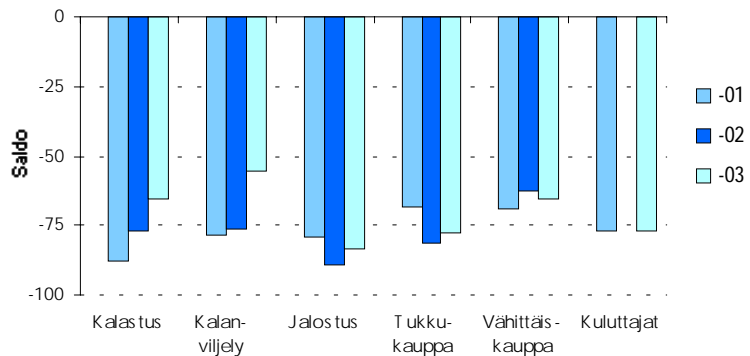
Kuva 4.3. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat *uusia eksoottisia ulkomaisia tuontikalvoja* lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldo-luku) vuosina 2000 - 2003.



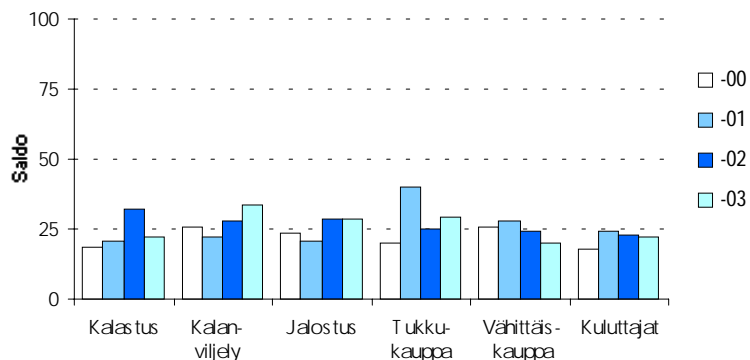
Kuva 4.4. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat *terveysvaikutteisia kalatuotteita* lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldo-luku) vuosina 2000 - 2003.



Kuva 4.5. Uskotteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat *geenimuunneltuja kalatuotteita* lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä on tarjolla. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldo-luku) vuosina 2001 - 2003.



Kuva 4.6. Miten arvioitte *kalan ja kalatuotteiden kuluttajahintojen* muuttuvan seuraavan 12 kuukauden aikana. Elinkeinon ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen (saldo-luku) vuosina 2000 - 2003.



Uusien tuotteiden kysyntä

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Erittäin todennäköistä %	Melko todennäköistä %	Melko epätodennäköistä %	Erittäin epätodennäköistä %	Ei osaa sanoa %
4.1.	<i>Luomu- ja ekomerkityt tuotteet.</i>	Kalastus	39,4	43,1	12,9	0,4	4,3
		Kalanviljely	41,4	44,5	4,6	6,7	2,7
		Jalostus	43,5	39,1	11,4	6,1	0,0
		Tukkukauppa	38,5	27,3	21,2	9,5	3,6
		Vähittäiskauppa	44,2	37,0	16,3	2,6	0,0
		Kuluttajat	28,1	50,2	15,5	3,0	3,2
4.2.	<i>Uudet kotimaiset kasvatetut lajit.</i>	Kalastus	29,1	50,3	12,1	2,1	6,4
		Kalanviljely	51,1	46,2	1,2	1,6	0,0
		Jalostus	61,5	33,8	2,0	2,7	0,0
		Tukkukauppa	51,6	35,3	6,8	1,8	4,6
		Vähittäiskauppa	49,9	38,0	4,9	2,8	4,5
		Kuluttajat	22,0	57,3	13,2	3,0	4,6
4.3.	<i>Uudet eksoottiset ulkomaiset lajit.</i>	Kalastus	8,8	26,4	43,1	11,1	10,7
		Kalanviljely	7,7	31,4	40,8	15,1	5,1
		Jalostus	25,2	33,2	30,6	11,0	0,0
		Tukkukauppa	25,8	35,8	22,8	13,9	1,8
		Vähittäiskauppa	13,9	39,9	30,8	15,5	0,0
		Kuluttajat	6,4	28,1	42,2	17,5	5,8
4.4.	<i>Terveysvaikutteiset kalatuotteet.</i>	Kalastus	31,2	44,5	13,2	4,7	6,5
		Kalanviljely	32,1	51,4	8,1	2,6	5,8
		Jalostus	47,2	36,5	8,4	8,0	0,0
		Tukkukauppa	32,3	39,0	10,4	9,6	8,8
		Vähittäiskauppa	38,2	42,5	9,3	5,7	4,2
		Kuluttajat	22,1	46,8	17,8	7,0	6,3
4.5.	<i>Geenimuunnellut kalatuotteet.</i>	Kalastus	0,0	11,4	22,4	59,8	6,4
		Kalanviljely	4,0	11,6	29,2	50,4	4,8
		Jalostus	0,0	1,6	24,2	72,2	2,0
		Tukkukauppa	1,9	4,4	20,3	71,7	1,8
		Vähittäiskauppa	0,0	11,2	27,4	57,3	4,2
		Kuluttajat	0,6	2,9	27,2	65,6	3,7

Kuluttajahinnat

Kuva	Aihe	Toimiala tai ryhmä	Nousevat selvästi %	Nousevat hieman %	Pysyvät ennallaan %	Laskevat hieman %	Laskevat selvästi %	Ei osaa sanoa %
4.6.	<i>Kalan- ja kalatuotteiden hinnan muutos.</i>	Kalastus	6,5	34,2	48,7	2,1	0,0	8,6
		Kalanviljely	8,3	51,0	37,8	0,0	0,0	3,0
		Jalostus	3,7	50,4	44,8	0,0	0,0	1,1
		Tukkukauppa	1,9	55,4	42,7	0,0	0,0	0,0
		Vähittäiskauppa	2,0	41,8	51,1	5,1	0,0	0,0
		Kuluttajat	2,5	44,6	45,5	4,4	0,1	2,9

3.5 KULUTTAJIEN SUHDE KALAAAN

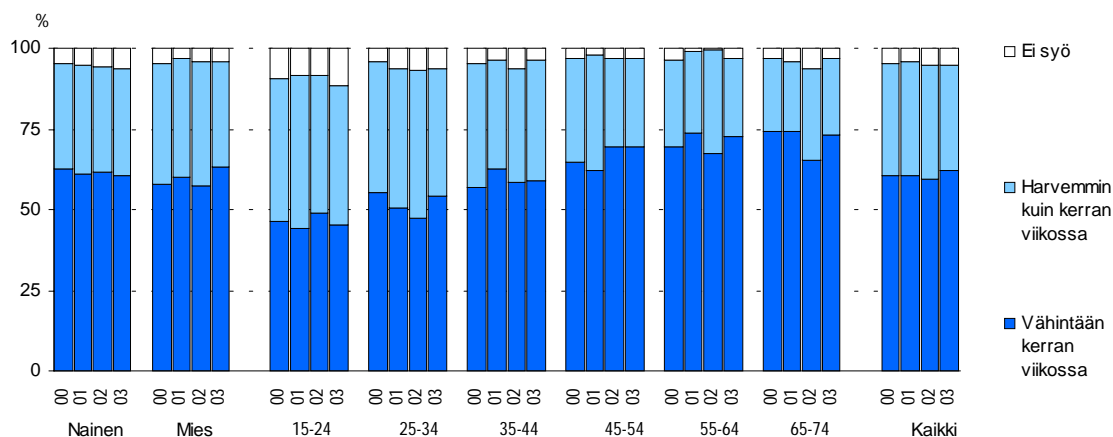
Tässä luvussa tarkastellaan pelkästään kuluttajien arvioita kalan ja äyriäisten käytöstä, kalan valmistamisesta ja kalastamisesta.

Kuten aiemminkin, kuluttajista noin 95 prosenttia ilmoitti syövänsä kalaa. Vähiten kalaa syöviä oli 15–24-vuotiaiden ikäryhmässä, mutta tässäkin ryhmässä kalaa syövien osuus oli noin 90 prosenttia. Vähintään kerran viikossa kalaa söi 60 prosenttia kuluttajista. Vähintään kerran viikossa kalaa syövien osuus oli suurin vanhimmissa ikäryhmissä. Kalan syömisessä ei havaittu oleellisia muutoksia vuosina 2000 - 2003 (kuva 5.1).

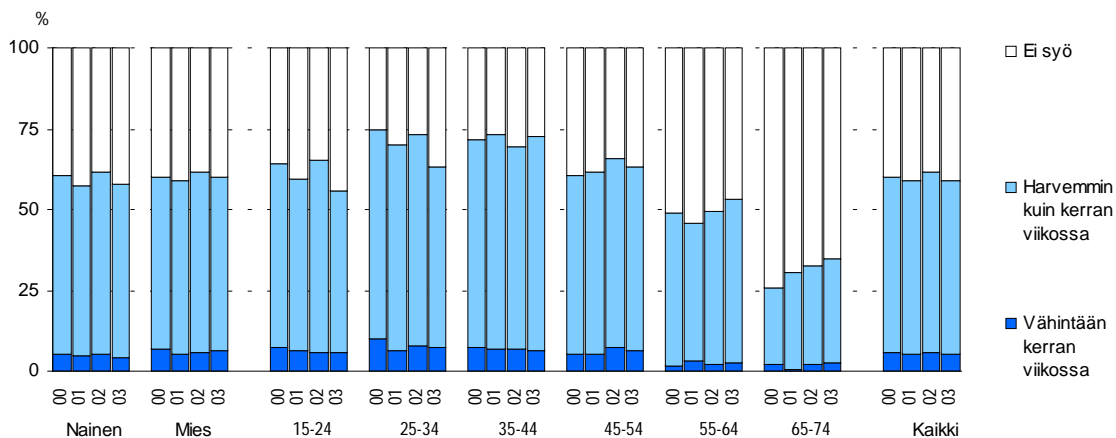
Noin 60 prosenttia kuluttajista ilmoitti syövänsä äyriäisiä tai simpukoita. Äyriäiset tai simpukat eivät kuitenkaan ole jokapäiväistä ravintoa. Vain noin 5 prosenttia söi niitä vähintään kerran viikossa. Ikäryhmittäin tarkasteltuna vähiten äyriäisiä tai simpukoita syöviä oli vanhimmissa ikäryhmissä. Äyriäisten ja simpukoiden syönti oli vuonna 2003 suurin piirtein samalla tasolla kuin edellisvuosina (kuva 5.2).

Useimmat suomalaiset valmistivat itse kalaruokia tuorekalasta. Vuonna 2003 miehistä 78 prosenttia ja naisista 82 prosenttia ilmoitti laittavansa itse kalaruokia. Vähiten kalaruokia valmistivat 15–24-vuotiaat. Iän karttuessa kiinnostus kalaruokien valmistamiseen kasvoi. Kalaruokien valmistamisessa ei tapahtunut suuria muutoksia vuosina 2000 - 2003 (kuva 5.3).

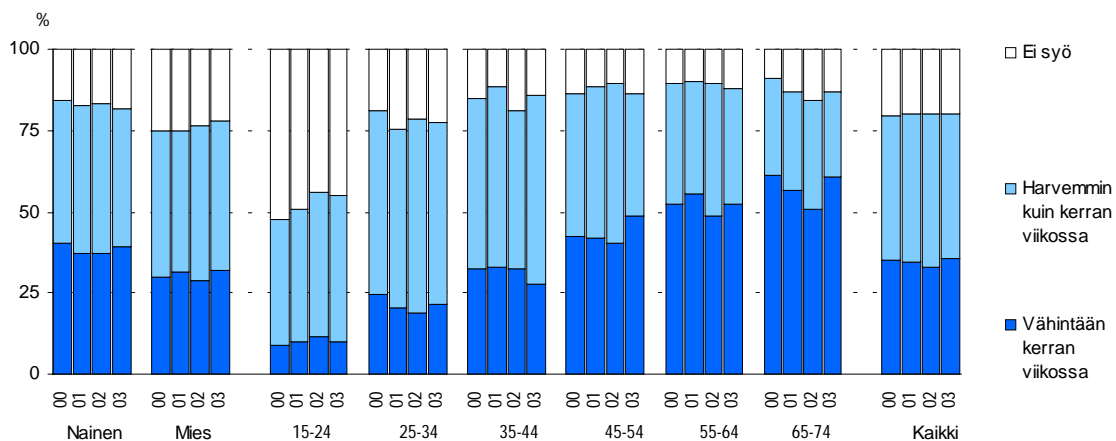
Vuonna 2003 kuluttajista 53 prosenttia ilmoitti kalastavansa ainakin joskus, kun kalastamiseksi katsottiin kaikki kalastusmuodot ja myös osallistuminen kalastamiseen, esimerkiksi soutajana. Vähintään 5 kertaa vuodessa kalastaneita oli 37 prosenttia. Miehistä kalasti kaksi kolmasosaa. Naisten kalastusinnostus oli selvästi laimeampaa (39 %). Miehistä 51 prosenttia ilmoitti kalastavansa vähintään 5 kertaa vuodessa ja 22 prosenttia. Kalastusaktiivisuudessa ei havaittu oleellisia muutoksia vuosina 2000 - 2003 (kuva 5.4).



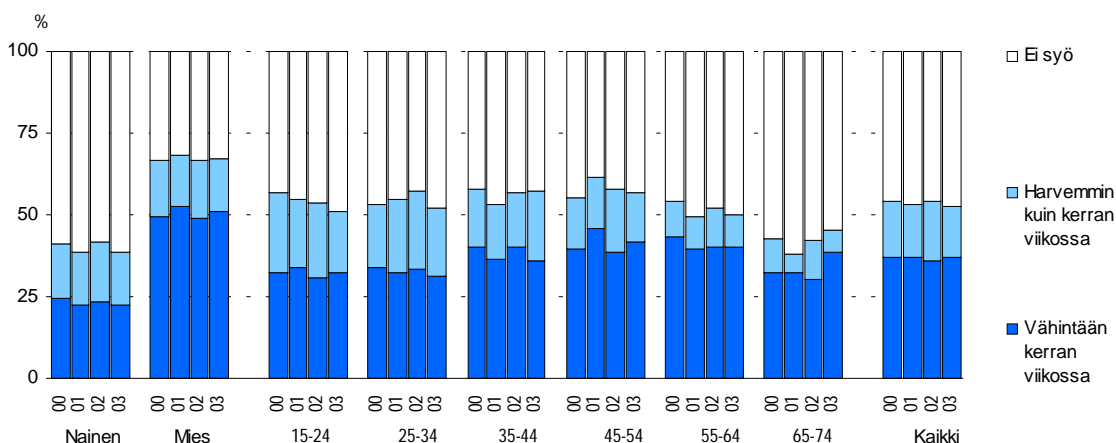
Kuva 5.1. Kalaa syövien osuus ja käyttökertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000-2003.



Kuva 5.2. Rapuja, katkarapuja, muita äyriäisiä ja simpukoita syövien osuus ja käyttökertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000-2003.



Kuva 5.3. Kalaruokia tuorekalasta valmistavien osuus ja valmistuskertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000-2003.

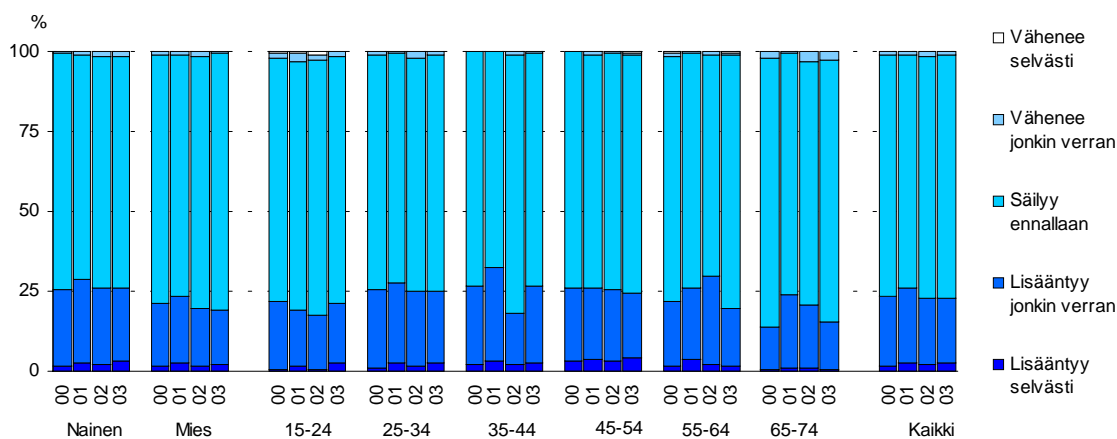


Kuva 5.4. Kalastusta harrastavien osuus ja kalastuskertojen jakauma (%) sukupuolen ja ikäryhmän mukaan vuosina 2000-2003.

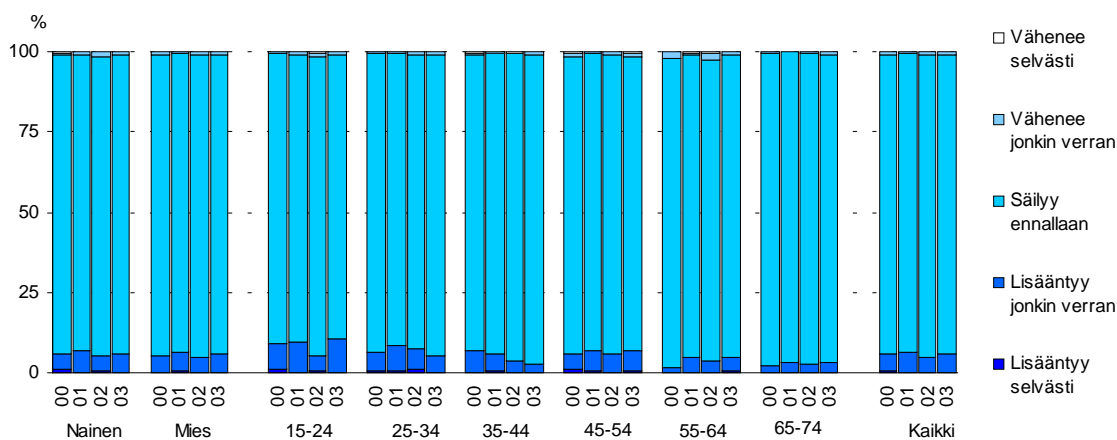
3.6 KULUTTAJIEN AIKEET

Suurin osa kalankuluttajista uskoi kalan syö-
misen säilyvän lähivuosina ennallaan tai li-
sääntyvän jonkin verran. Vain hyvin pieni osa
kuluttajista uskoi kalansyömisestä vähentyvän
(kuva 6.1). Kuten aikaisemminkin, lähes kaikki
olivat sitä mieltä, että äyriäisten tai simpukoi-
den syönti tulee säilymään ennallaan lähivuo-
sina (kuva 6.2). Arvioitaessa kalaruokien val-
mistamisen muutosta lähivuosina, suurin osa
oli sitä mieltä, että tilanne säilyy ennallaan tai
valmistaminen lisääntyy hieman (kuva 6.3).
Myös kalastusta harrastavat arvioivat kalasta-
misen säilyvän ennallaan tai lisääntyvän hie-
man lähivuosina (kuva 6.4). Erot sukupuolten
ja eri ikäryhmien välillä olivat varsin pieniä
kun arvioitiin kalan käytön, valmistamisen ja
kalastamisen muutoksia lähivuosina.

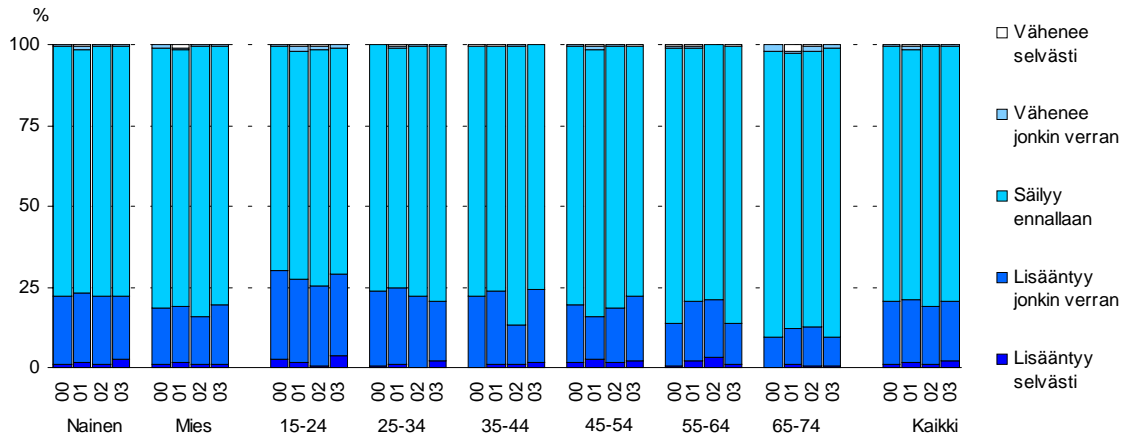
Kysyttäessä kuluttajien ostoaikeita seuraavien
12 kuukauden aikana, todennäköisin hankinta
kysytyistä tuotteista tai palveluista oli edelleen
kalaillallinen ravintolassa. Epätodennäköisim-
pänä hankintana pidettiin järjestettyä kalastus-
matkaa. Ostoaikeet olivat hyvin samankaltaisia
vuosina 2000-2003 (kuva 6.5).



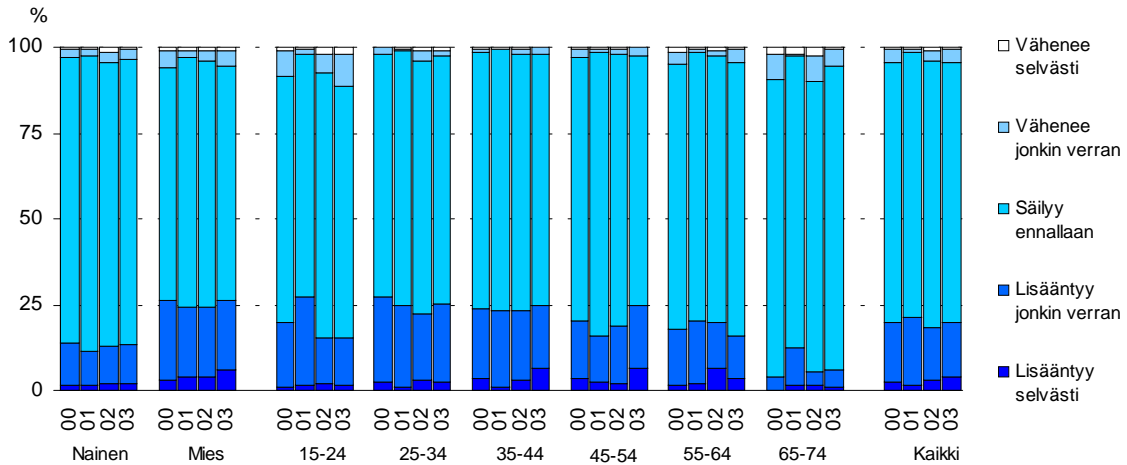
Kuva 6.1. Kalaa syövien arvio syömisestä lähivuosina (2-3 vuotta) nykytilaan verrattuna. Tulokset vuosilta 2000-2003 on esitetty vastausjakaumina (%) ja saldolukuina.



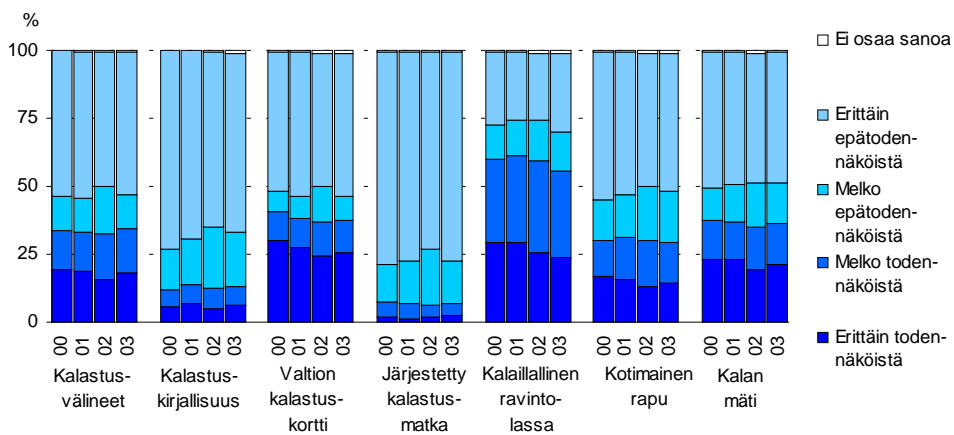
Kuva 6.2. Rapuja, katkarapuja, muita äyriäisiä ja simpukoita syövien arvio syömisestä lähivuosina (2-3 vuotta) nykytilaan verrattuna. Tulokset vuosilta 2000-2003 on esitetty vastausjakaumina (%) ja saldolukuina.



Kuva 6.3. Kalaruokia tuorekalasta valmistavien arvio valmistamisen muuttumisesta lähivuosina (2-3 vuotta) nykytilaan verrattuna. Tulokset vuosilta 2000-2003 on esitetty vastausjakaumina (%) ja saldolukuina.



Kuva 6.4. Kalastusta harrastavien arvio kalastamisen muuttumisesta lähivuosina (2-3 vuotta) nykytilaan verrattuna. Tulokset vuosilta 2000-2003 on esitetty vastausjakaumina (%) ja saldolukuina.



Kuva 6.5. Kalaan liittyvien tuotteiden tai palveluiden ostoaiheet seuraavien 12 kuukauden aikana vuosina 2000-2003.

4. TARKASTELU

4.1 TULOSTEN TULKINTA

Tässä esitetyt tulokset perustuvat suureksi osaksi erilaisiin väittämiin. Väittämiin perustuvien mitausten 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 mittauskertojen 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 kiintiöinnissä 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 ylipieitto 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 ylipieitto vaikuta, sillä osituksen mukaiset painokertoimet korjaavat jakaumat perusjoukkoa vastaaviksi. Yritysten vastausprosentti oli korkea (87,8 %). Myös kuluttajien vastausaktiivisuus (69,1 %) oli kohtuullisen korkea verrattuna haastattelututkimuksiin yleensä. Lisäksi vastauskaton vaikutukset voitiin korjata tehokkaasti käytetyillä menetelmillä (painotus, kalibrointi).

Otantavirheen suuruutta on arvioitu laskemalla yksittäisille mittareille luottamusvälit päätasolla. Kuluttaja-aineiston 95 prosentin luottamusvälit ovat olleet kaikkina vuosina varsin kapeita, suurimmillaan noin +/- 2,5 prosenttiyksikköä. Yritysaineistossa luottamusvälit ovat olleet 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 aiheutuvien mittausvirheiden mahdollisuutta. Haastattelijoiden antaman palautteen mukaan vastaajat ymmärsivät kysymysten sisällön pääsääntöisesti hyvin eikä tulkintaongelmia juuriakaan esiintynyt.

4.3 YHTEENVETO TULOISTA

Suomalaiset ovat kalanystäviä. Vain muutama prosentti ilmoittaa, ettei syö kalaa lainkaan. Myös kalan käsittely on suomalaisille tuttua, sillä neljä viidestä valmistaa itse kalaruokia tuorekalasta. Kalan käyttämisessä ja valmistamisessa ei ole suuria eroja sukupuolten välillä. Sen sijaan ikäryhmien välillä eroja on. Sekä kalan syöminen että valmistaminen on yleisintä vanhimmissa ikäryhmissä. Suomalaisten konkreettista suhdetta kalaan kuvastaa myös se, että yli puolet suomalaista ilmoittaa kalastavansa ainakin joskus. Kalastaminen on suosittua kaikissa ikäryhmissä. Kalan käyttöön ja valmistamiseen liittyvät muutokset vuosien välillä ovat olleet vähäisiä.

Sekä kalatalousalan yrittäjien että kuluttajien mielikuvat kalasta ovat hyvin myönteisiä. Osapuolten näkemykset ovat pääosin myös samansuuntaisia. Sekä kuluttajat että elinkeino pitävät kalaa maukkaana, terveellisenä ja edullisena elintarvikkeena. Kalatarjonnan odotetaan laajenevan mm. luomu- ja ekomekkityjen kalatuotteiden suuntaan.

Kalan kotimaisuutta arvostetaan paljon. Uusilla kotimaisilla kasvatetuilla kalalajeilla näyttäisi olevan kysyntää. Valtaosa uskoo, että uusia terveystuotteita tulee tarjolle ruokakauppoihimme lähivuosina. Sen sijaan geenimuunneltujen kalatuotteiden kysyntään suhtaudutaan erittäin epäilevästi sekä elinkeinon että kuluttajien taholla.

Kalan tarjontaan liittyvistä epäkohdista kiinnitettiin eniten huomiota riittämättömiin alkuperätietoihin.

Kalaan ja kalan tarjontaan liittyvät mielikuvat olivat varsin samankaltaisia kuin edellisillä mitauskerroilla. Useat mitatuista asioista ovatkin senkaltaisia, että kysymys on enemmän pysyvistä asenteista kuin muuttuvista mielipiteistä.

5. SUMMARY: FISHERY BAROMETER 2003 – OUTLOOK OF ENTERPRISES AND CONSUMERS

The general idea of this study is to analyse consumers' and producers' opinions regarding fish products and the production environment simultaneously. A fishery barometer survey aims to collect data that are reliable and comparable in the long term. Follow-up data have been collected through computer-based phone interviews once a year since 2000. The sample is comprised of about 2000 consumers and 350 enterprises countrywide each year. Enterprises are divided into fishing, aquaculture, processing and trade. The latest data was collected in February 2003.

The results for enterprises and consumers were estimated to correspond to the survey population by weighting all the measuring data by the stratum-specific sampling fractions and response probability at unit level. The weighting coefficients at unit level were calibrated to make the estimated marginal distributions of the age, sex and area of residence of a person correspond to those for the whole survey population, i.e. the population structure. The enterprises were calibrated on the basis of their turnover. The results are presented here as balance figures that basically show the weighted difference between positive and negative percentages.

Fish is highly appreciated, and perceptions of fish are very positive. The views of enterprises and consumers are, on the whole, very similar.

Both consumers and entrepreneurs in the fisheries sector regard fish as a tasty, nutritious and reasonably priced food. Finns believe that selection of fish products will grow in the near future. Supply is expected to expand to include a greater range of organic and eco-labelled fish products.

Fish of domestic origin has a very good reputation and there would seem to be demand for new domestic cultured fish species. Foreign fish is not seen as posing a significant threat to domestic fish although during the last years there has been an increasing market for foreign substituting fish products in Finland.

The majority of Finns think that food stores will be selling new health-enhancing fish products within the next few years. However, both enterprises and consumers expressed grave doubts about the demand for genetically modified fish products.

The favourable attitudes towards fish were often prompted by a personal and tangible relationship to fish: 95 per cent of Finns eat fish, 80 per cent prepare fish dishes themselves from fresh fish, and more than half go fishing themselves or take part in fishing at least sometimes.

6. 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>
- Ahvonen, A., Honkanen, A., Godenhjelm, P. & Siikanen, A. 2001: Kalatalousbarometri 2001: Rea-lisoituvatko kalan suotuisat näkymät? Helsinki, Tilastokeskus. Tietoaika 9/2001, s. 14-16.
- Ahvonen, A. & Honkanen, A. 2001. Kalatalousbarometri 2001: Elinkeino ja kuluttajat. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 219. 29 s. ISBN 951-776-325-5, ISSN 1238-3325. <http://www.rktl.fi/kala/kalamarkkinat/barometrijulkaisut.html>
- Ahvonen, A. & Honkanen, A. 2002. Kalatalousbarometri 2002: Yritysten taloudelliset näkymät. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 248. 28 s. ISBN 951-776-363-6, 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 sur-veymittaamisen herkästä ja moninaisesta luontees-ta. Helsinki, Tilastokeskus. *Hyvinvointikatsaus* 4/2000. s.71-74. ISSN 0788-4141.
- Honkanen, A. & Ahvonen, A. 2000. Kalatalousba-rometri 2000. Elinkeino ja kuluttajat. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riis-taraportteja 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. Ka-latalousbarometri 2000: Eri väestöryhmien näke-mykset 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>
- Honkanen, A. & Ahvonen, A. 2001. Kalatalousba-rometri 2001: Yritysten taloudelliset näkymät. Hel-sinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 220. 28 s. ISBN 951-776-326-3, ISSN 1238-3325. <http://www.rktl.fi/kala/kalamarkkinat/barometrijulkaisut.html>
- Honkanen, A. & Ahvonen, A. 2002. Kalatalousba-rometri 2002. Elinkeino ja kuluttajat. Helsinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riis-taraportteja nro 249. 17 s. ISBN 951-776-365-4, ISSN 1238-3325. <http://www.rktl.fi/kala/kalamarkkinat/barometrijulkaisut.html>
- Honkanen, A. & Ahvonen, A. 2003. Kalatalousba-rometri 2003: Yritysten taloudelliset näkymät. Hel-sinki, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Sum-mary: Fishery Barometer 2003 - Economic Outlook of Finnish Fishery Enterprises. Kala- ja riistara-portteja nro 279. 29 s. ISBN 951-776-405-7, 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 cog-nitive process to survey methodology. Jossey-Bass Publishers. San Francisco.
- Tilastokeskus 2003: Kuluttajabarometri 2003, hel-mikuu. Helsinki, Tilastokeskus. SVT Tulot ja kulu-tus 2003:05 ISSN 0784-963X.
- Tourangeau, R., Rips, L.J. & Rasinski, K. 2000. The psychology of survey response. Cambridge University Press. Cambridge.

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.

Willis, G.P., DeMaio. T.J. & Harris-Kojetin, B. 1999. Is the bandwagon headed to the methodological promised land? Evaluating the validity of cognitive interviewing techniques. In: Sirken, M.G., Hermann. D.J., Schechter, S., Schwarz, N., Tanur, J.M. & Tourangeau. R. (eds.). Cognition and Survey Research. John Wiley & Sons. New York. 133-153.