

KALA-JA RIISTARAPORTTEJA nro 172

*Anssi Ahvonen
Asmo Honkanen*

Kalatalouden tuotebarometrit

Esitutkimus

Helsinki 1999



RIISTAN- JA KALANTUTKIMUS

Julkaisija

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

KUVAILULEHTI

Julkaisuaika

Joulukuu 1999

Tekijä(t)

Anssi Ahvonen ja Asmo Honkanen

*Julkaisun nimi***Kalatalouden tuotebarometrit - esitutkimus**

Julkaisun laji

Tutkimusraportti

Toimeksiantaja

Toimeksiantopäivämäärä

Projektin nimi ja numero

Kalatalouden tuotebarometrit (322040)

Tiivistelmä

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos on käynnistänyt tutkimuksen, jossa pyritään kehittämään kalatalouteen soveltuvia barometreja, jotka mahdollistavat kalan koko tuoteketjuun kohdistuvien odotusten mittaamisen. Hankkeen tavoite on tuottaa säännöllistä ja ajantasaista tietoa kalataloudesta ja sen tuotteista sekä niihin kohdistuvista odotuksista sekä kuluttajien että elinkeinon näkökulmasta.

Vuonna 1999 toteutetussa esitutkimuksessa haastateltiin 53 kalaelinkeinoon harjoittajaa sekä 425 eteläsuomalaisia kuluttajaa. Esitutkimuksessa kuluttajilta on tiedusteltu mm. kalan hintaan, laatuun, saatavuuteen, terveellisyyteen ja kotimaisuuteen liittyviä odotuksia ostopäätösten kannalta. Mielenkiinnon kohteena olivat myös kokonaan uudet kalatuotteet. Elinkeinolta tiedusteltiin vastaavia asioita kalan tarjonnan näkökulmasta, jotta saataisiin selville tuotteisiin kohdistuvat odotukset sekä tuotannon että kulutuksen kannalta.

Tulosten perusteella käytetty mittaristo osoittautui pääosin toimivaksi. Esitutkimuksen tietoja käytetään lopullisten mittareiden kehittämissä. Varsinainen tiedonkeruu on suunniteltu alkavaksi siten että vuodesta 2000 tulee barometrin perusvuosi. Tässä raportissa tarkastellaan esitutkimuksen tuloksia ja arvioidaan mittariston toimivuutta valtakunnallisen tiedonkeruun kannalta.

Asiasanat

Barometri, kalatalous, elinkeino, kuluttajat, survey

Sarjan nimi ja numero

Kala- ja riistaraportteja 172

ISBN

951-776-250-X

ISSN

1238-3325

Sivumäärä

33 s.

Kieli

Suomi

Hinta

Luottamuksellisuus

Julkinen

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

Kustantaja

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

1. JOHDANTO	2
2. AINEISTO JA MENETELMÄT.....	3
2.1 YLEISTÄ	3
2.2 PERUSJOUKKO JA OTOS	3
2.3 HAASTATTELULOMAKKEEN KEHITTÄMINEN	4
2.4 BAROMETRIKYSYMYKSET.....	4
2.5 HAASTATTELUN TOTEUTTAMINEN.....	6
2.6 AINEISTON KÄSITTELY JA ESITYSTAVAT	6
3. TULOKSET	8
3.1 KULUTTAJIEN OMAKOHTAINEN SUHDE KALAAAN	8
3.2 KALATALOUDEN MAHDOLLISUUDET	9
3.3 KALATALOUDEN UHAT.....	14
3.4 TUOTTEISIIN KOHDISTUVAT ODOTUKSET	19
3.4.1 Uudet tuotteet ja kuluttajahinnat.....	19
3.4.2 Kuluttajien arvostukset ja valintaperusteet.....	19
3.4.3 Kuluttajien ostoaikheet.....	19
3.5 ELINKEINON TALOUDELLISET NÄKYMÄT	28
4. TARKASTELU JA PÄÄTELMÄT.....	31
4.1 YLEISTÄ	31
4.2 MITTARISTON TOIMIVUUS.....	31
4.3 JATKOTOIMENPITEET	32
5. KIRJALLISUUS	33

1. Johdanto

Barometrit ovat yleisesti käytetty keino lähestyä yhteiskunnallisten ilmiöiden odotuksia. Barometrituloksia käytetään yleisesti apuna, kun arvioidaan tietyn ilmiöalueen tulevaa kehitystä ja luodaan suhdannekatsauksia. Barometrit eivät ole kuitenkaan suoranaisia ennusteita, vaan ne ovat nykytilan ja kehitysarvioiden laadinnan apuvälineitä.

Barometritietoa tulkitaan yleensä muutoksena. Sen vuoksi on tärkeää, että barometrimittaukset suunnitellaan niin, että saadaan pitkällä aikavälillä luotettavaa ja vertailukelpoista tietoa, vaikka toimintaympäristössä tapahtuu muutoksia. Tärkeää on myös se, että tiedonkeruussa käytettävät kysymykset ovat sekä vastaajan että tietojen tulkitsijan kannalta ymmärrettäviä ja yksiselitteisiä.

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos (RKTL) käynnisti vuonna 1998 hankkeen, jonka tarkoitus on ollut kehittää kalataloutta ja sen tuotteita mittaavia barometreja. Samanaikaisesti sekä kuluttajille että elinkeinolle suunnatulla tutkimuksella pyritään tuottamaan säännöllistä ja ajantasaista tietoa kalatalouden yleisilasta, kalatuotteista sekä niihin kohdistuvista odotuksista. Elinkeinoa edustavat kalastus, kalanviljely sekä kalanjalostus ja kalakauppa. Kuluttajilla käsitetään tässä tapauksessa sekä kalan ja kalatuotteiden kuluttajia että vapaa-ajankalastajia. Säännönmukainen barometritiedonkeruu on suunniteltu alkavaksi siten että vuodesta 2000 tulee barometrin perusvuosi. Koska kalatalouden erilaiset tuotteet - olkoonpa kyse kalatuotteista tai kalastuspalveluista - ovat se tekijä, joka yhdistää tuotannon ja kulutuksen, on hankkeesta käytetty nimeä *Kalatalouden tuotebarometrit*.

Vuonna 1999 toteutetussa esitutkimuksessa tavoitteena oli testata tiedonkeruulomake ja tiedonkeruujärjestelmä. Esitutkimuksessa haastateltiin 53 elinkeinon harjoittajaa ja 425 eteläsuomalaisia kuluttajaa. Esitutkimus toteutettiin yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa.

Tässä raportissa tarkastellaan esitutkimuksen tuloksia lähinnä käytetyn mittariston toimivuuden kannalta myöhempää valtakunnallista tiedonkeruuta ajatellen. Raportoinnin tavoitteena on myös kehittää barometritulosten esitysmuotoa varsinaiseen tiedonkeruuseen. Koska barometritietoa voidaan yleensä tulkita ajallisena muutoksena, ei tässä yhteydessä pääsääntöisesti voida tarkastella mitattujen ilmiöiden kehitystä. Sen sijaan tuloksista voidaan jo tässä vaiheessa tehdä alustavaa tarkastelua elinkeinon eli tuotannon ja toisaalta kuluttajien näkemyseroista, kun pidetään mielessä, että elinkeinoa koskeva otos on varsin pieni ja että kuluttajat edustavat vain yhtä lääniä. Barometrihankkeen esitutkimuksen toteuttaminen on ollut maa- ja metsätalousministeriön tulostavoite Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitokselle v. 1999.

2. Aineisto ja menetelmät

2.1 Yleistä

Tietojen ajantasaisuuden varmistamiseksi ja vastausaktiivisuuden ylläpitämiseksi esitutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi valittiin puhelinhaastattelu. Kuluttajahaastattelut perustuivat Tilastokeskuksen haastatteluverkistoreihin. Elinkeinohaastattelut perustuivat Tilastokeskuksen yritysrekisteriin ja Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen rekisteritietoihin.

2.2 Perusjoukko ja otos

Esitutkimuksen perusjoukkona kuluttajahaastattelussa oli Etelä-Suomen läänin 15-74-vuotias väestö. Otokseen poimittiin 511 suomenkielistä henkilöä, joista haastatteluun osallistui 425 henkilöä, eli haastattelun vastausprosentti oli 84,0 (taulukko 1). Poimittu satunnaisotos vastasi hyvin perusjoukkoa sekä ikäryhmittäisissä että sukupuolen mukaisissa ositteissa (taulukko 2).

Elinkeinoon edustajat valittiin esitutkimukseen kalanviljelyn, kalanjalostuksen ja kalan tukkukaupan osalta Tilastokeskuksen yritysrekisteristä ja poimintaperusteena käytettiin liikevaihdon suuruutta (yli 5 milj. mk/v). Haastattelut kohdistettiin yritysten toimivalle johdolle. Kalastuksen osalta kohderyhmänä olivat tärkeimmät lohta tai silakkaa elintarvikkeeksi pyytäneet ammattikalastajat. Heidät poimittiin Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen ammattikalastusta koskevasta tilastorekisteristä, joka puolestaan perustuu maa- ja metsätalousministeriön ja työvoima- ja elinkeinokeskusten ylläpitämiin kalastuksen valvontarekistereihin.

Elinkeinoa koskevat otokset tehtiin kiintiömällä otoskoko. Toteutunut otoskoko oli yhteensä 53 elinkeinonharjoittajaa, joka koostui 17 ammattikalastajasta, 18 kalanviljelijästä sekä yhteensä 18 kalakaupan ja kalanjalostuksen edustajasta.

Taulukko 1. Esitutkimuksen otos, haastatteluun osallistuneet ja perusjoukko eli Etelä-Suomen läänin 15-74-vuotias väestö vuonna 1998 sukupuolen mukaan jaoteltuna (%).

Sukupuoli	Otos	Osallistuneet	Perusjoukko
Nainen	50,7	52,2	51,2
Mies	49,3	47,8	48,8
Yhteensä	100,0	100,0	100,0
N	511	425	1 417 689

Taulukko 2. Esitutkimukseen osallistuneet ja perusjoukko eli Etelä-Suomen läänin 15-74-vuotias väestö vuonna 1998 iän mukaan jaoteltuna (%).

Ikäryhmä	Osallistuneet	Perusjoukko	Osallistuneet	Perusjoukko
	Naiset	Naiset	Miehet	Miehet
15-24	17,2	15,7	15,8	16,8
25-34	21,1	18,3	14,8	19,3
35-44	22,5	19,8	21,2	20,7
45-54	17,6	21,3	24,6	21,5
55-64	10,3	13,7	15,8	13,2
65-74	11,3	11,2	7,8	8,5
Yhteensä	100,00	100,0	100,0	100,0
N	222	726	203	691

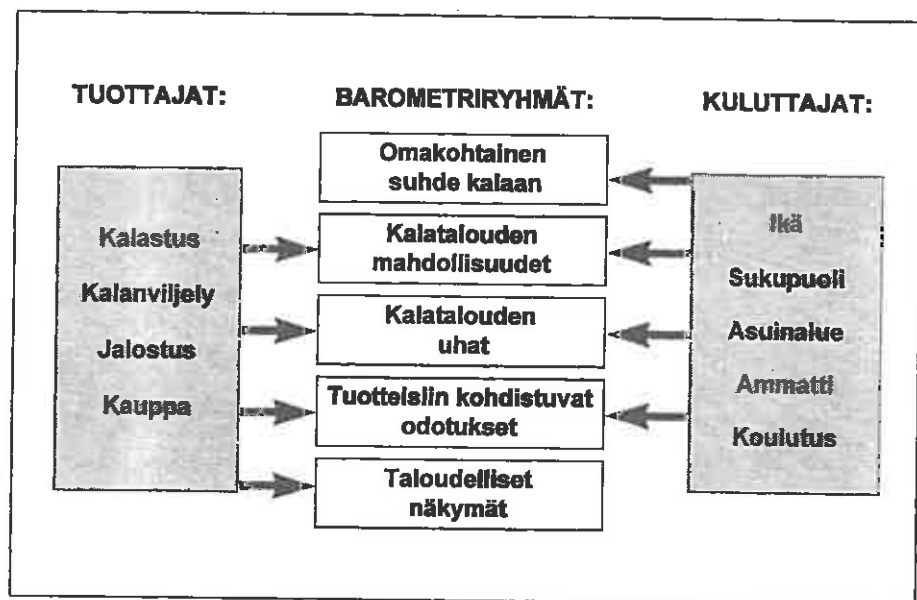
2.3 Haastattelulomakkeen kehittäminen

Esitutkimuksessa käytetyn haastattelulomakkeen suunnittelu aloitettiin syksyllä 1998. Kysymysluonnokset testattiin alkuvuonna 1999 Tilastokeskuksen survey-laboratoriossa, jossa koeryhmän avulla arvioitiin tiedonkeruulomakkeen sisältö, ymmärrettävyys ja tulkittavuus (Godenhjelm 1999). Tutkimushenkilöt rekrytoitiin lähettämällä heille etukäteen kirje jossa kerrottiin meneillään olevasta tutkimuksesta ja mahdollisuudesta osallistua sen kehittämiseen. Koehaastatteluja tehtiin 10. Haastattelut nauhoitettiin ja niistä tehtiin kognitiivinen esitestaus (ks. Lessler 1987, Willis 1994, Sudman ym. 1996). Kognitiivisellä esitestauksella etsitään ongelmia, joita vastaajilla on kysymysten ja ohjeiden ymmärtämisessä. Mittariston suunnittelijan käyttämät ilmaisut voivat olla vieraita haastateltaville ja näin ollen esitestauksen avulla on mahdollista saada välitön palaute mittariston toimivuudesta ja kysymysten ymmärrettävyydestä. Survey-laboratorion tulosten perusteella tehtiin arvio kysymysten toimivuudesta ja muutostarpeista.

2.4 Barometrikysymykset

Haastattelukysymyksissä oli elinkeinon ja kuluttajien yhteinen osa sekä erillisaiheita elinkeinolle ja kuluttajille.

Sekä elinkeinolta että kuluttajilta tiedusteltiin näkemyksiä kalatalouden yleisestä kehityksestä ryhmiteltynä *kalatalouden mahdollisuuksiin* ja *kalatalouden uhkiin* (Kuva 1). Mahdollisuuksia tässä tapauksessa olivat mm. kalankulutuksen lisääntyminen, uusien viljelylajien tulo markkinoille, uudet kalatuotteet, ulkomaisen kalaturismin lisääntyminen. Tiedusteltuja uhkia olivat mm. ammattikalastuksen ja kalanviljelyn muuttuminen kannattamattomaksi, kalankasvatuksen ympäristöhaittojen lisääntyminen, eläinsuojelun ääriliikkeiden uhat elinkeinolle ja kalastusharrastuksen kiinnostavuuden väheneminen.



Kuva 1. Elinkeinoa (=tuottajat) ja kuluttajia koskevat yhteiset ja erilliset barometriaiheet sekä luokat joiden mukaan elinkeinoa ja kuluttajia koskevat tulokset voidaan myöhemmin ryhmitellä.

Elinkeinolta ja kuluttajilta tiedusteltiin myös näkemyksiä *tuotteisiin kohdistuvista odotuksista* (Kuva 1). Tähän barometriryhmään kuuluivat mm. kalan hintaan, terveellisyys- ja kotimaisuuteen liittyvät odotukset ostopäätösten kannalta. Mielenkiinnon kohteena olivat myös kokonaan uudet kalatuotteet. Lisäksi tiedusteltiin kotimaiseen ja ulkomaiseen kalan ominaisuuksia vastakkain aseteltuna sekä ostopäätökseen liittyviä valintaperusteita ja arvostuksia.

Ostopäätöksen taustalla olevia arvostuksia kysyttiin parivertailuna seuraavien tekijöiden osalta: kalan kotimaisuus, lisääineettomuus, ympäristöä säästävä tuotantotapa ja riittävien alkuperätietojen saatavuus. Kalatuotteiden valintaperusteiden nykytilannetta pyydettiin arvioimaan tärkeimmän perusteen mukaan. Sen sijaan kysyttäessä valintaperusteiden muutoksia lähitulevaisuudessa (2-3 vuotta) vastaajalle annettiin mahdollisuus valita useampia vaihtoehtoja.

Pelkästään kuluttajilta tiedusteltiin vastaajan *omakohtaista suhdetta kalaan* (Kuva 1). Vastausten perusteella tuloksia voidaan luokitella mm. sen suhteen kalastaako vastaaja itse, käsitteleekö hän kalaa tai valmistaako kalaruokia.

Elinkeinolta tiedusteltiin lisäksi mikä on yrityksen tai ammatinharjoittajan taloudellinen tilanne ja *taloudelliset näkymät* tulevaisuudessa (Kuva 1). Barometriryhmä jakautui mm. kehitysarvioon elinkeinonharjoittajan taloudellista tilanteesta, tuotteiden menekistä, sekä investointi- ja vientitilanteesta verrattaessa nykytilaa aiempaan ja tulevaan 12 kuukauden jaksoon.

Barometriryhmien yksittäiset kysymykset on esitetty yksityiskohtaisemmin tulosten yhteydessä (luku 3).

Myöhemmissä tiedonkeruissa voidaan otoskokoa kasvattamalla ryhmitellä kuluttajia koskevia tuloksia esimerkiksi vastaajan asuinalueen, ammattiryhmän ja ikäryhmän suhteen, ja vastaavasti elinkeinoa koskevia tuloksia voidaan ryhmitellä mm. tuotantosuunnan mukaan (ks. Kuva 1).

2.5 Haastattelun toteuttaminen

Esitutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin keväällä 1999. Haastattelut toteutettiin samanaikaisesti sekä kuluttajalle että elinkeinonharjoittajalle. Haastattelut kerättiin tietokoneavusteisena puhelinhaastatteluna. Elinkeinoa koskevat haastattelut tehtiin siten että kunkin tuottajaryhmän haastatteli yksi ja sama henkilö joka oli saanut tehtävään ohjeistuksen ja koulutuksen. Elinkeinon harjoittajille lähetettiin etukäteen kirje, jossa kerrottiin tulevasta haastattelusta ja sen sisällöstä. Kuluttajia koskevat haastattelut tehtiin Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen yhteydessä. Myös siinä haastateltavia lähestyttiin kirjeellä etukäteen. Keskimääräinen haastattelu-aika oli elinkeinon osalta 19 minuuttia ja kuluttajien osalta 14 minuuttia.

2.6 Aineiston käsittely ja esitystavat

Aineistosta laskettiin soveltuville muuttujille saldoluvut barometreissä yleisesti käytetyllä menettelyllä (ks. esim. Tilastokeskus 1999, European Commission 1997) Saldoluvut saadaan laskemalla yhteen vastausten painotetut prosenttiosuudet. Saldolukujen arvoalue oli välillä [-100, 100]. Muuttujat joista laskettiin saldoluku, esitetään tuloksissa myös vastausten jakaumina. Viisiluokkaisten vastausvaihtoehtojen jakauma painotettiin seuraavasti:

Täysin samaa mieltä / Erittäin todennäköistä	1
Jokseenkin samaa mieltä / Melko todennäköistä	½
Ei osaa sanoa	0
Jokseenkin eri mieltä / Melko epätodennäköistä	-½
Täysin eri mieltä / Erittäin epätodennäköistä	-1

Kolmiluokkaisissa jakaumissa käytettiin painotuksia:

Parempi / Kyllä	1
Ennallaan / Ei osaa sanoa	0
Heikompi / Ei	-1

Mittarit joissa oli myönteisen ja kielteisen vaihtoehdon lisäksi "ehkä" -vaihtoehto esitetään niin, että "ehkä" -vastausten osuus näkyy saldoluissa epävarmuutta kuvaavana vaihteluvälinä (+/- 50%).

Elinkeinon taloudellisia näkymiä koskevat arviot esitetään saldomuutoksina niin, että haastatteluhetki (kevät 1999) on merkitty nollataksoksi. Elinkeinon toteutuneesta taloudellisesta tilasta ("menestys") ja taloudellisista odotuksista ("luottamus") muodostettiin menestys- ja luottamusindikaattorit yhdistämällä taloudellista tilannetta, tuotteiden

menekkiä ja investointitilannetta kuvaavien mittareiden tulokset samalla painotuksella jolla saldoluvut laskettiin.

Parivertailuna kysyttyjä ostopäätösten taustalla olevia arvostuksia käsiteltiin AHP-mallin (Analytical Hierarchy Process) mukaisella laskennalla (esim. Saaty 1980), jossa yksittäisille tekijöille voidaan laskea tärkeysjärjestys ja tärkeysero kaikkiin muihin tekijöihin nähden. Menetelmän käytön taustalla on ajatus, että vastaajan on helpompi arvioida pareittain kahden tekijän keskinäinen tärkeysjärjestys ja tärkeysero, kuin verrata kerralla useita tekijöitä. Neljän tekijän parittaisesta tärkeysjärjestyskysymyksestä tuli yhteensä 6 kysymysparia ($3 \cdot 2 \cdot 1$). Lisäksi vastaajalta tiedusteltiin tekijöiden mahdollista tärkeyseroa. Tärkeyseroille käytettiin seuraavia arvoja: yhtä tärkeä=1, vähän tärkeämpi=2, melko paljon tärkeämpi=3, erittäin paljon tärkeämpi=4.

3. Tulokset

3.1 Kuluttajien omakohtainen suhde kalaan

Vastaajista useampi kuin kaksi viidestä kalasti itse. Kalastusta harjoittavista suurin osa oli kalastanut useammin kuin 5 kertaa vuodessa (taulukko 3). Lähes kaikki haastatteluun osallistuneet eteläsuomalaiset ilmoittivat syövänsä kalaa. Puolet vastaajista sanoi syövänsä kalaa kerran viikossa tai useammin. Muita seafood-tuotteita (simpukat, ravut, katkaravut ja muut äyriäiset) käyttää noin puolet vastaajista. Kaksi kolmannesta haastatelluista ilmoitti valmistavansa kalaruokia tuorekalasta. Useimmiten tuorekalaa valmistettiin harvemmin kuin kerran viikossa (taulukko 4). Yleisin perustelu kalan syömiselle oli maku, seuraavina terveellisyys ja vaihtelun halu. Tärkein peruste sille miksi ei syödä kalaa oli allergia (taulukko 5).

Taulukko 3. Vastaajien omakohtainen suhde kalaan: "Kalastaminen".

	Usein (vähintään 5 kertaa/vuosi)	Harvoin (alle 5 ker- taa/v)	Ei koskaan	Yhteensä
Kalastaako itse ?	31,7	12,5	55,8	100,0

Taulukko 4. Vastaajien omakohtainen suhde kalaan: "Kalan syöminen ja valmistaminen".

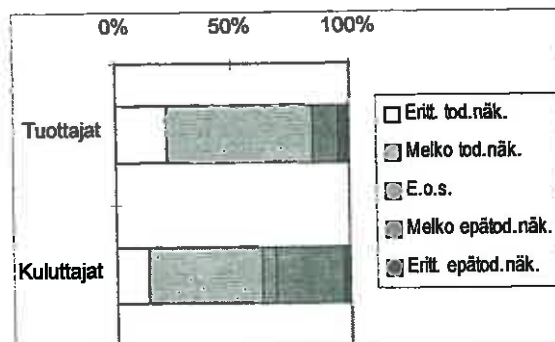
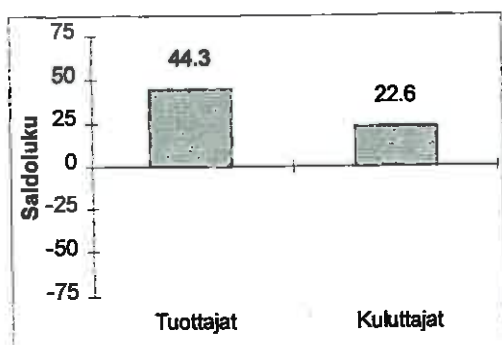
	Usein (vähintään 1 kerta/viikko)	Harvoin (alle 1 kerta/viikko)	Ei koskaan	Yhteensä
Syökö kalaa ?	51,0	40,8	8,2	100,0
Syökö rapuja, katkarapuja, muita äyriäisiä, simpukoita ym. ?	4,7	54,4	40,9	100,0
Valmistaako kalaruokia tuorekalasta ?	25,2	49,2	25,6	100,0

Taulukko 5. Vastaajien omakohtainen suhde kalaan: Tärkein perustelu kalan käytölle ja tärkein perustelu sille, miksi ei syö kalaa.

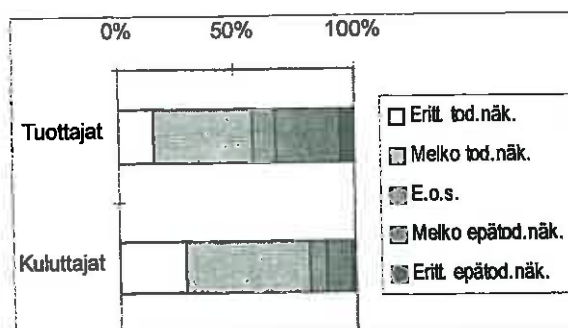
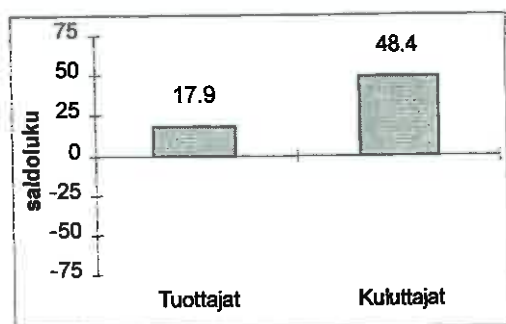
Tärkein perustelu kalan syönnille	%	Tärkein perustelu miksi ei syö kalaa	%
Kala on terveellistä	29,5	Ei pidä mausta	25,7
Pitää mausta	43,3	Allergia	42,9
Oma kalastaminen	3,6	Kalan haju	0,0
Kala on edullista	1,3	Ruodot	2,9
Vaihtelun vuoksi	20,5	Säilytysvaikeudet	0,0
Ei muuta tarjolla	1,5	Kala on kallista	0,0
Muu syy	0,3	Ei osaa valmistaa	0,0
		Vastoin elämäkatsomusta	5,7
		Muu syy	22,9
Yhteensä, %	100,0	Yhteensä, %	100,0
n	390	n	35

3.2 Kalatalouden mahdollisuudet

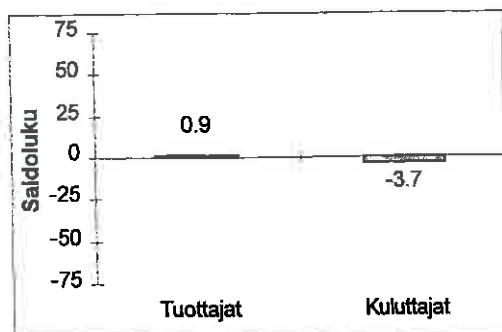
Elinkeinolla (tuottajat) oli eteläsuomalaisia kuluttajia suurempi usko siihen että kalatuotteiden valikoima laajenee ruokakaupoissamme. Molemmat ryhmät uskoivat luomu- ja ekomerkitettyjen kalatuotteiden tarjonnan lisääntymiseen, varsinkin kuluttajien parissa luottamus on suuri. Kalan vientimahdollisuuksien suhteen mielipiteet jakautuivat molemmissa ryhmissä varsin tasaisesti. Sekä tuottajat että kuluttajat uskoivat varsin selvästi kalankulutuksen lisäämisedellytyksiin Suomessa. Terveysvaikutteiset eli funktionaaliset kalatuotteet nähtiin lähitulevaisuuden mahdollisuutena erityisesti kuluttajien parissa. Tuottajat suhtautuivat melko epäilevästi nykyisin Suomessa vähänkäytettyjen kalojen jalostusmahdollisuuksiin tulevaisuudessa, kuluttajilta löytyi sitävastoin enemmän ymmärrystä asialle. Tuottajat uskoivat varsin vahvasti uusien kasvatettujen kalalajien mahdollisuuksiin lähitulevaisuudessa, kuluttajien mielipiteet uusien viljelylajien mahdollisuuksista jakaantuivat varsin tasaisesti. Sekä tuottajat että kuluttajat uskoivat ulkomaisen kalastusturismin lisäämisedellytyksiin Suomessa. Myös vapaa-ajan kalastusmahdollisuuksien paranemiseen uskottiin olevan edellytyksiä. Sitävastoin kalastuslupien hintojen laskuun lähitulevaisuudessa uskoi vain varsin pieni joukko vastaajista (kuvat 2-11).



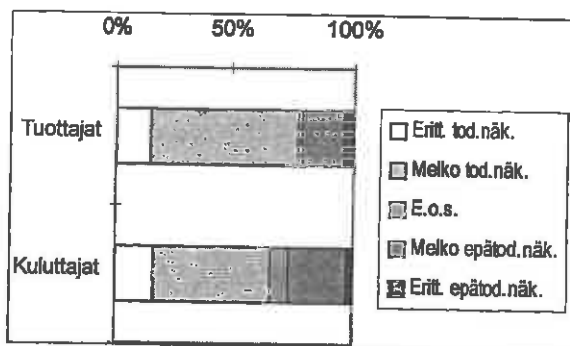
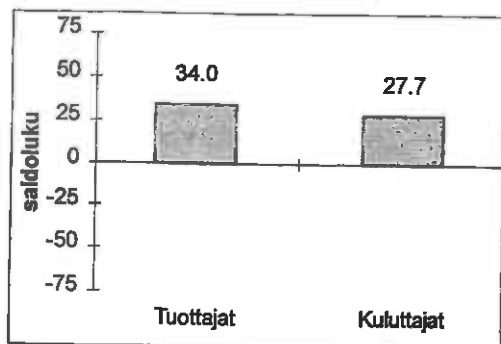
Kuva 2. ” Kalatuotteiden valikoima ruokakaupoissa laajenee”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



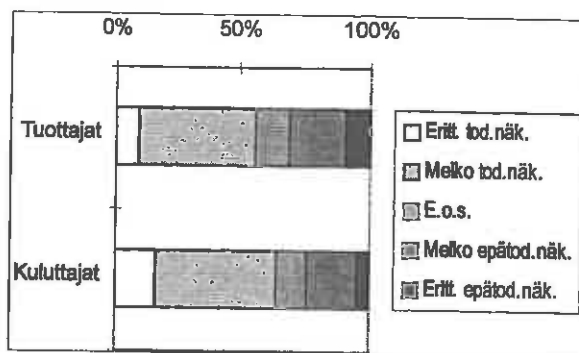
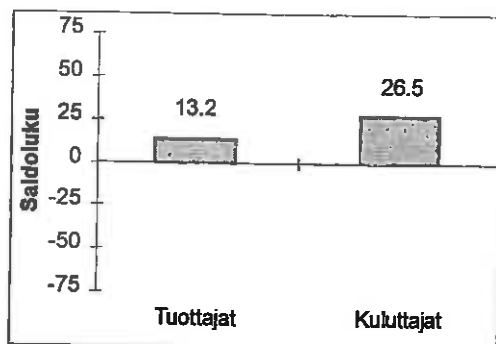
Kuva 3. ” Luomu- ja ekomerkittyjen kalatuotteiden tarjonta lisääntyy Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



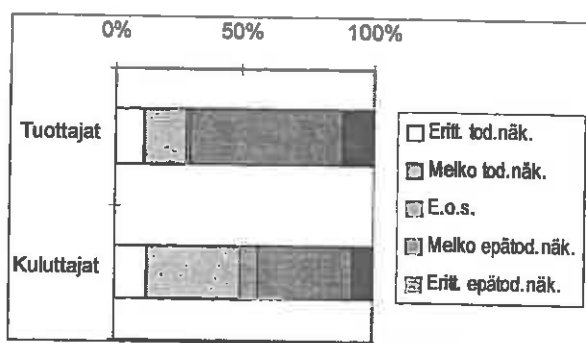
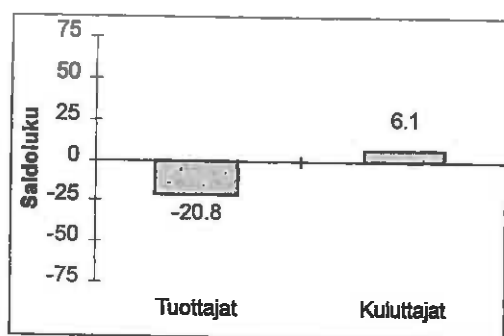
Kuva 4. ” Kalan vienti Suomesta Eurooppaan lisääntyy”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



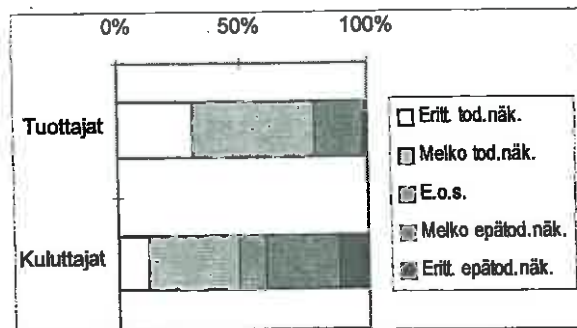
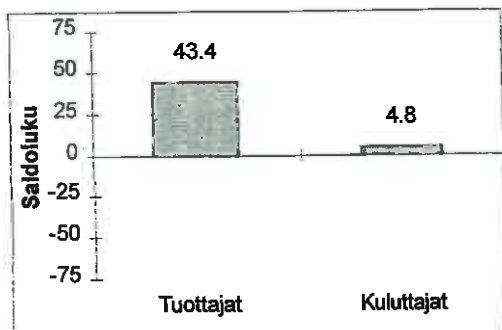
Kuva 5. ” Kalankulutus Suomessa lisääntyy ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



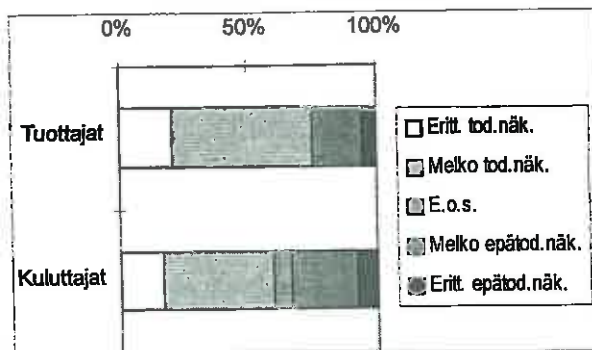
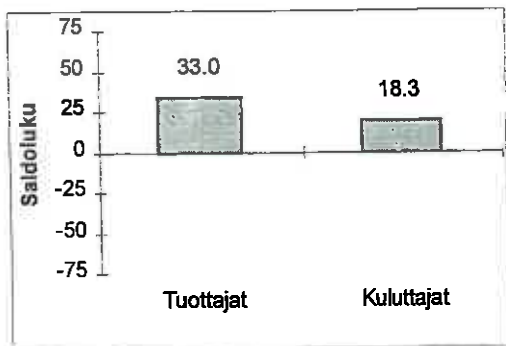
Kuva 6. ” Uusia terveysvaikuttavia kalatuotteita tulee ruokakauppoihimme”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



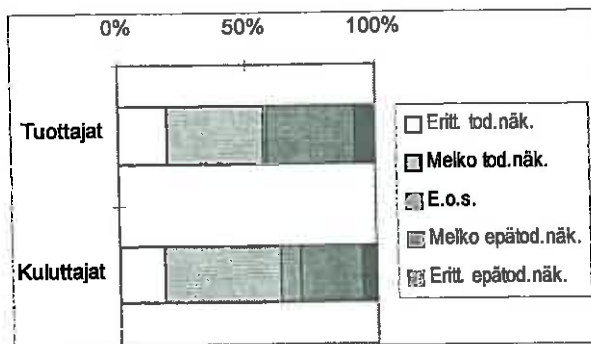
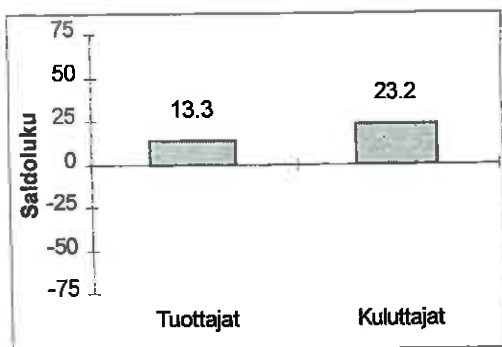
Kuva 7. ” Nykyisin Suomessa vähän käytettyjen kalojen (esim. särki) jalostus lisääntyy”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



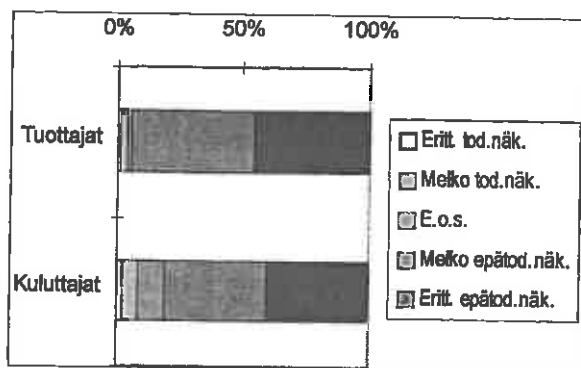
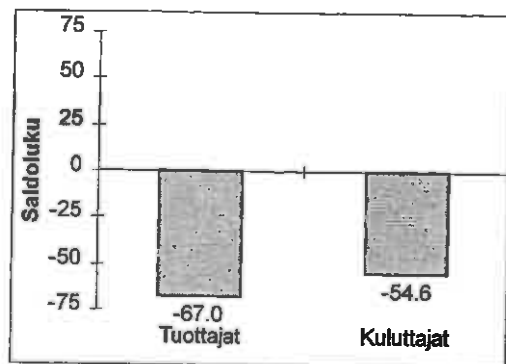
Kuva 8. ” Uusia kotimaisia kasvatettuja kalalajeja tulee ruokakauppoihimme ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



Kuva 9. ” Ulkomainen kalastusturismi Suomeen lisääntyy”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



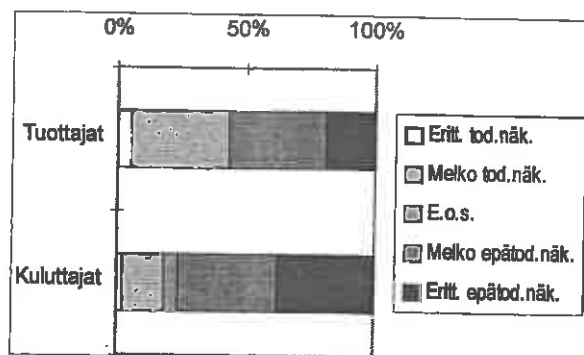
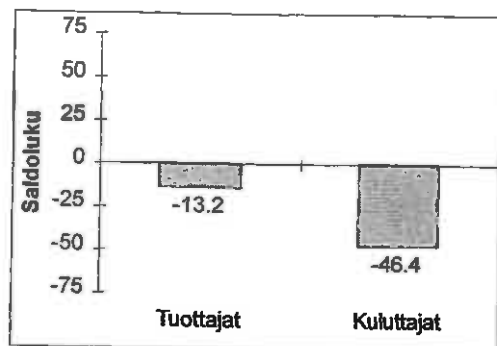
Kuva 10. ” Vapaa-ajan kalastusmahdollisuudet paranevat Suomessa ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



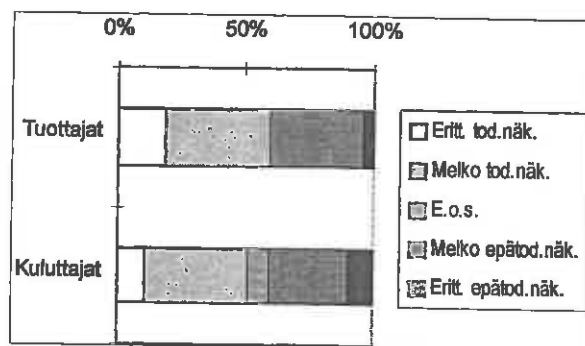
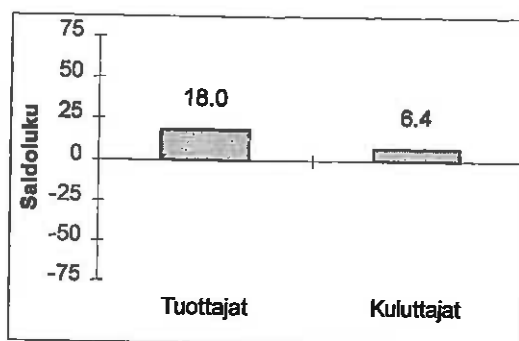
Kuva 11. ”Kalastuslupien hinnat laskevat Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.

3.3 Kalatalouden uhat

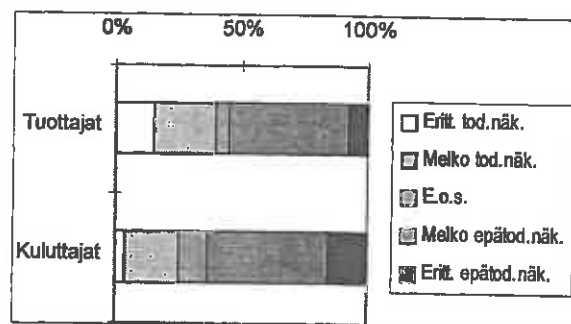
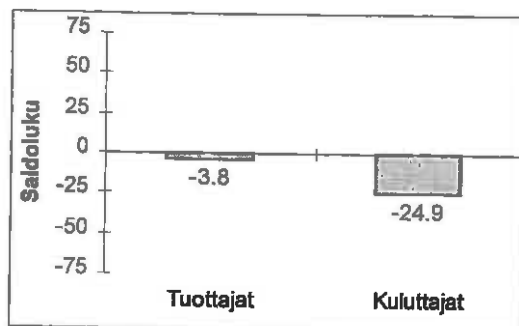
Ulkomaisten kalatuotteiden ei uskottu syrjäyttävän kotimaisia kaloja lähitulevaisuudessa kovin helposti. Ammattikalastuksen muuttuminen kannattamattomaksi oli sekä elinkeinon (tuottajat) että kuluttajien mielestä todennäköisempi uhkakuva kuin kalanviljelyn muuttuminen kannattamattomaksi. Sekä kalankasvatuksen ympäristöhaittojen lisääntyminen että yleinen vesien pilaantuminen olivat uhkakuvia, jotka saavat varsin erilaisen vastaanoton elinkeinon ja eteläsuomalaisten kuluttajien keskuudessa. Kuluttajat suhtautuvat tuottajia selvästi huolestuneemmin vesiympäristöön liittyviin uhkakuviiin. Suomen kalakan-
tojen romahtamiseen liikakalastuksen seurauksena ja kalastus-
harrastukseen vähenemiseen Suomessa ei juurikaan uskottu kum-
massakaan vastaajaryhmässä. Tuottajat eivät pitäneet kaloihin kerty-
vien ympäristömyrkkyjen uhkaa kalankulutukselle kovin todennäköi-
senä. Kuluttajat suhtautuivat aiheeseen tuottajia jossain määrin kriitti-
semmin. Elinkeino koki kalankasvatukseen mahdollisesti kohdistuvat
uhat eläinsuojelun ääriyhmiien taholta todennäköisemmäksi kuin ku-
luttajat (kuvat 12-21).



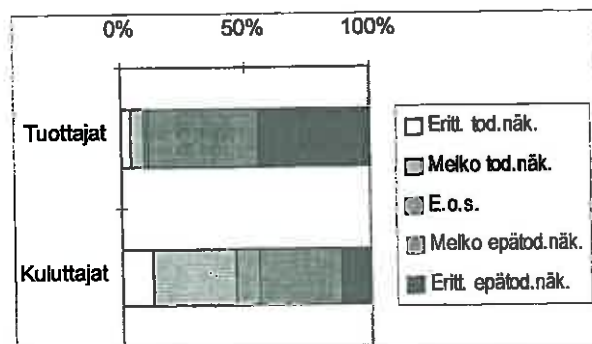
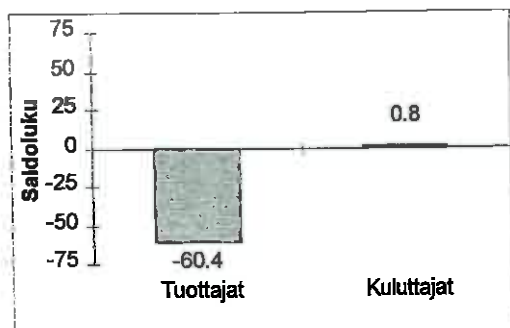
Kuva 12. ” Ulkomaiset kalat ja kalatuotteet syrjäyttävät kotimaiset kalat”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



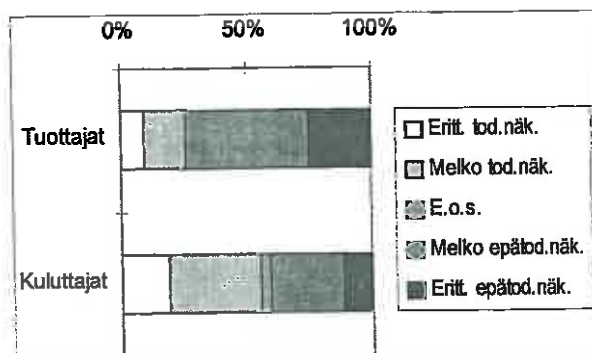
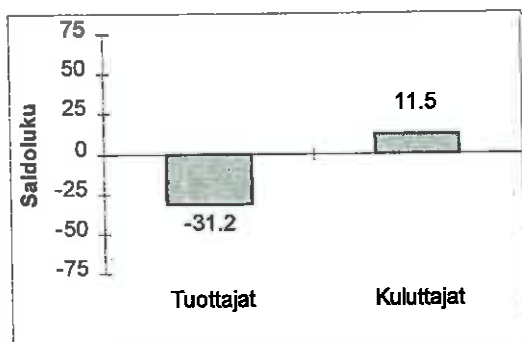
Kuva 13. ” Ammattikalastus muuttuu kannattamattomaksi Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



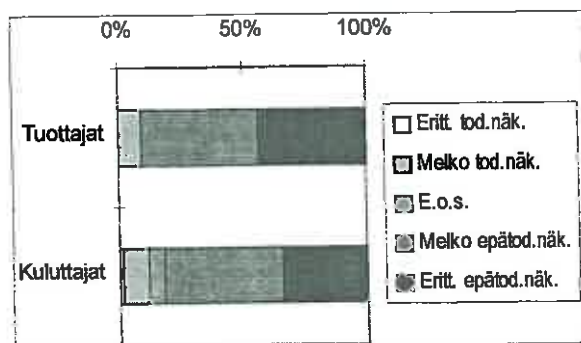
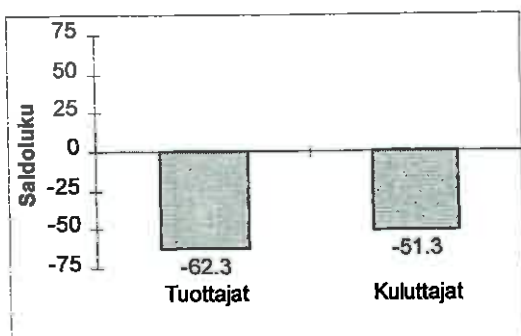
Kuva 14. ” Kalankasvatus muuttuu kannattamattomaksi Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



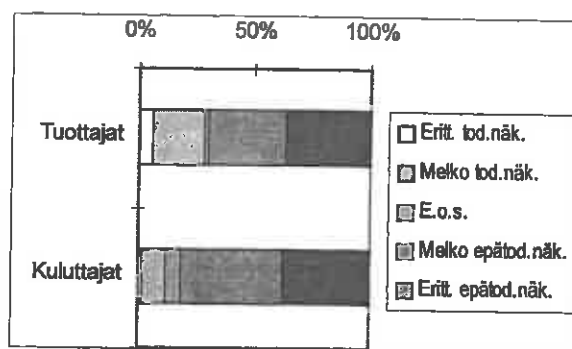
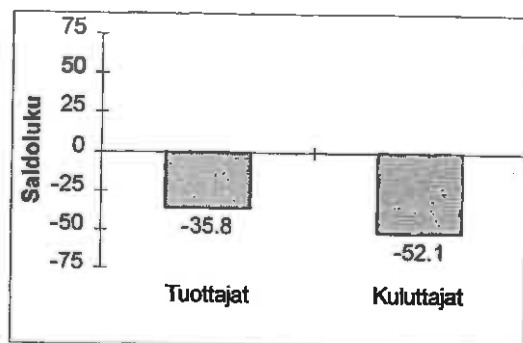
Kuva 15. ” Kalankasvatuksen ympäristöhaitat lisääntyvät Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



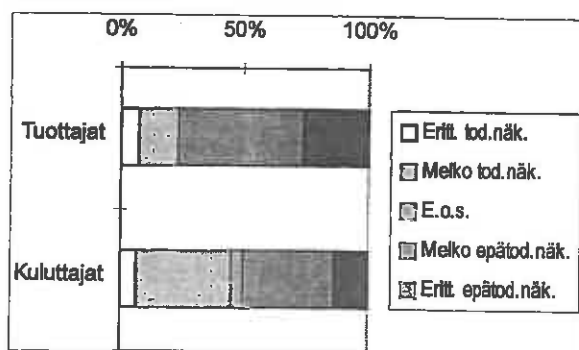
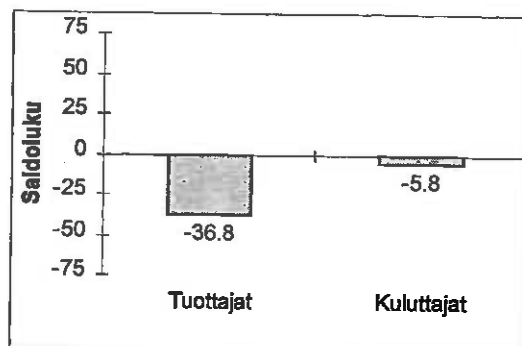
Kuva 16. ” Vesien pilaantuminen lisääntyy Suomessa ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



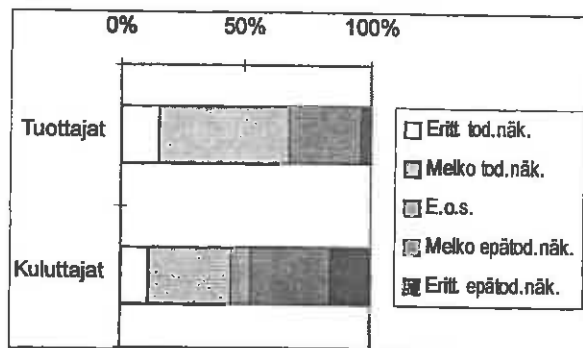
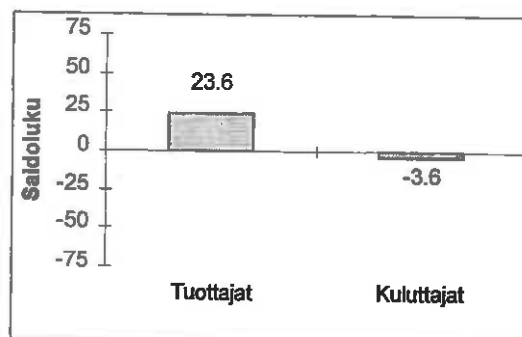
Kuva 17. ” Kiinnostus kalastusharrastusta kohtaan vähenee Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



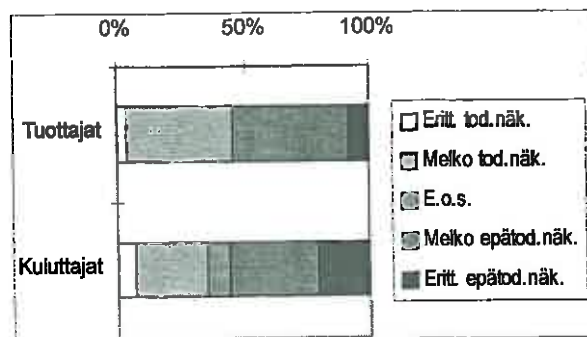
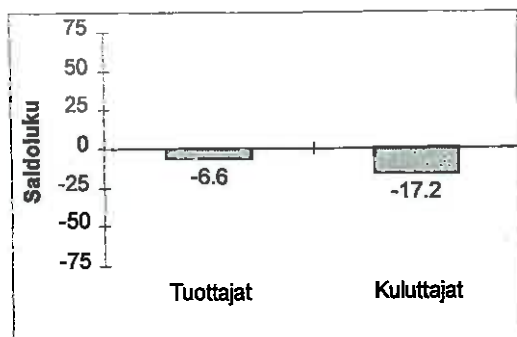
Kuva 18. ” Suomen kalakannat romahtavat liikakalastuksen vuoksi”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



Kuva 19. ” Kaloihin kertyvät ympäristömyrkyt rajoittavat suomalaisen kalan syöntiä ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



Kuva 20. ” Kalankasvatuselinkeinoon kohdistuu paineita eläinsuojelun ääriryhmien taholta Suomessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



Kuva 21. ” Kalastuselinkeinoon kohdistuu paineita eläinsuojelun ääriryhmien taholta Suomessa ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.

3.4 Tuotteisiin kohdistuvat odotukset

3.4.1 Uudet tuotteet ja kuluttajahinnat

Sekä elinkeino (tuottajat) että kuluttajat uskoivat, että uudenlaisille kalatuotteille on kysyntää. Kuluttajat ja elinkeino pitivät luomu- ja ekomerkityjen, uusien kasvatettujen kalalajien sekä terveysvaikutteisten kalatuotteiden tulevaisuudennäkymiä varsin hyvinä. Uusien eksoottisten tuontikalojen mahdollisuuksia pidettiin huomattavasti rajallisempina (kuvat 22-25). Sekä elinkeino että eteläsuomalaiset kuluttajat uskoivat kalatuotteiden kuluttajahintojen nousevan hieman lähitulevaisuudessa. Kummastakaan ryhmässä ei löytynyt odotuksia kovinkaan suurille hinnanmuutoksille kumpaankaan suuntaan (kuva 26). Kalan kotimaisuus oli teema johon suhtauduttiin kaikkien mitta-
reiden valossa varsin positiivisesti sekä kuluttajien että tuottajien taholta (kuvat 27-33).

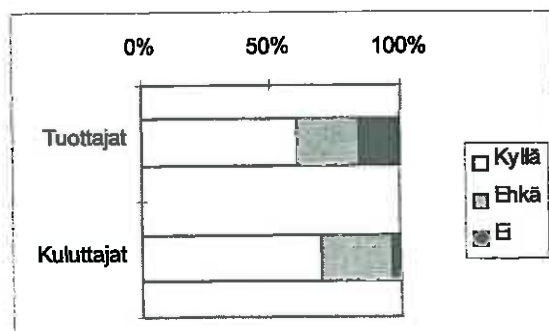
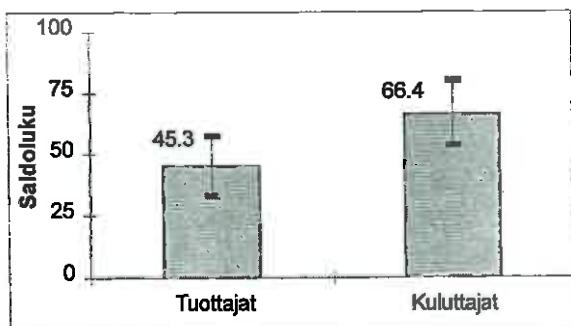
3.4.2 Kuluttajien arvostukset ja valintaperusteet

Kuluttajien kalankäyttöön liittyviä arvostuksia mitattaessa ei väittämien parittaisessa vertailussa noussut esille erityisen selviä käsityseroja elinkeinon ja kuluttajien välillä. Elinkeino uskoi kuluttajien arvostavan alkuperätietoja hieman enemmän kuin kuluttajat itse arvioivat omissa valinnoissaan. Kuluttajien arvioissa nousi tärkeimmäksi vaihtoehto "kala ei sisällä lisäaineita" (kuva 34).

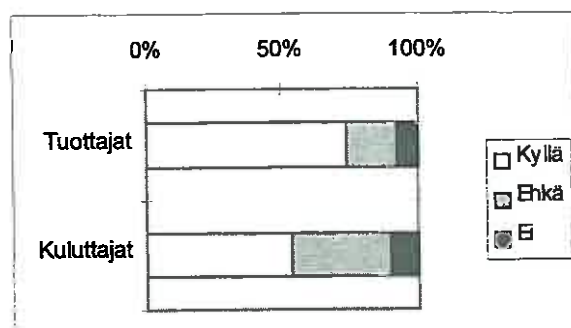
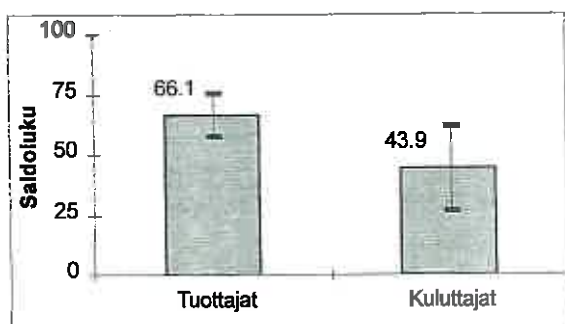
Elinkeinoon näkemykset siitä, mitkä ovat nykyisin kuluttajien tärkeimmät valintaperusteet kalatuotteita ostettaessa, poikkesivat kuluttajien näkemyksistä lähinnä kalan hinnan suhteen (kuva 35). Elinkeino arveli hinnan olevan nykytilanteessa selvästi tärkeämpi valintaperuste kuin mitä kuluttajat itse arvioivat. Arvioitaessa valintaperusteiden muutoksia lähitulevaisuudessa (2-3 vuotta) ei mikään yksittäinen tekijä korostunut selvästi (kuva 36).

3.4.3 Kuluttajien ostoaiheet

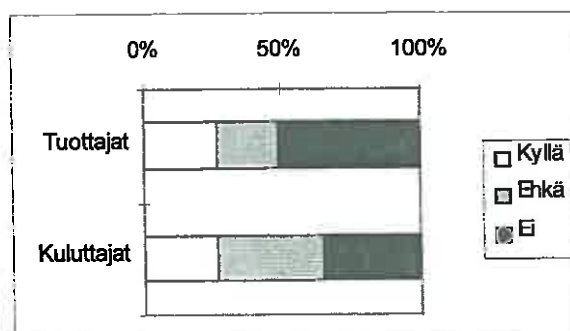
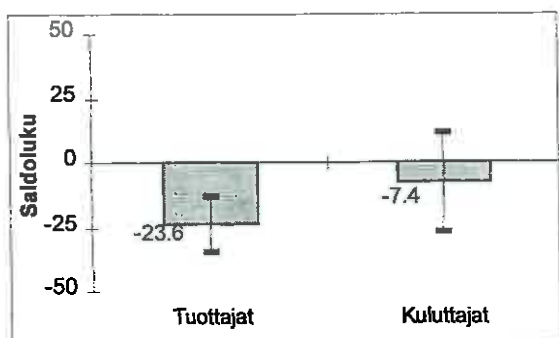
Pelkästään kuluttajille suunnatuilla barometreilla tarkasteltiin ostoaikeita haastatteluhetkeä seuraavan 12 kuukauden aikana. Toden-
näköisimpiä seuraavan vuoden aikana hankittavia kalaan liittyviä tuotteita tai palveluita olivat ainakin kalaillallinen ravintolassa ja mäti-
tuotteet. Sitävastoin varsin moni haastatelluista piti epätodennäköi-
senä kalastuskirjallisuuden hankkimista tai järjestetylle kalamatkalle osallistumista (kuvat 37-43).



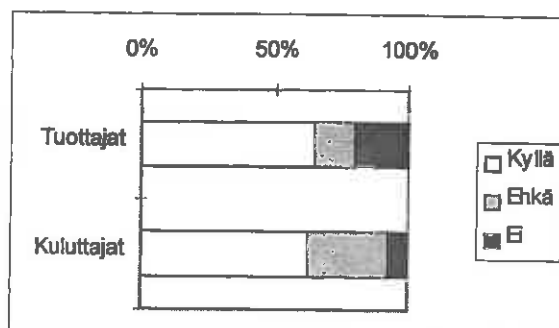
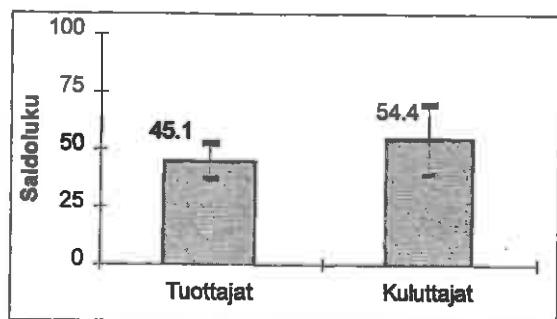
Kuva 22. ” Uskoisitteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat luomu- ja ekomerkittyjä kalatuotteita lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä olisi tarjolla ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



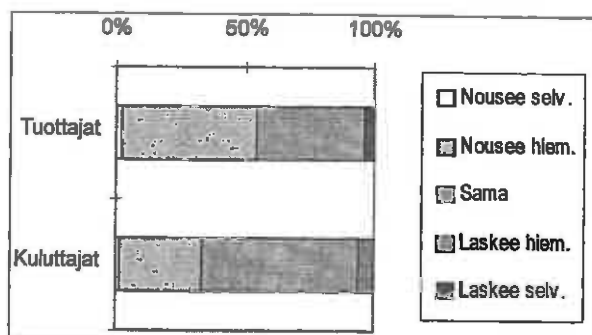
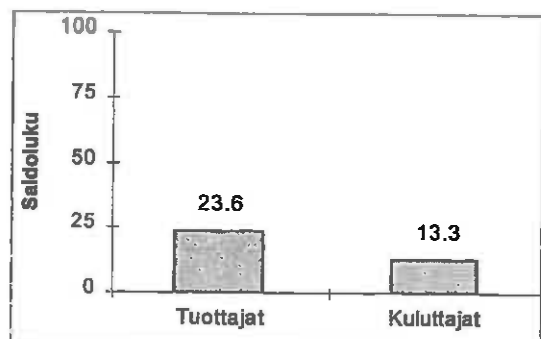
Kuva 23. ” Uskoisitteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat uusia kotimaisia kasvatettuja kalalajeja lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä olisi tarjolla ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



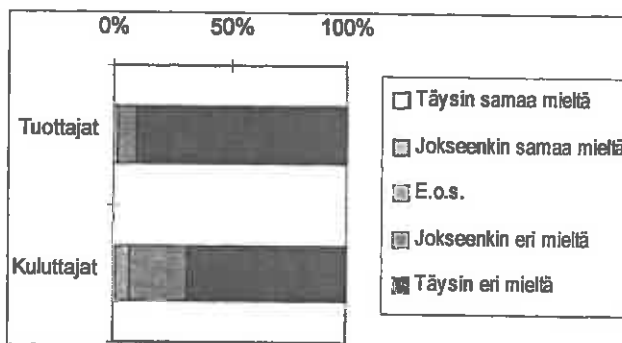
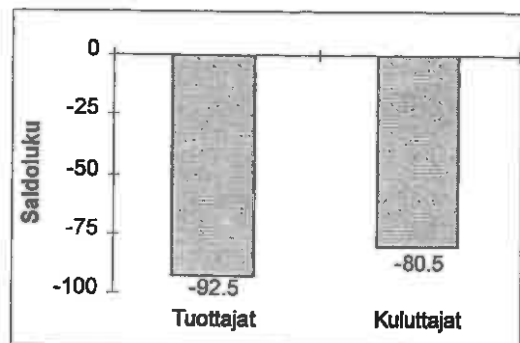
Kuva 24. ” Uskoisitteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat uusia eksoottisia ulkomaisia tuontikalaloja lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä olisi tarjolla ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



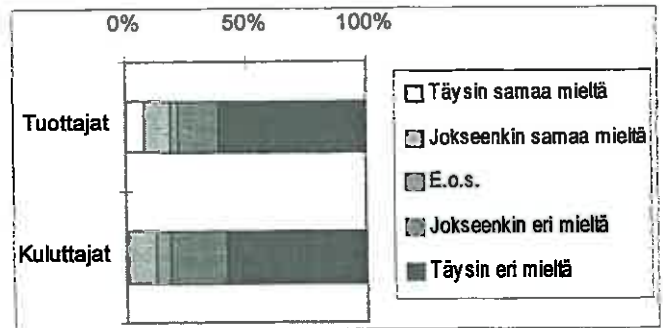
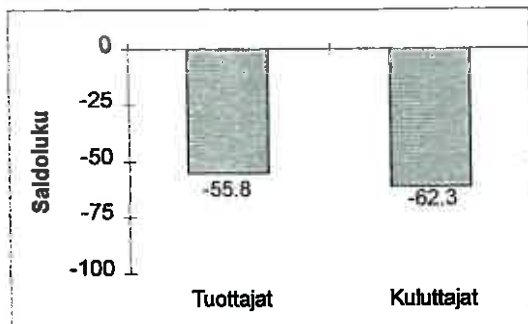
Kuva 25. ”Uskoisitteko, että suomalaiset kuluttajat ostaisivat terveystuotteita lähivuosina (2-3 vuoden aikana) jos niitä olisi tarjolla”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



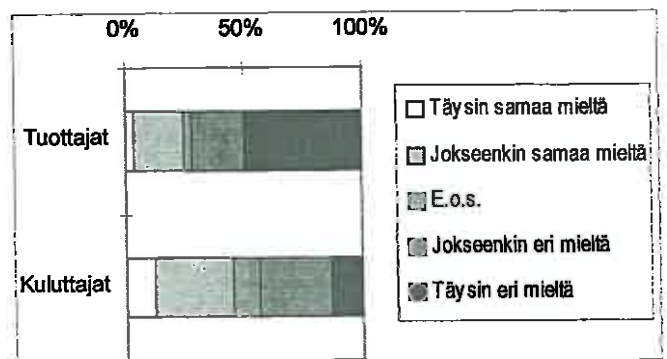
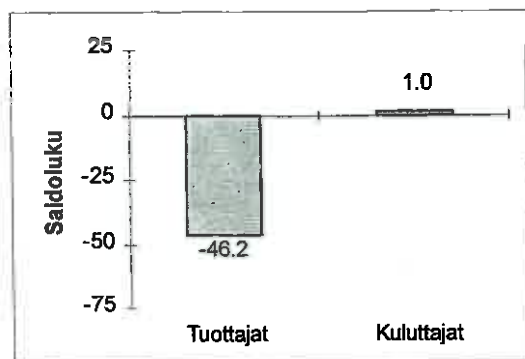
Kuva 26. ”Miten arvioitte kalan- ja kalatuotteiden kuluttajahintojen muuttuvan seuraavien 12 kk aikana”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



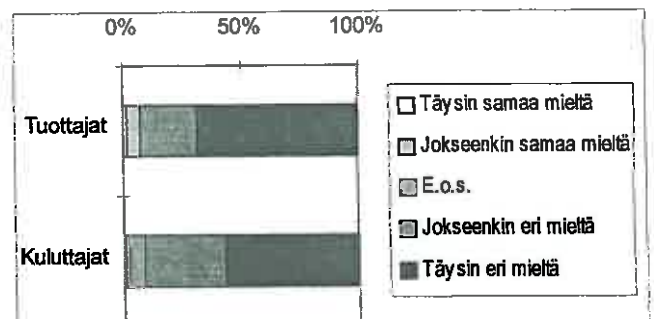
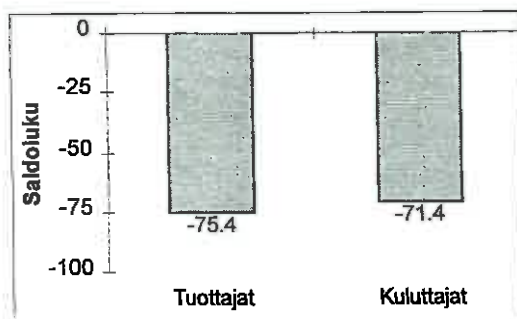
Kuva 27. ”Kotimainen kala on maustomampaa kuin ulkomainen”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



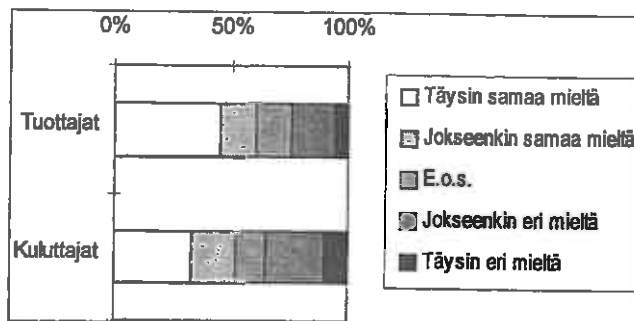
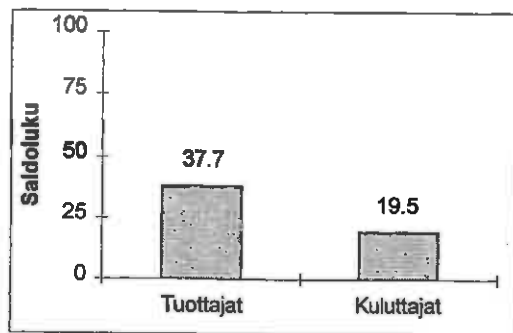
Kuva 28. ” Ulkomainen kala on ylellisempää kuin kotimainen ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



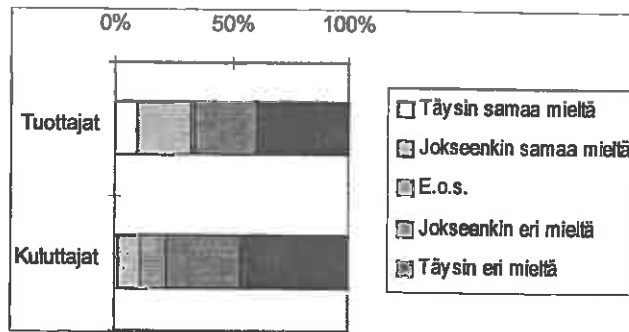
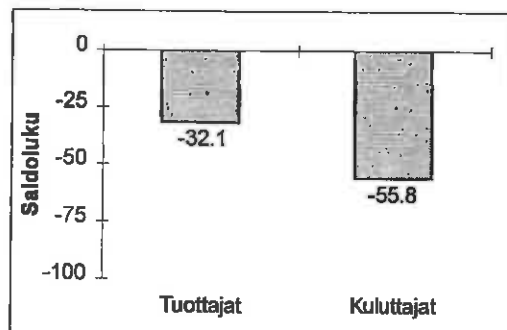
Kuva 29. ” Kotimainen kala on kalliimpaa kuin ulkomainen ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



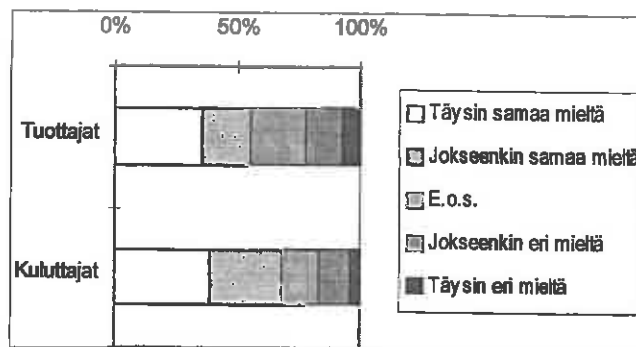
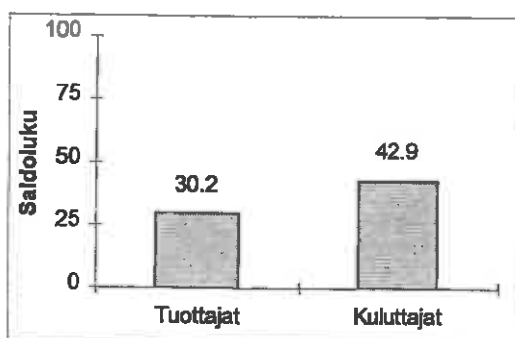
Kuva 30. ” Ulkomainen kala on korkealaatuisempaa kuin kotimainen ”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



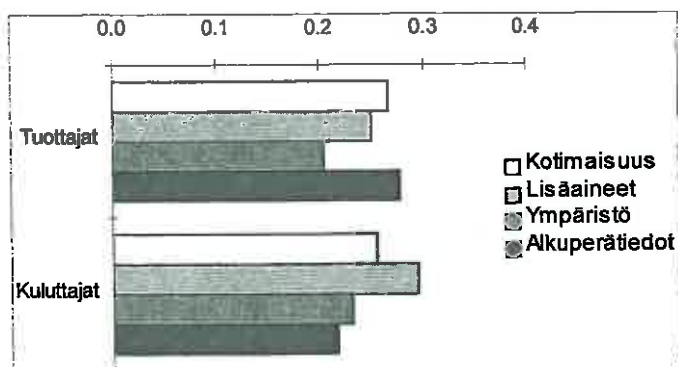
Kuva 31. ”Kotimainen kala on terveellisempää kuin ulkomainen”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



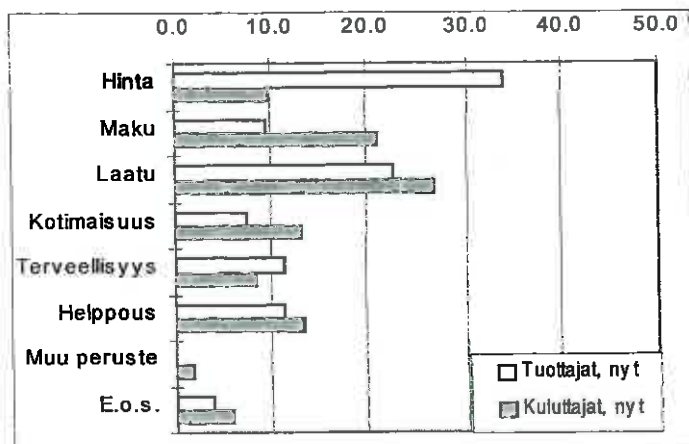
Kuva 32. ”Ulkomainen kala on houkuttelevampaa kuin kotimainen”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen väittämään saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



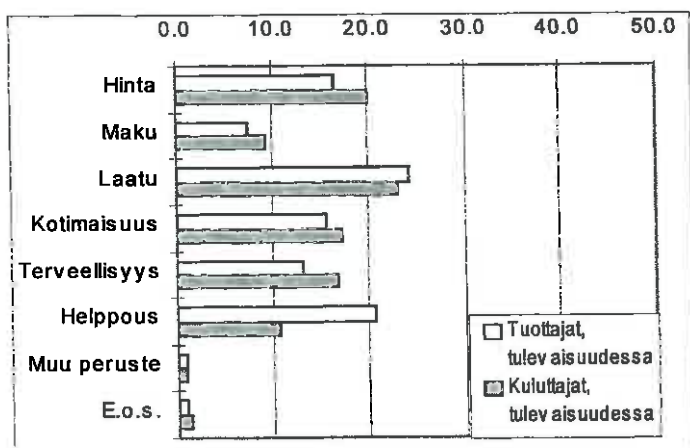
Kuva 33. ”Kotimaisessa kalassa on vähemmän lisäaineita kuin ulkomaisessa”. Tuottajien ja kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



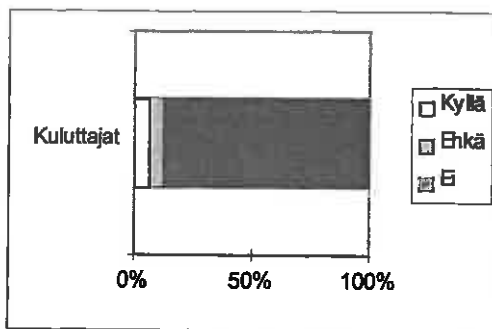
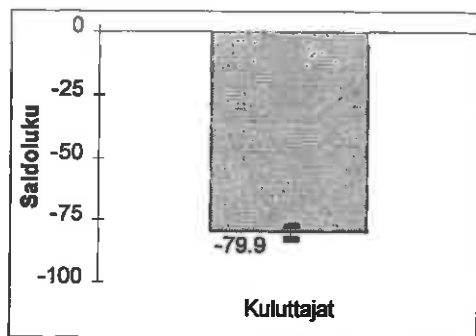
Kuva 34. Tuottajien ja kuluttajien arvostukset kalan tuote- ja tuotannollisia ominaisuuksia kohtaan parivertailun tulosten mukaan (ks. Luku 2.6).



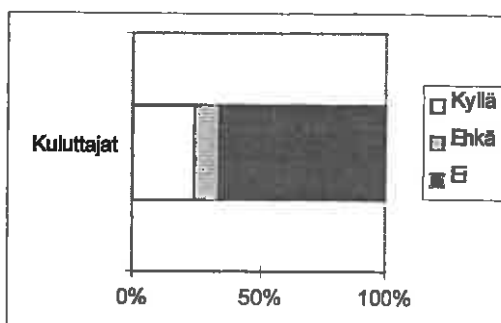
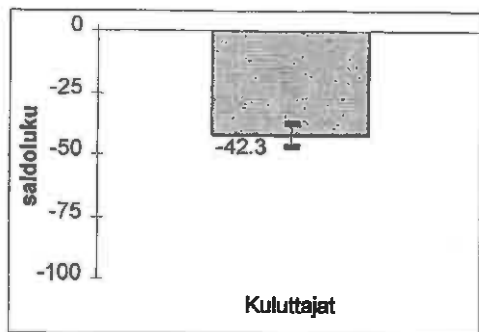
Kuva 35. Tuottajien ja kuluttajien käsitykset (%) kalatuotteiden valintaperusteista nykyään.



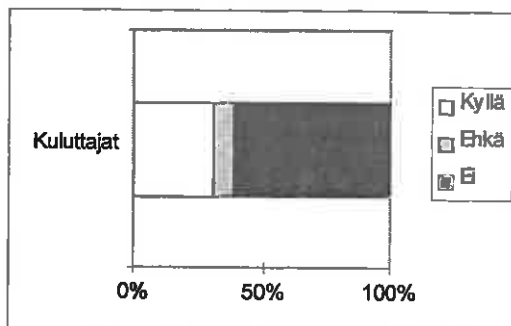
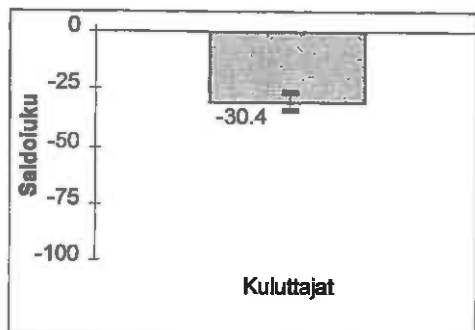
Kuva 36. Tuottajien ja kuluttajien käsitykset (%) kalatuotteiden valintaperusteista lähitulevaisuudessa (2-3 vuotta).



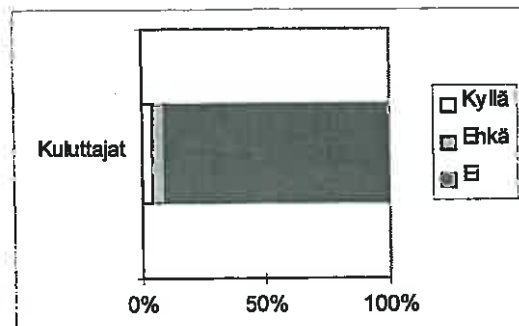
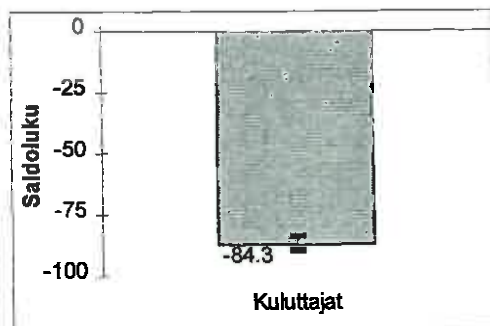
Kuva 37. ” Uskotteko ostavanne kalastuskirjallisuutta- tai lehtiä seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



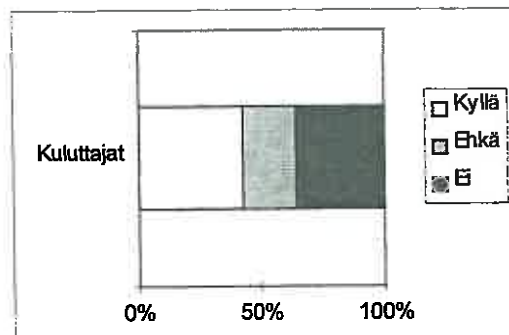
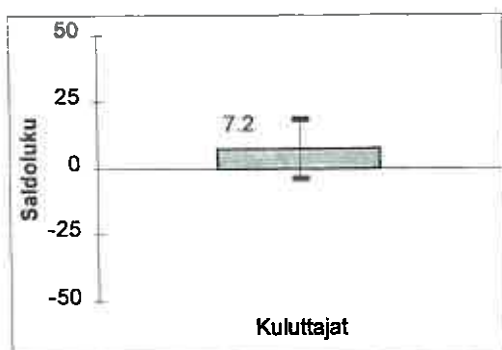
Kuva 38. ” Uskotteko ostavanne kalastusvälineitä seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



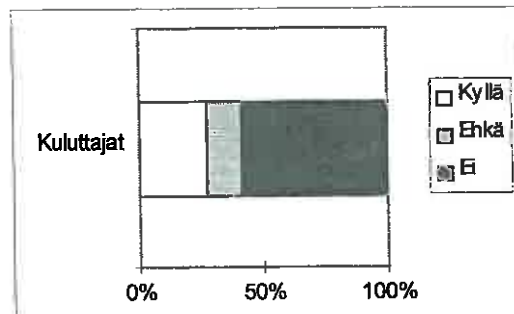
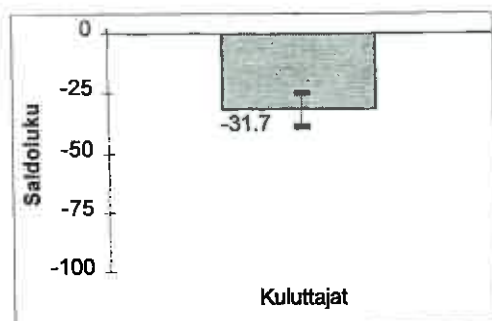
Kuva 39. ” Uskotteko ostavanne kalastusluvan seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



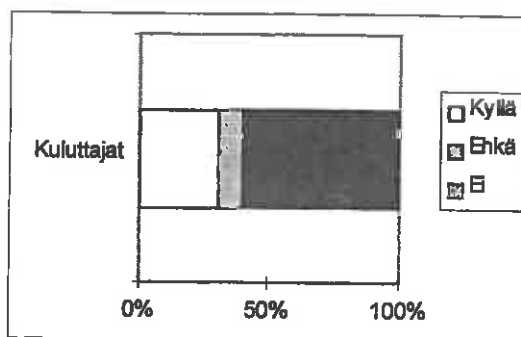
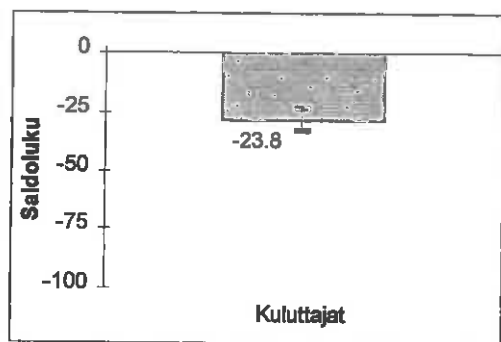
Kuva 40. ”Uskotteko ostavanne järjestetyn kalastusmatkan seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



Kuva 41. ”Uskotteko ostavanne kalaillallisen ravintolassa seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



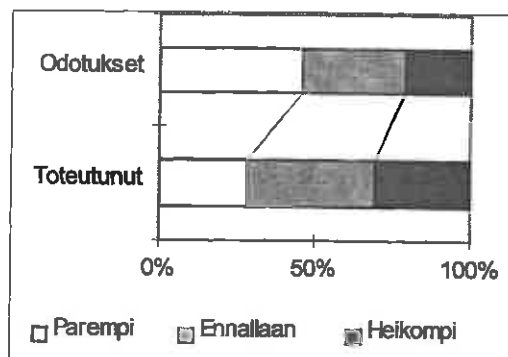
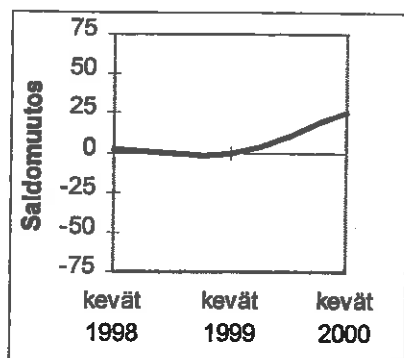
Kuva 42. ”Uskotteko ostavanne kotimaisia rapuja seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.



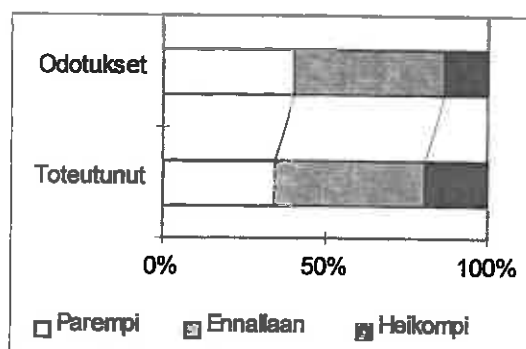
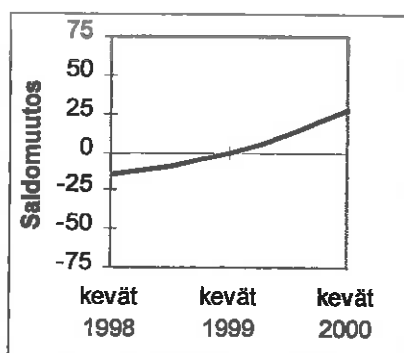
Kuva 43. ”Uskotteko ostavanne kalan mätiä tai mätituotteita seuraavien 12 kk:n aikana”. Kuluttajien suhtautuminen kysymykseen saldolukuna ja jakaumana ilmaistuna.

3.5 Elinkeinoon taloudelliset näkymät

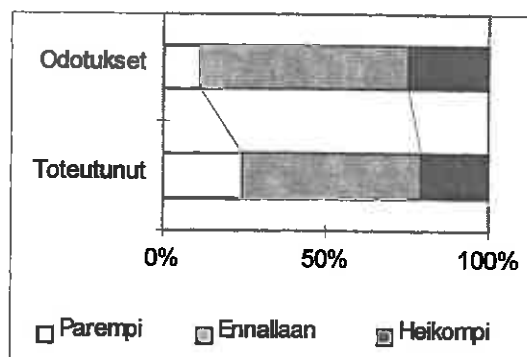
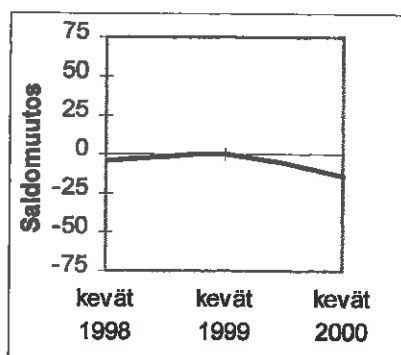
Yritysten tai elinkeinonharjoittajien yleisessä taloudellisessa tilanteessa ei ollut tapahtunut suuria muutoksia haastatteluhetkeä edeltäneen 12 kuukauden aikana ja uskoa myönteiseen tulevaisuuteen tuntui riittävän. Tuotteiden menekin koettiin parantuneen hiukan ja saman suuntaisen kehityksen uskotaan jatkuvan haastatteluhetkeä seuraavan 12 kuukauden aikana. Yritysten toteutunut investointitilanne oli ennallaan, mutta investointien uskottiin vähenevän seuraavan 12 kuukauden aikana. Vientiyritysten osalta tilanne oli selvästi heikentynyt ja näkymät eivät näyttäneet kovin lupaavilta (kuvat 44–47). Elinkeinoon taloudellisia odotuksia yleistävä luottamusindikaattori osoitti, että tulevaisuus näytti toteutunutta tilannetta (menestysindikaattori) myönteisemmältä (kuva 48).



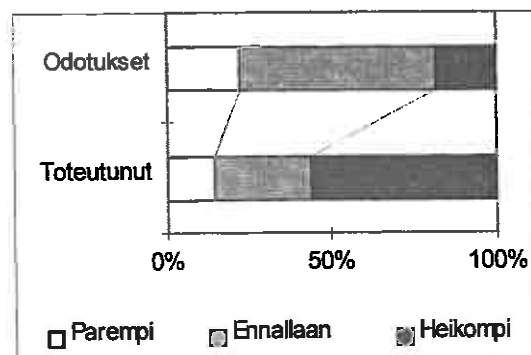
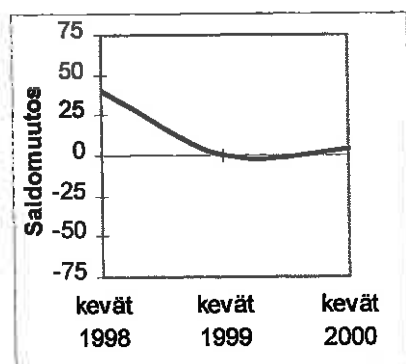
Kuva 44. Elinkeinonharjoittajien taloudellinen tilanne keväällä -99 verrattuna edelliseen 12 kk:n jaksoon ja odotukset seuraavasta 12 kk:n jaksosta



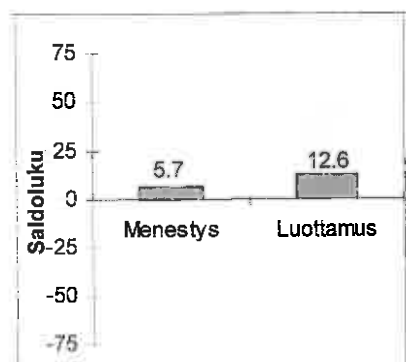
Kuva 45. Elinkeinonharjoittajien tuotteiden menekki keväällä -99 verrattuna edelliseen 12 kk:n jaksoon ja odotukset seuraavasta 12 kk:n jaksosta



Kuva 46. Elinkeinonharjoittajien investointitilanne keväällä -99 verrattuna edelliseen 12 kk:n jaksoon ja odotukset seuraavasta 12 kk:n jaksosta



Kuva 47. Elinkeinonharjoittajien tuotteiden **vientitilanne** keväällä -99 verrattuna edelliseen 12 kk:n jaksoon ja odotukset seuraavasta 12 kk:n jaksosta



Kuva 48. Elinkeinonharjoittajien **menestys- ja luottamusindikaattorit** saldolukuna ilmaistuna.

4. Tarkastelu ja päätelmät

4.1 Yleistä

Esitutkimus osoitti, että tarkastelluilla barometreilla voidaan lähestyä kalatalouden markkinoita samaan aikaan sekä tuottajien että kuluttajien näkökulmasta. Barometritieto täydentää hyvin Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen taloudellisia ja yhteiskunnallisia tutkimuksia sekä tilastointia. Tiedonkeruujärjestelmä mahdollistaa myös täydentävien ajankohtaisten kysymysten liittämisen tiedonkeruuseen vuositasolla.

4.2 Mittariston toimivuus

Esitutkimuksen tulosten perusteella mittaristo oli pääosin toimiva. Koska mittariston kehittämisessä oli mahdollista käyttää apuna survey-laboratoriota, voitiin mittareihin liittyvät monet ongelmat välttää jo suunnitteluvaiheessa. Osa mittaristosta vaatii kuitenkin edelleen tarkentamista. Lisäksi yksittäisten mittareiden tarkoituksenmukaisuutta mitattavien ilmiöiden kannalta tulee edelleen arvioida. Mittaristokokonaisuutta kehitettäessä tavoitteena tulee olla edelleen myös mittariston rakenteellinen yhdenmukaistaminen. Tavoitteena on myös tiivistää haastattelukokonaisuutta, jotta vastaajien motivaatio ja vastaushalukkuus voidaan varmistaa.

Joitakin haastattelussa esiintyviä käsitteitä tulee selkeyttää tai pelkistää, jotta voidaan varmistaa käytettyjen kysymysten oikeinymmärrys. Käsiteltävien ilmiöiden usein abstraktista luonteesta ja toisaalta mittaustavasta johtuen tulokset ovat pääasiassa suhteellisia, eikä niitä tule irrottaa asiayhteydestä. Menetelmästä johtuen tuloksia tulee tulkita lähinnä muutoksena, jossa keskeistä on muutoksen suunta, eikä yksittäinen lukuarvo.

Kuluttajien omakohtaista suhdetta kalaan käsitelleet kysymykset olivat pääosin toimivia ja myös tulokset ilmeisen luotettavia. Esimerkiksi kalastaneiden tai kalaa syöneiden osuus vastasi hyvin viimeisimpiä vapaa-ajankalastustilastojen ja kalan käyttöä selvittäneiden tutkimusten tuloksia. Tuloksia voidaan käyttää myöhemmässä vaiheessa sekä muiden tulosten luokittelussa että itsenäisinä mittareina.

Kalatalouden mahdollisuuksia ja uhkia käsitelleet kysymykset antoivat varsin johdonmukaisia tuloksia elinkeinoa ja kuluttajia verrattaessa, ja tuloksille on löydettävissä luontevia tulkintoja. Myös mittarit, joilla pyrittiin arvioimaan lähitulevaisuuden hankintoihin tai valintoihin liittyviä asioita, olivat näiltä osin ilmeisen toimivia.

Kysymykset joilla pyrittiin selvittämään kalan käytön taustalla olevia arvostuksia parivertailuna, olivat haastatelluilta saadun palautteen perusteella ongelmallisia. Eräät vastaajat kokivat vertailun aikaavieväksi ja toisaalta sattumanvaraiseksi, koska vertailtavia arvostuksia pidettiin usein merkitykseltään hyvin läheisinä tai että arvostuksen sisältömerkitys oli vastaajalle epäselvä. Vaihtoehtojen tulisi olla selkeämmin toisensa poissulkevia mikäli kyseinen mittaustapa säilytetään myöhemmissä tiedonkeruissa.

Elinkeinojen taloudellisia näkymiä kartoittaneet mittarit noudattivat yritysbaretreissa yleisesti käytettyjä muotoiluja ja käytetyt käsitteet olivat vastaajille tuttuja. Mittarit olivatkin ilmeisen toimivia. Koska esitutkimuksen otoskoko oli elinkeinojen osalta pieni, ovat tulokset tältä osin vain suuntaa antavia.

4.3 Jatkotoimenpiteet

Esitutkimusvaiheen lopuksi tehdään tarvittavat muutokset mittaristoon, määritellään otos ja estimoinnin periaatteet sekä käytännön toteutus siten, että baretre on toteuttamiskelpoinen jatkuvaan tietojen keruuseen. Vuosina 2000 ja 2001 on tarkoitus toteuttaa täysimittainen valtakunnallinen tiedonkeruu. Sen jälkeen voidaan tehdä päätös tiedonkeruun jatkamisesta. Tietoa kerätään siinä laajuudessa että tulokset voidaan estimoida luotettavasti sekä valtakunnallisesti että jaoteltaessa tuloksia pienempiin ryhmiin. Otoskoko kuluttajiin kohdistuvassa baretreissä tulee olemaan suuruusluokaltaan noin 2000 ja yritys-haastattelussa noin 250 - 300.

5. Kirjallisuus

- European Commission 1997. The joint harmonised EU programme of business and consumer surveys. Directorate-General for Economic and Financial Affairs. European Economy. Reports and Studies No 6. ISSN 0379-0991.
- Godenhjelm, P. 1999. Kala surveylaboratoriossa. Statisti. Tilastokeskuksen henkilöstölehti 2/99.
- Lessler, J.T. 1987. Use of laboratory methods and cognitive science for design and testing of questionnaires. SCB
- Saaty, L.T. 1980. The Analytic Hierarchy Process. Planning, Priority Setting, Resource Allocation. McGraw-Hill. New York. 238 s.
- 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 1999. Kuluttajabarometri 1999, lokakuu. SVT Tulot ja kulutus 1999: 28.
- 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.

