

BS – ritgerð

Maí 2012

Viðhorf íslenskra neytenda til landbúnaðarafurða  
- Áhrifapættir á kjötneyslu -

Snædís Anna Þórhallsdóttir



Landbúnaðarháskóli Íslands  
Agricultural University of Iceland

Auðlindadeild

BS – ritgerð

Maí 2012

Viðhorf íslenskra neytenda til landbúnaðarafurða  
- Áhrifaþættir á kjötneyslu -

Snædís Anna Þórhallsdóttir

Leiðbeinendur: Kolfinna Jóhannesdóttir og Vífill Karlsson

Landbúnaðarháskóli Íslands  
Auðlindadeild





## **Yfirlýsing höfundar**

*Hér með lýsi ég því yfir að verkefni þetta er byggt á mínum eigin athugunum, er samið af mér og það hefur hvorki að hluta til né í heild verið lagt fram áður til hærri prófgráðu.*

---

*Snædís Anna Þórhallsdóttir*

## Ágrip

Eftirspurn eftir kjöti á íslenskum búvörumörkuðum hefur breyst þó nokkuð á síðustu árum og áratugum. Óskir neytenda skipta nú sífellt meira máli og neytendur eru þannig farnir að hafa töluverð áhrif á hvernig bændur haga framleiðslu sinni. Í þessu verkefni er lagt mat á kjötneyslu Íslendinga í dag auk þess sem fjallað er um helstu áhrifaþætti kauphegðunar. Spurningakönnun var lögð fyrir handahófskennt úrtak neytenda og rannsóknin byggir á niðurstöðum hennar. Í ljós kom að kjúklingur er vinsælasta kjöttegundin í dag, sérstaklega meðal þéttbýlisbúa en lambakjötið viðheldur stöðu sinni sem vinsælasta kjötið meðal dreifbýlisbúa. Áhrifaþættir eftirspurnar eru mismikilvægir eftir kjöttegundum, til dæmis þykir neytendum almennt mikilvægara að lambakjöt sé íslenskt að uppruna en að kjúklingur sé það. Góð gæði kjötsins eru þó mikilvægust, sama um hvaða kjöttegund ræðir, að mati neytenda. Nokkuð stór hluti svarenda í könnun verkefnisins segir að væri það í boði myndu þeir frekar kaupa erlent kjöt en íslenskt og nefnir þá helst lægra verð sem ástæðu. Þó er meirihluti sem segist frekar vilja kaupa íslenskt kjöt og er jafnframt tilbúinn að borga hærra verð fyrir það. Afgerandi meirihluti neytenda telur að góður aðbúnaður húsdýra skipti máli við framleiðslu á kjöti og væri tilbúinn að borga hærra verð fyrir kjötvörur sem bæru vottun þess að hafa verið framleiddar við samþykktar aðstæður um aðbúnað og velferð dýra.

Lykilorð: Spurningakönnun, kjötneysla, áhrifaþættir á kauphegðun, íslenskt kjöt, lífræn ræktun, aðbúnaður húsdýra.

## **Þakkarorð**

Sérstakar þakkir fá Landssamtök sauðfjárbænda, Landssamband kúabænda, Svínaræktarfélag Íslands og Félag kjúklingabænda á Íslandi fyrir styrki til verkefnisins. Án þessara aðila hefði ekki verið mögulegt að framkvæma spurningakönnun á þennan hátt.

Fyrirtækinu Miðlun færi ég þakkir fyrir útsendingu spurningakönnunar og þá sérstaklega Árna Zophoníussyni.

Leiðbeinendum mínum, Kolfinnu Jóhannesdóttur og Vífli Karlssyni, færi ég þakkir fyrir góða hjálp og útskýringar við vinnu verkefnisins og þá sérstaklega við úrvinnslu gagna.

Emmu Eyþórsdóttur, brautarstjóra búvísindabrautar, er vert að þakka fyrir stuðning og hjálpsemi á meðan á verkefnavinnunni stóð.

Þuríður Hallgrímsdóttir, móðir mín, og Þórhalla Bergey Jónsdóttir, frænka, eiga skilið kærar þakkir fyrir yfirlestur á verkefninu og góðar athugasemdir. Foreldrum mínum báðum vil ég að lokum þakka fyrir stuðning og hvatningu í gegnum námið allt.

## Efnisyfirlit

Yfirlýsing höfundar .....	I
Ágrip.....	II
Þakkarorð.....	III
Efnisyfirlit .....	IV
1. Inngangur .....	1
1.1 Þróun á íslenskum kjötmörkuðum.....	2
1.2 Markmið .....	3
1.3 Efnistökk .....	3
2. Fræðilegar forsendur .....	4
2.1 Framboð og eftirspurn .....	4
2.2 Nauðsynjavara eða munaðarvara.....	5
2.3 Verðteygni .....	5
2.4 Samkynja og ósamkynja markaðir .....	6
2.5 Hegðun neytenda .....	6
2.6 Tengdar rannsóknir.....	7
2.7 Samantekt .....	9
3. Aðferðir og gögn.....	10
3.1 Framkvæmd spurningakönnunar .....	10
3.2 Úrvinnsla gagna.....	11
4. Niðurstöður .....	13
4.1 Kjötneysla.....	13
4.2 Þættir sem skipta neytendur máli .....	16
4.3 Aðbúnaður húsdýra og erlent kjöt.....	18
5. Umræður .....	22
5.1 Kjötneysla.....	22
5.2 Þættir sem skipta neytendur máli .....	23
5.3 Aðbúnaður húsdýra og erlent kjöt.....	24
6. Ályktanir .....	25
7. Heimildaskrá .....	26
8. Töfluskrá .....	27
9. Myndaskrá .....	28
10. Viðaukar .....	29

## 1. Inngangur

Matvælaframleiðsla var, er og mun ætíð vera afar mikilvæg atvinnugrein í heiminum. Landbúnaður sem atvinnugrein nýtur að auki ákveðinnar sérstöðu bæði vegna sögulegra og menningarlegra ástæðna þrátt fyrir að vægi greinarinnar í hagkerfi nútímans sé minna en á öldum áður. Við lok 19. aldar störfuðu sex af hverjum tíu Íslendingum sem bændur og afurðir landbúnaðar voru um 40% af heildarframleiðslu landsins. Við upphaf 21. aldar voru aðstæður hins vegar mikið breyttar og bændur töldu aðeins 3% af íbúum landsins (Sigurður Jóhannesson & Sveinn Agnarsson, 2005).

Í dag eru sjónarmið framleiðenda á undanhaldi á búvörumörkuðum. Óskir neytenda skipta sífellt meira máli og þær hafa svo áhrif, í gegnum milliliði, á hvernig bændur og aðrir framleiðendur haga sinni framleiðslu (Guðjón Þorkelsson, 2007). Neysla Íslendinga á landbúnaðarafurðum hefur breyst þó nokkuð á síðustu áratugum, þá sérstaklega á kjöti en neysla á kjúklingi og svínakjöti hefur aukist mjög mikið á kostnað kindakjötsins.

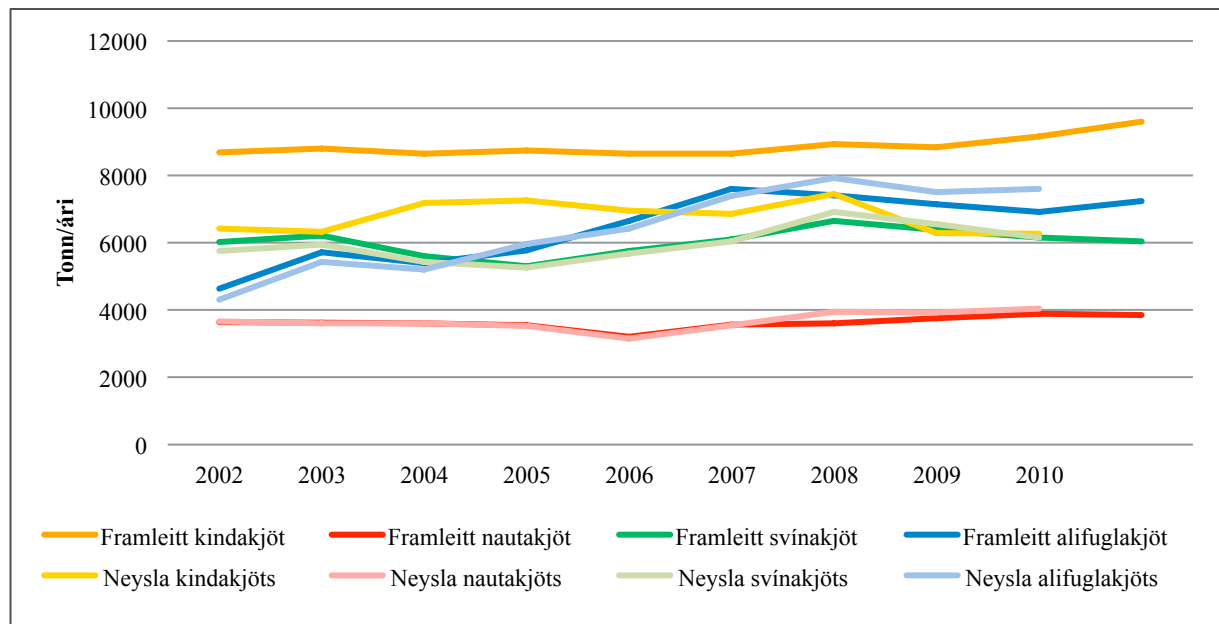
Þátttaka Íslendinga í alþjóðlegu samstarfi, svo sem aðildin að Evrópska efnahagssvæðinu og aðildin að WTO (World Trade Organization), hefur opnað möguleika á auknum innflutningi búvara. Enn sem komið er hefur innflutningur þó ekki þrengt mikið að innlendri kjötframleiðslu fyrst og fremst vegna pólitískra afskipta eins og innflutningstolla á landbúnaðarafurðir (Sigurgeir Þorgeirsson, Erna Bjarnadóttir, & Þórarinn E. Sveinsson, 2004). Á síðustu misserum hafa aftur á móti komið fram kröfur frá ákveðnum hópum neytenda sem vilja auka innflutning á landbúnaðarafurðum, fella niður tollverndina og hafa á sama tíma gert kröfu um niðurfellingu á styrkjum til innlendrar framleiðslu. Talsmenn þessara aðgerða telja að neytendur myndu hagnast á því ef að leyfður yrði frjálss innflutningur á landbúnaðarvörum þar sem þær vörur eru að jafnaði ódýrari en innlendar vörur. Ekki eru þó allir á eitt sáttir um þessa hugmynd og rök sem komið hafa fram á móti frjálsum innflutningi snúa helst að því að slíkt myndi leiða til hruns í innlendri framleiðslu. Ekki sé líklegt að óniðurgreidd innlend vara geti nokkur tíma verið ódýrari en innflutt vara sem jafnvel hefur styrki í heimalandi á bak við sig. Framleiðsluaðstæður hér á landi eru erfiðar og því dýrara að framleiða afurðirnar en hins vegar þykir ljóst að framleiðsla matvæla hér á landi tryggir fæðuöryggi þjóðarinnar sem er vissulega hluti af hagvörnum landsins. Kæmi til skortsástands á alþjóðlegum mörkuðum myndi innlend framleiðsla tryggja að þjóðin liði ekki fæðuskort, í það minnsta til skemmri tíma. Ef aðstæður væru hins vegar þannig að matvælaöryggi þjóðarinnar væri að mestu leyti háð erlendum mörkuðum gætu hvers konar hnökrar á framleiðslu þar orsakað skort á vörum og/eða verulegar verðbreytingar hér á landi.



Sjúkdómafaraaldrar í búfé, uppskerubrestir á korni og kjarnorkuslys eru dæmi um atburði sem ógnað gætu milliríkjavervslun með búfjárafurðir og allt hefur þetta gerst áður og því ekki hægt að útiloka að slíkt muni eiga sér stað aftur (Torfi Jóhannesson, 2004).

## 1.1 Þróun á íslenskum kjötmörkuðum

Neysla á kjöti hefur breyst mikið á síðustu árum, jafnt á Íslandi sem og annars staðar í heiminum. 1. mynd sýnir framleiðslu og neyslu lamba- nauta- svína- og alifuglakjöts á Íslandi árin 2002-2010.



1. mynd - Framleiðsla og neysla fjögurra kjöttegunda á árunum 2002-2010 (Hagstofa Íslands, á.á.-a) (Hagstofa Íslands, á.á.-c)

Á 1. mynd má meðal annars sjá að neysla á kindakjöti minnkaði töluvert frá árinu 2008 og var, árið 2010, rétt rúm 6000 tonn. Neysla á alifuglakjöti hefur hins vegar aukist mjög á tímabilinu, var rétt rúm 4000 tonn árið 2002 en náði hámarki í um 8000 tonnum árið 2008. Frá árinu 2008 hefur neysla á alifuglakjöti verið meiri en innlend framleiðsla á kjötinu. Framleiðsla á kindakjöti er aftur á móti töluvert umfram þá eftirspurn sem er á innanlandsmarkaði og á tímabilinu sem um ræðir hafa að meðaltali 1900 tonn/ári farið til útflutnings (Hagstofa Íslands, á.á.-b). Neysla og framleiðsla svínakjöts helst nokkuð vel í hendur á tímabilinu og var um 6000 tonn árið 2010. Neysla svínakjöts var mest árið 2008, þá tæp 7000 tonn. Neysla nautakjöts hefur aukist lítillega frá árinu 2006, en þá var hún minnst á umræddu tímabili, og var orðin um 4000 tonn árið 2010. Frá árinu 2007 hefur neysla á nautakjöti verið heldur meiri en innlend framleiðsla.

## 1.2 Markmið

Markmið verkefnisins er að rannsaka kjötneyslu íslenskra neytenda og kanna á hvaða þætti fólk leggur mesta áherslu þegar það verslar mismunandi kjöttegundir. Borin verður saman neysla fjögurra kjöttegunda, lambakjöts, svínakjöts, nautakjöts og kjúklings og skoðuð út frá kyni svarenda og búsetu þeirra. Lagt verður mat á mikilvægi sjö mismunandi þátta, verðs, gæða, hollustu, efnainnihalds, rekjanleika, þess að varan sé íslensk og að lokum að hún sé ræktuð á lífrænan hátt. Skoðað verður hvort munur er á mikilvægi þessara þátta eftir því um hvaða kjöttegund ræðir.

Þá verður vilji neytenda til þess að kaupa íslenska kjötvöru frekar en erlenda kannaður og í framhaldi af því verður lagt mat á hversu miklu meira fólk er þá tilbúið að borga fyrir íslensku vöruna.

Mikilvægi góðs aðbúnaðar fyrir húsdýr hefur verið algengt umræðuefni síðustu misseri og í verkefninu munu skoðanir neytenda á aðbúnaðarmálum húsdýra koma fram. Þá verður metið hvort, og þá hve mikið, neytendur eru tilbúnir að borga umfram fyrir vörur sem bera vottun þess að vera framleiddar við samþykktar aðstæður skv. reglugerðum um aðbúnað og velferð dýra. Í verkefninu mun einnig verða leitað svara við því hvort að það er almennt skoðun íslenskra neytenda að íslenskar kjötvörur séu meiri gæðavörur en erlendar.

## 1.3 Efnistöð

Í öðrum hluta verkefnisins er fjallað um ýmsa þætti hagfræðinnar sem tengja má við búvörumarkaði og settar eru fram fræðilegar skýringar á þeim. Fjallað verður um verðmyndun á markaði og val neytenda á vörum á samkynja og ósamkynja mörkuðum. Einnig verður gerð grein fyrir kenningum um hegðun neytenda, hvernig löngun okkar eftir vöru takmarkast af tekjum ásamt því sem gerð verður grein fyrir hugtökum eins og nauðsynjavörum, munaðarvörum og verðteygni vara. Gerð verður grein fyrir rannsóknum á kauphegðun og mataræði Íslendinga. Auk þess verður fjallað um þætti sem taldir eru skipta máli fyrir val á kjöttegundum og eru í dag hluti af lagaumhverfi íslenskra matvælaframleiðslu. Þetta eru lífræn framleiðsla, rekjanleiki og uppruni eða það að varan sé íslensk. Þetta eru þættir sem talið var áhugavert að skoða í rannsókninni. Í kafla þrjú er gerð grein fyrir hönnun spurningakönnunar, framkvæmd og úrvinnslu gagna. Niðurstöður könnunar eru settar fram í kafla fjögur og í fimmta kafla eru umræður. Í sjötta kafla eru svo settar fram ályktanir.

## 2. Fræðilegar forsendur

Hér verður fjallað um ýmis lögmál hagfræðinnar sem tengja má við aðstæður á íslenskum kjötmörkuðum auk þess sem fjallað verður um rannsóknir sem tengjast viðfangsefni verkefnisins.

### 2.1 Framboð og eftirspurn

Eftirspurn (e. demand) hefur verið skilgreind sem það magn af gæðum sem fólk vill og getur keypt. Eftirspurn byggir á því að neytendurnir séu með ákveðnar óskir eða þarfir um vöru eða þjónustu og að þeir hafi efni á því að borga fyrir það sem þeir vilja kaupa. Eftirspurn getur í raun verið tvenns konar. Annars vegar er það bein eftirspurn, þ.e. eftirspurn neytenda eftir neysluvörum, og hins vegar afleidd eftirspurn, þ.e. eftirspurn fyrirtækja eftir framleiðsluþáttum (Ágúst Einarsson, 2007). Til að mynda er eftirspurn eftir vinnuafli í sláturtíð afleidd eftirspurn en vinnuaflið er nauðsynlegt til þess að geta mætt beinni eftirspurn eftir kjöti.

Notagildi vöru segir til um hversu mikil not neytandi hefur af henni og því stjórnar notagildi eftirspurn vara að miklu leyti. Eftirspurn vöru eykst eftir því sem neytendur geta haft meira gagn af henni. Neytendurnir meta þó sjálfir sínar þarfir og hafa mismunandi smekk, óskir og langanir sem móta hegðun þeirra og neyslumynstur. Aðrir þættir sem hafa áhrif á eftirspurn eru til dæmis verð, tekjur, framboð annarra vara og verð þeirra, stjórnvöld og fjöldi annarra þátta (Ágúst Einarsson, 2007).

Hvað verð varðar þá er samband eftirspurnar og verðs neikvætt, svo að ef verð vöru hækkar þá minnkar eftirspurn eftir henni. Samkvæmt lögmálum hagfræðinnar hafa auknar tekjur neytenda jákvæð áhrif á eftirspurn og hún eykst almennt. Þetta á við um flestar hefðbundnar vörur en ekki vörur sem teljast lakari að gæðum, eftirspurn eftir slíkum vörum minnkar ef ráðstöfunartekjur aukast. Vörur sem komið geta í stað hver annarrar geta einnig haft áhrif á eftirspurn sín á milli. Sem dæmi má nefna að ef verð á nautakjöti hækkar þá eykst eftirspurn eftir svínakjöti (Gwartney & Stroup, 1995). Enn fremur geta stjórnvöld haft áhrif á eftirspurn vara til að mynda með því að leggja sérstök gjöld á þær og hækka þannig verð (Ágúst Einarsson, 2007). Dæmi um slíkar vörur hér á landi eru innfluttar landbúnaðarafurðir sem lagðir eru á sérstakir magntollar með það að sjónarmiði að tryggja markaðsstöðu innlendar framleiðslu (Halldór Ásgrímsson, 2000).

Framboð (e. supply) er mótvægi eftirspurnar og hefur verið skilgreint sem það magn af vöru eða þjónustu sem fyrirtæki framleiðir og er tilbúið að selja á hverjum tíma. Í hagfræði er gert ráð fyrir að jákvætt samband ríki á milli framleiðslumagns og verðs (Sigurður Jóhannesson &

Sveinn Agnarsson, 2005). Framboð er þannig mikið háð verði og þá sérstaklega verði sambærilegra vara eða þjónustu. Auk þess hefur verð á aðföngum sem og tækniþróun áhrif á framboð. Hækki verð á þeim aðföngum sem fyrirtæki þarf til framleiðslu sinnar eykst kostnaður fyrirtækis og þar með minnkar framboð þess. Eigi sér hins vegar stað tækniþróun sem leiðir til minni kostnaðar við framleiðslu lækkar kostnaður fyrirtækis og framboð eykst. Framboð fyrirtækja er einnig háð markaðsaðstæðum hverju sinni t.d. því hversu margir samkeppnisaðilarnir eru (Ágúst Einarsson, 2007). Bændur, líkt og aðrir framleiðendur, leitast við að reka bú sín á sem hagkvæmastan hátt og framleiða því sem mest þeir geta þegar hátt verð fæst fyrir afurðir en draga úr framleiðslu ef verðið lækkar (Sigurður Jóhannesson & Sveinn Agnarsson, 2005).

## 2.2 Nauðsynjavara eða munaðarvara

„Munaður eru öll þau útgjöld sem fara í annað en það sem er nauðsynlegt“. Svona byrjar Werner Sombart ritgerð sína frá árinu 1992 um eðli hugtaksins munaður (Sombart, 1992). En hvar tekur nauðsynin enda. Sum gæði eru mannfólkinu nauðsynleg af náttúrulegum orsökum líkt og súrefni og næring en hins vegar getur túlkun einstaklinga á því hvaða efnislegu vörur eru munaður og hverjar eru nauðsyn verið misjöfn. Sú túlkun byggir á samfélagslegri stöðu fólks sem og fyrri neysluupplifunum. Samfélög þróa vitaskuld með sér ákveðnar ímyndir um hvað telst munaður og hvað nauðsyn en þessar ímyndir eru óljósar og breytilegar eftir tímabilum (Csaba, 2008). Christopher Berry er einn þeirra sem kafað hefur djúpt í hugtakið munaður. Í rannsókn hans frá árinu 1994 segir að munaðarvörur séu oftast tengdar við langanir og þrár. En þar sem langanir fólks eru byggðar á þörfum þess, þörfum sem það skilgreinir sjálf, tengjast munaðarvörur óbeint grunnþörfum (Berry, 1994). Auðvitað er það þó svo að algjörum grunnþörfum þarf að sinna fyrst, áður en aðrar og meiri þarfir geta myndast. Til að mynda hefur hungruð manneskja lítinn áhuga á að uppfylla aðrar þarfir en bara það að fá að borða (Maslow, 1970).

## 2.3 Verðteygni

Það er mikilvægt fyrir alla framleiðendur að þekkja vel eftirspurn neytenda sinna og þá sérstaklega viðbrögð þeirra við breytingum. Framleiðendur þurfa því að geta spáð fyrir um hvernig eftirspurn magn breytist ef verði er breytt og þá segir verðteygni eftirspurnar (e. price elasticity of demand) til um þá hlutfallslegu breytingu sem verður á eftirspurðu magni ef verð vöru breytist um 1% (Ágúst Einarsson, 2007). Verðteygni vara er mjög mismunandi. Nauðsynjavörur eru fremur óteygjar, hlutfallsleg breyting á eftirspurn þeirra er lítil þó að verði sé breytt um 1% ( $VT < 1$ ). Munaðarvörur eru hinsvegar teygjar, eftirspurnin breytist

hlutfallslega mikið við verðbreytingar ( $VT > 1$ ) (Kemp, 1998). Dæmi um teygni er t.d. að eftirspurt magn eftir ferðalögum breytist mjög mikið við verðbreytingar (Ágúst Einarsson, 2007). Flestar landbúnaðarafurðir eru óteygnar, þ.e. neytendur viðhalda að mestu neysluvenjum sínum þrátt fyrir breytingar á verðlagi (Sigurður Jóhannesson & Sveinn Agnarsson, 2005).

## 2.4 Samkynja og ósamkynja markaðir

Fjöldi kaupenda og seljenda á mörkuðum er misjafn en almennt er reglan sú að eftir því sem eru færri seljendur á markaði því sterkari er staða hvers og eins. Markaðir eru svo ýmist samkynja eða ósamkynja og þar ræður afstaða neytendanna öllu. Á samkynja markaði (e. homogeneous market) gera neytendur ekki upp á milli vara frá mismunandi framleiðendum eða söluaðilum en á ósamkynja markaði (e. heterogeneous market) velja neytendur vörur sínar eftir því hver framleiðir þær eða selur (Ágúst Einarsson, 2007). Vörur sem komið geta í stað hver annarrar og neytendur gera ekki greinarmun á, þrátt fyrir að um mismunandi framleiðendur sé að ræða, kallast staðkvæmar vörur (Khemani, 1993). Eftirspurn eftir slíkum vörum er fljót að breytast með verðbreytingum þar sem auðvelt er fyrir neytendur að snúa sér að öðrum staðkvæmum vörum. Staðkvæmar vörur flokkast því sem teygnar. Vörur geta hvort heldur sem er verið fullkomlega staðkvæmar eða staðkvæmar að hluta (Ágúst Einarsson, 2007). Gagnstæð áhrif eru á milli verðs og eftirspurnar vara sem eru staðkvæmar að hluta. Lægra verð á geislasplurum hefur til að mynda í för með sér aukna eftirspurn eftir geisladiskum og sömuleiðis myndi hækkað verð á gasgrillum draga úr eftirspurn eftir grilláhöldum (Gwartney & Stroup, 1995).

## 2.5 Hegðun neytenda

Innan hagfræðinnar hefur verið sett fram hugtakið um hinn hagsýna mann. Það hugtak byggir á þremur ákveðnum forsendum um hegðun neytenda. Í fyrsta lagi að neytandinn viti hvað hann vill þegar um tvo eða fleiri kosti er að ræða, í öðru lagi að neytandinn sé samkvæmur sjálfur sér á þann hátt að ef hann velur vöru A fram yfir vöru B og vöru B fram yfir C að hann velji þá A fram yfir C. Þriðja forsendan er sú að neytandinn kjósi meira magn af gæðum fram yfir minna magn af þeim, hann kaupir t.d. frekar 3 kg af eplum en 2 kg sé verðið hið sama (Ágúst Einarsson, 2007). Flest erum við þó meðvituð um það að löngun okkar í vörur og varning takmarkast af tekjum og takmarkaðar tekjur neyða okkur til þess að velja og hafna. Ef mikið er keypt af einni vöru eða þjónustu verður að kaupa minna af einhverju öðru (Gwartney & Stroup, 1995).

## 2.6 Tengdar rannsóknir

Í þessum kafla er fjallað um innlendar rannsóknir á kauphegðun og neyslu Íslendinga auk þess sem kynntar eru erlendar rannsóknir um ytri þætti sem geta haft áhrif á vöruval neytenda.

Vorið 2002 var framkvæmd neyslu- og viðhorfskönnun á vegum Markaðsráðs kindakjöts. Í þeirri könnun var leitast við að fá yfirsýn yfir kauphegðun og viðhorf neytenda til lambakjöts. Spurt var um þætti eins og gæði, ferskleika og áhrif verðtilboða. Ennfremur var spurt um hvaða kjöttegund væri oftast keypt og hversvegna vinsælasta tegundin væri keypt. Svörin voru greind eftir aldri svarenda sem var helsta bakgrunnsbreytan í þessari rannsókn. Kjúklingur var sú tegund sem oftast var keypt eða í 41,7% tilfella en lambakjöt var oftast keypt í 36% tilfella. Nokkur munur var á svörum eftir aldri fólks, til að mynda sögðust tæp 60% fólks á aldrinum 55 ára og eldri oftast kaupa lambakjöt en yngsti aldurshópurinn, 18-26 ára, keypti oftast kjúkling. Enn fremur var fleira yngra fólk sem sagðist oftast kaupa nautakjöt. Flestir nefndu of hátt verð sem ástæðu fyrir takmarkaðri neyslu á kinda- eða lambakjöti. Algengustu ástæður fyrir vali á kaupum kjöttegunda voru nefndar verð, auðvelt að matbúa, hefð og heilsusamlegt. Í rannsókninni sögðu tæp 50% aðspurðra verðtilboð á kjöti hafa áhrif á kauphegðun sína og tæp 70% sögðust kaupa kjötmeti til að geyma í frysti. Í heild reyndist viðhorf neytenda til lambakjöts vera afar jákvætt og fólk óskaði eftir nýjungum í framsetningu á lambakjöti auk nýrra uppskrifta og leiðbeininga um matreiðslu. Helstu niðurstöður voru þær að íslenskir neytendur treystu lambakjöti best og með nýjum og betri markaðs- og söluaðferðum væri hægt að auka neyslu lambakjöts verulega (Bjarni Dagur Jónsson, 2002).

Manneldisráð Íslands gerði könnun á mataræði Íslendinga árið 2002 en slík rannsókn hafði þá ekki verið framkvæmd síðan 1990. Tæplega 1400 manns tóku þátt í könnuninni og svarhlutfall var um 70%. Helstu niðurstöður voru í stórum dráttum þær að mataræði landans hefur færst nær ráðleggingum um heilsusamlegt mataræði, neysla á harðri fitu hefur minnkað á meðan neysla á ávöxtum og grænmeti hefur aukist. Áhyggjuefni þótti þó að fiskneysla hafði dregist saman um 30% frá síðustu könnun árið 1990. Heildarkjötneysla hafði hins vegar aukist frá árinu 1990. Minna var þó borðað af lamba- og nautakjöti og þeim mun meira af svínakjöti og kjúklingi. Mikill munur var á kjötneyslu eftir aldri og kyni. Ungt fólk borðaði minnst af kjöti á meðan mesta neyslu var að finna hjá elstu aldurshópum karla. elsti hópur karla hafði mesta neyslu. Fuglakjöt reyndist vera eina kjöttegundin sem yngra fólk borðaði meira af en það eldra (Laufey Steingrímsdóttir, Hólmfríður Þorgeirsdóttir, & Anna Sigríður Ólafsdóttir, 2002).

Viðhorf og neytendamál voru til skoðunar í þessari sömu rannsókn og þar voru helstu niðurstöður þær að mun fleiri sögðu það skipta sig meira máli að maturinn væri hollur en að hann væri ódýr. Ungir karlar létu sig hollustuna minnst varða en áhuginn fyrir hollustu var mestur meðal kvenna yfir fertugu. Þá var fólk einnig spurt að því hvort það skoðaði upplýsingar um innihald næringarefna í matnum. Í ljós kom að konur skoðuðu frekar næringargildismerkingar, tæp 40% kvenna sögðust alltaf eða oft skoða þær en aðeins 19% karla. Um 70% karla sögðust sjaldan eða aldrei líta á slíkar merkingar og sömuleiðis 45% kvenna (Laufey Steingrimsdóttir og fl., 2002).

Auk framangreindra niðurstaðna úr innlendum rannsóknum á kauphegðun er litið til rannsókna á áhrifum ytri þátta. Sýnt hefur verið fram á að ef er hægt að sannfæra neytendur um áhrif ytri þátta á gæði geta slíkir þættir haft töluverð áhrif á kauphegðun. Upprunaland og rekjanleiki, lífræn ræktun og velferð dýra eru dæmi um slíka ytri þætti sem hafa nú orðið áhrif á túlkun neytenda á gæðum (Grunert, 2006).

Erlendar rannsóknir hafa leitt í ljós að rekjanleiki og upprunaland matvæla eru þættir sem hafa áhrif á neytendur, á val þeirra, viðhorf og vilja til að kaupa (Luomala, 2007). Í þýskri rannsókn frá árinu 2000 kom fram sú skoðun neytenda að afar mikilvægt væri að hafa upplýsingar um upprunaland til þess að leggja mat á gæði nautakjöts. Enn fremur töldu þýskir neytendur mikilvægt að hafa upplýsingar um þann stað sem kjötið var keypt á. Á þessum tíma var mikil umræða um kúariðu í Evrópu og töldu höfundar rannsóknarinnar það líklega skýringu á þessum svörum neytenda varðandi nautakjötið. Upplýsingar um verslunarstað töldu neytendur mikilvægastar við kaup á svínakjöti en upprunaland kjötsins kom þar strax á eftir. Þá hafði útlit svínakjötsins líka nokkuð mikilvægi. Niðurstöðurnar voru hins vegar aðrar fyrir kjúklingakjöt, þar töldu þýskir neytendur ekkert eitt hjálpa meira en annað við að meta gæði kjötsins (Becker, Benner, & Glitsch, 2000).

Áhugi neytenda á því hvernig matvörur eru framleiddar hefur aukist til muna á síðustu 10-20 árum. Áhuginn hefur einna helst beinst að náttúrulegri framleiðslu þar sem ekki er notast við nýjustu tækni, velferð dýra og lífrænni ræktun en eftirspurn eftir lífrænt ræktuðum matvælum fer ört vaxandi í mörgum Evrópulöndum (Grunert, Bredahl, & Brunsø, 2004). Lífræn ræktun er framleiðsluáðferð þar sem ekki er notast við tilbúinn áburð nema að litlu leyti og notkun skordýraeiturs, vaxtaraukandi efna og aukaefna í fóðri er takmörkuð. Dönsk rannsókn frá árinu 2001 leiddi í ljós að á 15% danskra heimila voru reglulega keyptar inn lífrænar vörur og að á 47% heimila voru lífrænar vörur keyptar oft eða stundum (Squires, Juric, & Cornwell, 2001).

Eftirspurn eftir matvælum þar sem velferð húsdýra ef höfð að leiðarljósi við framleiðslu eykst nú sífellt. Það er þó ekki alltaf svo að umhyggja fólks um velferð húsdýra hafi áhrif á kauphegðun þess. Helstu skýringar á því eru skortur á aðgengilegum upplýsingum um aðbúnað dýranna og svo mismunandi túlkun neytenda á merkingum um velferð og aðbúnað. Rannsóknir hafa sýnt að eftir því sem vitund neytenda um aðbúnað dýranna er meiri þeim mun viljugri eru þeir til að greiða hærra verð fyrir matvæli sem tengd eru við aukna velferð dýra (Toma, Stott, Revoredo-Giha, & Kupiec-Teahan, 2012).

## **2.7 Samantekt**

Hér að framan hefur verið fjallað um helstu fræðilegar forsendur sem lagðar eru til grundvallar rannsókn á neyslu íslenskra neytenda á fjórum mismunandi kjöttegundum. Eftirspurn neytenda ræðst af verði vörunnar ásamt notagildi hennar fyrir neytandann. Á samkynja markaði gera neytendur ekki upp á milli vara eftir því hver framleiðir en á ósamkynja markaði velja neytendur vöru eftir framleiðsluaðila sem og eðli og ímynd vörunnar. Löngun neytenda í vörur takmarkast af tekjum þeirra og neytendur þurfa því að velja og hafna. Þá skiptir máli hvort varan er munaðarvara eða nauðsynjavara. Nauðsynjavörur eru líklegri til að vera óverðteygjar, eftirspurn eftir þeim breytist lítið þótt verð breytist og á þetta við um flestar landbúnaðarvörur. Rannsóknir á hegðun neytenda hafa dregið fram ýmsa fleiri áhrifaþætti á kjötneyslu þeirra tegunda sem sjónum er beint að í þessari rannsókn. Dæmi um slíka áhrifaþætti eru gæði, hollusta, verð, innihald næringarefna, upprunaland og framleiðsluhættir.



### 3. Aðferðir og gögn

#### 3.1 Framkvæmd spurningakönnunar

Hönnun spurningakönnunar hófst sumarið 2011 en þó nokkurn tíma tók að þróa spurningarnar þannig að þær væru skýrar og auðskiljanlegar. Við gerð spurningakannana er ýmislegt sem hafa þarf hugfast en sérstaklega er þó mikilvægt að spyrjandinn viti hvað hann vill frá fram. Hann verður að geta sett spurningu fram þannig að nokkuð öruggt sé að svarandinn skilji hana á sama hátt og spyrjandinn ætlast til. Svarandi ætti þá að geta gefið svar sem fellur að því sem leitað var eftir með spurningunni. Einnig er að mikilvægt að sú framsetning svara sem svarandanum er boðið upp á, t.d. krossaspurningar, sé einföld og skýr til þess að spyrjandinn sjálfur skilji svo svarið. Grunnforsenda spurningakannana er síðan sú að tengsl séu á milli þess sem fólk segist ætla að gera og þess sem það gerir (Bradburn, Sudman, & Wansink, 2004).

Könnunin samanstóð af fimm spurningum um bakgrunn þátttakenda auk átta spurninga um neyslu fjögurra kjöttegunda. Spurt var um valda þætti sem taldir eru skipta máli við val neytenda á kjöttegundum og fjallað hefur verið um að framan í kafla um tengdar rannsóknir. Síðustu þrjár spurningarnar fjölluðu svo um kjöt almennt, spurt var um samanburð íslensks kjöts við erlent kjöt, mikilvægi góðs aðbúnaðar húsdýra og álit fólks á íslensku kjöti. Spurningakönnunina má sjá í heild sinni í viðauka I.

Könnunin var lögð fyrir handahófskennt úrtak einstaklinga á aldrinum 20-75 ára í janúar og febrúar 2012. Fyrirtækið Miðlun ehf. sá um gagnasöfnun en nauðsynlegt þótti að leita til fagaðila við þá vinnu til þess að viðunandi fjöldi svarenda næðist. Svarendur endurspegluðu lýðfræðilega samsetningu Íslendinga á aldrinum 20-75 ára.

Í heild bárust svör frá 768 einstaklingum. Hlutfall kynjanna var á þann hátt að 361 karl (47%) svaraði og 407 konur (53%). Svör fengust úr öllum landshlutum en stærstur hluti svarenda kom þó af höfuðborgarsvæðinu. Dreifing á milli íbúa í þéttbýli og dreifbýli var mjög ójöfn. Aðeins 53 svarendur (6,9%) búa í dreifbýli, 710 svarendur (92,45%) í þéttbýli og 5 einstaklingar (0,65%) kusu að gefa ekki upp upplýsingar um búsetu sína. Tölur Hagstofu Íslands sýna þó að þetta hlutfall er í raun lýsandi fyrir raunverulegar aðstæður, árið 2011 bjuggu aðeins um 5% þjóðarinnar í dreifbýli (Hagstofa Íslands, á.á.-d) (Hagstofa Íslands, á.á.-e). Svarendur voru einnig beðnir um að gefa upp heildartekjur sínar, fyrir skatta, á mánuði. Tekjudreifingu í úrtakinu má sjá í 1. töflu.

### 1. tafla - Tekjudreifing í úrtakinu

Undir 250 þúsund	211
250-399 þúsund	201
400-599 þúsund	170
600-799 þúsund	70
800 þúsund eða hærra	35
Veit ekki/Vil ekki svara	81
<b>Alls</b>	<b>768</b>

### 3.2 Úrvinnsla gagna

Niðurstöður könnunarinnar fengust afhentar á SPSS formi. Gagnavinnsla fór í fyrstu fram í tölfræðiforritinu SAS Enterprise Guide 4.2 (2009) þar sem gerðar voru tíðnitöflur (e. One-way frequency) út frá niðurstöðum. Tíðnitöflur gefa skýra og einfalda mynd af dreifingu svara og greina tíðni og dreifingu út frá mismunandi bakgrunnsbreytum sé þess óskað (SAS Institute Inc, 2012). Í SAS voru gerðar tíðnitöflur án bakgrunnsbreyta fyrir hverja einustu spurningu til þess að sjá niðurstöður fyrir úrtakið í heild sinni auk þess sem að gerðar voru tíðnitöflur með völdum bakgrunnsbreytum, s.s. kyni eða búsetu, fyrir einstaka spurningar.

Samanburðartöflur fyrir kjötneysluna voru settar upp í Microsoft Office töflureikni (2010). Niðurstöður úr tíðnitöflum fyrir allt úrtakið um neyslu hvernar kjöttegundar voru færðar inn í eina töflu í töflureikninum svo að auðveldara væri að bera saman gögn (2. tafla). Niðurstöður úr tíðnitöflum sem sýndu mun eftir bakgrunnsbreytunum kyni og búsetu voru svo settar upp í nýjar töflur. Til að mynda var hlutfallsleg neysla kvenna á öllum kjöttegundunum sett í eina töflu og útbúið súlurit sem sýnir hana myndrænt (2. mynd). Sambærilegar myndir voru útbúnar fyrir kjötneyslu karla, kjötneyslu íbúa í þéttbýli og svo íbúa í dreifbýli (3.-5. mynd).

Til þess að geta borið saman niðurstöður milli kjöttegunda um þá þætti sem skipta fólki máli við innkaup var svörum úr könnuninni breytt af orðaformi yfir á töluform með *Find and replace* skipunum í töflureikni. Eftir að niðurstöðurnar voru komnar á töluform var meðaltal og staðalfrávik reiknað og skoðun svarenda á hverjum þætti þannig metin fyrir hverja kjöttegund. Gildin voru síðan sett upp í eina töflu í töflureikni til þess að auðvelda samanburð (3. tafla). Slíkt hið sama var gert til þess að finna út meðaltal af svörum við spurningum 14a og 15a (5. tafla&7. tafla).

Fyrir spurningar 14, 15 og 16 voru tíðnitöflur úr SAS, fyrir úrtakið í heildina og fyrir ákveðnar bakgrunnsbreytur, færðar inn í töflureikni. Þar voru svo settar upp töflur sem sýna

hlutfallslega svörun úrtaksins í heildina, svörun karla, kvenna, þéttbýlisbúa og svo dreifbýlisbúa (4.6.& 8. tafla).

## 4. Niðurstöður

Í þessum kafla eru settar fram niðurstöður úr greiningu á neyslu svarenda og mati þeirra á mikilvægi þáttanna sem settir voru fram. Einnig koma fram niðurstöður um samanburð á íslensku kjöti við erlent og því hversu miklu máli neytendur telja aðbúnað húsdýra skipta við kjötframleiðslu.

### 4.1 Kjötneysla

Í könnuninni var spurt um hversu oft í mánuði neytendur hefðu fjórar kjöttegundir í matinn á sínu heimili. Niðurstöður eru settar fram í 2. töflu.

2. tafla - „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“

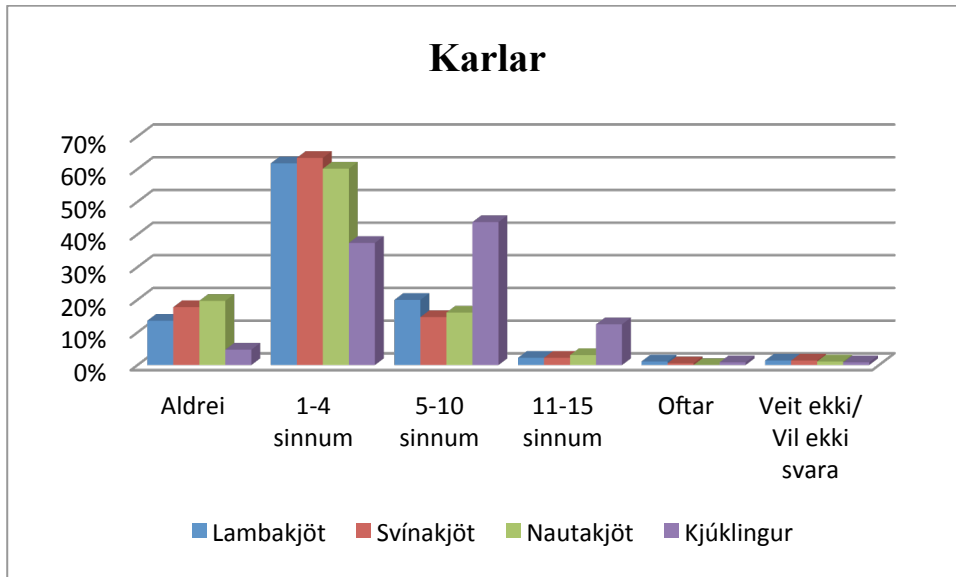
	Lambakjöt	Svínakjöt	Nautakjöt	Kjúklingur
<i>Aldrei</i>	15,4%	24,7%	22,3%	4,95%
<i>1-4 sinnum</i>	62,5%	58,5%	56,4%	33,7%
<i>5-10 sinnum</i>	17,3%	13,0%	16,9%	46,0%
<i>11-15 sinnum</i>	2,2%	1,7%	2,7%	12,0%
<i>Oftar</i>	1,4%	0,3%	0,4%	2,5%
<i>Veit ekki/Vil ekki svara</i>	1,2%	1,8%	1,3%	0,9%

Meirihluti þeirra sem borða lamba- svína- eða nautakjöt segja það vera á borðum hjá sér 1-4 sinnum í mánuði en neytendur kjúklingakjöts eru frábrugðnir að því leyti að stærstur hluti þeirra, 46%, segjast hafa kjúkling í matinn 5-10 sinnum í mánuði. Aðeins um 17% lamba- og nautakjötsneytenda segjast borða kjötið 5 sinnum í mánuði eða oftar og enn lægra hlutfall svínakjötsneytenda eða 13% segjast borða svínakjöt 5 sinnum eða oftar (2. tafla).

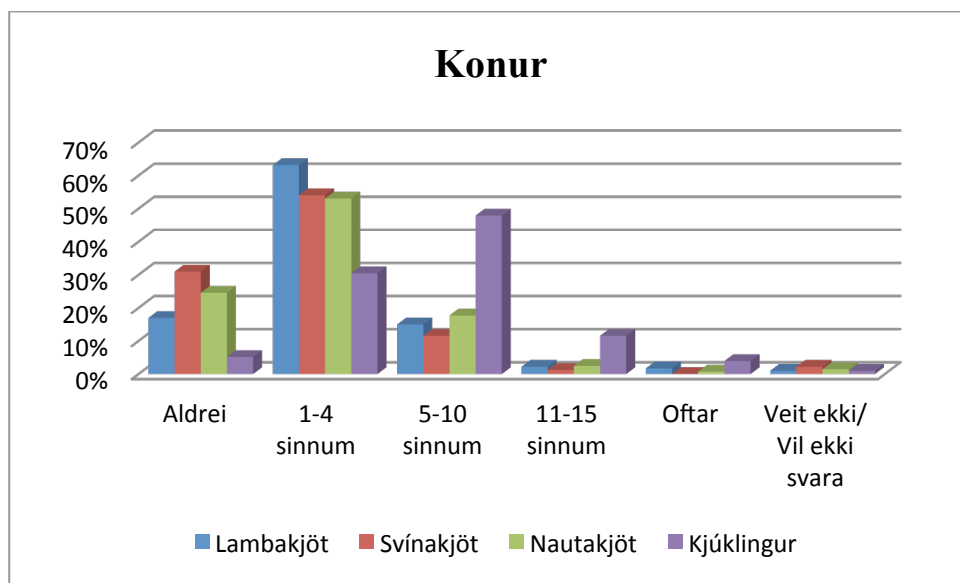
Aðeins um 2% þeirra sem borða svína – og nautakjöt segjast borða það 11 sinnum í mánuði eða oftar. Lítið fleiri lambakjötsneytendur merkja við svo mikla neyslu eða um 3,6% en 14,5% þeirra sem borða kjúkling segjast borða hann 11 sinnum í mánuði eða oftar.

Athygli vekur að rétt um fjórðungur úrtaksins segist aldrei borða svínakjöt og rúm 20% segjast ekki aldrei borða nautakjöt. Hlutfall þeirra sem aldrei hafa lambakjöt í matinn er töluvert lægra, rétt rúm 15% og einungis 5% aðspurðra segjast aldrei borða kjúkling.

Neysla svarenda á mismunandi kjöttegundum var greind eftir tveimur bakgrunnsbreytum, aldri annars vegar og búsetu hins vegar. 2. mynd sýnir neyslu karla á þessum fjórum kjöttegundum og 3. mynd sýnir neyslu kvenna á því sama.



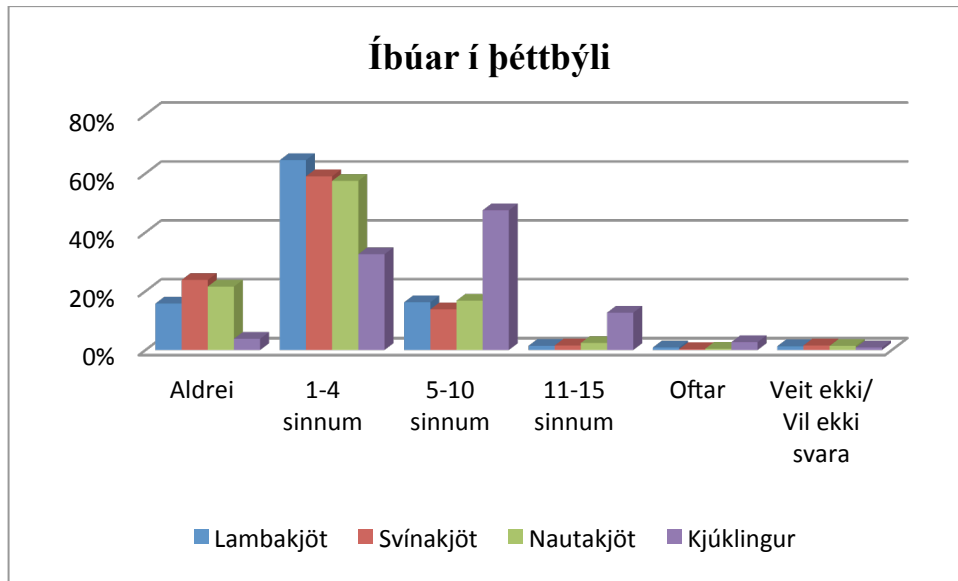
2. mynd - Greint eftir kyni „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“



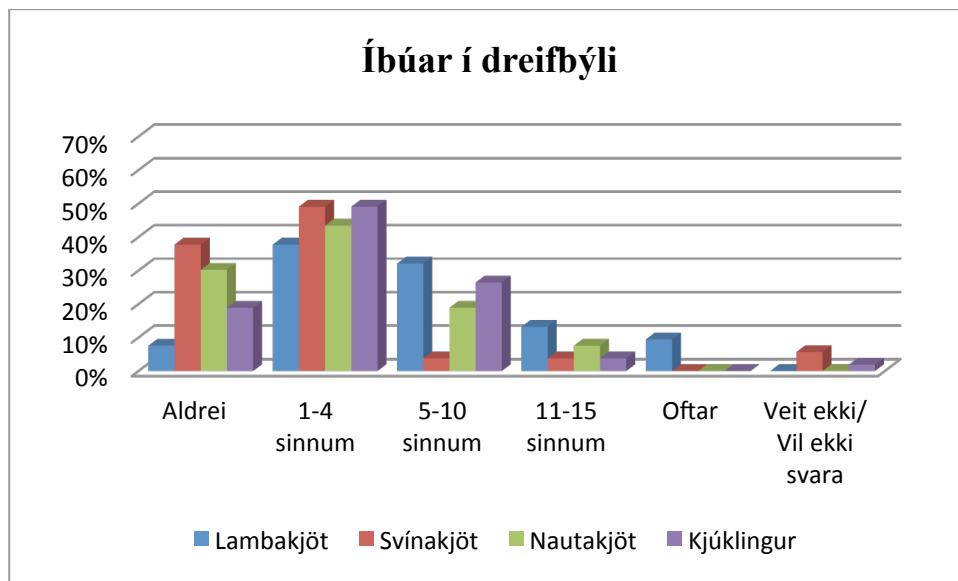
3. mynd - Greint eftir kyni „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“

Ekki reyndist mikill munur á neyslu eftir kyni nema þá helst á neyslu svínakjöts (2.&3. mynd). Rúm 30% kvenna segjast aldrei borða svínakjöt og er það töluvert hærra hlutfall en hjá körlunum þar sem 18% segjast aldrei borða svínakjöt. Þessar niðurstöður benda því til þess að karlmenn borði meira svínakjöt en konur sem og meira nautakjöt en niðurstöðurnar sýna einnig að 25% kvenna segjast aldrei borða nautakjöt en tæp 20% karla. Að öðru leyti en þessu var neysla kynjanna afar áþekkt, hjá báðum kynjum er kjúklingurinn tíðasta kjöttegundin á borðum.

4. mynd sýnir svo hvernig neyslan er hjá íbúum í þéttbýli en 5. mynd hvernig hún er hjá íbúum í dreifbýli.



4. mynd - Greint eftir búsetu „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“



5. mynd - Greint eftir búsetu „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“

Töluvert mikinn mun var að finna á neyslu þéttbýlisbúa annars vegar og dreifbýlisbúa hins vegar (4.&5. mynd). Mikill munur er á því sem aldrei er borðað. Aðeins 7,5% dreifbýlisbúa en 16% þéttbýlisbúa segjast aldrei borða lambakjöt. Hins vegar er mun hærra hlutfall dreifbýlisbúa sem segist aldrei borða svín, naut eða kjúkling. Mestur er munurinn í kjúklingnum þar sem tæp 20% dreifbýlisbúa en aðeins 4% þéttbýlisbúa segjast aldrei borða kjúkling. Það er því ljóst að neysla á kjúklingi er mun algengari í þéttbýli.

Niðurstöður sýna einnig að lambakjöt er oftast á borðum í dreifbýlinu þar sem rúm 30% íbúa segjast borða lambakjöt 5-10 sinnum í mánuði og tæp 23% segjast borða lambakjöt 11 sinnum í mánuði eða oftast. Lambakjötið er því tíðasta kjöttegundin á borðum dreifbýlisbúa en í þéttbýlinu segjast einungis 18% aðspurðra borða lambakjöt 5 sinnum í mánuði eða oftast. Þarna má því sjá mikinn mun á neyslu.

Kjúklingurinn er hins vegar langalgengasta kjöttegundin í þéttbýlinu þar sem tæp 50% segjast neyta kjúklings 5-10 sinnum í mánuði og rúm 15% segjast neyta kjúklings 11 sinnum eða oftast í hverjum mánuði. Til samanburðar segjast 26% íbúa í dreifbýli borða kjúkling 5-10 sinnum í mánuði og tæp 4% segjast borða kjúkling 11 sinnum, eða oftast, í hverjum mánuði. Þeir dreifbýlisbúar sem neyta kjúklings á annað borð segjast flestir gera það 1-4 sinnum í mánuði.

Hvað svínakjöt varðar virðist vera meiri neysla á því í þéttbýlinu en eins og áður var minnst á segjast hlutfallslega fleiri dreifbýlisbúar en þéttbýlis aldrei borða svínakjöt. 50% dreifbýlisbúa neyta svínakjöts 1-4 sinnum í mánuði en 59% þéttbýlisbúa 1-4 sinnum í mánuði. Hlutfallslega fleiri þéttbýlisbúar en dreifbýlis segjast borða svínakjöt 5-10 sinnum í mánuði en dreifbýlisbúarnir eru hins vegar í meirihluta þeirra sem segjast borða svínakjötið 11 sinnum í mánuði eða oftast. Þar munar þó aðeins 2 prósentustigum á hópunum.

Munurinn á neyslu þéttbýlis- og dreifbýlisbúa er minnstur þegar kemur að nautakjötinu. Töluverður fjöldi úr báðum hópum segist aldrei borða kjötið og flestir borða það 1-4 sinnum í mánuði. Þó eru tæp 20% íbúa í dreifbýli og 17% í þéttbýli sem borða nautakjöt 5-10 sinnum í mánuði. Hlutfallslega fleiri dreifbýlisbúar segjast borða nautakjöt 10 sinnum eða oftast í hverjum mánuði en þar munar þó aðeins 5 prósentustigum á hópunum.

## **4.2 Þættir sem skipta neytendum máli**

Í spurningakönnuninni voru neytendur beðnir um að skilgreina hversu miklu máli ákveðnir þættir skipta þá við innkaup á kjöti. Fólk var beðið að meta þessa þætti fyrir hverja af kjöttegundunum fjórum á skalanum einn til fimm. Einn stóð þar fyrir mjög lítið mikilvægi, tveir fyrir frekar lítið, 3 fyrir hvorki né, 4 fyrir frekar mikið mikilvægi og 5 fyrir mjög mikið. 3. tafla sýnir niðurstöðurnar en meðaltölin sem þar eru gefin upp gefa til kynna mikilvægi þessara þátta og staðalfrávikin sýna dreifni svaranna, það er hversu langt frá meðaltalinu svörin fóru.

**3. tafla** - Meðaltöl og staðalfrávik af mikilvægi þátta metin út frá svörum við spurningunni:

„Hversu miklu máli skipta eftirfarandi þættir þig þegar þú verslar viðkomandi kjöttegund?“

1 = Mjög litlu; 2 = Frekar litlu; 3 = Hvorki né; 4 = Frekar miklu; 5 = Mjög miklu

	Lambakjöt		Svínakjöt		Nautakjöt		Kjúklingur	
	Meðaltal	Staðalfrávik	Meðaltal	Staðalfrávik	Meðaltal	Staðalfrávik	Meðaltal	Staðalfrávik
<i>Verð</i>	3,93	0,98	4,21	0,90	4,12	0,95	4,24	0,90
<i>Gæði</i>	4,48	0,69	4,36	0,68	4,49	0,63	4,39	0,70
<i>Efnainnihald</i>	3,80	1,09	3,76	1,02	3,90	1,02	3,91	1,04
<i>Hollusta</i>	3,86	1,01	3,67	0,99	3,83	1,00	4,04	0,95
<i>Rekjanleiki</i>	3,23	1,23	3,15	1,21	3,33	1,21	3,41	1,25
<i>Að varan sé íslensk</i>	4,32	1,09	3,74	1,35	3,85	1,30	3,76	1,37
<i>Lífrænt</i>	2,52	1,17	2,41	1,16	2,54	1,20	2,56	1,22

Þátturinn verð hefur hæst meðaltal fyrir kjúkling svo verð skiptir kjúklinganeytendur meira máli en neytendur annars kjöts (3.tafla). Lægst meðaltal hefur verð fyrir lambakjöt sem gefur til kynna að það skipti minna máli við innkaup á lambakjöti en við innkaup á öðrum kjöttegundum. Staðalfrávikin fyrir verð eru í lægri kantinum og því ljóst að dreifing svarana hefur ekki verið mjög mikil eða í kringum 0,90 í öllum kjöttegundum.

Sé rýnt í töfluna má sjá að fyrir allar kjöttegundirnar fjórar þykja neytendum gæði vera mikilvægust. Þar er meðaltalið í öllum tilvikum hærra en fjórir og staðalfrávikin eru hvergi lægri en fyrir gæðabáttinn. Því má draga þá ályktun að fólk hafi verið nokkuð sammála um það að gæðin skipti frekar eða mjög miklu máli.

Meðaltöl fyrir mikilvægi efnainnihalds eru áþekkt fyrir allar kjöttegundir, öll í kringum 3,80-3,90 sem gefur til kynna nokkuð mikilvægi. Staðalfrávikin fyrir þessi svör eru þó á bilinu 1,02-1,09, nokkuð há og gefa til kynna að svör einhverra hafi fallið þetta langt frá meðaltalinu.

Hollusta virðist skipta kjúklinganeytendur meira máli en neytendur annars kjöts en meðaltal hollustu er 4,04 fyrir kjúklingnum en nær ekki fjórum fyrir hinar kjöttegundirnar. Staðalfrávikin eru öll í kringum einn.

Rekjanleikinn virðist almennt ekki skipta kjötneytendur miklu máli og hefur næst minnst mikilvægi fyrir allar kjöttegundirnar fjórar. Meðaltöl hans eru rétt rúmlega þrír fyrir allar tegundir kjötsins, hæst er meðaltalið fyrir kjúkling, 3,41. Staðalfrávikin eru nokkuð há, öll í kringum 1,20 sem gefur til kynna að svörin hafi legið á breiðari skala heldur en til dæmis svör um mikilvægi gæða.



Þó nokkuð mikill munur er á hæsta og lægsta meðaltali fyrir mikilvægi þess að varan sé íslensk. Lægst er meðaltalið 3,74 fyrir svínakjöt og mjög svipað, 3,76, fyrir kjúkling. Hæst er það hins vegar 4,23 fyrir lambakjöt. Fyrir lambakjötið er staðalfrávikin rúmlega 1,09 en fyrir hinar kjöttegundirnar eru staðalfrávikin á bilinu 1,30–1,40. Hvergi hafa því svör neytenda legið á breiðara bili en einmitt þarna, fólk er greinilega ekki sammála um mikilvægi þess að kjötið sé íslenskt og þykir augljóslega mikilvægara að lambakjötið sé íslenskt.

Meðaltöl fyrir mikilvægi lífrænnar ræktunar eru í lægri kantinum og ná hvergi þremur en staðalfrávikin eru svipuð og fyrir rekjanleikann og því ljóst að nokkur munur hefur verið á svörunum. Samkvæmt þessu virðast neytendur almennt ekki leggja mikla áherslu á lífræna ræktun við val á kjötvöru. Fyrir allar kjöttegundirnar fjórar hefur þátturinn minnst mikilvægi þeirra sjö sem metnir voru.

### 4.3 Aðbúnaður húsdýra og erlent kjöt

Í síðasti hluta könnunarinnar var kannaður vilji fólks til þess að kaupa íslenskt kjöt fram yfir ódýrara erlent kjöt auk þess sem metnar voru skoðanir fólks á mikilvægi góðs aðbúnaðar fyrir húsdýr. Þá var fólk einnig beðið að svara því hvort það teldi íslenska kjötvöru vera meiri gæðavöru en erlenda. 4. tafla sýnir hvernig neytendur svöruðu spurningu 14, um hvort þeir myndu frekar kaupa ódýrara erlent kjöt væri það í boði.

4. tafla - „Ef ódýrara erlent kjöt væri í boði, myndir þú kaupa það frekar en íslenskt kjöt?“

	Já	Nei	Veit ekki/Vil ekki svara
<i>Allir</i>	35,0%	45,0%	20,0%
<i>Karlar</i>	42,0%	42,0%	16,0%
<i>Konur</i>	28,0%	47,0%	24,8%
<i>Íbúar í þéttbýli</i>	36,5%	42,5%	21,0%
<i>Íbúar í dreifbýli</i>	13,2%	73,6%	13,2%

Nokkuð stórt hlutfall heildarúrtaksins, 20%, vill ekki svara þessari spurningu eða telur sig ekki vita svarið. Þá munar 10 prósentustigum á fjölda þeirra sem segjast myndu kaupa erlenda kjötið og þeirra sem ekki myndu gera það, 45% segja nei en 35% segja já (4.tafla).

Nokkur munur er á svörum kynjanna. Hjá körlunum segja jafn margir já og nei en hjá konunum eru mun fleiri sem segja nei. Konur eru einnig í meirihluta þeirra sem ekki vilja svara. Enn meiri munur sést ef svör þéttbýlisbúa eru borin saman við svör dreifbýlisbúa. Stór meirihluti dreifbýlisbúa (74%) segir nei, þeir myndu ekki kaupa ódýrara erlent kjöt þó það

væri í boði. Hjá þéttbýlisbúum munar hins vegar aðeins 6 prósentustigum á þeim sem segja já og þeim sem segja nei.

Þeir neytendur sem sögðu nei, þeir myndu ekki kaupa erlenda kjötið, voru beðnir að meta hversu miklu meira þeir væru tilbúnir að greiða fyrir íslenskt kjöt. 5. tafla sýnir hvernig svör þessa fólks dreifðust á milli svarmöguleika auk meðaltals sem reiknað var út frá tölulegum gildum. Meðaltalið reiknaðist 3,86 sem þýðir að flestir segjast tilbúnir að borga á bilinu 6-15% meira fyrir íslenskt kjöt. Staðalfrávikíð var 1,36 sem gefur til kynna að þó nokkur breytileiki hafi verið á svörunum.

**5. tafla** – „Hversu miklu meira værir þú tilbúin/n að greiða fyrir íslenska kjötið?“

Meðaltal er fundið út frá tölugildunum innan sviganna (1,2,3 o.s.frv.) í stað orðanna.

<b>0 % (ekkert) (1)</b>	6,9%
<b>1% - 5% meira (2)</b>	12,2%
<b>6% - 10% meira (3)</b>	25,8%
<b>11% - 15% meira (4)</b>	20,9%
<b>16% - 20% meira (5)</b>	12,8%
<b>25% eða meira (6)</b>	9,3%
<b>Veit ekki/Vil ekki svara (0)</b>	12,2%
<hr/>	
<b>Meðaltal</b>	3,86
<b>Staðalfrávik</b>	1,36

Þau 35% svarenda sem svöruðu spurningu 14 játandi, þeir myndu kaupa ódýrara erlent kjöt frekar en íslenskt væri það í boði, voru beðnir um að skýra helstu ástæður afstöðu sinnar. Nokkuð margir kusu að sleppa þessu en þó fengust svör frá 209 einstaklingum (27%). Ýmsar ástæður voru nefndar en sú algengasta var þó verðið, fólk sagðist ekki hafa efni á öðru en að velja ódýrasta kostinn svo ef erlenda kjötið væri ódýrara yrði það þar með fyrir valinu. Nokkuð margir tóku þó sérstaklega fram í svörum sínum að þeir myndu áfram kaupa íslenskt lambakjöt. Aðrar ástæður sem nefndar voru oftast en einu sinni voru til dæmis að íslenskar vörur væru alls ekkert betri en þær erlendu, að verðlag á kjötvörum á Íslandi væri óeðlilega hátt og að íslenskt kjöt, þá sérstaklega lamba- og nautakjöt, væri munaðarvara sem ekki væri hægt að leyfa sér að kaupa til hversdagsneyslu.

Í spurningu 15 voru neytendur spurðir að því hvort þeir teldu aðbúnað húsdýra skipta máli við framleiðslu á kjöti. Niðurstöðurnar má sjá í 6. töflu en þær voru afar afgerandi, um 90% aðspurðra svöruðu játandi.

6. tafla - „Telur þú að aðbúnaður húsdýra skipti máli við framleiðslu á kjöti?“

	Já	Nei	Veit ekki
<i>Allir</i>	89,2%	4,2%	6,6%
<i>Karlar</i>	87,5%	6,9%	5,5%
<i>Konur</i>	90,7%	1,7%	7,6%
<i>Íbúar í þéttbýli</i>	88,6%	4,4%	7,0%
<i>Íbúar í dreifbýli</i>	96,2%	1,9%	1,9%

Skoðað var hvort munur væri á svörum kynjanna og þar var helst að sjá að fleiri karlar en konur telja aðbúnað dýranna ekki skipta máli. Munur á milli fólks í þéttbýli og í dreifbýli var nokkur, rúm 96% dreifbýlisbúa telja aðbúnað skipta máli en 88,6% þéttbýlisbúa (6.tafla).

Líkt og í spurningunni um erlenda kjötið var það fólk sem taldi aðbúnað skipta máli beðið um að tilgreina hversu miklu meira það væri tilbúið að greiða fyrir vöru sem bæri vottun þess að vera framleidd við samþykktar aðstæður skv. reglugerðum um aðbúnað og velferð dýra. 7. tafla sýnir niðurstöðurnar sem og meðaltal reiknað út frá tölugildunum í svigunum.

7. tafla - „Hversu miklu meira værir þú tilbúin/n að greiða fyrir kjöt sem bæri vottun þess að vera framleitt við samþykktar aðstæður skv. reglugerðum um aðbúnað og velferð dýra?“

Meðaltal er fundið út frá tölugildunum innan sviganna (1,2,3 o.s.frv.) í stað orðanna.

<i>0 % (ekkert) (1)</i>	19,3%
<i>1% - 5% meira (2)</i>	15,8%
<i>6% - 10% meira (3)</i>	22,8%
<i>11% - 15% meira (4)</i>	11,8%
<i>16% - 20% meira (5)</i>	7,0%
<i>25% eða meira (6)</i>	7,3%
<i>Veit ekki/Vil ekki svara (0)</i>	16,0%
<i>Meðaltal</i>	2,45
<i>Staðalfrávik</i>	1,77

Meðaltalið, 2,45, gefur til kynna að flestir aðspurðra myndu borga á bilinu 1-10% meira fyrir slíkt kjöt. Staðalfrávikin er nokkuð hátt, 1,77, svo svarendur virðast hafa nýtt skalann vel (7.tafla).

Mikill minnihluti (4,2%) svaraði spurningu 15 neitandi en þeir sem það gerðu voru beðnir um að tilgreina ástæður afstöðu sinnar. Einungis 15 einstaklingar skráðu inn svar og þau voru flest á þá leið að dýr væru ræktuð til þess eins að slátra þeim og aðbúnaður þeirra skipti því ekki máli.

Að síðustu voru neytendur spurðir hvort að þeir teldu að íslensk kjötvara væri almennt meiri gæðavara en erlend. Niðurstöður eru settar fram í 8. töflu.

**8. tafla** - „Er það þin skoðun að íslensk kjötvara sé almennt meiri gæðavara en erlend?“

	<b>Já</b>	<b>Nei</b>	<b>Veit ekki</b>
<i>Allir</i>	62%	27%	11%
<i>Karlar</i>	54,6%	35,7%	9,7%
<i>Konur</i>	69,3%	19,7%	11,1%
<i>Íbúar í þéttbýli</i>	60,8%	28,6%	10,6%
<i>Íbúar í dreifbýli</i>	83,0%	11,3%	5,7%

Töluverður meirihluti úrtaksins svarað þeirri spurningu játandi eða um 62%. Nokkur munur var á svörum kynjanna, mun fleiri karlar en konur segja nei, konur virðast frekar vera á þeirri skoðun að íslenskt kjöt sé gæðavara. Rúm 80% dreifbýlisbúa telja íslenska kjötvöru vera meiri gæðavöru en erlenda en 60% þéttbýlisbúa. Þar af leiðandi eru hlutfallslega fleiri þéttbýlisbúar sem ekki telja svo vera (8.tafla).

## 5. Umræður

Hér verður fjallað um niðurstöður verkefnisins og þær að einhverju leyti tengdar við fræðilegar forsendur sem settar voru fram fyrir í verkefninu sem og þær fyrri rannsóknir sem komið hefur verið inn á.

### 5.1 Kjötneysla

Niðurstöður verkefnisins um kjötneyslu eru í samræmi við það sem gögn um þróun á kjötneyslu síðustu ár hér á landi sýna (Hagstofa Íslands, á.á.-c). Af þeim fjórum kjöttegundum sem fjallað er um í verkefninu er kjúklingur sú sem flestir borða auk þess að vera sú kjöttegund sem flestir borða oftast í hverjum mánuði. Aðeins tæp 5% aðspurðra segjast aldrei borða kjúkling og 46% borða kjúkling 5-10 sinnum í mánuði sem er mun hærra hlutfall en fyrir hinar kjöttegundirnar. Enn fremur segjast 12% kjúklinganeytenda snæða kjúkling 11-15 sinnum í mánuði sem verður að teljast töluvert mikil neysla. Rúm 20% neytenda segjast aldrei borða svínakjöt og það sama er upp á teningnum fyrir nautakjöt. Þessar tegundir virðast því njóta minnstra vinsælda hjá hinum almenna neytanda. Þessar niðurstöður eru í takt við þær sem fengust úr könnun Markaðsráðs kindakjöts frá 2002 þar sem kjúklingur var sú kjöttegund sem oftast var keypt og lambakjötíð næstoftast (Bjarni Dagur Jónsson, 2002).

Niðurstöður verkefnisins sýna að neysla á kjöti er nokkuð svipuð milli kynja en töluverður munur er á neyslumynstrinu eftir því hvort fólk er búsett í þéttbýli eða dreifbýli. Neysla á lambakjöti virðist vera mun algengari í dreifbýli á meðan kjúklingur er vinsælli í þéttbýli. Sömuleiðis virðist svínakjöt vera algengari neysluvara í þéttbýli, um 35% dreifbýlisbúa segjast aldrei borða svínakjöt. Íbúar í dreifbýli hafa oft á tíðum greiðari aðgang að lambakjöti, sérstaklega ef þeir stunda sauðfjárbúskap sjálfir. Hugsanlega skýrir það að einhverju leyti þann mikla mun sem er á neyslu lambakjöts í þéttbýli og dreifbýli.

Kjöttegundirnar fjórar eru allar afurðir landbúnaðar og samkvæmt lögmálum hagfræðinnar eru landbúnaðarafurðir flestar óteygjar (Sigurður Jóhannesson & Sveinn Agnarsson, 2005). Í tilviki kjötsins verða þó vörurnar að teljast staðkvæmar, í það minnsta að einhverju leyti, og eru því teygjari en aðrar landbúnaðarafurðir svo sem mjólkurvörur. Það að kjöttegundirnar séu staðkvæmar má meðal annars sjá út frá því hvernig dregið hefur úr neyslu á kindakjöti eftir að framleiðsla á kjúklinga- og svínakjöti fór að aukast. Fólk eykur neyslu sína á einni kjöttegund og dregur þá úr neyslu á annarri.

Hafa ber í huga þegar niðurstöðurnar um neyslu eru metnar að áætlað er að svarendur hafi haft almenna neyslu í huga við svörun könnunarinnar. Því er ekki líklegt að kjöt sem

sérstaklega er tengt við hátíðir hafi verið í huga neytenda við svörun né heldur kryddlegið grillkjöt sem er vinsæl kjötvara yfir sumartímam hér á landi.

## 5.2 Þættir sem skipta neytendum máli

Mat svarenda á mikilvægi þeirra þátta sem settir voru fram í könnuninni var nokkuð mismunandi eftir því um hvaða kjöttegund var að ræða.

Á 6. mynd hafa meðaltöl úr 3.töflu verið metin fyrir hverja kjöttegund og þáttunum þannig raðað eftir því mikilvægi sem þeir hafa fyrir neytendur kjöttegundanna samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar.

<b>Lambakjöt</b>	Gæði	Að varan sé íslensk	Verð	Hollusta	Efnainnihald	Rekjanleiki	Lífræn ræktun
<b>Svínakjöt</b>	Gæði	Verð	Efnainnihald	Að varan sé íslensk	Hollusta	Rekjanleiki	Lífræn ræktun
<b>Nautakjöt</b>	Gæði	Verð	Efnainnihald	Að varan sé íslensk	Hollusta	Rekjanleiki	Lífræn ræktun
<b>Kjúklingur</b>	Gæði	Verð	Hollusta	Efnainnihald	Að varan sé íslensk	Rekjanleiki	Lífræn ræktun

6. mynd - Þættir sem hafa áhrif á neyslu kjöts. Raðað eftir mikilvægi fyrir hverja kjöttegund fyrir sig

Þessar niðurstöður eru áhugaverðar að mörgu leyti. Ljóst er að neytendum þykir íslenskur uppruni mun mikilvægari þáttur við val á lambakjöti en við val á hinum kjöttegundum þremur. Íslenskur uppruni skiptir minnstu máli við kaup á kjúklingi samkvæmt þessum niðurstöðum. Fyrir svína- nauta- og kjúklingakjöt er verð sá þáttur sem skiptir mestu máli á eftir gæðum en fyrir lambakjötið fer verðið ekki að skipta máli fyrr en gæði og íslenskur uppruni hafa verið tryggð (6.mynd).

Neytendur virðast tengja kjúkling meira við hollustu en aðrar kjöttegundir og velta fyrir sér efnainnihaldi hans áður en þeir líta til upprunalands. Sömu sögu er að segja í nauta- og svínakjöti, neytendur telja efnainnihalds kjötsins, fitu, prótein og fleira, skipta meira máli en íslenskan uppruna.

Rekjanleiki og lífræn ræktun virðast vera þættir sem hafa lítil áhrif á eftirspurn eftir kjöti, sama um hvaða kjöttegund ræðir. Skýring á þessu gæti til dæmis verið að upplýsingar um framleiðslustaði séu neytendum illa aðgengilegar. Önnur skýring gæti verið að neytendur beri ákveðið traust til íslenskra kjötframleiðenda og leggi því ekki meiri áherslu en þetta á rekjanleika kjötvara. Framboð á lífrænu kjöti hefur verið af afar skornum skammti á íslenskum kjötmörkuðum fram að þessu sem sennilega skýrir lítil áhrif þessa þáttar á eftirspurn kjöts. Miðað við þróun í öðrum löndum er þó líklegt að eftirspurn eftir lífrænum vörum, bæði kjöti og öðru, eigi eftir að aukast á næstu misserum (Squires og fl., 2001).

### 5.3 Aðbúnaður húsdýra og erlent kjöt

Samkvæmt niðurstöðum verkefnisins er staðan sú að meirihluti neytenda vill frekar kaupa íslenskt kjöt og er tilbúinn að borga þó nokkuð hærra verð fyrir íslenskar kjötvörur. Það er því ljóst að verð er ekki alls ráðandi þáttur á íslenskum kjötmörkuðum, hærra verð dregur ekki endilega úr eftirspurn íslensks kjöts. Fleiri þættir en verð koma alltaf til með að hafa áhrif á eftirspurnina. Þá telur einnig meiri hluti svarenda í könnun verkefnisins að íslenskar kjötvörur séu almennt meiri gæðavörur en erlendar sem verður að teljast jákvætt fyrir framtíð kjötframleiðslu í landinu.

Þó nokkur hluti svarenda segist myndu kaupa ódýrara erlent kjöt frekar en íslenskt væri slíkt í boði. Flestir þeirra segja verðið vera þar ráðandi þátt en einhverjir vilja auka samkeppni á kjötmarkaði eða telja íslenska kjötvöru ekkert hafa fram yfir erlenda. Þá létu einstaka neytendur þá skoðun í ljós að íslensk kjötvara, sérstaklega nauta-og lambakjöt, væri orðin munaðarvara vegna hárrar verðlagningar. Neysla þeirra á þessum vörum væri því takmörkuð við ráðstöfunartekjur. Í lok árs 2011 gerðu Bændasamtök Íslands könnun á verði landbúnaðarvara í fimm verslunum á Norðurlöndunum. Starfsmenn bændasamtaka viðkomandi landa framkvæmdu könnunina á hverjum stað og valdar voru vörur sem töldust sambærilegar milli landa. Niðurstöðurnar voru þær að íslenskar vörur, þar á meðal kjötvörur, voru vel samkeppnisfærar við vöruverð á hinum Norðurlöndunum (Bændablaðið, 2011).

Vitund neytenda um góðan aðbúnað dýra fer vaxandi í heiminum og samkvæmt niðurstöðum verkefnisins telja um 90% svarenda aðbúnað húsdýra vera mikilvægan þátt við framleiðslu á kjöti. Hér á landi hefur ekki tíðkast að sérstök vottun sé sett á kjötvörur sem framleiddar eru við samþykktar aðstæður samkvæmt reglugerðum um aðbúnað og velferð dýra. Í raun hefur meira verið gert ráð fyrir að allt kjöt sem fer á markað standist slíkar reglugerðir. Miðað við svör úr könnuninni væru neytendur þó almennt tilbúnir að greiða nokkuð hærra verð fyrir vöru, ef þeir gætu fullvissað sig um að góður aðbúnaður dýranna væri tryggður í framleiðsluferlinu. Samkvæmt þessu gætu því verið forsendur fyrir því að taka upp slíka vottun, slíkt gæti mögulega skilað hærra verði til þeirra bænda sem búa dýrum sínum góða aðstöðu og á móti þrengt að bændum sem ekki framfylgja lögum um velferð dýra.

## 6. Ályktanir

Neysla á kjöti á Íslandi hefur snúist frá því að vera mestmegnis neysla á kindakjöti og er nú líkari því sem gerist í nágrannalöndum þar sem kjúklingur er vinsælasta kjöttegundin. Framleiðsluferill kjúklingakjöts, og í raun svínakjöts líka, er mun styttri en til dæmis kindaeða nautakjöts sem gerir þeim síðarnefndu erfiðara um vik í samkeppninni. Kjúklinga – og svínabændur geta brugðist hraðar við breytingum á eftirspurðu kjötmagni en sauðfjár- og nautabændur. Nokkuð misjafnt er á hvað neytendur leggja mesta áherslu eftir því hvaða kjöttegund þeir eru að kaupa. Ljóst er að mikilvægi þess að kjötið sé íslenskt er langmest fyrir lambakjöt en minna fyrir annað kjöt og í raun afar lítið fyrir kjúkling.

Líklegt þykir að innflutningsvernd landbúnaðarvara hér á landi mun minnka á næstu árum og í slíku umhverfi er líklegt að erfitt verði fyrir íslenska framleiðslu að standast samkeppni við erlendar vörur. Það ætti því að vera kappsmál fyrir matvælaframleiðendur á Íslandi að sýna fram á sérstöðu svo sem nálægð við markaði, framleiðsluaðferðir, gæði og næringargildi. Koma þarf á framfæri þeim upplýsingum sem til eru um sérstöðu íslenskra búfjárafurða auk þess að halda áfram rannsóknum og safna meiri upplýsingum.

Erindi Guðjóns Þorkelssonar á Fræðapingi landbúnaðarins árið 2007 er þessum ályktunum til stuðnings (Guðjón Þorkelsson, 2007).

Umfang spurningakönnunarinnar og þær niðurstöður sem úr henni fengust bjóða upp á enn meiri og dýpri greiningu á mörgum þáttum. Í viðauka II má til dæmis finna myndir sem sýna neyslu kjöttegunda eftir aldri neytenda og eina mynd sem sýnir fram á samband ráðstöfunartekna og mikilvægi verðs.



## 7. Heimildaskrá

- Ágúst Einarsson. (2007). *Rekstrarhagfræði*. Reykjavík: Mál og Menning. Becker, T., Benner, E. & Glitsch, K. (2000). Consumer Perception of Fresh Meat Quality in Germany. *British Food Journal*, 102(3), 246-266.
- Berry, C. J. (1994). *The Idea of Luxury: A Conceptual and Historical Investigation*. Cambridge MA: Cambridge University Press.
- Bjarni Dagur Jónsson. (2002). *Lambakjöt: Neyslu og Markaðskönnun*. Reykjavík: Markaðsráð Kindakjöts.
- Bradburn, N. M., Sudman, S., & Wansink, B. (2004). *Asking Questions - The Definitive Guide to Questionnaire Design*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bændablaðið. (2011). *Íslenskar landbúnaðarvörur vel samkeppnisfærar*. Sótt 25. apríl 2012 af <http://www.bbl.is/index.aspx?groupid=38&TabId=46&ModulesTabsId=191&NewsItemID=6367>
- Csaba, F. F. (2008). *Redefining luxury: A review essay*. Kaupmannahöfn: Copenhagen Business School.
- Grunert, K. G. (2006). Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption. *Meat Science*, 74(1), 149-160.
- Grunert, K. G., Bredahl, L. & Brunsø, K. (2004). Consumer perception of meat quality and implications for product development in the meat sector—a review. *Meat Science*, 66(2), 259-272.
- Guðjón Þorkelsson. (2007). Þróun matvæla úr íslenskum landbúnaði með áherslu á kjöt. *Fræðingur Landbúnaðarins* (bls. 49-55). Reykjavík: Bændasamtök Íslands og fl.
- Gwartney, J. D. & Stroup, R. L. (1995). *Economics, Private and Public Choice* (7. útgáfa). Bandaríkin: The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers.
- Hagstofa Íslands. (á.á.-a). *Kjötframleiðsla eftir tegundum 1983-2011*. Sótt 16. apríl 2012 af <http://www.bbl.is/index.aspx?groupid=38&TabId=46&ModulesTabsId=191&NewsItemID=6367>
- Hagstofa Íslands. (á.á.-b). *Kjötframleiðsla eftir tegundum 1983-2011, útflutt kindakjöt í tonnum*. Sótt 16. apríl 2012 af <http://hagstofa.is/?PageID=2596&src=/temp/Dialog/varval.asp?ma=SJA10201%26ti=Kj%F6tframlei%F0sla+eftir+tegundum+1983%2D2011+%26path=../Database/sjavaru+vegur/landframleidsla/%26lang=3%26units=Tonn/fj%F6ldi>
- Hagstofa Íslands. (á.á.-c). *Árleg kjötneysla á íbúa 1983-2011*. Sótt 16. apríl 2012 af <http://hagstofa.is/Hagtolur/Sjavarutvegur-og-landbunadur/Landbunadur>
- Hagstofa Íslands. (á.á.-d). *Mannfjöldi eftir byggðarkörnum, kyni og aldri 2011-2012*. Sótt 30. apríl 2012 af <http://hagstofa.is/Hagtolur/Mannfjoldi/Byggdakjarnar,-postnumer,-hverfi>
- Hagstofa Íslands. (á.á.-e). *Lykiltölur mannfjöldans 1703-2012*. Sótt 30. apríl 2012 af <http://hagstofa.is/Hagtolur/Mannfjoldi/Yfirlit>
- Halldór Ásgrímsson. (2000). Staða Íslands í Evrópusamstarfi (20.kafli). Reykjavík: Utanríkisráðuneytið.
- Kemp, S. (1998). Perceiving luxury and necessity. *Journal of Economic Psychology*, 19(5), 591-606.

- Khemani, R. S. (1993). *Glossary of industrial organisation economics and competition law*. Paris: OECD.
- Laufey Steingrímisdóttir, Hólmfríður Þorgeirsdóttir, & Anna Sigríður Ólafsdóttir. (2002). *Hvað borða Íslendingar?* Reykjavík: Lýðheilsustöð Íslands.
- Luomala, H. T. (2007). Exploring the role of food origin as a source of meanings for consumers and as a determinant of consumers' actual food choices. *Journal of Business Research*, 60(2), 122-129.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality* (2. útgáfa). New York: Harper and Row.
- SAS Institute Inc. (2012). *Generating a One-way Frequency Table*. Sótt 31. mars 2012 af <http://support.sas.com/documentation/cdl/en/asstdm/58945/HTML/default/viewer.htm#a000934524.htm>
- Sigurgeir Þorgeirsson, Erna Bjarnadóttir, & Þórarinn E. Sveinsson. (2004). Atvinnuvegur á krossgötum - Staða búgreina á breyttum tímum. *Fræðaving Landbúnaðarins* (bls. 61-73). Reykjavík: Bændasamtök Íslands og fl.
- Sigurður Jóhannesson, & Sveinn Agnarsson. (2005). *Bóndi er bústólpi, bú er landstólpi (Ársskýrsla 2004)*. Reykjavík: Hagfræðistofnun Háskóla Íslands.
- Sombart, W. (1992). *Leibe, Luxus und Kapitalismus* (2. útgáfa). Virginia: K.Wagenbach.
- Squires, L., Juric, B. & Cornwell, B. T. (2001). Level of market development and intensity of organic food consumption: cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 18, 392-409.
- Toma, L., Stott, A. W., Revoredo-Giha, C. & Kupiec-Teahan, B. (2012). Consumers and animal welfare. A comparison between European Union countries. *Appetite*, 58(2), 597-607.
- Torfi Jóhannesson. (2004). Framleiðslukerfi í búfjárrækt. *Fræðaving Landbúnaðarins* (bls. 55-60). Reykjavík: Bændasamtök Íslands og fl.

## 8. Töfluskrá

1. tafla - Tekjudreifing í úrtakinu Snædis Anna Þórhallsdóttir .....	11
2. tafla - „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“ Snædis Anna Þórhallsdóttir .....	13
3. tafla - „Hversu miklu máli skipta eftirfarandi þættir þig þegar þú verslar viðkomandi kjöttegund?“ Snædis Anna Þórhallsdóttir .....	167
4. tafla - „Ef ódýrara erlent kjöt væri í boði, myndir þú kaupa það frekar en íslenskt kjöt?“ Snædis Anna Þórhallsdóttir .....	18
5. tafla – „Hversu miklu meira værir þú tilbúin/n að greiða fyrir íslenska kjötið?“ Snædis Anna Þórhallsdóttir .....	19

6. tafla - „Telur þú að aðbúnaður húsdýra skipti máli við framleiðslu á kjöti?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	20
7. tafla - „Hversu miklu meira værir þú tilbúin/n að greiða fyrir kjöt sem bæri vottun þess að vera framleitt við samþykktar aðstæður skv. reglugerðum um aðbúnað og velferð dýra?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	20
8. tafla - „Er það þín skoðun að íslensk kjötvara sé almennt meiri gæðavara en erlend?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	21

## 9. Myndaskrá

1. mynd - Framleiðsla og neysla fjögurra kjöttegunda á árunum 2002-2010 (Hagstofa Íslands, á.á.-a) (Hagstofa Íslands, á.á.-c).....	2
2. mynd - Greint eftir kyni „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir.....	14
3. mynd - Greint eftir kyni „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir.....	14
4. mynd - Greint eftir búsetu „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir.....	15
5. mynd - Greint eftir búsetu „Hversu oft í mánuði er viðkomandi kjöttegund í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir.....	15
6. mynd - Þættir sem hafa áhrif á neyslu kjöts. Raðað eftir mikilvægi fyrir hverja kjöttegund fyrir sig Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	23
7. mynd - Greint eftir tekjum „Hversu oft í mánuði er lambakjöt í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	34
8. mynd - Greint eftir tekjum „Hversu oft í mánuði er svínakjöt í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	34
9. mynd - Greint eftir aldri „Hversu oft í mánuði er nautakjöt í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	35
10. mynd - Greint eftir aldri „Hversu oft í mánuði er kjúklingur í matinn á þínu heimili?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir .....	35
11. mynd - Greint eftir tekjum „Hversu miklu máli skiptir verð þig við innkaup á lambakjöti?“ Snædís Anna Þórhallsdóttir.....	36

## 10. Viðaukar

### I. Spurningakönnun

#### 1. Kyn?

- Karl
- Kona

#### 2. Hvaða ár fæddist þú? \_\_\_\_\_

#### 3. Í hvaða landshluta býrð þú?

- Höfuðborgarsvæðið
- Suðurland
- Vesturland
- Vestfirðir
- Norðurland
- Austurland

#### 4. Býrð þú í

- Þéttbýli
- Dreifbýli

#### 5. Hverjar eru heildartekjur þínar fyrir skatta á mánuði?

(Allar launatekjur, lífeyrir, námslán og atvinnuleysisbætur en ekki barnabætur eða aðrar félagslegar bætur og ekki fjármagnstekjur eða leigutekjur)

Heildartekjur fyrir skatta eru kr. \_\_\_\_\_ á mánuði

#### 6. Hversu oft í mánuði er lambakjöt í matinn á þínu heimili ?

- Aldrei (sé hakað við hér skal sleppa spurningu 7)
- 1-4 sinnum
- 5-10 sinnum
- 11-15 sinnum
- Oftar

**7. Hversu miklu máli skipta eftirfarandi þættir þig þegar þú verðslar lambakjöt**  
**Vinsamlegast dragðu hring þar sem við á og svaraðu öllum liðum.**

	Mjög litlu	Frekar litlu	Hvorki né	Frekar miklu	Mjög miklu
<i>Verð</i>	1	2	3	4	5
<i>Gæði</i>	1	2	3	4	5
<i>Efnainnihald vörunnar (næringarefni, fita o.s.frv.)</i>	1	2	3	4	5
<i>Hollusta</i>	1	2	3	4	5
<i>Rekjanleiki (hvaðan varan kemur)</i>	1	2	3	4	5
<i>Að varan sé íslensk</i>	1	2	3	4	5
<i>Lífrænt ræktað</i>	1	2	3	4	5

**8. Hversu oft í mánuði er svínakjöt í matinn á þínu heimili ?**

- Aldrei (sé hakað við hér skal sleppa spurningu 9)
- 1-4 sinnum
- 5-10 sinnum
- 11-15 sinnum
- Oftar

**9. Hversu miklu máli skipta eftirfarandi þættir þig þegar þú verðslar svínakjöt ?**  
**Vinsamlegast dragðu hring þar sem við á og svaraðu öllum liðum.**

	Mjög litlu	Frekar litlu	Hvorki né	Frekar miklu	Mjög miklu
<i>Verð</i>	1	2	3	4	5
<i>Gæði</i>	1	2	3	4	5
<i>Efnainnihald vörunnar (næringarefni, fita o.s.frv.)</i>	1	2	3	4	5
<i>Hollusta</i>	1	2	3	4	5
<i>Rekjanleiki (hvaðan varan kemur)</i>	1	2	3	4	5
<i>Að varan sé íslensk</i>	1	2	3	4	5
<i>Lífrænt ræktað</i>	1	2	3	4	5

**10. Hversu oft í mánuði er nautakjöt í matinn á þínu heimili ?**

- Aldrei (sé hakað við hér skal sleppa spurningu 11)
- 1-4 sinnum
- 5-10 sinnum
- 11-15 sinnum
- Oftar

**11. Hversu miklu máli skipta eftirfarandi þættir þig þegar þú verstar nautakjöt ?**

**Vinsamlegast dragðu hring þar sem við á og svaraðu öllum liðum.**

	Mjög litlu	Frekar litlu	Hvorki né	Frekar miklu	Mjög miklu
<i>Verð</i>	1	2	3	4	5
<i>Gæði</i>	1	2	3	4	5
<i>Efnainnihald vörunnar (næringarefni, fita o.s.frv.)</i>	1	2	3	4	5
<i>Hollusta</i>	1	2	3	4	5
<i>Rekjanleiki (hvaðan varan kemur)</i>	1	2	3	4	5
<i>Að varan sé íslensk</i>	1	2	3	4	5
<i>Lífrænt ræktað</i>	1	2	3	4	5

**12. Hversu oft í mánuði er kjúklingur í matinn á þínu heimili ?**

- Aldrei (sé hakað við hér skal sleppa spurningu 13)
- 1-4 sinnum
- 5-10 sinnum
- 11-15 sinnum
- Oftar

**13. Hversu miklu máli skipta eftirfarandi þættir þig þegar þú verstar kjúkling ?  
Vinsamlegast dragðu hring þar sem við á og svaraðu öllum liðum.**

	Mjög litlu	Frekar litlu	Hvorki né	Frekar miklu	Mjög miklu
<i>Verð</i>	1	2	3	4	5
<i>Gæði</i>	1	2	3	4	5
<i>Efnainnihald vörunnar (næringarefni, fita o.s.frv.)</i>	1	2	3	4	5
<i>Hollusta</i>	1	2	3	4	5
<i>Rekjanleiki (hvaðan varan kemur)</i>	1	2	3	4	5
<i>Að varan sé íslensk</i>	1	2	3	4	5
<i>Lífrænt ræktað</i>	1	2	3	4	5

**14. Ef ódýrara erlent kjöt væri í boði, myndir þú kaupa það frekar en íslenskt kjöt?**

- Já*  
 *Nei*

**a) Ef svarið er nei, hversu miklu meira værir þú tilbúin(n) að greiða fyrir íslenska kjötið?**

- 0% (ekki)*  
 *1% - 5% meira*  
 *6% - 10% meira*  
 *11% - 15% meira*  
 *16% - 20% meira*  
 *25% eða meira*  
 *Veit ekki / Vil ekki svara*

**b) Ef svarið er já, hverjar eru helstu ástæður afstöðu þinnar ?**

---



---



---



---

**15. Telur þú að aðbúnaður húsdýra skipti máli við framleiðslu á kjöti?**

- Já*  
 *Nei*

**a) Ef svarið er já, hversu miklu meira værir þú tilbúin/n að greiða fyrir kjöt sem bæri vottun þess að vera framleitt við samþykktar aðstæður skv. reglugerðum um aðbúnað og velferð dýra ?**

- 0% (ekki)
- 1% - 5% meira
- 6% - 10% meira
- 11% - 15% meira
- 16% - 20% meira
- 25% eða meira
- Veit ekki / Vil ekki svara

**b) Ef svarið er nei, hvers vegna ekki?**

---

---

---

**16. Er það þín skoðun að íslensk kjötvara sé almennt meiri gæðavara en erlend?**

- Já
- Nei

*Annað sem þú vilt láta koma fram:*

---

---

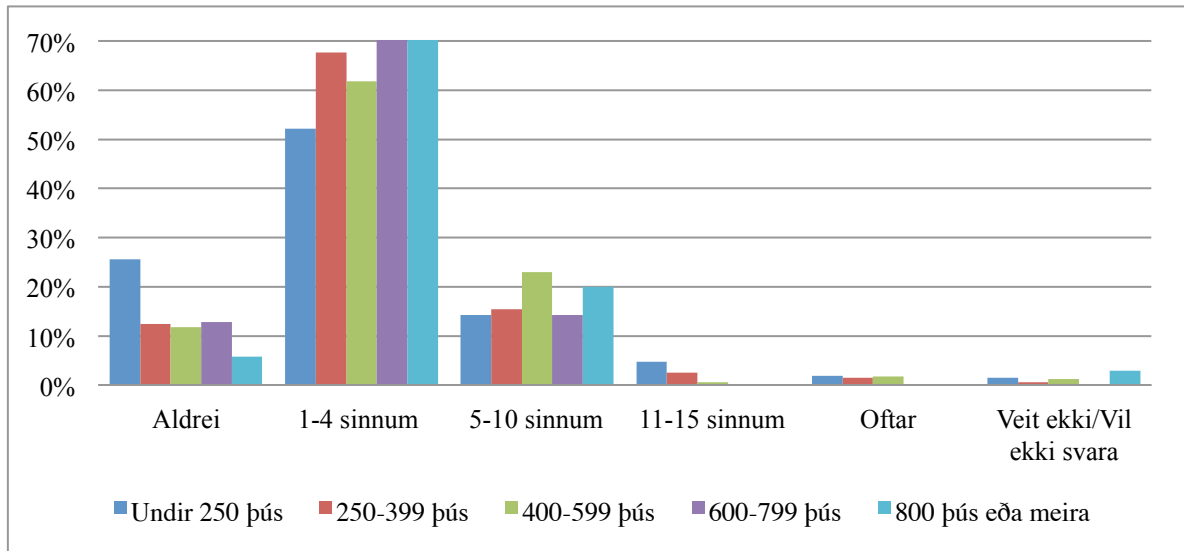
---

---

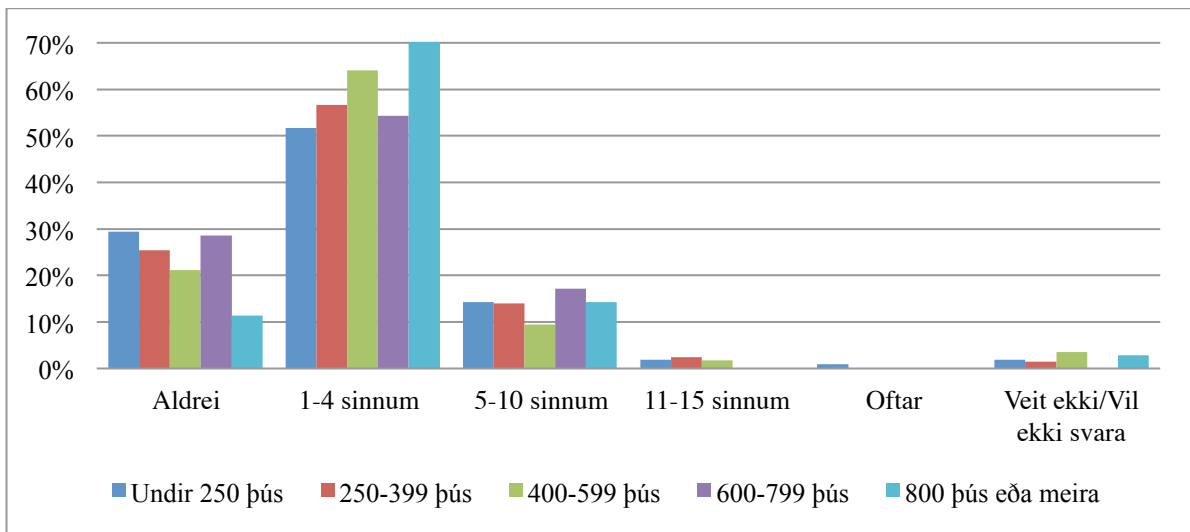
**Að lokum vil ég þakka þér kærlega fyrir þátttökuna.**



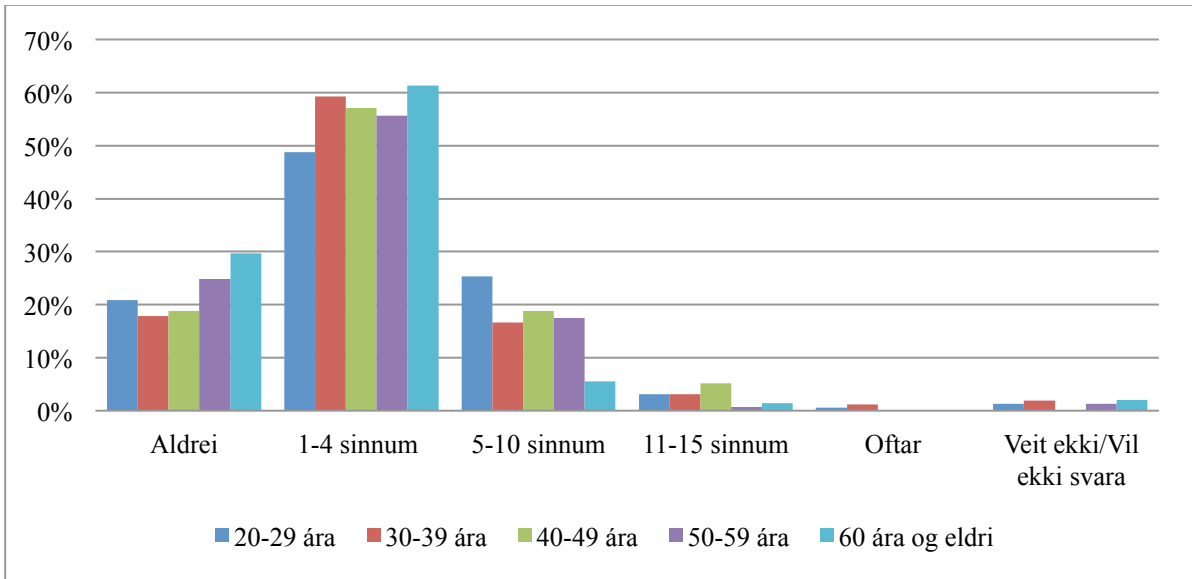
## II. Dæmi um nánari greiningu gagna



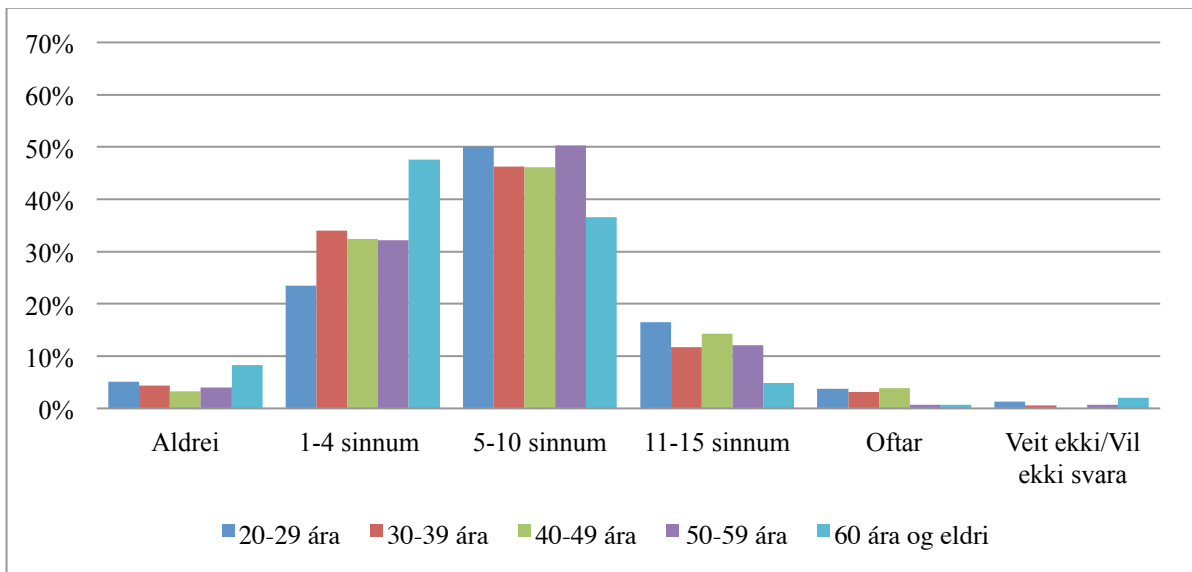
7. mynd - Greint eftir tekjum „Hversu oft í mánuði er lambakjöt í matinn á þínu heimili?“



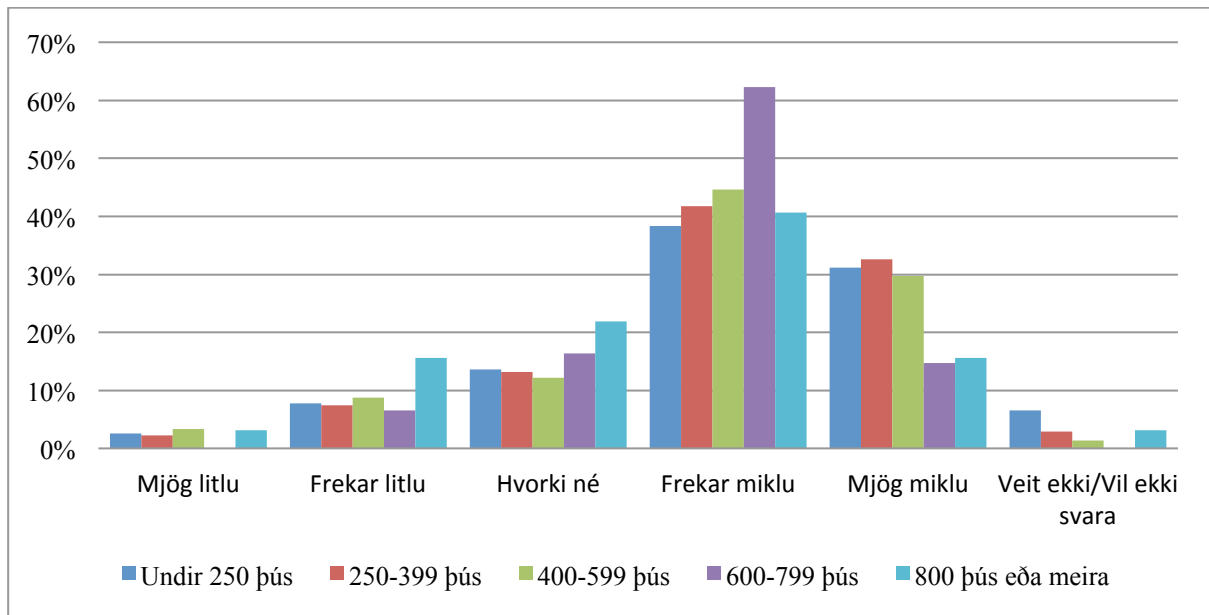
8. mynd - Greint eftir tekjum „Hversu oft í mánuði er svínakjöt í matinn á þínu heimili?“



9. mynd - Greint eftir aldri „Hversu oft í mánuði er nautakjöt í matinn á þínu heimili?“



10. mynd - Greint eftir aldri „Hversu oft í mánuði er kjúklingur í matinn á þínu heimili?“



**11. mynd** - Greint eftir tekjum „Hversu miklu máli skiptir verð þig við innkaup á lambakjöti?“