



Rapport nr. 4-2001

Elin A. Aas

# Distribusjon av fisk i Norge

Marginer og priser på ulike typer fisk  
i ulike distribusjonskanaler

**SIFO**

© SIFO 2001  
Rapport nr. 4 - 2001

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Sandakerveien 24 C, Bygg B  
Postboks 4682 Nydalen  
0405 Oslo  
[www.sifo.no](http://www.sifo.no)

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporten er lagt ut på internett for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

**Rapport nr. 4 – 2001**

---

**Distribusjon av fisk i Norge  
Marginer og priser på ulike typer fisk  
i ulike distribusjonskanaler**

**Elin A. Aas**

---

**2001  
STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING (SIFO)  
Postboks 173, 1325 Lysaker  
Tlf: 67 82 88 00 Fax: 67531948  
Internett.[www.sifo.no](http://www.sifo.no)**



## Forord

I denne rapporten har formålet vært å se på prisstrukturen og distribusjonen av fersk fisk fra fisker og ut til forbrukerne i det norske markedet. Dette er gjort gjennom tre ulike hoveddeler. Det er kartlagt prispåslag i distribusjonskanaler for fisk på nasjonalt og regionalt nivå for landet. For å belyse prispåslagene mer detaljert er det i tillegg gjort en casestudie, der det er kartlagt prispåslag i ulike distribusjonskanaler for fisk i Oslo, Bergen og Tromsø. Videre så er det gjort analyse av kvalitative aspekter vedrørende aktørene i disse distribusjonskanalene.

Dette er SIFOs del av prosjektet 'Fiskens distribusjon – en komparativ studie', som er et samarbeidsprosjekt med Stiftelsen for Samfunns- og næringslivsforskning. Prosjektet er finansiert av Norges forskningsråd, fra område 'Bioproduksjon og foredling' og programmet 'Marked og Samfunn'. Seniorforsker Frode Steen ved Stiftelsen for Samfunns- og næringslivsforskning (SNF) er prosjektleder, og Randi Lavik ved Statens institutt for forbruksforskning er administrativt ansvarlig for prosjektet.

Prisdataene til de nasjonale og regionale prispåslagsstudiene på fisk er fra Statistisk sentralbyrå for priser på detaljnivå, og fra Fiskeridirektoratet for 1. håndspriser på fisk. Professor Frank Asche, ved Stavanger Høyskole, har bidratt med 1. håndspriser på laks fra Norske Sjømatbedrifters Landsforening.

For casestudien av distribusjonskanaler for fisk i Oslo, Bergen og Tromsø, har Konkurransetilsynet i Tromsø, ved regionsjef Hugo Nilsen, og Siv Grønning, ved SNF i Bergen, innhentet hoveddelen av prisdata og kvalitative data (spørreskjemaer) fra henholdsvis Tromsø og Bergen.

Elin Aas har stått for beregningene og analysen av de nasjonale og regionale prispåslagene på fiskevarer. Hun har også gjort forberedelsene til casestudien og hoveddelen av innhentingen av kvantitative og kvalitative data fra aktørene i distribusjonskanalene, samt beregninger og kvantitativ analyse av prispåslagene. Ingrid Kjørstad har bidratt med systematisering av prisdata på 1. håndsomsetning av fisk, samt systematisering av besvarelsene av spørreskjemaene til aktørene i distribusjonskanalene på fisk. Kapittel 6 Skiller fiskebransjen seg fra jordbruksbransjen? er skrevet av Elin Aas i samarbeid med Marit Strand. Sammen- draget er skrevet av Elin Aas i samarbeid med Randi Lavik.

Frode Steen og Frank Asche har bidratt med nyttige innspill i planleggingen og gjennomføringen av prosjektet.

Vi takker Konkurransetilsynet i Tromsø for stor hjelp i kartleggingen av distribusjonskanaler på fisk i Tromsø.

Lysaker, juli 2001

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING



# Innhold

Forord.....	3
Innhold .....	5
Sammendrag.....	7
Summary .....	17
1 Fiskeribransjen .....	29
1.1 Utviklingen innen fiskerinæringen i det 20. århundret.....	29
1.2 Fiskesalgslagene og avtaler om førstehåndspris .....	31
1.3 Viktige fiskeslag .....	32
1.4 Formål og problemstilling.....	35
2 Beregning av prispåslag .....	37
2.1 Svinn .....	39
3 Prispåslag på fisk på nasjonalt og regionalt nivå.....	47
3.1 Metode .....	47
3.1.1 Beregninger av prispåslag på aggregert nivå.....	47
3.1.2 Datakilder .....	47
3.1.3 Metodiske tilnærminger.....	49
3.2 Resultater av prispåslagene på fiskevarer på aggregert nivå.....	51
3.2.1 Sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat (vare 161) .....	51
3.2.2 Sei, fersk, renskåret filet (vare 10).....	53
3.2.3 Torsk med hode og innmat (koketorsk), (vare 1) .....	55
3.2.4 Torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat (vare 160).....	57
3.2.5 Torsk, fersk, renskåret filet (vare 165) .....	59
3.2.6 Torsk, dypfrost filet, pakke (vare 6).....	61
3.2.7 Torsk, panetter, dypfrost, pakke (vare 166).....	63
3.2.8 Laks, 2-3 kg, oppskåret (vare 5).....	65
3.2.9 Reker (90-120 stk. per kg), (vare 174) .....	67
3.3 Prisvariasjoner mellom grupper av varer .....	69
3.4 Oppsummering av nasjonale prispåslag på fisk .....	73
3.5 Priser på fisk i ulike butikk-konsepter.....	75
4 Prispåslag på fersk fisk i Oslo, Bergen og Tromsø – en casestudie .....	79
4.1 Metode casestudien.....	79
4.1.1 Fremgangsmåte ved casestudien .....	79
4.2 Resultater av prispåslag i distribusjonskanaler med utsalg i Oslo, Bergen og Tromsø.....	86
4.2.1 Prispåslagene på reker .....	86
4.2.2 Prispåslagene på sei filet.....	89
4.2.3 Prispåslagene på sløyd torsk uten hode .....	91
4.2.4 Prispåslagene på filetert torsk.....	93
4.2.5 Prispåslagene på sløyd oppdrettslaks med hode.....	95
4.2.6 Prispåslagene på filetert oppdrettslaks.....	97
4.2.7 Oppsummering av prispåslag i casestudien.....	100
5 Strategier og synspunkter fra aktørene i distribusjonskanalene.....	103
5.1 Besvarelsene fra dagligvarekjedene og fiskebutikkene.....	103
5.1.1 Beslutningsprosesser om fersk fisk i butikken .....	103
5.1.2 Grossister.....	105
5.1.3 Omsetning og inntjening .....	106
5.1.4 Hva kundene er opptatt av, og hvordan friste kundene til å kjøpe fisk.....	106

5.2	Besvarelser fra fiskegrossister og fiskeleverandører .....	108
5.2.1	Leverandører .....	108
5.2.2	Kunder .....	109
5.3	Besvarelser fra fiskemottak .....	111
5.3.1	Fiskerne .....	111
5.3.2	Kunder .....	112
5.4	Oppsummering av strategier og synspunkter fra aktørene i casestudien .....	113
6	Skiller fiskeribransjen seg fra jordbruksbransjen? .....	115
7	Forbruk av fisk i dag og i fremtiden .....	123
	Litteratur .....	141
	Vedlegg A – Prispåslag for ferske reker .....	145
	Vedlegg B – Prispåslag for filetert sei .....	147
	Vedlegg C – Prispåslag for sløyd torsk .....	151
	Vedlegg D – Prispåslag for filetert torsk .....	155
	Vedlegg E – Prispåslag for sløyd laks .....	159
	Vedlegg F – Prispåslag for filetert laks .....	163
	Vedlegg G – Nasjonale og regionale prispåslag .....	167
	Vedlegg G.1. Sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat (vare 161) .....	167
	Vedlegg G.2. Sei, fersk, renskåret filet (vare 10) .....	168
	Vedlegg G.3. Torsk med hode og innmat (koketorsk), (vare 1) .....	170
	Vedlegg G.4. Torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat (vare 160) .....	172
	Vedlegg G.5. Torsk, fersk, renskåret filet (vare 165) .....	173
	Vedlegg G.6. Torsk, dypfrost filet, pakke (vare 6) .....	175
	Vedlegg G.7. Torsk, panetter, dypfrost, pakke (vare 166) .....	177
	Vedlegg G.8. Laks, 2-3 kg, oppskåret (vare 5) .....	179
	Vedlegg G.9. Reker (90-120 stk. per kg), (vare 174) .....	180



## Sammendrag

Det er stor tiltro til at fiske og sjømatnæringen vil ha økende betydning for Norge fremover. Fisk og sjømat er en viktig eksportnæring. Hele 90 prosent av all fisk og sjømat som landes og foredles i Norge eksporteres. Men også innenlands ventes et stabilt eller økt forbruk av fisk og sjømat i tiden fremover.

Formålet med denne rapporten er å belyse det innenlandske markedet for fisk og sjømat. Det er svært mange faktorer som har betydning for hvorfor det meste av fisken eksporteres, og hvorfor det er så få butikker med fersk fisk i Norge. I denne rapporten ønsker vi å belyse omsetningsformer og prisstruktur gjennom alle leddene fra fisker/oppdretter og frem til forbruker. Vi vil også kort se på ulikheter i distribusjonskanalene for fisk sammenlignet med distribusjonskanalene for jordbruksvarer som kjøtt og meierivarer. I tillegg vil vi diskutere hvordan både aktørene i fiskebransjen og forbrukerne ser på det innenlandske markedet for fisk.

### Data

Vi har tre typer data, prisregistreringer på nasjonalt og regionalt nivå, en casestudie samt foreliggende litteratur/andre undersøkelser.

1) Den nasjonale/regionale studien består av priser innhentet fra offentlig tilgjengelige kilder. Prisene på detaljnivå er fra Statistisk sentralbyrå, og 1. håndsprisene på fisk er fra Fiskeridirektoratet, med unntak av laks. Professor Frank Asche, Stavanger Høyskole, har bidratt med 1. håndspriser på laks.

De nasjonale og regionale beregningene viser utviklingene i prispåslagene i gjennomsnitt for årene 1989-1999, med noen kortere tidsserier. De regionale studiene deler landet i tre områder som følger skillelinjer i omsetningen av fisk, Nord-Norge, Sør- og Vest-Norge og Østlandet. Casestudiene er allikevel mer detaljerte, og tar med en rekke spesifikke forhold som for eksempel svinn ved filetering.

2) I casestudien har aktører i fiskebransjen fylt ut et spørreskjema, og i tillegg har en del av aktørene blitt intervjuet. Deler av dette er kvalitative data, men her er også kvantitative data som prisregistrering, antall distribusjonskanaler, etc. Denne datainnsamlingen startet oktober 2000. Utvalget består av 12 butikker. Av disse er 5 butikker med fersk fisk i Oslo (1 fiskebutikk og 4 kjedebutikker), 4 butikker med fersk fisk i Bergen (1 fiskebutikk, 3 kjedebutikker) og 3 butikker med fersk fisk i Tromsø (1 fiskebutikk og 2 kjedebutikker).

Utvalget av fersk sjømat i casestudien besto av sei filet, hel torsk (sløyd uten hode), filetert torsk, hel laks (sløyd med hode), filetert laks og ferske reker.

For hver av butikkene i utvalget fulgte vi alle aktørene tilbake til grossist, leverandør og fiskemottak/fisker for reker, sei og torsk, og til oppdretter av laks. Ikke alle butikkene hadde alle fiskeslagene, og i noen tilfeller var det ikke mulig å få kartlagt hele distribusjonskanalen. Det ble til sammen kartlagt 65 distribusjonskanaler for fisk i denne casestudien. Vi var hele tiden åpne for, og forsøkte å fange opp, om det var flere aktører som forsynte et ledd med den varen vi fulgte. 27 aktører besvarte spørreskjemaene av totalt 50 aktører som mottok skjemaet.

Prispåslagene i casestudien reflekterer et øyeblikksbilde av hvordan distribusjonskanalenes prispåslag så ut der og da. Dette kan snu seg veldig raskt. Mange av informantene mener at prisene svinger mye fra dag til dag og at det ikke er uvanlig å ha lave eller negative prispåslag i blant. En slik spesifikk prisundersøkelse på et bestemt tidspunkt vil derfor ikke representere generelle strukturer og prispåslag, slik som de nasjonale og regionale påslagene som er basert på gjennomsnittspriser per år.

3) Foreliggende data/andre undersøkelser blir spesielt referert i underkapittelet som diskuterer fiskebransjen sammenlignet med jordbruksbransjen, samt i det siste kapittelet som diskuterer omsetning av fisk i dag og i fremtiden.

### Beregninger av prispåslag

I beregninger av *kronepåslag* (også kalt *prispåslag* eller *marginer*) finner man differansen mellom utsalgspris og innkjøpspris for hvert ledd i distribusjonskanalen på en spesifikk vare. Differansen mellom utsalgspris og innkjøpspris viser et brutto prispåslag. Vårt formål er å få frem de "rene" prispåslagene som hvert ledd/aktør har lagt på innkjøpsprisen. Vi må da justere bruttopåslaget for hvert ledd med tilskudd og avgifter, samt trekke ut eventuelle rabatter, og det må justeres for svinn ved bearbeiding av produktene.

Prispåslag er *ikke* det samme som profitt eller fortjeneste, da vi ikke har tatt hensyn til hvilke kostnader hvert ledd har. Når man har lengre tidsserier med prispåslagsberegninger kan man se om det har skjedd endringer mellom leddene over tid. Slike endringer i størrelsene på prispåslagene til hvert av leddene kan bety endringer i kostnadsbildet for leddene, eller endringer i styrkeforholdet mellom leddene. For å kunne svare på hva som er årsakene til økte eller reduserte prispåslag, må man studere aktørene og deres kostnader nærmere.

Beregningene av de *nasjonale og regionale* prispåslagene blir noe enklere. På dette aggregerte nivået er beregningene basert på offentlig tilgjengelige prisdata på 1. håndomsetningen og detaljleddet. Av den grunn presenterer vi prispåslag på kun to ledd, fisker/fiskesalgslagsleddet samt av mellomledd og butikkledd samlet. Beregningene er justert for offentlige tilskudd og avgifter. Rabatter og svinn ved filetering er ikke tatt hensyn til i de nasjonale og regionale dataene. Derfor blir fiskers prosentandel av butikkpris underestimert, fordi vi sammenligner en kilo rund fisk hos fisker/oppdretter med en kilo renskåret file i fiskedisken. For å kunne vise hvor stor andel av prisen i fiskedisk som fiskeren/oppdretteren faktisk får, skal vi i casestudiene justere for svinn ved filetering.

Beregningene av kronepåslagene i distribusjonskanalene som er med i *casestudien* baserer seg på opplysninger fra hver enkelt aktør i distribusjonskanalene fra butikkene i Oslo, Bergen og Tromsø, og tilbake til fiskerne. I disse beregningene har vi tatt hensyn til svinn ved filetering i tillegg til å trekke ut rabatter og merverdiavgiften slik som vi gjorde for de nasjonale tallene.

Prispåslagene blir videre benyttet til å beregne *påslagene i prosent av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift*. Vi får da frem hvor mye hvert enkelt ledd har fått i prosent av den prisen som forbrukeren betaler. Spesielt når man skal sammenligne prispåslagene over mange år, slik som er tilfellet for de nasjonale og regionale prispåslagsstudiene, blir dette prosentmålet viktig. Prosentandeler gir et bedre mål på utviklingene til de ulike leddene over tid enn å se på endringer i selve prisen og kronepåslagene. Inflasjon vil påvirke kroneverdien over tid, mens andeler er relative og derfor ikke påvirkes av endringer i pengeverdien. På grunn av mangel på passende inflasjonsmål har vi ikke beregnet realprisene på alle nivåer i omsetningen av fisk.

### Påslag i distribusjonskanaler på nasjonalt og regionalt nivå

For perioden 1989-1999 har vi sett på pris til fisker, pris i butikk (ekskl. mva) og prispåslag til mellom- og butikkledd.

**Tabell 1 Vareutvalg for nasjonale og regionale tidsserier**

Hovedgruppe	Fiskeslag	Fiskebetegnelse
Hvit fisk, fersk	Stor sei	Over 1,5 kg, uten hode og innmat, pr kg, fersk
	Sei filet	Renskåret file, pr kg, fersk
	Koketorsk	Med hode og innmat, fersk
	Stor torsk	Over 1,5 kg, uten hode og innmat, fersk
	Torskefilet	Renskåret file, pr kg, fersk
Bearbeidet/frossen	Torskefilet frossen	Dypfrys pakke, ca 400 g
	Torskepanetter	Dypfrys, pakke ca 400 g
Oppdrett/skalldyr	Laks	2-3 kg oppskåret pr kg, fersk
	Reker	(90-120 stk), pr kg

*Nasjonalt nivå*

Mellom- og butikkledd får en langt større andel av butikkpris på hvit fisk enn på laks og reker. I 1999 fikk mellom- og butikkledd mellom 67 og 85 prosent av butikkpris på dypfrys torskefilet, fersk sei i filet, stor sei, fersk torsk i filet, torskepanetter, koketorsk og stor torsk. På slutten av 90-tallet fikk mellom- og butikkledd 60 prosent av butikkprisen på oppdrettslaks (oppskåret), og over 40 prosent for reker.

**Tabell 2 Prosentandel til mellomledd- og butikkledd varierer over tid – 1989-1999**

Hovedgruppe	Fiskeslag	Prosentandel til mellom- og butikkledd		Kronepåslag til mellom- og butikkledd			Butikkpris ekskl mva			
			1989	1999		1989	1999		1989	1999
Hvit fisk, fersk	Stor sei	Stabilt	80 %	82 %	Økt	25 kr	35 kr	Økt	32 kr	42 kr
	Sei filet	Stabilt	87 %	85 %	Økt	29 kr	37 kr	Økt	34 kr	44 kr
	Koketorsk	Økt	68 %	82 %	Økt	23 kr	45 kr	Økt	34 kr	55 kr
	Stor torsk	Stabilt	67 %	65 %	Økt	27 kr	35 kr	Økt	41 kr	54 kr
	Torskefilet	Redusert	81 %	76 %	Økt	39 kr	52 kr	Økt	48 kr	68 kr
Bearbeidet/ Frossen	Torskefilet frossen	Redusert	87 %	77 %	Stabilt	23 kr	22 kr	Stabilt	27 kr	28 kr
	Torskepanetter	Redusert	86 %	69 %	Redusert	21 kr	14 kr	Redusert	25 kr	20 kr
Oppdrett/ skalldyr	Laks, fersk	Økt	42 %	60 %	Økt	25 kr	36 kr	Stabilt	60 kr	61 kr
	Reker	Stabilt	44 %	42 %	Stabilt	21 kr	24 kr	Økt	48 kr	58 kr

(Kroneverdien er nominell). Dataene på stor sei og stor torsk er for perioden 1995-1999, og dataene på laks er for perioden 1992-1998.

Denne tabellen viser prosentandel og kronepåslag til mellom- og butikkledd. Prosentandel og kronepåslag til fisker/fiskeoppdretter vises da indirekte, som resterende andel summert til 100 prosent. For de fleste ferske hvitfiskslagene har prosentandel til mellom- og butikk vært stabil på 90-tallet, mens prispåslagene har økt og butikkprisen har økt. Fisker har fått en økning i kronepåslaget. Unntaket er koketorsk der prosentandel til mellom- og butikkledd har økt, sammen med prispåslag og butikkpris. For dette fiskeslaget har fisker i denne perioden fått et litt mindre kronepåslag.

For de to bearbejdede frosne fiskeslagene, frossen torskefilet og torskepanetter, har prosentandelen til mellom- og butikkledd gått ned. For den frosne torskefileen har både kronepåslag til mellom- og butikkledd, og butikkpris vært stabil, mens fiskers kronepåslag har økt. For torskepanettene har både kronepåslaget til mellom- og butikkledd og butikkpris gått ned, mens kronepåslaget til fisker har økt. Fisker får den samme pris for torsken uavhengig av hvordan fisken bearbejdes senere.

For laks har prosentandel til mellom- og butikkledd økt, kronepåslag til mellom- og butikkledd har økt, mens butikkprisen har vært stabil i perioden 1992-1999. Fiskers kronepåslag har gått

ned. Legg merke til at i noen tilfeller kan kostnaden ved filetering ligge i prisen fra oppdretter, og dette har nok bidratt noe til den høyere andelen på dette leddet for laks.

For reker har prosentandel til mellom- og butikkledd vært stabil, kronepåslaget til mellom- og butikkledd har vært stabil, mens butikkpris har økt. Kronepåslaget til fisker har økt.

#### *Regionalt nivå*

Butikkpris på følgende fiskeslag er lavere i Nord-Norge enn resten av landet; Fersk sei filet, stor sei, koketorsk, stor torsk, fersk torskefilet og laks. For en del fiskeslag var prisen pr kilo 20 kroner lavere i Nord-Norge enn andre regioner. I 1999 var også reker 20 kroner billigere i Nord-Norge enn på Sør- og Vestlandet .

Både hvitfisk og laks er altså gjennomgående billigere i butikken i Nord, og har hatt en gjennomgående mindre prisstigning enn resten av landet. Mulige forklaringer kan være konkurransemessige forhold som tilgang til alternative distribusjonskanaler i Nord i form av privat fiske.

Alt i alt viser disse resultatene at pris på fersk fisk er gjennomgående lavere i Nord-Norge enn i de andre regionene, pluss at prisøkningen har vært mindre der. For reker har imidlertid prisene variert ganske mye, både over tid og mellom regioner. I Nord-Norge har prisen på hvitfisk økt, mens prisen på laks har gått ned.

På slutten av 80-tallet var butikkprisen på bearbeidet fisk som torsk dypfrost og torskepanetter lavere i Nord-Norge enn i de andre regionene, men på slutten av 90-tallet er prisen over hele landet ganske lik. Dette skyldes trolig at frosne/bearbeidede fiskevarer nå distribueres av dagligvarekjedene selv, og på disse varene har kjedene en sentralisert prisstrategi, med noenlunde like pris innenfor et kjedekonsept over hele landet.

Svinn er ikke beregnet på de nasjonale og regionale aggregerte dataene, slik at mellom- og butikkleddets andel blir overestimert på fileterte og bearbeidede fiskevarer. Svinn ved bearbeiding er nærmere behandlet i casestudien.

#### **Påslag i distribusjonskanaler fra casestudien**

**Tabell 3 Prissammenligning detaljist – høst 2000 –ekskl. mva., og inkl. mva. i parentes**

	Oslo	Bergen	Tromsø
Ferske reker	Kr 109 (Kr 134)	Kr 101 (Kr 124)	Kr 62 (Kr 76)
Sei filet	Kr 48 (Kr 59)	Kr 50 (Kr 62)	Kr 49 (Kr 60)
Hel torsk	Kr 60 (Kr 74)	Kr 69 (Kr 85)	Kr 42 (Kr 52)
Filetert torsk	Kr 88 (Kr 108)	Kr 80 (Kr 98)	Kr 73 (Kr 90)
Hel laks	Kr 62 (Kr 76)	Kr 65 (Kr 80)	Kr 57 (Kr 70)
Filetert laks	Kr 101 (Kr 124)	Kr 80 (Kr 98)	Kr 81 (Kr 97)

Gjennomsnittlige butikkpriser ekskl. merverdiavgift for Oslo, Bergen og Tromsø.

Prisene på fisken lå gjennomgående lavest i Tromsø. Det varierte om det var Oslo eller Bergen som var gjennomsnittlig dyrest. Disse tendensene, med unntak av sei, samsvarer noenlunde med resultatene fra de regionale dataene fra 1999; torsk, laks og reker er gjennomgående billigere i Nord-Norge enn i de andre landsdelene. Noen ganger er det forskjeller på mer enn 20 kroner kiloen for fisk og opptil 50 kroner kiloen for reker ekskl. merverdiavgift.

Prisene i de ulike kjedebutikkene og fiskebutikkene varierte en god del, og i noen av butikkene var det tilbud på noen av produktene. Høyeste pris var aldri å registrere i Tromsø, men vekselvis i Oslo og Bergen. Det var ingen systematikk i at pris i fiskebutikkene var høyere enn i kjedebutikkene. Det var fiskebutikken i Tromsø som i flere tilfeller var billigst. Det mest iøynefallende er de store prisvariasjoner mellom butikkene for samme fiskeslag.

**Tabell 4 Laveste og høyeste detaljpris eksklusive merverdiavgift (fersk fisk)**

	Laveste pris	Høyeste pris	Prosent høyere pris (prisvariasjon i prs mellom laveste og høyeste)
Reker	Kr 64 (F Tromsø)	Kr 121 (K Oslo)	89%
Sei file	Kr 32 (K Oslo)	Kr 63 (F Oslo)	97%
Sløyd torsk uten hode	Kr 39 (F Tromsø)	Kr 81 (K Bergen)	108%
Torsk filet	Kr 66 (F Tromsø)	Kr 97 (K Oslo)	47%
Oppdrettslaks, sløyd med hode	Kr 37 (K Oslo)	Kr 89 (K Bergen)	141%
Oppdrettslaks filet	Kr 65 (K Bergen)	Kr 120 (F Oslo)	85%
Gjennomsnitt			95%

F= fiskebutikk, K = kjedebutikk

#### *Antall ledd i distribusjonskanalene, og hvor fisken kom fra*

Vi fant at for alle seks fiskevarene som ble solgt i de undersøkte butikkene i Oslo var det mellom 4 og 5 ledd i distribusjonskanalene. Både torsken, seien, laksen og rekene kom i disse tilfellene fra helt andre kanter av landet, nærmere bestemt fra Sør-, Vest-, og Nord-Norge.

For alle fiskevarene som ble solgt i Bergen var det 3-4 ledd i distribusjonskanalene i vårt utvalg. Her kom mye av fiskevarene fra det lokale fiskesalgslaget, Vest-Norges Fiskesalgslag, men i de fleste tilfellene kom det meste av torsken og seien fra Norges Råfisklags distrikt.

Innen vårt utvalg var det distribusjonskanalene med utsalg i Tromsø som hadde færrest ledd. Det var kun 2-3 ledd i kanalene for alle fiskevarene, med unntak av sei fileten der det faktisk var 5 ledd i to av distribusjonskanalene. Her kom all fisken fra Norges Råfisklags distrikt.

Det er ikke noe systematikk i at antall ledd påvirker butikkprisen, men generelt kan man likevel antyde en viss sammenheng ettersom fisken er billigere i Nord, og her er også antall ledd færre.

#### *Prispåslag i prosent av butikkpris*

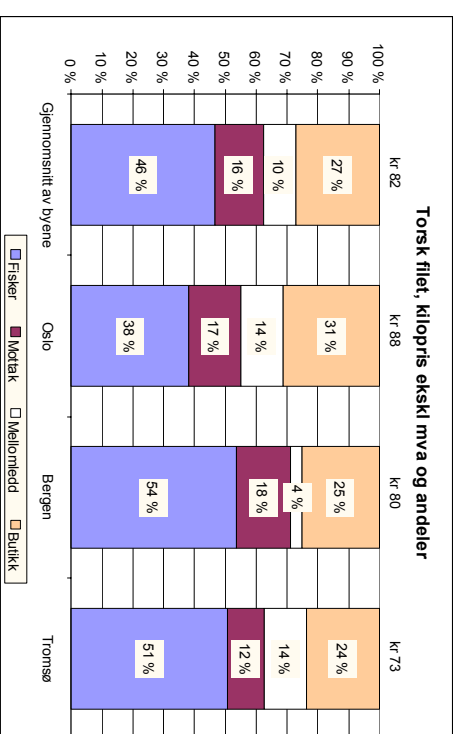
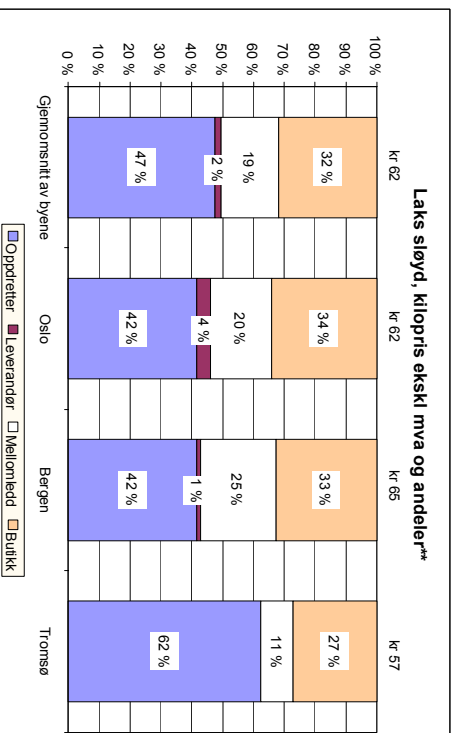
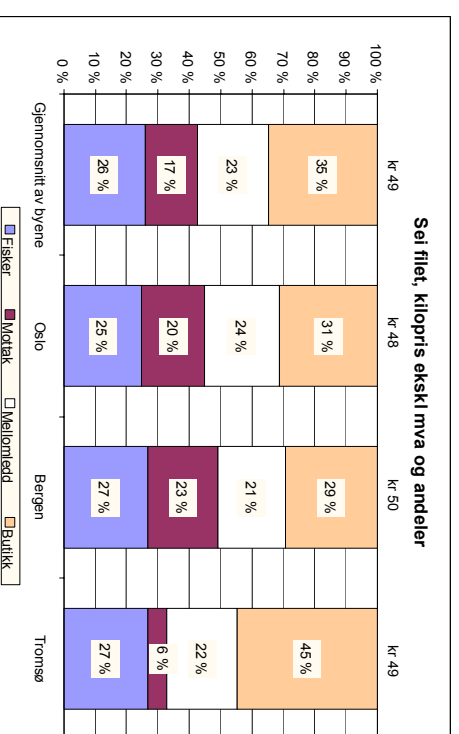
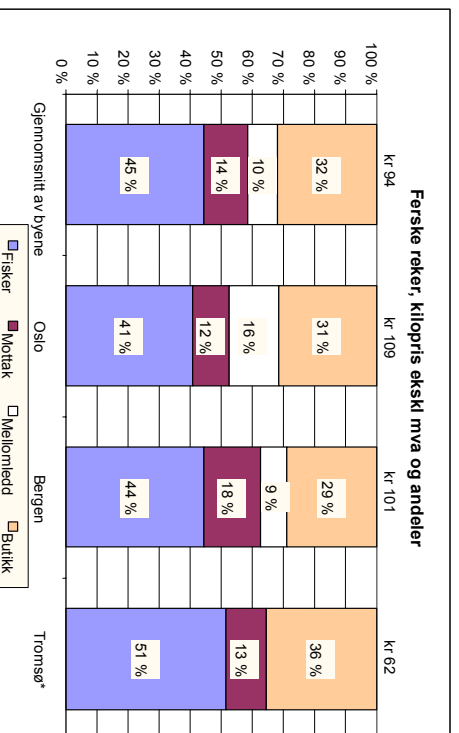
Vi har sett på hvor mye de ulike leddene i hver av distribusjonskanalene har fått i prosent av sluttprisen som forbrukerne betaler. For alle fiskevarene, med unntak av sei fileten, var det *fiskerleddet* som fikk de største andelene av butikkprisen (eksklusiv merverdiavgift). Størrelsen på prosentandelene til fisker varierte mellom 35-56 prosent, i gjennomsnitt for alle distribusjonskanalene i utvalget. Det var for varene reker, sløyd laks, filetert laks og sløyd torsk at fisker og oppdretter fikk de høyeste andelene av butikkprisen, med 45-56%. Siden vi har justert fiskerens og oppdretterens prispåslag for å fange opp svinn ved filetering, ser vi at fisker og oppdretter får en langt høyere prosentandel i casestudien enn i de nasjonale og regionale studiene. Dette gir et mer reelt bilde av aktørenes prispåslag i distribusjonskanalen.

Dernest var det *butikkene* som i gjennomsnitt fikk de nest største andelene av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, fra 27-35 prosent for de ulike fiskevarene i gjennomsnitt for hele utvalget. Videre varierte det en del mellom de ulike fiskevarianter, og mellom de tre byene, den videre rangeringen av andelene til fiskemottak og grossist.

For sei fileten var det, i motsetning til de andre fiskevarene, butikkleddet som i gjennomsnitt fikk størst andeler av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, med 35 prosent, og fisker/fiskesalgslagsleddet fikk 26 prosent, i gjennomsnitt for hele utvalget.

I tabell I under vises resultatene for 4 produkter. Det er kun fisk solgt gjennom dagligvarekjedene som er med i denne figuren, fiskebutikkene er utelatt for å gi en mer sammenlignbar presentasjon.

**Figur 1 Butikkpris pr kilo ekskl. mva og aktørenes andeler for reker, sei, torsk og laks**



\* I Tromsø kjøpte butikkene reker rett fra mottak

\*\* De fleste mellomleidd kjøpte laks rett fra oppdretter

### *Filetering*

Det er gjennomgående forskjeller mellom fiskebutikkene og dagligvarekjedene hvilke ledd i distribusjonskanalene som har utført fileteringen av sei, torsk og laks. For sei filet har de tre fiskebutikkene filetert selv, mens fiskemottaksleddet hadde filetert seien som ble solgt i dagligvarebutikkene. To av tre fiskebutikker har filetert torsken selv, mens den fileterte torsken i de andre butikkene i utvalget var filetert enten av grossistledd (gjelder kun i Bergen) eller av fiskemottaksledd. Alle fiskebutikkene og en av dagligvarebutikkene hadde filetert laksen selv. Den fileterte laksen i resten av butikkene var filetert av enten grossistleddet, leverandørleddet eller oppdretter. Prispåslagene (justert for svinn) i kroner og prosent til aktørene som utførte filetering varierte svært mye.

Prosentandelen til fisker og til butikk i casestudien er derfor svært forskjellig fra de nasjonale og regionale dataene. Når vi tar hensyn til svinn, blir fiskers prosentandel av butikkpris mye høyere og prosentandelen til butikk mye lavere.

### **Presentasjon av aktørene i distribusjonen av fersk fisk i casestudien**

I distribusjonskanalene i casestudien ble det delt ut spørreskjema til aktørene på butikkledet, grossistleddet, leverandørleddet<sup>1</sup> og fiskemottaksleddet. Til sammen elleve butikker fra Oslo, Bergen og Tromsø (tre fiskebutikker (en fra hver by) og resten kjedebutikker) besvarte spørreskjemaet.

### *Butikkene*

Rundt halvparten av de ansvarlige for fersk fisk i butikkene var kokker eller hadde liknende utdannelse. I fiskebutikkene var det butikksjefen som bestemte utvalget og hvilke leverandører/ grossister som de skulle bruke. I kjedebutikkene var det som oftest den ansvarlige for fersk fisk som bestemte dette. På spørsmål om hva som bestemmer det daglige utvalget av fersk fisk, svarte de fleste butikkene at det ble hovedsakelig bestemt ut fra kundenes ønsker, samt av hva grossisten kan tilby fra dag til dag.

I valg av grossister betyr det mest for butikkene at grossistene har fisk av høy kvalitet, og videre at grossistene er pålitelige med å levere til avtale. De fleste butikkene hadde kun én eller et fåtall faste grossister, og de fleste hadde benyttet samme faste grossist i mange år. Dette viser svært stabile og langvarige forhold i leveransene av fisk til butikkene, og at butikkene foretrekker å ha svært få/en fast leverandør av fisk.

De ansvarlige for fersk fisk i butikkene mente at de typiske kundene var først og fremst opptatt av kvalitet, videre av bredt utvalg, og etter dette lave priser. Butikkene satset sterkest på å ha fisk av høy kvalitet, og videre å yte god service for å selge fisk. Derimot ble det i liten grad satset på lave priser. Et flertall av butikkene mente at bedre service ville føre til økt omsetning fremover, og man mente også at omsetningen ville øke hvis butikkene reduserte prisene på fersk fisk. Omsetningen av fersk fisk i butikkene i utvalget har økt de siste fem årene, noen mer enn andre. Flere butikker hadde forventninger om at omsetningen vil øke fremover.

### *Grossister og leverandører*

Det var til sammen åtte grossister og tre leverandører som besvarte spørreskjemaet. Disse blir presentert samlet fordi spørreskjemaene var likelydende.

Leverandørene kjøpte hovedsakelig fisk fra fiskemottak, og også noen ganger fra andre leverandører. Grossister kjøpte enten direkte fra mottak eller fra leverandør, men i noen tilfeller også fra andre grossister. Grossistene og leverandørene kjøpte fisk fra mange aktører, ofte rundt 50 stykker (i løpet av siste året). I valg av hvilke aktører de skulle kjøpe av, vurderte grossistene og leverandørene at kvalitet og ferskhet var viktigst, og videre var pris av høy betydning. Grossistene og leverandørene har langvarige relasjoner til sine faste leverandører, og hadde ofte hatt de samme leverandørene i 20 år. Grossistene og leverandørene kjøpte fisk av de faste leverandørene som oftest daglig/flere ganger i uken. Dette indikerer at til tross for at grossistene og leverandørene har mange ulike aktører som de kjøper fisk av, har de også noen faste leverandører som de har svært stabile og langvarige relasjoner til.

---

<sup>1</sup> Med leverandørledd menes her leddet mellom fiskemottak og fiskegrossist.

De aller fleste grossistene og leverandørene svarte at de solgte fisk til alle som ønsket å kjøpe til den prisen de hadde satt, og/eller at de solgte til kunder som de hadde muntlige avtaler med. Nesten like mange av grossistene og leverandørene solgte til kunder som de hadde skriftlige avtaler med, og like viktig var det i valg av kunder at de hadde god personlig kontakt. Halvparten av grossistene og leverandørene mente at geografisk nærhet var viktig i valg av kunder, for å slippe lang transport.

De fleste grossistene hadde rundt 100 kunder (norske, fast i året), mens leverandørene hadde færre (som oftest 20-35 faste norske kunder). Det er vanlig at grossistene og leverandørene har hatt lange relasjoner til sine faste kunder, ofte har de hatt samme faste kundene i 5-20 år. De faste kundene får leveranser som oftest daglig, og holder som oftest til i samme by som grossisten/leverandøren. Dette indikerer svært stabile og langvarige relasjoner mellom grossistene/leverandørene og deres faste kunder, til tross for at grossistene/leverandørene også har mange andre kunder i løpet av året.

Utsalgsprisen er som oftest avtalt med kunden på forhånd. Det var videre omtrent like vanlig at grossistene og leverandørene holdt en jevn utsalgspris uavhengig av fluktuerende innkjøpspris, og at grossistene og leverandørene benyttet fast sats for påslag på innkjøpsprisen. Grossistene og leverandørene mener at det er innkjøpsprisen som er viktigst i bestemmelsen av deres utsalgspris, og kvaliteten er nest viktigst.

#### *Fiskemottak*

De seks fiskemottakene som besvarte skjemaene, kjøpte som oftest torsk og sei fra kystfiskere. De fleste av disse fiskemottakene gjorde arbeidsoppgaver som filetering, å pakke om fisken, og å merke kasser.

Fiskemottakene syntes det var viktigst med kvalitet på fisken, samt langvarig og personlig kontakt med fiskere i valg av hvilke fiskere de kjøpte fisk av. Dernest kom pris inn i bildet. I bestemmelsen av pris til fisker mente fiskemottakene at etterspørselen etter fisk hadde mest betydning, dernest kvaliteten.

Når fiskemottakene skulle velge hvilke kunder de skulle selge til, så betydde gode og stabile relasjoner til kundene svært mye, dernest valgte de kunder som betalte mest. Det var svært få som hadde inngått kontrakter med grossister eller dagligvarekjeder om fast levering av fisk/reker. Fiskemottakenes utsalgspriser ble først og fremst bestemt av innkjøpsprisen på fisken, og av kvaliteten på fisken.

#### **Casestudien – en sammenfatning**

Vi ser at antall ledd variere mye mellom distribusjonskanalene i utvalget, fra kun tre ledd til fem ledd. Påslagene til de enkelte ledd viser også store variasjoner. Prisene på fisken lå gjennomgående lavest i Tromsø. Det varierte om det var Oslo eller Bergen som var gjennomsnittlig dyrest.

Både fiskemottakene, leverandørene og grossistene kjøper av svært mange aktører og selger til mange kunder i løpet av et år. Butikkene følger videre med i utviklingen i prisene hos mange grossister, for å sammenligne med prisene til de(n) grossisten(e) de som oftest benytter. På et overordnet nivå virker derfor omsetningskanalene på fisk svært kaotiske, og at det er svært mange og små aktører involvert i distribusjon av fersk fisk i Norge. Når vi undersøker distribusjonskanalene nærmere kommer det allikevel frem en langt klarere stabilitet. De aller fleste fiskemottakene, leverandørene, grossistene og butikkene foretrekker å holde seg til et fåtall faste kunder og leverandører. Personlige relasjoner er viktige, og det skal ofte mye til (med hensyn til prisforskjeller, kvalitetsavvik eller mangel på leveranser) før aktørene bryter med sine faste relasjoner. Forholdet mellom detaljist og grossist er preget av langvarige relasjoner med varierende grad av kontraktsfesting. Dette indikerer at konkurransen i markedet på fersk fisk muligens ikke er så skarp som antallet aktører skulle tilsi.



## Fisk sammenlignet med meieri- og kjøttvarer

Vi har sammenlignet resultatene for fisk med resultatene for meierivarer og kjøttvarer (Aas og Strand 2000, Strand og Aas 2001). Eksportnæringen fiskeri og fiskeoppdrett har det norske markedet som bimerket, mens jordbruk har det norske markedet som hovedmarked. Reguleringen av de to næringene er også forskjellig, og betydelige forskjeller mellom resultatene er å vente. Resultatene for meieri- og kjøttvarene presenteres for varegruppen som helhet, og er dermed ikke direkte sammenlignbare med resultatene for enkeltvarene på fisk. På grunn av beregningsmetoder og plassering av arbeidsoppgaver i distribusjonskanalen valgte vi fersk filet av torsk og sei fra fiskedisk i dagligvarebutikker i Oslo. Tabellen viser hvordan andelen til fisker og bonde lå på et ganske likt nivå. De andre dataene viste at fiskerens andel var høyere i Bergen og Tromsø enn i Oslo. Vi fant at andelen til detaljist var betydelig lavere for meieri- og kjøttvarer enn for varer av fisk. Fiskedisk er en arbeidsintensiv omsetningsform og fersk fisk har høyt svinn. Meieri- og kjøttvarene omsettes i langt større grad ferdigpakket i selvbetjente hyller med lengre holdbarhet og mindre svinn. Som ventet var da også butikkens andel lavere for meieri- og kjøttvarene enn for fiskevarene.

**Tabell 5 Prosentandeler for torsk og sei, og for kjøtt- og meierivarer**

	<i>Fisker/Bonde</i>	<i>Mellomledd</i>	<i>Butikk</i>
Torsk, filet*	37,4 %	32,0 %	30,6 %
Sei, filet*	27,4 %	45,1 %	27,6 %
Kjøtt**	35,7 %	45,0 %	19,3 %
Meieri**	44,2 %	43,3 %	12,5 %

\* Tallene er for Oslo. For torsk er fiskers andel høyere og butikkens lavere i Bergen og Tromsø, for sei er andelen svært jevne.

\*\* Nasjonale tall for varegruppen samlet, 1999.

De nasjonale tallene for fisk er beregnet på en annen måte en jordbrukstallene. Vi kan derfor bare sammenligne utviklingen i trenden over tid. Bondens andel falt med ca 5 prosentpoeng fra 1989 til 1999 for både meierivarene og for kjøttvarene. Prosentandelen til fisker/oppdretter har hatt en varierende utvikling for våre varer på nasjonalt nivå. Resultatene viste at for frosen torskfilet og frosne torskpanetter har andel til fisker steget. For den ferske fisken er bildet mer blandet. Prosentandelen til fisker for sei filet er uendret, mens den samme andelen til koketorsk og oppskåret laks faller. Prosentandelen til fisker for fersk torskfilet stiger markert med 5 prosentpoeng. For reker var det også en økning i prosentandel til fisker på slutten av 90-tallet. Vi ser at det entydige bildet for jordbruksprodukter og bønner er forskjellig fra det mangfoldige bildet av endringer for fisk og fisker/oppdretter.

## Forbruk av fisk

Forbruket av fisk har holdt seg stabilt de siste tiårene, men er langt under forbruket av kjøtt. Det er ønske om variasjon og dårlig tilgjengelighet av fersk fisk som er hovedbegrunnelsen for hvorfor ikke folk spiser mer fisk. En del forbrukere mener også at fisk er for dyrt sammenlignet med annen mat. Mye tyder på at forbruket av fisk kan bli langt høyere enn det er i dag, vel å merke hvis bransjen tar i et krafttak. Fisk er en lett bedervelig vare som krever uavbrutt kjølekjede og hurtig distribusjon. Dette er i mange tilfeller ikke tilfredsstillende i dag, og her må alle aktørene i distribusjonskanalen på fisk bli flinkere til å ivareta fiskens kvalitet. Videre må bransjen tilrettelegge for god tilgjengelighet av fisk i for eksempel praktiske porsjonspakninger til en overkommelig pris. Kanskje relanseringen av atmosfærepakket fisk vil være svar på forbrukernes ønsker om lettvinde porsjonspakker, men det er klart at prisen er av stor betydning for om dette vil lykkes. Bransjen må samtidig satse mer på informasjon om tilberedning av fisk ovenfor forbrukerne, ikke minst i å variere retter med fisk. Klarer distribusjonskanalen på fisk å ivareta både kvalitet, tilgjengelighet, opplæring av forbrukerne i tilberedning av fisk, og samtidig holde prisene nede, så vil forbruket mest sannsynlig øke i tiårene som kommer.

### **Videre utvikling**

Omsetningen av fersk fisk i Norge er fortsatt preget av å stå litt utenfor den generelle utviklingen i det kjedestyrte dagligvaremarkedet. Det er mange og små aktører, kunderelasjoner er ofte langvarige men ikke nødvendigvis kontraktsfestet, priser varierer fortsatt en del i løpet av kort tid og det er forskjellige priser i forskjellige deler av landet. De daglige innkjøpsbeslutningene tas fortsatt av hver enkelt fiskediskansvarlig. Dette står i skarp kontrast til det nærmest karikerte bildet av den sentralstyrte detaljistkjeden med eksakt likt utvalg og priser over hele landet. Virkelighetens detaljistkjeder er langt mer variert enn karikaturen, og omsetningen av fisk er kanskje ekstremeksemplet. Det er mye oppmerksomhet rundt hvor mye bonden får av prisen i butikk, men mindre diskusjoner rundt leddene i fiskeribransjen. Våre resultater viser at for noen varer får fiskeren i dag en større prosentandel av prisen i butikk enn før, for andre varer er det ingen endring eller en nedgang. Realprisene på fisk viste en viss nedgang på 90-tallet, men har hatt stigende realpriser de senere årene. Det er også endringer i forbruket. Det kan bli interessant å følge med på endringene i både omsetningsformene, prisene og ikke minst fordelingen av inntektene i verdikjeden fra fisker/oppdretter til og med detaljist.

## Summary

There is a general belief in Norway that the fish and seafood industry will have an increasing importance for the economy in the future. As much as 90 % of all fish and seafood that is landed and processed in Norway is exported. However, stable or increased consumption of fish and seafood is also expected on the domestic market in the future.

The aim of this report is to highlight the minor domestic market for fish and seafood. Many factors are significant when it comes to answering the question as to why most of the fish is exported, and why so few retailers in Norway sell fresh fish. In this report, we want to highlight the distribution channels and price structure through all the links from the fishermen/fish farmers to the consumer. We will also briefly examine the differences between distribution channels for fish compared with the distribution channels for farming products such as meat and dairy products. In addition, we will discuss how both the operators in the fish industry and the consumer's view of the domestic market for fish.

### Data

We have three types of data, price registrations on the national and the regional level, a case study and lastly existing literature/other surveys.

1) The national/regional study consists of prices collected from publicly accessible sources. The prices on the retail level are from Statistisk Sentralbyrå [Statistics Norway], and the first hand prices on fish are from Fiskeridirektoratet [The Directorate of Fisheries], with the exception of salmon. Professor Frank Asche, Stavanger College, has contributed with first hand prices on salmon.

The national and regional estimates show the development in the average mark-ups in the years 1989-1999, with some shorter time series. The regional studies divide the country into three areas following divisions in the turnover of fish, Northern Norway, Southern and Western Norway and the East. The case studies are more detailed and include a number of specific conditions such as wastage in connection with filleting.

2) In the case study, operators in the fish industry have filled in a questionnaire, and some have also been interviewed. Parts of this are qualitative data, but quantitative data such as price registration, number of distribution channels etc. have also been used. This data collection started in October 2000. The sample consists of 12 retailers. 5 of these are retailers in Oslo selling fresh fish (1 fishmonger and 4 chain stores), 4 retailers in Bergen selling fresh fish (1 fishmonger, 3 chain stores) and 3 retailers in Tromsø selling fresh fish (1 fishmonger and 2 chain stores).

The selection of fresh seafood in the case study consisted of saith (coalfish) fillets, whole cod (gutted, without head), filleted cod, whole salmon (gutted, with head), filleted salmon and fresh prawns.

For each of the retailers in the selection, we monitored all the operators back to wholesaler, supplier and first hand buyer and fishermen for prawns, saithe and cod, and to the fish farmers in regard to salmon. Not all the retailers had all the types of fish, and in some instances it was not possible to map the whole distribution channel. In total, we mapped 65 distribution

channels for fish in this case study. Out of a total of 50 operators who received the questionnaire, 27 filled it in.

The mark-ups in the case study reflect a snapshot of the distribution channels mark-ups at a single point in time. This can change very quickly. Several of the informants reported that the prices vary from day to day and that it is not unusual to sometimes have low or negative mark-ups. Such a specific price survey over a given time period will therefore not represent general structures and mark-ups, such as the national and regional mark-ups based on average price per year.

3) Available data/other surveys are referred to particularly in the subchapter discussing the fish industry compared with the farming industry, and in the last chapter discussing the turnover of fish today and in the future.

### Estimates of mark-ups

When estimating Norwegian kroner *mark-ups* (also called *mark-ups* or *margins*), one finds the difference between retail price and purchase price for every link in the distribution channel for a particular item of goods. The difference between retail price and purchase price shows a gross mark-up. Our objective is to show the 'pure' mark-ups that each link/operator has added to the purchase price, that is the net prices. We will then have to adjust the gross mark-up for each link for subsidies and taxes, in addition subtracting any discounts and adjusting for wastage in connection with processing of the products.

Mark-ups are *not* the same as profit or earnings as we have not taken into consideration the costs each link has. When considering longer time series with mark-up estimates, one can see whether there have been changes between the links over time. Such changes in the size of the mark-ups at each link may constitute changes to the cost picture for the links, or changes in the power relations between the links. To be able to say what the reasons for increased or reduced mark-ups are, one has to study the operators and their costs more thoroughly.

The estimates of the *national* and *regional* mark-ups are somewhat simpler. On the aggregated level, the estimates are based on publicly accessible price data for the first hand turnover and the retailer link. This is why we present mark-ups on only two levels: the fishermen/fish sales organisation link and the intermediary and retail links together. The estimates are adjusted for subsidies and taxes. Discounts and wastage in connection with filleting is not taken into consideration in the national and regional data. The fishermen's percentage of the retail price is therefore underestimated because we compare a kilo of round fish at the fishermen/fish farmers with a kilo of cut fillet in the fish counter. To be able to show how large a share of the price on the fish counter actually goes to the fishermen/farmers, we will adjust for wastage in connection with filleting in the case studies.

The estimates of Norwegian kroner mark-ups in the distribution channels included in the *case study* are based on information given by each operator in the distribution channel from the retailers in Oslo, Bergen and Tromsø, and back through to the fishermen. In these estimates, we have taken wastage in connection with filleting into consideration, in addition to subtracting discounts and VAT as we did in regard to the national figures.

The (adjusted gross) mark-ups are used to estimate the *mark-ups as a percentage of retail prices, VAT excluded*. This then shows how much each link has gained in percent of the price paid by the consumer. This is important, particularly when comparing the mark-ups for several years such as is the case for the national and regional mark-up studies. Percentages provide a better measurement for the development of the various links over time than looking at the changes in the price itself and the Norwegian kroner mark-ups. Inflation will influence the currency value over time, while percentages are relative and are therefore not influenced by changes in the value of money. Because of a lack of appropriate inflation measurements on all levels, we have not estimated the real prices in the distribution channels for fish.

### Mark-ups in the distribution channels on national and regional level

For the period 1989-1999, we have examined prices paid to the fishermen, prices at the retail level (VAT excluded) and mark-ups to the intermediary and retail links.

**Table 1 Selection of merchandise for national and regional time series**

Main group	Type of fish	Description of fish
White fish, fresh	Large saithe	Over 1.5 kg, without head and entrails, per kg, fresh
	Saithe fillet	Clean-cut fillet, per kg, fresh
	Whole Cod	With head and entrails, fresh
	Large cod	Over 1.5 kg, without head and entrails, fresh
	Cod fillet	Clean-cut fillet, per kg, fresh
Processed/ frozen	Cod fillet, frozen	Frozen, package, approx. 400 g
	Breaded cod fillets	Frozen, package approx. 400 g
Farmed/shellfish	Salmon	2-3 kg sliced per kg, fresh
	Prawns	(90-120 pieces), per kg

#### National level

The intermediary and retail links gain a larger share of the retail price of white fish than of salmon and prawns. In 1999, the intermediary and retail links received between 67 and 85 percent of the retail price for frozen cod fillets, fresh saithe fillets, large saithe, fresh cod fillets, breaded cod fillets, whole cod and large cod.

At the end of the 90s, the intermediary and retail links received 60 percent of the retail price of farmed salmon (sliced), and over 40 percent of prawns.

**Table 2 The share to the intermediary and retail links vary over time – 1989-1999**

Main group	Type of fish	Percentage to the intermediary and retail links			Norwegian kroner mark-up to the intermediary and retail links			Retail price, VAT excluded		
			1989	1999		1989	1999		1989	1999
White fish, fresh	Large saithe	Stable	80 %	82 %	Increased	25 NOK	35 NOK	Increased	32 NOK	42 NOK
	Saithe fillet	Stable	87 %	85 %	Increased	29 NOK	37 NOK	Increased	34 NOK	44 NOK
	Whole Cod	Increased	68 %	82 %	Increased	23 NOK	45 NOK	Increased	34 NOK	55 NOK
	Large cod	Stable	67 %	65 %	Increased	27 NOK	35 NOK	Increased	41 NOK	54 NOK
	Cod fillet	Reduced	81 %	76 %	Increased	39 NOK	52 NOK	Increased	48 NOK	68 NOK
Processed/ Frozen	Cod fillet, frozen	Reduced	87 %	77 %	Stable	23 NOK	22 NOK	Stable	27 NOK	28 NOK
	Breaded cod fillets	Reduced	86 %	69 %	Reduced	21 NOK	14 NOK	Reduced	25 NOK	20 NOK
Farmed/ shellfish	Salmon, fresh	Increased	42 %	60 %	Increased	25 NOK	36 NOK	Stabel	60 NOK	61 NOK
	Prawns	Stable	44 %	42 %	Stable	21 NOK	24 NOK	Increased	48 NOK	58 NOK

(The currency value is nominal). For large saithe and large cod the years are 1995-1999, for salmon the years are 1992-1998.

This table shows the mark-up share and the Norwegian kroner mark-up to the intermediary and retail links. The percentage and Norwegian kroner mark-up to the fishermen/fish farmers is then shown indirectly as a remaining share totalled to 100 percent.

For most fresh white types of fish, the mark-up share to the intermediary and retail links has been stable during the 90s, while the Norwegian kroner mark-ups have increased and the retail price has increased. The fishermen have also received an increase in the Norwegian kroner mark-up. The exception is whole cod. The mark-up share to the intermediary and retail links for whole cod has increased, together with the Norwegian kroner mark-up and the retail price. For this type of fish, the fishermen have received a slightly smaller Norwegian kroner mark-up during this period.

For the two processed frozen types of fish, frozen cod fillet and breaded cod fillets, the mark-up share to the intermediary and retail links has decreased. For the frozen cod fillet both the Norwegian kroner mark-up to the intermediary and retail links and the retail price have been stable, while the fishermen's Norwegian kroner mark-up has increased. For the breaded cod fillet both the Norwegian kroner mark-up to the intermediary and the retail links and the retail price have decreased, while the Norwegian kroner mark-up to the fishermen has increased. The fishermen receive the same price for the cod regardless of how the fish is processed later.

For salmon the mark-up share to the intermediary and retail links has increased, the Norwegian kroner mark-up to the intermediary and retail links has increased, while the retail price has been stable in the period 1992-1999. The fishermen's Norwegian kroner mark-up has decreased. Notice that in some cases the cost of filleting may be included in the price from the fish farmer and this has contributed somewhat to the higher share of this link for salmon.

For prawns, the mark-up share to the intermediary and retail links has been stable, the Norwegian kroner mark-up to the intermediary and retail links has been stable, while the retail price has increased. The Norwegian kroner mark-up to the fishermen has increased.

#### *Regional level*

The retail price for the following types of fish is lower in Northern Norway than in the rest of the country: fresh saithe fillet, large saithe, whole cod, fresh cod fillet and salmon. For some types of fish, the price per kilo was 20 Norwegian kroner less in Northern Norway than in other regions. In 1999 prawns were also 20 Norwegian kroner cheaper in Northern Norway than in Southern and Western Norway.

Both white fish and salmon are consistently cheaper at retailers in the North, and have had a consistently smaller price increase than the rest of the country. Possible explanations may be competitive conditions such as access to alternative distribution channels in the North, for example private fishing.

All in all, these results show that the price of fresh fish is consistently lower in Northern Norway than in the other regions, and also that the price increase has been smaller there. For prawns, however, the prices have varied quite a lot, both over time and between regions. In Northern Norway, the price of white fish has increased, while the price of salmon has decreased.

At the end of the 80s, the retail price of processed fish such as frozen cod and breaded cod fillets was lower in Northern Norway than in the other regions, but at the end of the 90s the price has become fairly similar all over the country. This is probably due to the fact that frozen/processed merchandise is now distributed by the grocery store chains themselves, and the chains have a centralised price strategy for this kind of merchandise with an approximately similar price nationwide within a chain concept.

Wastage has not been estimated on the national and regional aggregated data, so that the shares of the intermediary and retail links are overestimated for filleted and processed fish products. Wastage in regard to processing is considered further in the case study.

#### **Mark-ups in the distribution channels from the case study**

The price of fish was consistently the lowest in Tromsø. Oslo and Bergen alternated in having the highest average price. These tendencies, with the exception of saithe, correspond more or less to the results from the regional data from 1999; cod, salmon and prawns are consistently cheaper in Northern Norway than in the other regions. There is sometimes a difference of more than 20 NOK per kilo for fish and up to 50 NOK pr kilo for prawns.

**Table 3 Price comparison retailer – Autumn 2000 – in NOK, VAT excluded (VAT included).**

	Oslo	Bergen	Tromsø
Fresh prawns	NOK 109 (NOK 134)	NOK 101 (NOK 124)	NOK 62 (NOK 76)
Saithe fillet	NOK 48 (NOK 59)	NOK 50 (NOK 62)	NOK 49 (NOK 60)
Whole cod	NOK 60 (NOK 74)	NOK 69 (NOK 85)	NOK 42 (NOK 52)
Filleted cod	NOK 88 (NOK 108)	NOK 80 (NOK 98)	NOK 73 (NOK 90)
Whole salmon	NOK 62 (NOK 76)	NOK 65 (NOK 80)	NOK 57 (NOK 70)
Filleted salmon	NOK 101 (NOK 124)	NOK 80 (NOK 98)	NOK 81 (NOK 97)

Average retail prices for Oslo, Bergen and Tromsø.

The prices in the various grocery chain stores and fishmongers varied a great deal, and in some of the stores some of the products were on sale. There was no system showing that the prices in the fishmongers were higher than the prices in the grocery chain stores. In several cases, it was the fishmongers in Tromsø that had the lowest prices. The highest price was never registered in Tromsø, but alternated between Oslo and Bergen. The most conspicuous finding is the great variations in price on the same type of fish within the same city.

**Table 4 Lowest price and highest retail price, VAT excluded (fresh fish).**

	Lowest price	Highest price	Price variation in percent between lowest and highest price
Prawns	NOK 64 (F Tromsø)	NOK 121 (C Oslo)	89%
Saithe fillet	NOK 32 (C Oslo)	NOK 63 (F Oslo)	97%
Gutted cod, without head	NOK 39 (F Tromsø)	NOK 81 (C Bergen)	108%
Cod fillet	NOK 66 (F Tromsø)	NOK 97 (C Oslo)	47%
Farmed salmon, gutted, with head	NOK 37 (C Oslo)	NOK 89 (C Bergen)	141%
Farmed salmon, fillet	NOK 65 (C Bergen)	NOK 120 (F Oslo)	85%
Average			95%

F= Fishmonger, C = Grocery Chain store

#### *Number of links in the distribution channels, and where the fish came from*

We found that for all 6 types of fish products sold in the investigated retailers in Oslo, there were between 4-5 links in the distribution channels. The cod, the saithe, the salmon and the prawns in these cases came from other parts of the country, more specifically from southern, western and northern Norway.

For all fish products sold in Bergen, there were 3-4 links in the distribution channels in our sample. Many of the fish products came from the local fish sales organisation, Vest-Norges Fiskesalgslag [Western Norway Fish Sales Organisation], but in most cases the majority of the cod and the saithe came from Norges Råfisklag's [Norwegian Raw Fish Sales Organisation] district.

Within our selection, it was the distribution channels with stores in Tromsø that had the fewest links. There were only 2-3 links in the channels for all the fish products, with the exception of saithe fillet where there were actually 5 links in two of the distribution channels. All the fish came from Norges Råfisklag's district.

It has not been shown systematically that the number of links influences the retail price, but it is generally possible to suggest a certain correspondence given that the fish is cheaper in the North, and this is also where the number of links is smaller.

*Mark-ups in percent of retail price*

We have looked at how much the various links in each of the distribution channels receive in percent of the end-price paid by the consumers. For all fish products, with the exception of saithe fillet, it was the *fishermen/fish farmer link* that received the largest shares of the retail price (VAT excluded). The size of the percentage received by the fishermen varied between 36 and 56 percent for various fish products on average for all the distribution channels in the sample. Prawns, gutted salmon, salmon fillets and gutted cod gave the fishermen and the fish farmers their largest shares of the retail price - 45-56%. As we have adjusted the fishermen's and the fish farmers' Norwegian kroner mark-ups in order to catch the wastage in connection with filleting, we can see that the fishermen and the fish farmer receives a much larger percentage in the case study than in the national and regional studies. This gives a more accurate picture of the operators' mark-ups in the distribution channel.

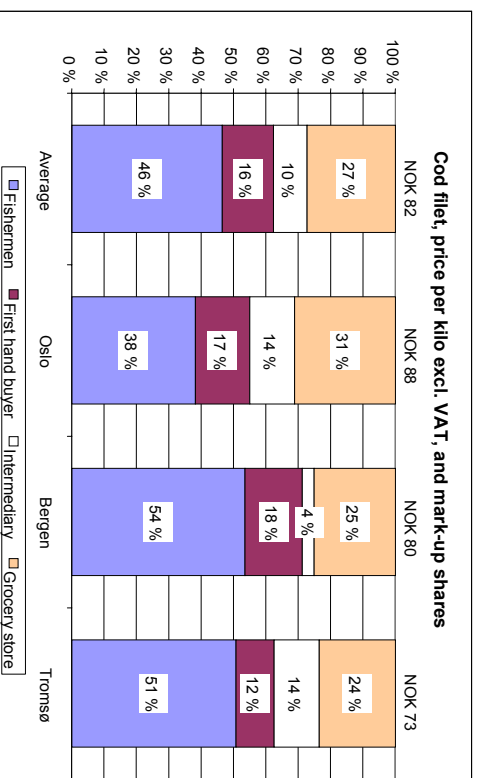
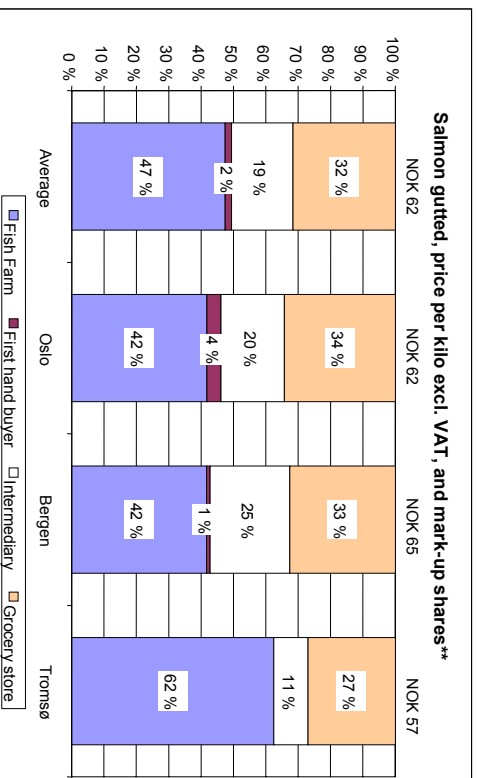
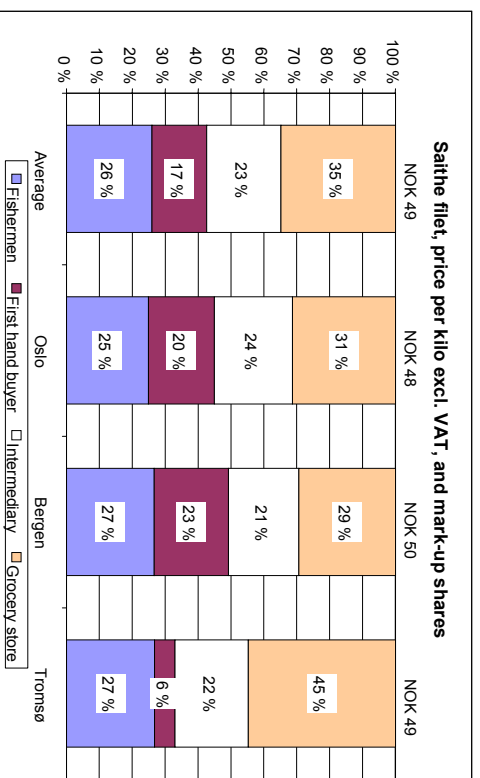
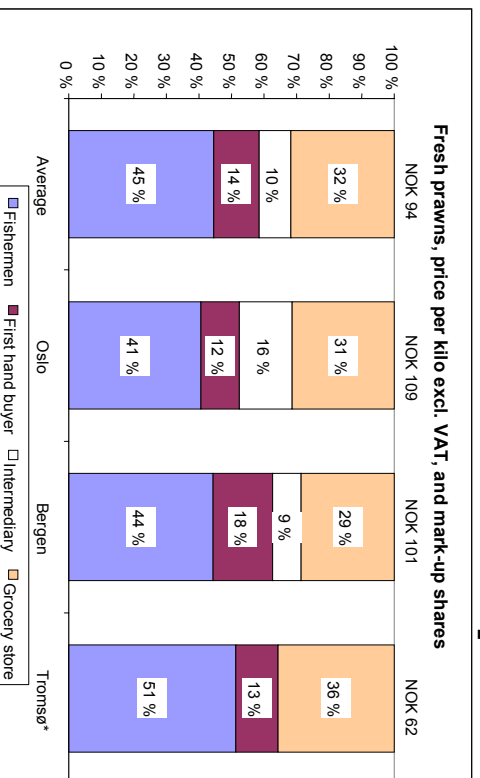
The next largest share of the retail price (VAT excluded) went to the *retailers* - 27-35 % for the various fish products on average for the whole selection. In regard to the further ranking of the shares to the first hand buyers and wholesalers, there were variations between the different types of fish, and between the three cities.

For saithe fillet, in contrast to the other fish products, it was the retailer link that on average received the largest shares of the retail price (VAT excluded) - 35 percent. The fishermen/fish sales organisation link received 26 percent on average for the whole selection.

In table I some results are shown for 4 products, all sold through grocery stores. The fishmongers are excluded from the samples to make the chains more comparable.



**Figure 1 Retail price per kilo exclusive VAT and mark-up shares for prawns, saithe, cod and salmon**



\*In Tromsø the retailers bought the prawns directly from the first hand buyer  
 \*\* Most intermediaery bought the salmon directly from a fish farm

### *Filleting*

There are consistent differences between the fishmongers and the grocery chain stores in regard to which links in the distribution channels have carried out the filleting of saithe, cod and salmon. For saithe fillets, the three fishmongers have done the filleting themselves, while the first hand buyer link had filleted the cod which was sold in the grocery stores. Two out of three fishmongers filleted the cod themselves, while the filleted cod in the other stores were either filleted by the wholesalers (only in Bergen) or by the first hand buyer link. All the fishmongers and one of the grocery stores had filleted the salmon themselves. The filleted salmon in the rest of the stores was filleted by either the wholesaler link, the supplier link or the fish farmer. The mark-ups (adjusted for wastage) in Norwegian kroner and percent to the operators who did the filleting varied a great deal.

The percentages to fishermen and the retailers in the case study are therefore very different from the national and regional data. When we take wastage into consideration, the fishermen's percentage of the retail price becomes much higher, and the percentage to the retailers becomes lower.

### **Presentation of the operators in the distribution of fresh fish in the case study**

A questionnaire was handed out to the operators in the retailer link, the wholesaler link, the supplier link<sup>2</sup> and the first hand buyer link. A total of eleven retailers in Oslo, Bergen and Tromsø (three fishmongers, one from each city, and the rest grocery chain stores) completed the questionnaire.

#### *Retailers*

About half of those responsible for fresh fish in the shops were chefs or had similar training. In the fishmongers, it was the manager who decided their selection of fish and which suppliers/wholesalers they should use. In the grocery chain stores, it was usually the person responsible for fresh fish who decided this. When asked what decides the day-to-day selection of fresh fish, most shops answered that it was decided mainly according to the customers' wishes, and what the wholesaler could offer from day to day.

When choosing a wholesaler, the most important thing to the retailer is that the wholesaler has high quality fish, and further that the wholesaler are dependable when it comes to delivering according to the deal. Most retailers had only one or a few regular wholesalers, and a majority had used the same regular wholesaler for many years. This indicates very stable and long-lasting relations in the supply of fish to the stores, and that the retailers prefer to have very few/ one regular supplier of fish.

The persons responsible for fresh fish in the stores believed that the typical customer were first and foremost interested in quality, further a broad selection, and then low prices. The stores focused on having fish of high quality and further to provide good service when selling fish. There was however less emphasis on low prices. A majority of the stores believed that improved service would lead to increased turnover in the future, and it was also believed that the turnover would increase if the stores reduced the prices of fresh fish. The turnover of fresh fish in the stores in our sample has increased in the last five years, some stores more than others. Several stores expected the turnover to increase in the future.

#### *Wholesalers and suppliers*

A total of eight wholesalers and three suppliers completed the questionnaire. These will be presented together because the questionnaires were the same.

The suppliers mainly bought fish from a first hand buyer, and also some from other suppliers. The wholesaler would either buy directly from a first hand buyer or from a supplier, and occasionally even from another wholesaler. The wholesalers and suppliers bought fish from many operators, often around 50 (during the last year). When choosing which operators to buy from, the wholesalers and suppliers reported that quality and freshness was most important, and further that price was of great importance. The wholesalers and suppliers have long-

---

<sup>2</sup> With the supplier link we mean the link between the first hand buyer and the fish wholesaler.

standing relations with their suppliers, and they had often had the same suppliers for 20 years. The wholesalers and the suppliers usually bought fish from the regular suppliers daily/several times a week. This indicates that even though the wholesalers and suppliers have many different operators which they buy fish from, they also have some regular suppliers which they have very stable and long-standing relations with.

Most wholesalers and suppliers said that they sold fish to everybody who wanted to buy at the price they offered, and/or that they sold to customers with whom they had oral agreements. Almost as many wholesalers and suppliers sold to customers with whom they had written arrangements, and good personal contact was just as important when it came to choosing customers. Half of the wholesalers and suppliers believed that geographical proximity was important when choosing customers, in order to avoid long-distance transport.

A majority of the wholesalers had around 100 customers (Norwegian, regular per year), while the suppliers had fewer (usually 20-35 regular Norwegian customers). It is common for the wholesalers and the suppliers to have long-standing relations with their regular customers: they have often had the same regular customers for 5-20 years. The regular customers receive their deliveries daily, and are often situated in the same city as the wholesaler/supplier. This indicates very stable and long-standing relations between the wholesalers/suppliers and their regular customers, even though the wholesalers/ suppliers also have many other customers during the year.

The retail price is most often agreed with the customer beforehand. Further, it was almost just as common for the wholesalers and suppliers to have a stable retail price independent of the fluctuating purchase price, and that the wholesalers and suppliers used a fixed rate for mark-ups to the purchase price. The wholesalers and the suppliers also believe that it is the purchase price which is the most important when deciding their retail price, and that quality is the second most important thing.

#### *First hand buyers*

The six first hand buyers that completed the questionnaire most often bought cod and saithe from coastal fishermen. Most of these first hand buyers performed tasks such as filleting, repackaging the fish and labelling boxes.

When deciding which fishermen to buy fish from, the first hand buyers thought that the quality of the fish was most important, as well as long-standing and personal contact with the fishermen. Then, price would enter the picture. When deciding the price to the fishermen, the first hand buyers believed that the demand for fish was most important, and then the quality.

When first hand buyers had to choose which customers to sell to, good and stable relations with the customers were very important; those who paid the most were considered next. Very few had entered into contracts with wholesalers or grocery chains for regular delivery of fish/prawns. The first hand buyers' retail prices were first and foremost decided by the purchase price of the fish and its quality.

#### **The case study - a summary**

We see that the number of links varies a great deal between the distribution channels in our selection: from only three links to five links. The mark-ups of the individual links also show great variations. The price of fish was consistently the lowest in Tromsø. Oslo and Bergen alternated in having the highest average price.

Both the first hand buyers, the suppliers and the wholesalers can buy from very many different operators and sell to many customers during a year. The retailers follow the development in prices of many of the wholesalers, to compare with the prices of the wholesaler(s) they usually use. On a superior level, the distribution channels of fish therefore appear very chaotic, and there are very many and small operators involved in the distribution of fresh fish in Norway. When we investigate the distribution channels further, a far clearer stability appears. Most first hand buyers, suppliers, wholesalers and retailers prefer to stick with a small number of regular customers and suppliers. Personal relations are important, and it often requires a lot (in regard to differences in price, variations in quality and failure to deliver) for the regu-

lar relations to be severed. The relationship between retailer and wholesaler is characterised by long-standing relations with a varying degree of contractual commitment. This indicates that the competition in the market of fresh fish is possibly not as tough as the number of operators would suggest.

### Fish compared with dairy and meat products

We have compared the results for fish with the results for dairy and meat products (Aas and Strand 2000, Strand and Aas 2001). The export industry of fish and fish farming has the Norwegian market as its secondary market, while agriculture has the Norwegian market as its main market. The regulation of the two industries is also different, and significant differences between the results are therefore expected. The results for the dairy and meat products are presented for the product group as a whole, and are thus not directly comparable with the results for the individual fish products. Due to the estimation methods and the placing of work tasks in the distribution channel, we chose fresh fillets of cod and saithe from the fish counter in grocery stores in Oslo. The table shows how the shares to the fishermen and farmers were on a similar level. The other data showed that the fishermen's share was higher in Bergen and Tromsø than in Oslo. We found that the share to the retailer was significantly lower for the dairy and meat products than for the fish products. A fish counter is a work intensive sales form and fresh fish involves a lot of wastage. Dairy and meat products are, to a much larger degree, sold in ready-made packages in self-service shelves, and have longer shelf-life and less wastage. As expected, the retailers' share was lower for dairy and meat products than for fish products.

**Table 5 Percentages for cod and saithe, and for meat and dairy products**

	<i>Fishermen/ farmers</i>	<i>Intermediary links</i>	<i>Retailer</i>
Cod, fillet*	37,4 %	32,0 %	30,6 %
Saithe, fillet*	27,4 %	45,1 %	27,6 %
Meat**	35,7 %	45,0 %	19,3 %
Dairy**	44,2 %	43,3 %	12,5 %

\* The figures are for Oslo. For cod, the fishermen's shares are higher and the retailers' lower in Bergen and Tromsø. For saithe, the shares are very similar.

\*\* National figures for the whole product group, 1999.

The *national figures for fish* are estimated differently from the agriculture figures. We can therefore only compare the development of the trend over time. The farmer's share fell by approximately 5 percentage points from 1989 to 1999 for both dairy and meat products. The percentage share to the fishermen/fish farmer has had a varying development for our fishproducts on a national level. The results show that for frozen cod fillets and frozen breaded cod fillets, the share to the fishermen has increased. For the fresh fish, the picture is less clear-cut. The percentage to the fishermen for saithe fillets is unchanged, while the same share for whole cod and sliced salmon has decreased. The percentage to the fishermen for fresh cod fillets has increased significantly with 5 percentage points. For prawns, there was also an increase in the percentage to the fishermen at the end of the 90s. We see that the unambiguous picture for agricultural products and farmers is different from the many-sided picture of the changes for fish and fishermen/fish farmers.

### Consumption of fish

The consumption of fish has been stable during the last few decades, but is far lower than the consumption of meat. Too little variation in the available selections and a lack of access to fresh fish were reported as the main reasons why people do not eat more fish. Some consumers also believe that fish is too expensive in comparison with other foods. There is much to indicate that fish consumption could increase substantially if the industry were to increase their marketing and distribution efforts. Fish is a perishable product that demands an uninterrupted refrigerated chain and quick distribution. In many cases, this is not satisfactory today, and this is an area where all the operators in the distribution channel for fish must become

better at ensuring the quality of the fish. Further, the business must arrange for good availability of fish in, for example, practical portion packets at an affordable price. Perhaps the re-launch of atmosphere-packaged fish will be the answer to the consumers wish for easy portion packets, but it is clear that the price is of great significance in determining whether this will succeed. At the same time, the industry must emphasise information to the consumers about the preparation of fish, not least so that they are able to make varied meals using fish. If the distribution channel for fish manages to maintain quality, availability, training the consumers in how to prepare fish, and at the same time keeping the prices down, there is a high probability that the consumption of fish will increase in future decades.

### **Further development**

The turnover of fresh fish in Norway is still characterised by standing somewhat outside the general development in the chain controlled grocery market. There are many and small operators, customer relations are often long-standing (but not necessarily contractual), prices still vary within short periods of time and there are different prices in different parts of the country. The day-to-day purchase decisions are still made by the person in charge of the fish counter. This is in sharp contrast to the almost stereotyped image of the centrally run grocery store chain with exactly the same selection and prices all over the country. In reality, the grocery store chains are far more varied than the stereotype, and the turnover of fish is perhaps the most extreme example. There is a lot of attention on how much of the retail price the farmer receives, but less discussion around the links in the fish industry. Our results show that for some products, the fishermen today receive a larger percentage of the retail price than before. For other products there is no change or a decrease. The real prices for fish showed some reduction in the 90s, but have had increasing real prices in the later years. There are also changes in the consumption. It may be interesting to follow the changes both in sales forms, prices and not least in the distribution of income in value chains from fishermen/fish farmers through the distribution channel to the retailers.



# 1 Fiskeribransjen

## 1.1 Utviklingen innen fiskerinæringen i det 20. århundret

Fisk har tradisjonelt vært en svært viktig næring i Norge. Vi har også lange tradisjoner på eksport av fisk, og fiskeri var vår første viktige eksportnæring.<sup>3</sup> I dag har ikke fiskerinæringen like stor betydning for den norske økonomien som den hadde tidligere. Sjømat utgjorde 2% av norsk næringslivs samlede verdiskapning i 1998. Det er allikevel en sterk tro på at fiske og sjømatnæringen vil få økt betydning for norsk næringsliv fremover. Fiske og sjømatnæringen er i dag svært sterkt orientert mot det internasjonale markedet. Eksporten av fiskeprodukter utgjorde 8,7% av den totale norske eksporten i 1999, og er Norges nest største eksportnæring etter oljenæringen. Norge eksporterer hele 90% av det totale kvantum fisk og sjømat som ilandføres og foredles innenlands. Dette betyr at kun 10% omsettes innenlands. I 1999 eksporterte Norge 2 millioner tonn fisk og sjømat til over 170 land, og verdien på eksporten utgjorde nærmere 30 milliarder norske kroner. Av dette utgjorde oppdrettslaks nesten 11 milliarder kroner, det vil si 37%, av den totale eksportverdien. Av villfisk er det torsk, makrell og sild som det eksporteres mest av, og disse fiskeslagene utgjorde henholdsvis 21%, 7% og 6% av all eksportverdi av fisk og sjømat. Hele 60% av eksporten av fisk og sjømat fra Norge går til EU. De største enkeltmarkedene er Japan, Danmark og Storbritannia (Aasbrenn 1985, Reve og Jakobsen 2001, Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000).

Det har skjedd store omstruktureringer innen fiske og sjømatnæringen i Norge i løpet av det 20. århundret. Fiskerinæringen var en vekstnæring helt frem til 1930-tallet, og dette betydde en økning i antall ansatte og fremvekst av en rekke relaterte næringer – som fisketilvirkning, transport og omsetning. Samtidig ble fisket stadig mer effektivisert. Fangstmengdene har økt gjennom hele 1900-tallet, frem til midten av 1970-tallet. De store fangstmengdene førte derimot til problemer med overfiske, med hensyn til hva fiskestammene kunne tåle, av flere viktige fiskeslag. På grunn av faren for å "fiske havet tomt" har norske myndigheter innført ulike typer tiltak og reguleringer for å begrense/stanse fisket i perioder. Fra 1970-tallet har fangstmengdene gått nedover, mye på grunn av reguleringer av fisket (Aasbrenn 1985). Antall fiskere har blitt sterkt redusert de siste 50 årene. I 1960 var det registrert totalt ca. 61 000 fiskere, i 1975 ca totalt 35000 fiskere.<sup>4</sup> I 1985 var det i alt registrert 29 559 fiskere, og av disse var 22 460 som hadde fiske som hovedyrke. I 1995 var det totale antallet fiskere videre redusert til 23 653 fiskere, og av disse hadde 17 160 fiske som hovedyrke. Ved utgangen av det 20. århundre var det en mindre reduksjon enn tidligere, og det var totalt 21 274 fiskere, og av disse var det 15 326 som hadde fiske som ene- eller hovedyrke. En viktig årsak til nedgangen i antallet fiskere har vært en pågående effektiviseringsprosess, blant annet med hensyn til fangstmetoder og fartøyenes utrustning (Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000, Statistisk Årbok 2000, tab. 467).

Fiskerne har slitt hardt økonomisk på grunn av råvareforhold som lite fisk i havet og reguleringene av fisket, samt de svingende verdensmarkedsprisene på fisk. Det ble derfor i 1964 inngått en hovedavtale mellom staten og Norges Fiskarlag. Avtalen sa blant annet at Norges

<sup>3</sup> Norge har blant annet eksportert klippfisk i nesten 1000 år (Reve og Jakobsen 2001).

<sup>4</sup> Registreringsmetodene i fiskermanntallet har siden blitt endret, og kriteriene er strengere for å bli registrert. Det er derfor ikke direkte sammenlignbart å se på tallene i hele denne perioden. (Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000).

Fiskarlag kunne kreve forhandlinger om støttetiltak for å sikre lønninger på nivå med andre næringer. Fiskerinæringen mottok rundt midten av 1980-tallet i overkant av 1 milliard kroner totalt fra ulike støtteordninger (Aasbrenn 1985). I 2000 var fiskerinæringen blant de med lavest lønninger av alle næringer i Norge (Reve og Jakobsen 2001)

Helt fra fiskerinæringen kom i gang i Norge for mange århundrer siden fikk den sterkest betydning på Vestlandet og i Nord-Norge, både økonomisk, sysselsettingsmessig, samt bosetnings- og byutviklingsmessig. Dette skyldtes gunstige betingelser for fangst i disse områdene av landet. Den geografiske lokaliseringen av fiskerinæringen er fortsatt hovedsaklig den samme. Dette til tross for at mange fiskeristrøk har blitt sterkt rammet av nedgang i sysselsetting innen fisket. Hovedtyngden av fisket har skiftet fra å være på Vestlandet til i dag å være i Nord-Norge. I dag er det i fylkene Møre og Romsdal, Nordland og Troms som har flest sysselsatte fiskerere, men det er også mange fiskere i Finnmark, Rogaland og Hordaland (Aasbrenn 1985, Fiskeristatistikk 1999).

Det satses i dag store beløp på forskning og utvikling innen sjømatnæringen av norske myndigheter og norske bedrifter, som har stor tro på at denne næringen har et stort potensiale. I 1998 utgjorde allikevel næringens andel av den totale verdiskapningen<sup>5</sup> i Norge som nevnt kun 2 %, en økning fra 1 % i 1988. Sjømatnæringen var i en svært vanskelig økonomisk situasjon på slutten av 80-tallet og begynnelsen av 90-tallet. Etter dette har det vært en sterk vekst i sjømatnæringen i løpet av 90-tallet, med en tredobling i omsetningen og en svært stor økning i verdiskapningen. Innen sjømatnæringen har verdiskapningen økt i alle ledd/funksjoner – fiskeri, oppdrett og yngel, foredling, samt handel og distribusjon fra 1988-98. Verdiskapningen har gjennom hele denne perioden vært størst i foredlingsleddet. Økningen i verdiskapningen i løpet av perioden var for hele sjømatnæringen på hele 300%. Veksten i verdiskapningen var størst innen det tradisjonelle fiske, med over 800%, mens fiskeoppdrett og handel hadde den laveste veksten, med 250% i perioden. Den sterke veksten innen sjømatnæringen kan tilskrives den lave verdiskapningen på slutten av 80-tallet, og dette gjør at økningen i verdiskapningen i kroner slår sterkt ut i prosentvis økning (Reve og Jakobsen 2001).

Den internasjonale konkurranseevnen til den norske sjømatnæringen har økt gjennom 90-tallet. I denne perioden har de internasjonale markedsandelene økt innen de fleste sjømatprodukter, men det er foredlede produkter som har den største eksportverdien. Siden 1997 har eksporten av oppdrettet laks og ørret økt betydelig, og fra høsten 2000 var eksportmengdene av de oppdrettede fiskeslagene høyere enn eksportmengdene av villfisk. Tiltross for denne sterke veksten og den økte konkurranseevnen i den norske sjømatnæringen, sliter næringen med en fortsatt svært dårlig lønnsomhet, lav produktivitet og næringen har et lavt lønnsnivå. I følge Reve og Jakobsen (2001) har den norske sjømatnæringen, til tross for problemer med nevnte økonomiske forhold, et stort forbedringspotensial. Dette begrunnes ut fra forventninger om at det totale konsumet av matvarer i verden vil fordobles de neste 20 årene, og det forventes at også konsumet av sjømat vil øke. Av det totale konsumet av matvarer i verden utgjør konsumet av sjømat 5% i dag. På grunn av at veksten i den landbruksbaserte matvareproduksjonen har begrensninger og trolig ikke kan øke i takt med behovet for matvarer, er markedspotensialet svært stort for sjømatnæringen. Ikke minst gjelder dette for den norske sjømatnæringen som har gode forutsetninger for økt vekst med tanke på ressurstilgang. I tillegg har norsk oppdrettsnæring fortrinn ovenfor utenlandske konkurrenter med hensyn til kunnskap og også på grunn av godt utviklede klyngeegenskaper<sup>6</sup> som er nødvendig for utvikling av selvforsterkende vekst (Reve og Jakobsen 2001).

<sup>5</sup> Med verdiskapning menes den totale avlønningen av innsatsfaktorene før skatt, det vil si summen av driftsresultater og lønnskostnader i bedriftene (Reve og Jakobsen 2001).

<sup>6</sup> Det teoretiske utgangspunktet i Reve og Jakobsen (2001) er at næringsklynger gir en selvforsterkende positiv effekt. Det betyr at næringsklynger har høy kvalitet på næringsomgivelsene, og av den grunn er det tiltrekkelig for folk med kompetanse å jobbe der og for andre bedrifter å flytte dit, og dette fører videre til en ytterligere forbedring av næringsomgivelsene. Den selvforsterkende veksten i næringsklynger skyldes tre mekanismer. For det første er det et sterkt innovasjonspress i næringsklynger. Næringsklynger fører dessuten til fremvekst av komplementære næringer. For det tredje er det en høy grad av kunnskapsspredning mellom bedriftene på grunn av høy grad av mobilitet av ansatte på alle nivåer (både sjefer og underordnede ansatte), og en høy grad av kommunikasjon via en rekke kanaler, mellom bedriftene i næringsklyngen (Reve og Jakobsen 2001).



## Fiskeoppdrett

Oppdrettsnæringen har vært igjennom flere faser, fra stor optimisme over bransjens muligheter på 80-tallet, til en nedgangsperioden ved begynnelsen av 90-tallet da lønnsomheten var svært dårlig. Deretter har lønnsomheten tatt seg sterkt opp igjen på slutten av 90-tallet, og markedsverdien av oppdretts- og distribusjonsselskaper har hatt en enorm vekst (Reve og Jakobsen 2001).

Mer generelt kan man si at fiskeoppdrett i de siste tjue årene har vært en næring i sterk vekst. Dette har bidratt positivt til nye arbeidsplasser langs hele norskekysten. Det var i 2000 ca. 4 000 personer som drev med oppdrett av fisk og skalldyr i Norge. Den nye næringen skaper også sterke positive ringvirkninger i relaterte og støttende næringer. Hvis man legger sammen alle som er sysselsatt innen oppdrett og de sysselsatte i næringer som selger varer og tjenester til oppdrett, for eksempel fôr, utstyr, transport og emballasje, kommer man opp i ca. 20 000 sysselsatte totalt. Det er en sterk tro og optimisme fra det offentliges side med hensyn til at oppdrettsnæringen vil ekspandere videre og spille en stadig økende rolle for inn-tjeningen i Norge.

"Oppdrettsnæringen vil få økt betydning for kystsamfunnene og norsk økonomi etter hvert som marin sektor skal stå for en stadig større andel av verdiskapningen i Norge. Det er innen oppdrett at den største produksjonsøkningen i norsk fiskeri- og havbruksnæring vil måtte komme. Dette gjelder både for ørret og nye arter." (Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000, avsnitt om fiskeoppdrett)

Av ulike oppdrettede fiskeslag er det desidert laks som det oppdrettes mest av, og noe regnbueørret. De fylkene som står for det meste av oppdrettingen av laks er henholdsvis Hordaland, Nordland og Sør-Trøndelag. Det produseres mest regnbueørret i henholdsvis Møre og Romsdal, Hordaland og Nordland (Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000, avsnitt om fiskeoppdrett).

## 1.2 Fiskesalgslagene og avtaler om førstehåndspris

Norges Fiskarlag og staten har, som nevnt, inngått en hovedavtale. Norges Fiskarlag presenterer seg selv som "en politisk uavhengig, faglig landsorganisasjon som bygger på frivillig medlemskap av fiskere gjennom fylkesfiskerlag og faglige gruppeorganisasjoner". Medlemmene består av fiskere med fiskefartøy i ulike størrelser, fra små sjarker til store havgående fartøy. I Hovedavtalen av 3 juni 1964 fastslås det at organisasjonen skal forhandle med statlige myndigheter på vegne av hele fiskerinæringen om tiltak vedrørende økonomiske forhold (Norges Fiskarlag, Internettadresse 8.9.00. <http://www.fiskarlaget.no/omoss.html>).

Under interesseorganisasjonen Norges Fiskarlag er de ulike fiskesalgslagene. All omsetning av fisk og skalldyr på første hånd er, med unntak av oppdrettet fisk, underlagt fiskernes egne salgsorganisasjoner gjennom lov, fastsatt ved Kronprinsreg.res. 29. juni 1990 i samsvar med lov om omsetning av råfisk av 14. desember 1951 nr. 3 §§ 1, 2, og 5. Videre må fiskesalgslagene være godkjent av Fiskeridepartementet. (Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000)

Salgslagenes formål er å oppnå høye og stabile priser samt trygge rammevilkår for fiskerne i sine salgslag gjennom organisert omsetning. "Fiskeprisene på første hånd fastsettes vanligvis etter forhandlinger mellom salgslag og kjøpere. Dersom enighet ikke oppnås, kan laget selv fastsette prisene i medhold av Råfiskloven." (Norges Fiskarlag, Internettadresse 8.9.00. <http://www.fiskarlaget.no/omoss.html>).

Salgsorganisasjoner som har fått vedtektene sine godkjent er:

1. Norges Råfisklag
2. Sunnmøre og Romsdal Fiskesalgslag
3. Vest-Norges Fiskesalgslag
4. Rogaland Fiskesalgslag S/L
5. Skagerakfisk S/L
6. Norges Sildesalgslag

Fiskesalgslagene 1.-5. gjelder for definerte geografiske områder og 6. gjelder for pelagiske arter (sild, makrell, lodde m.m.) på hele norskekysten. Tidligere var det også et salgslag for oppdrett, Fiskeoppdretternes Salgslag S/L, men oppdrettsfisk ble unntatt fra Råfisklovens bestemmelser høsten 1991. Dette skyldtes at Fiskeoppdretternes Salgslag A/L ble avviklet (*Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000*).

Ut fra den totale fangstmengden i 1995 på 2 523 698 tonn rund vekt, sto Norges Sildesalgslag for 67%, Norges Råfisklag for 20% og Sunnmøre og Romsdal Fiskesalgslag for 10% av den totale mengden. De andre fiskesalgslagene hadde alle under 2% av den totale fangstmengden. Hvis man ser på verdien av fisken, så ser fordelingen noe annerledes ut mellom de tre største salgslagene. Ut fra fangstverdien på kr. 8 218 162 000 samme år sto Norges Råfisklag for 43%, Norges Sildesalgslag for 27% og Sunnmøre og Romsdal Fiskesalgslag for 22%. De andre fiskesalgslagene hadde fra i overkant av 3% til i overkant av 1% av den totale fangstverdien (Fiskeristatistikk 1999, Statistisk Sentralbyrå, tabell 27).

### Støtteordninger til fiskerinæringen

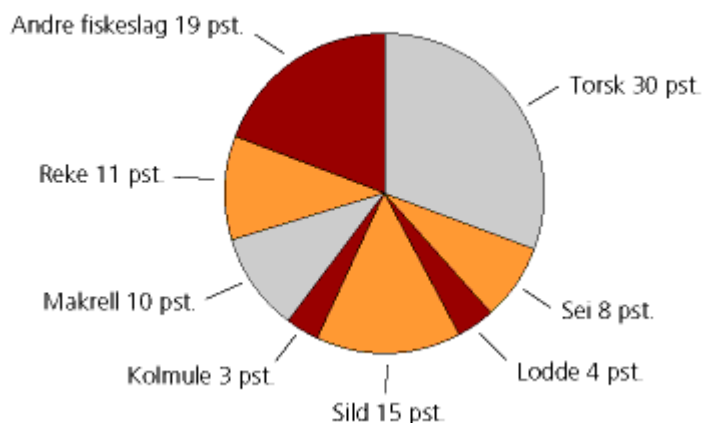
Den offentlige støtten til fiskerinæringen har variert mye siden 70-tallet og frem til i dag. Støtten har tatt mange ulike former, fra direkte prisstøtte til inntektsgaranti kompensasjon og rentesubsidier, og også salgs- og kondemneringsstøtte. Disse offentlige overføringene til fiskerinæringen har i hovedsak forekommet ut fra distriktpolitiske hensyn. De direkte utgiftene som var fastsatt gjennom budsjett (det vil si subsidiene) ble tidligere i hovedsak overført gjennom Hovedavtalen for fiskerinæringen, ut fra en forhandlet enighet mellom staten og Norges Fiskarlag. Av de totale utbetalingene til fiskerinæringen gjennom hovedavtalen for perioden 1977-1999, utgjorde inntektsbaserte støtteordninger hele 63%, struktur baserte støtteordninger 15%, de sosialt baserte overføringene 15% og andre støtteordninger 7% (Isaksen og Dreyer 1999, Isaksen 2000).

For perioden 1977-1999 har de totale subsidiene svingt mye, og var på 564 millioner (nominelle) kroner i 1977. Det var videre en generell oppgang i subsidiene på slutten av 70-tallet, og de var på hele 1,3 milliarder kroner i 1981. I de påfølgende årene var de totale subsidiene noe lavere, men i 1985 var det et nytt toppår med 1,23 milliarder kroner. Videre sank de totale subsidiene ned til 610 millioner kroner i 1988, men økte så noe igjen i de påfølgende år og var på 983 millioner i 1991. Etter dette har de totale subsidiene i nominelle kroner gått kraftig ned, og var på et bunn nivå på 73 millioner kroner i 1998, men har økt noe til 86 millioner i 1999. De totale subsidienes andel av samlet fangstverdi følger trendene i de nominelle subsidiene, og har variert fra å være på ca 6% i 1977, og de var oppe i ca 14% i toppårene 1981 og 1985/86. Subsidienes andel av fangstverdien sank etter dette, og var på ca 10% i begynnelsen av 90-tallet og utgjorde kun ca 2% i 1999. Over halvparten av de samlede subsidiene til fiskerinæringen har vært i form av føringstilskudd og garantiløstordningen, som er direkte prisstøtte. Ut over dette har tilskudd til kondemnering også utgjort en stor del. I siste del av 90-tallet har andre former for tilskudd av mer sosial karakter, til støtte ved sykdom, ferie og arbeidsledighet, utgjort hoveddelen av subsidiene (Flaaten og Isaksen 1998, Isaksen og Dreyer 1999, Isaksen 2000).

## 1.3 Viktige fiskeslag

Vi vil nå se nærmere på viktigheten av ulike typer villfisk ut fra både fangstverdi og fangstmengde. Som vi kan se av figur 1-1 og figur 1-2 nedenfor, så sto torsk for 8% av den totale fangstmengden av fisk i 2000, men er den viktigste fisken målt i verdi på hele 30% av total fangstverdi. Sei står for 6% av fangstmengden, og 8% av fangstverdien. Dette viser at sei har på langt nær samme høye kroneverdi som torsk. Reker står for kun 2 % av fangstmengden, men har hele 11% av fangstverdien. Det fiskes mer sild enn noe annet fiskeslag, og den utgjør hele 30% av total fangstmengde, men den står kun for 15% av total fangstverdi.

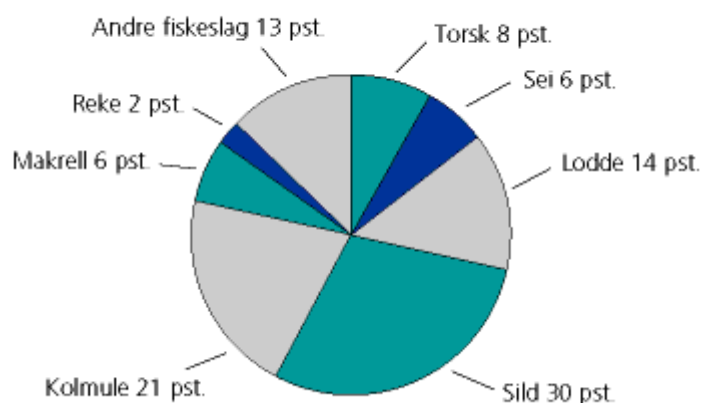
### Fangstverdi, etter fiskeslag. 2000\*. Prosent



**Figur 1-1 Ulike fiskeslags prosentvise andeler av total fangstverdi**

Kilde: Statistisk sentralbyrå, Fiskeri. Førebelse tal, 2000. Stabil fiskefangst. Internettadresse: <http://www.ssb.no/fiskeri/main.html>

### Fangstmengde, etter fiskeslag. 2000\*. Prosent



**Figur 1-2 Ulike fiskeslags prosentvise andeler av total fangstmengde**

Kilde: Statistisk sentralbyrå, Fiskeri. Førebelse tal, 2000. Stabil fiskefangst. Internettadresse: <http://www.ssb.no/fiskeri/main.html>

Vi ser, i tabell 1-1 nedenfor, at i perioden 1989-2000 har den totale fangstmengden økt med rundt 893 000 tonn rund vekt, som tilsvarer en 50% økning. Hvis vi ser nærmere på fangstmengdene til torsk, sei og reker, ser vi at mengden torsk har fluktuert mye, og nådde en topp i 1997 for senere å gå noe ned. Totalt har fangstmengdene av torsk økt med rundt 35 000 tonn fra 1989-2000, som tilsvarer en økning på 18%. Fangstmengdene av sei økte frem til 1996, for så å gå ned. Totalt fra 1989-2000 har fangstmengden av sei økt med 24 500 tonn, det vil si 17%. Fangstmengden av reker ble redusert fra 1989 og nådde en bunn i 1994, for så å øke igjen. Reker har, for denne perioden under ett, hatt en økning på 8 918 tonn, det vil si 16%.

**Tabell 1-1 Fangstmengde totalt all fisk og for de største fiskeslagene, samt reker. Tonn rund vekt**

Årstill	I alt	Torsk	Sei	Reker	Sild	Lodde	Makrell medr.pir.	Kolmule
1989	1 788 653	186 353	144 500	56 082	274 941	108 329	143 310	265 899
1990	1 591 577	125 182	111 907	60 700	207 752	92 436	149 846	284 339
1991	2 007 020	163 836	139 686	48 659	200 651	576 324	179 433	119 200
1992	2 429 950	219 097	168 161	49 027	227 471	*810 457	206 963	154 555
1993	2 414 579	*275 239	188 365	49 064	352 240	530 401	223 871	199 981
1994	2 365 601	*373 578	188 869	38 155	549 621	113 393	260 121	226 235
1995	2 523 698	*365 333	218 853	39 225	686 705	27 740	202 209	261 362
1996	2 649 121	*358 395	221 638	42 000	763 073	207 706	136 699	356 000
1997	2 844 206	*400 839	183 583	42 000	916 940	155 731	136 494	348 000
1998	2 844 438	*320 314	194 033	56 057	832 000	87 744	158 171	571 125
1999	2 598 733	256 621	197 857	64 195	829 000	86 767	160 749	534 196
2000	2 682 000	220 000	169 000	65 000	786 000	375 000	171 000	553 000

(1996-2000 er foreløpige tall. \* Inkludert norske fartøyers fisk på kvoter kjøpt fra andre land.)

Kilde: Statistisk Årbok 1999, tabell 348 Fangstmengde, etter leveringsmåned og fiskeslag. Tonn rund vekt. Det er i tillegg som kilde for sild i årene 1996-2000, for reker i 1996-97, og for kolmule i 1996-1997, samt for alle fiskevarene for 2000, benyttet Statistisk sentralbyrå. Fiskeri. Førreløpige tal, 2000. Stabil fiskefangst. Tabell 1 Fangstmengde av dei viktigaste fiskeslag. 1996-2000. 1000 tonn rund vekt. Internettadresse: <http://www.ssb.no/fiskeri/main.html>

### Regional fordeling av torsk, sei og reker i Norge

Som vi kan se i tabell 1-2, viste den regionale fordelingen av fiskeslagene torsk, sei og reker i 1998 at hoveddelen blir fisket i Nord-Norge i Norges Råfisklags distrikt, og videre fiskes det en god del på Vestlandet, i Sunnmøre og Romsdal Fiskesalgslag. Fylkene Nordland, Finnmark og Møre og Romsdal tok i mot mest fangst på torsk, i nevnte rekkefølge. På sei var det Møre og Romsdal fylke som tok i mot mest, etterfulgt av Troms, Nordland og Finnmark. På reker var det Troms fylke som tok i mot over 70% av fangsten på reker i 1998.

**Tabell 1-2 Fangstmengde i 1998 (foreløpige tall) for torsk sei og reker etter ilandføringsfylke**

	Torsk	Sei	Reker
Alle fylker	320 314	194 033	56 057
Østfold	178	23	1473
Akershus og Oslo	815	116	-
Buskerud	11	5	-
Vestfold	254	47	606
Telemark	189	37	785
Aust-Agder	160	23	1 393
Vest-Agder	516	346	2 805
Rogaland	856	2 465	2 210
Hordaland	348	854	66
Sogn og Fjordane	6 846	16 815	14
Møre og Romsdal	66 572	65 578	1 649
Sør-Trøndelag	474	983	18
Nord-Trøndelag	2 532	1 461	20
Nordland	102 095	31 050	340
Troms	59 718	42 616	40 370
Finmark	77 878	27 343	3 718
Annet	873	4 269	589

Kilde: Statistisk Årbok 1999, tabell 349. Fangstmengde, etter ilandføringsfylke og fiskeslag. 1998. Tonn rund vekt.

## Oppdrettet fisk

Vi ser at utviklingen i oppdrett har hatt en enorm økning i mengde siden 1980. Det er særlig laks som har hatt en enorm produksjonsøkning, og utgjorde 88% av både den totale mengden og av verdien av all oppdrettsfisk i 1998. Oppdrett av ørret har også hatt en stor økning siden 1980. I 1999 ble det produsert 413 918 tonn laks og 43 593 tonn regnbueørret. Andre fiskeslag er foreløpig i relativt beskjedne omfang, for eksempel av torsk, røye, kveite, blåskjell, østers og kamskjell (Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000).

**Tabell 1-3 Fangstmengde oppdrettet fisk**

År	Mengde, tonn rund vekt				Førstehandsverdi, 1000 kr.			
	I alt	Laks	Ørret	Andre fiskeslag	I alt	Laks	Ørret	Andre fiskeslag
1980	7 980	4 312	3 668	-	261 072	189 566	71 506	-
1985	34 617	29 473	5 142	3	1 433 584	1 293 342	140 242	-
1990	150 651	145 990	3 796	866	4 812 735	4 702 681	89 186	20 868
1995	277 226	261 522	14 704	1 000	6 512 102	6 109 663	362 513	39 926
1996	321 332	297 557	22 966	809	6 430 648	5 916 010	479 596	35 042
1997	367 115	332 581	33 295	1 239	7 435 176	6 768 841	628 956	37 380
1998	410 449	360 806	48 431	1 212	8 632 536	7 606 646	988 851	37 039

Kilde: Statistisk årbok 2000, tabell 477. Fiskeoppdrett. Sal av slakta matfisk. Mengd og førstehandsverdi, etter fylke.

Ser vi på den geografiske lokaliseringen til oppdrettsnæringen så er det Hordaland der det meste av oppdretten foregår, med totalt 83 174 tonn, derav 71 180 tonn laks. Nordland produserer totalt 70 998 tonn, derav 67 798 tonn laks. Møre og Romsdal produserer totalt 65 702 tonn, derav 44 041 tonn laks (Statistisk årbok 2000, tabell 477).

## 1.4 Formål og problemstilling

Vi har nå sett på en del generelle sider ved fisk og sjømatnæringen. Som nevnt er det en stor tiltro til at denne næringen vil ha stor og økende betydning for Norge fremover. Det er som oftest eksport og det internasjonale markedet som det snakkes om i forbindelse med fiske og sjømatnæringen. Dette gjenspeiler trolig at hele 90% av all fisk og sjømat som landes og foredles i Norge eksporteres.

Formålet med denne rapporten er å belyse flere områder rundt det innenlandske markedet for fisk. Når vi vet at kun en liten del av all fisken som ilandføres i Norge går til innenlandsk markedet, og som forbrukere merker vi også at fersk fisk er lite tilgjengelig, dukker det opp en rekke spørsmål. Hvorfor er det så lite av den totale fangsten av fisk som selges innenlands? Hvorfor er det så få butikker med fersk fisk i Norge? Finnes det et større markedspotensial innenlands? Er fisk for dyrt i Norge, siden vi kjøper så lite fisk? Eller tjener ikke aktørene i distribusjonskanalene bra nok på fisk i Norge, og satser derfor utenlands? Det er trolig svært mange faktorer som påvirker hvorfor det meste av fisken eksporteres, og hvorfor det er så få butikker med fersk fisk i Norge. Vi ønsker å belyse noen av disse aspektene. I hovedsak vil vi fokusere på distribusjonskanalene på fisk og prisstrukturen gjennom alle leddene fra fisker/oppdretter og frem til forbruker. Vi vil også kort se på ulikheter i distribusjonskanalene på fisk versus distribusjonskanalene på jordbruksvarene kjøtt og meieri. I tillegg vil vi også si noe mer generelt om hvordan både aktørene i fiskebransjen og forbrukerne ser på det innenlandske markedet for fisk.

Vårt hovedformål i denne rapporten er å se nærmere på distribusjonskanalen fra fisker til og med butikk i Norge. Hvordan ser distribusjonskanalene ut? Hvor mange aktører er involvert i distribusjonen av fersk fisk? Hva er prisen på ulike fisketyper? Hvor mye tar de ulike leddene i distribusjonen av fisk av den prisen som forbrukeren betaler? Er det store variasjoner i strukturen og prispåslagene i de ulike distribusjonskanalene? Varierer strukturen og påslagene i distribusjonskanalene mellom ulike landsdeler, og mellom ulike butikktyper, og avhengig av hvor mange aktører som er i distribusjonskanalene?

Mer spesifikt vil vi se på:

1. Hvordan distribusjonskanalene og prispåslagene på fisk ser ut på et aggregert nivå – nasjonalt og regionalt – for Norge over en lengre tidsserie.
2. Hvordan distribusjonskanalene mer detaljert ser ut på mikronivå:
  - a. med hensyn til prispåslag i distribusjonskanalene.
  - b. med hensyn til aktørens posisjonering gjennom drift, leverandørforhold, kundeforhold med mer.

Vi vil belyse prisstrukturen i de nasjonale og regionale prispåslagene ved å se på tilgjengelig informasjon om priser på fisk i de ulike leddene fra fisker/oppdretter til og med butikk. Prispåslagsanalyser egner seg godt til å se på endringer i de ulike leddenes prispåslag over tid, og vi har valgt å ha så lange tidsserier som mulig ut fra tilgjengelige data. Vi ønsket å se på regionale data i tillegg til de nasjonale, da vi har mistanke om at landsgjennomsnittet kan skjule store regionale variasjoner i prisstruktur.

De nasjonale prispåslagene vil videre bli sammenlignet med lignende studier av prispåslag for meierivarer (Aas og Strand 2000) og for kjøttvarer (Strand og Aas 2001).

Vi vil se nærmere på detaljene i distribusjonskanaler for fisk gjennom casestudier av spesifikke distribusjonskanaler på fersk fisk i Oslo, Bergen og Tromsø. Disse vil kun gjelde for et bestemt tidspunkt.

I tillegg blir det en mer generell diskusjon rundt omsetningen av fisk innenlands sett fra både bransjefolk og forbrukernes ståsted. Denne diskusjonen baserer seg på egne informantintervjuer (problemstilling 2b.), og fra uttalelser fra aktører i bransjen fra bransjeblader, aviser med mer. I tillegg vil vi presentere forskning på forbruk av fisk, samt forskning rettet mot de tekniske sider ved distribusjon av fisk (vedrørende uavbrutt kjølekjede, frysetemperaturer, holdbarhet m.m.). I Norge er det lange tradisjoner rundt fiske, og mange driver med fiske av mer hobby/privat karakter også i dag. Det anslås at rundt 20-30% av all fisk som blir spist i Norge, er fanget selv eller fått i gave (Døving 1997). Trolig vil en så stor uformell sektor påvirke distribusjonen og prisstrukturen på fisk i Norge. Vi har av praktiske årsaker valgt å kun fokusere på de formelle strukturene rundt distribusjon og omsetning av fisk i denne rapporten.

## 2 Beregning av prispåslag

Prispåslagsberegningene på fisk, både de spesifikke for distribusjonskanalene i casestudien og de på nasjonalt og regionalt nivå, er basert på samme metode og teori som i Strand (1996), Aas og Strand (2000) og Strand og Aas (2001).

I beregninger av *prispåslag* (også kalt *kronepåslag* eller *marginer*) finner man differansen mellom utsalgspris og innkjøpspris for hvert ledd i distribusjonskanalen på en spesifikk vare. Differansen mellom utsalgspris og innkjøpspris viser et brutto prispåslag. Vårt formål er å få frem de "rene" prispåslagene som hvert ledd/aktør har lagt på innkjøpsprisen, det vil si de netto prispåslagene. Vi må da justere bruttopåslaget for hvert ledd med tilskudd og avgifter, samt trekke ut eventuelle rabatter, og det må justeres for svinn ved bearbeiding av produktene.

For hvert ledd regnes det ut:

- Utsalgspris
- rabatter av utsalgspris
- avgifter
- + subsidier
- Innkjøpspris
- + Rabatter ved innkjøpspris
- = Netto prispåslag i kroner

Ulike typer avgifter og subsidier varierer mellom de ulike leddene, og ikke minst mellom ulike næringer.<sup>7</sup> Også størrelsen på subsidier og avgifter kan variere mye mellom ulike næringer. Behandling av svinn ved filetering av fisk vil behandles i eget avsnitt nedenfor.

Prispåslaget viser hvor mye hvert enkelt ledd har lagt på prisen frem til og med butikkprisen. Med andre ord viser beregningene hvilket ledd som "tar" mest av den prisen som forbrukeren må betale for en vare. Prispåslag er *ikke* det samme som profitt eller fortjeneste, da vi ikke har tatt hensyn til hvilke kostnader hvert ledd har. Når man har lengre tidsserier med prispåslagsberegninger kan man se om det har skjedd endringer mellom leddene over tid. Slike endringer i størrelsene på prispåslagene til hvert av leddene kan bety endringer i kostnadsbildet for leddene, eller endringer i styrkeforholdet mellom leddene. For å kunne svare på hva som er årsakene til økte eller reduserte prispåslag, må man studere aktørene og deres kostnader nærmere.

### *Beregning av prispåslag i ulike distribusjonskanaler på fisk og på aggregert nivå for fiskevarer*

I denne rapporten har vi beregnet prispåslag på fiskevarer i konkrete distribusjonskanaler (casestudien), der vi har opplysninger om alle ledd i distribusjonskanalene og eventuelt hvem som har utført filetering av fisken. Vi har også beregnet prispåslag på fiskevarer på et aggregert nivå, noe som innebærer langt mindre spesifikk informasjon. Når informasjonen om distribusjonskanalene er på aggregert nivå innebærer dette at vi ikke kan gjøre like detaljerte prispåslagsberegninger som for konkrete distribusjonskanaler. Vi vil derfor beskrive kort datakildene og hvordan vi beregnet prispåslag i distribusjonskanalene både på konkret aktørnivå i casestudiene, og på nasjonalt og regionalt nivå.

---

<sup>7</sup> I beregninger av prispåslag innen kjøtt og meieri er det valgt å legge til kun produksjonsavhengige tilskudd og se bort fra produksjonsuavhengige tilskudd, i Aas og Strand (2000) og Strand og Aas (2001).

Casestudien. For å finne prispåslagene i ulike distribusjonskanaler på fisk med utsalg i Oslo, Bergen og Tromsø, tok vi utgangspunkt i enkeltvarer på et bestemt tidspunkt. Vi kartla hva hvert enkelt ledd solgte produktet for og hvor mye de hadde kjøpt produktet (eventuelt råvaren) for, og fikk da frem differansen – brutto prispåslaget. Videre har vi trukket ut merverdiavgift på detaljleddet, og justeres for opplysninger om rabatter fra grossister til butikk. Vi har også justert for svinn ved filetering. Derimot er ikke tilskuddene lagt til av mangel på informasjon om størrelsene på tilskuddene per kg fisk i de konkrete tilfellene.

Aggregert nivå. Beregningene av de nasjonale og regionale prispåslagene blir noe enklere. På aggregert nivået er prispåslagene basert på offentlig tilgjengelig prisdata på 1. håndsetningen og detaljleddet. Av den grunn presenterer vi prispåslag på kun to ledd, fisker/fiske-salgsleddet og for mellomledd og butikkledd samlet. Beregningene er justert for offentlige tilskudd og avgifter. Merverdiavgiften er trukket ut av prisen i butikk, og 1. håndprisene er inklusive tilskudd til fiskerne. Rabatter er det ikke mulig å ta hensyn til på aggregert nivå, da det finnes svært mange aktører innen distribusjon av fisk og trolig mange ulike rabatt- og tilbudsordninger. Vi har valgt å ikke justere for svinn ved filetering og annen videre bearbeiding av fiskeprodukter i de aggregerte prispåslagsberegningene.<sup>8</sup>

#### *Fiskerleddet et restledd*

Når vi bruker denne metoden til å finne prispåslagene til hvert ledd gjennom en distribusjonskanal på varer som fisk, kjøtt og meieri, er det verdt å legge merke til at førsteleddet, det vil si fisker/oppdretter eller bonde, blir et "restledd". Det betyr ganske enkelt at vi ikke har noen direkte "innkjøpspris" å trekke fra utsalgsprisen til dette leddet.

#### *Prispåslag i prosent*

I tillegg til å se på selve kronepåslagene som omtalt ovenfor, har vi også valgt å se på påslagene i prosent. Gjennom prosentandeler kan vi vise de relative størrelsesforholdene til prispåslagene. Dette er særlig nyttig når vi skal se på endringer i påslag til ulike ledd i distribusjonskanaler over en lengre tidsserie.

Vi har beregnet *prispåslagene i prosent av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift*. Vi får da frem hvor mye hvert enkelt ledd har fått/tatt i prosent av den prisen som forbrukeren betaler. Disse påslagene i prosent av sluttprisen er det vi kommer til å legge mest vekt på i presentasjonen av resultatene. Spesielt når man skal sammenligne prispåslagsstudiene, blir dette prosentmålet viktig. Prosentandeler gir et mer korrekt mål på utviklingene til de ulike leddene over tid enn å se på endringer i selve prisen og kronepåslagene, som er på nominelt nivå. Dette skyldes at kroneverdien endres på grunn av inflasjon, mens prosentandeler er relative og derfor ikke påvirkes av endringer i pengeverdien over tid. Et ledds påslag i prosent av butikkpris eksklusiv merverdiavgift vil være avhengig av størrelsen og utviklingen i leddets eget kronepåslag og andre ledds kronepåslag og endringer i disse. Det er derfor viktig å se utviklingen i prosentvise påslag i sammenheng med utviklingen i kronepåslagene til de ulike leddene i distribusjonskanalen.

Som et eksempel kan vi se på en distribusjonskanal med kun to ledd, et produsentledd og et butikkledd. I utgangspunktet får produsenten betalt kr. 60 og butikken tar kr. 40 i kronepåslag. Dermed koster varen kr. 100 i butikk eksklusiv merverdiavgift. De to leddenes prosentvise påslag vil avhenge av størrelsen på deres kronepåslag sett hver for seg og samlet. Her blir den prosentvise påslaget (andelen) til produsenten lik 60% og butikkens andel lik 40%. Vi vil videre se hva som skjer med andelene hvis en eller begge leddene endrer på påslagene.

- 1) Hvis produsenten øker sitt kronepåslag med 10 kroner til kr. 70, mens butikken fortsatt tar kr. 40 i kronepåslag, vil butikkprisen eksklusiv merverdiavgift bli kr. 110. Da vil andelen til produsenten øke til 63,6% mens andelen til butikk vil gå ned til 36,4% fordi den relative størrelsen på butikkens kronepåslag har blitt mindre.
- 2) Hvis både produsenten og butikken øker sitt kronepåslag med 10 kroner blir kronepåslaget til produsent kr. 70 og til butikken kr. 50, og sluttprisen bli kr. 120. Da vil produsentens andel bli 58,3% og butikken andel blir 41,7 %. Det vil si at selv om begge ledde-

<sup>8</sup> Se nærmere omtale i de påfølgende avsnittet 2.1 vedrørende hvordan svinn er tatt hensyn til i prispåslagene, samt beregning av svinn på aggregert nivå på fiskevarer.



ne økte sitt kronepåslag like mye, så slo det ut i at produsentens andel gikk noe ned mens butikkens andel økte noe.

- 3) Hvis produsenten øker sitt kronepåslag med 10 kroner til kr. 70 og butikken reduserer sitt kronepåslag med 10 kroner til kr. 30, vil sluttprisen bli lik som i utgangspunktet kr. 100, men fordelingen av andelene vil bli annerledes. I dette tilfellet vil andelen til produsent øke til 70% og andelen til butikk går ned til 30%.

Dette er kun noen ulike utfall av utvikling i kronepåslag og prosentvise påslag. For nærmere utredning om endringer i prosentvise påslag se Strand (1996)

For påslagene i casestudien har vi i tillegg sett på *påslagene i prosent av innkjøpspris*.<sup>9</sup> Dette viser hvor mye hvert ledd relativt sett har lagt på prisen i prosent av leddets innkjøpspris. Ved påslagene i prosent av innkjøpsprisen vil førsteleddet i distribusjonskanalene (fisker/oppdretter) ikke ha noe prosentvis påslag. Dette er en følge av at førsteleddet i disse beregningene er et restledd.

## 2.1 Svinn

Når man skal gjøre prispåslagsberegninger vil man se på differansen mellom innkjøpspris og utsalgspris for hvert ledd i en distribusjonskanal. Dette er relativt uproblematisk når man ser på samme mengde av varen, for eksempel hele tiden se på 1 kg. Når det er snakk om varer som forringes eller varer som går igjennom en bearbeidingsprosess der mengden av varen blir mindre (som ved filetering av fisk) vil dette gjøre bildet mer komplisert.

Både forringelse av et produkt og bearbeidingsprosesser vil ofte innebære at et ledd må kjøpe inn mer enn det som leddet får solgt videre. Vi vil for enkelhets skyld kalle dette "gapet" i mengde mellom hva et ledd kjøper inn og hva det får solgt for *svinn*. Svinnet kan ha mange ulike årsaker.

En form for svinn, som er relatert til forringelsesprosessen, er når fisken ikke er spiselig og må hives. Dette er et klart inntektstap for det leddet som på hive fisken, men det er sannsynlig at aktøren i leddet har kalkulert med en viss svinnprosent i sine utsalgspriser for å dekke tapet. Forringelsesprosessen på fisk kan skje gradvis, og når en fisk er i ferd med å bli gammel kan man tenke seg at den kan bli solgt svært rimelig, eller til og med selges med tap. Dette vil da gi seg utslag i lave eller negative marginer for det leddet. Når vi for eksempel i casestudien ser på prispåslagene på noen fiskevarer på et bestemt tidspunkt, vil en lav eller negativ margin for ett ledd kunne bety at fisken anses for å ha blitt mindre verdt.<sup>10</sup>

En annen form for svinn er ved bearbeidning av (rå)varen, slik at den etter bearbeidning veier mindre (men som oftest har en høyere verdi). For eksempel ved sløyning av fisk fjernes innmat, blod, og for noen fiskevarianter også hodet (blant annet vanlig på torsk og sei). *Sløyning* av villfisk og kappingen av hodet blir utført på fiskefartøyene. Det vil si at den prisen som fiskerne får for fisken er etter at innmaten og hodet er fjernet. Sløyning av laks foregår som oftest hos oppdretter eller slakteri. Filetert fisk har gått igjennom en videre bearbeidingsprosess (eller verdiøkende prosess). Når fisk *fileteres* så går det bort en god del mer av fisken. Hodet og ben fjernes, og for ulike typer filetering varierer det med hensyn til om skinn, nakkebein og finner sitte igjen eller blir fjernet på fileten.

Disse bearbeidingsprosessene har to implikasjoner som får betydning for prispåslagene i distribusjonskanaler.

1. Bearbeidning er arbeidskrevende og medfører dermed økte kostnader. Disse kostnadene vil det være sannsynlig at leddet ønsker å dekke gjennom utsalgsprisen. Vi vil

<sup>9</sup> Påslagene i prosent av hvert ledds innkjøpspris vises i vedleggene A-F.

<sup>10</sup> Det kan også være mange andre årsaker til en lav eller negativ margin for et enkelt ledd for en enkelt vare på et bestemt tidspunkt. For eksempel kan leddet ha forpliktet seg til å selge til en fastsatt pris en tid i forveien, og at innkjøpsprisen har økt i mellomtiden slik at leddet sitter igjen med et lite eller negativt prispåslag. I denne bransjen skjer ting raskt og marginene kan variere mye fra dag til dag avhengig av både kvalitet og markedspriser.

derfor forvente at dette gir seg utslag i et høyere prispåslag enn hvis leddet ikke gjorde verdøkende prosesser.<sup>11</sup>

2. Bearbeidingen ved sløyning og filetering reduserer vekten av fisken som skal selges videre, og dette er en merkostnad for leddet som utfører fileteringen.

I beregningene av påslagene til hvert enkelt ledd er det mest korrekte å justere for svinn ved bearbeiding (for eksempel filetering) for det leddet der svinnet oppstår. Dette skyldes at leddet som utfører bearbeidingen må kjøpe inn mer fisk enn det leddet får ut i ferdig vare, målt i vekt, og som leddet skal selge videre. Hvis vi kun ser på hva hvert ledd har betalt per kg for fisken og hva de tar i utsalgspris per kg, vil dette vise et for stort påslag fordi det ikke tar hensyn til at leddet må kjøpe mer enn det kan selge videre målt i vekt. Det som blir skåret bort har ingen (eller svært liten) salgsverdi, og regnes derfor som svinn. Svinn må fileteringsleddet dekke gjennom sitt prispåslag.

Når vi skal beregne prispåslag for en enkelt vare per kg, så innebærer svinn ved bearbeiding (filetering) at vi kan ta hensyn til svinn på to måter. 1) Enten kan vi si at det må mer enn 1 kg sløyd fisk som råvare inn til filetering for å få 1 kg ferdig filetert fisk til videresalg. 2) Alternativt kan vi si at hvis man kjøper inn 1 kg sløyd fisk og fileterer denne, så får man mindre enn 1 kg ferdig filetert fisk ut. Disse to måtene betyr at vi enten justerer mengden innsatsvare opp eller at vi justerer ferdig mengde fileter ned. Det er like korrekt å justere for svinn på begge disse måtene. Disse beregningsmetodene (såkalt metode 1 og 2) vil bli gjennomgått grundig nedenfor. De to alternative beregningsmetodene gir ulike kronepåslag, men like prosentvise påslag av innkjøpsprisen på hvert ledd og av andelen av butikkprisen.

Vi kan et øyeblikk sammenligne bearbeidingsprosessen i fiskebransjen med jordbruksbaserte varers bearbeidingsprosesser. Innen jordbrukssektoren er det relativt oversiktlig hvilke ledd som utfører hvilke bearbeidingsprosesser. Det er færre aktører involvert i produksjonsprosessen, ved at store samvirkeide aktører innen mottak/førstehåndsomsetning dominerer store deler av markedene. Markedsandelene i landbrukssamvirket på førstehåndsomsetning var i 1998 på hele 99,6% innen melk, 76% innen kjøtt, 67% innen egg, 86% innen fjørfekjøtt og 69% innen honning. For flere av disse samvirkene, blant annet for kjøtt, egg og fjørfe, har markedsandelene på mottak/førstehåndsomsetning økt de siste to tiårene. (Landbrukssamvirket 1999). Innen meieri og kjøtt følger samvirkene faste produksjonsprosesser og oppskrifter/mønstre, og de kjenner til hvor mye ferdig vare de får ut og hvor mye svinn som går bort, for eksempel ved stykking av kjøtt og ved produksjon av melk og ost. Dermed er det mulig å justere for dette i marginberegningene.<sup>12</sup> Innen fiskebransjen er det mer uoversiktlig. Dette skyldes at bransjen er mindre strukturert med tanke på arbeidsfordelingen. For eksempel kan filetering gjøres ved mottak/førstehåndsledet, ved ulike mellomledd som leverandører og grossister, eller først i butikken. I tillegg er fiskebransjen mer fragmentert da det ikke er noen tilsvarende dominerende aktører som utfører bearbeidingen som innen landbruksbransjene. Fiskesalgslagene er store og det er også lovpålagt at førstehåndsomsetningen skal gå gjennom disse, men de er kun et salgssapparat på siden av selve distribusjonskanalen. Fragmenteringen går også på at det er mange ulike distribusjonskanaler til ulike markeder. Når det gjelder selve fileteringen av fisk, så er dette også noe som ikke uten videre er "fastsatt". Det er mange måter man kan filetere fisken på med ulikt utbytte etter filetering avhengig av hvor fint det fileteres. Med utbytte menes her det aktøren sitter igjen med når fisken er klar til salg/videre produksjon.

Vi har vi ikke tatt hensyn til svinn ved sløyning i beregningene av prispåslagene på ulike fiskevarer. Dette skyldes at førstehåndsprisen er for ferdig sløyd fiskevare<sup>13</sup> – altså etter denne bearbeidingsprosessen, og dermed kan prisen til fisker anses å være innkalkulert merkostnaden ved sløyning. Det er heller ikke teknisk mulig å justere for svinn som oppstår ved et restledd som fisker/oppdretter.<sup>14</sup> Derimot kan vi justere for svinn ved filetering når dette blir

<sup>11</sup> Som nevnt tidligere vil vi ikke se på kostnadene som hver av leddene har til bearbeiding, lagring, distribusjon med mer, og derfor vil ikke prispåslagene alene kunne si noe om kostnadene og profitten til hver av leddene.

<sup>12</sup> Se mer om beregninger av svinn ved prispåslag ved kjøttvarer og meierivarer i Aas og Strand (2000) og i Strand og Aas (2001).

<sup>13</sup> Vi snakker her om fisk som selges sløyd og ikke om fisk som selges hel, det vil si med innmat.

<sup>14</sup> Dette skyldes at når vi justerer for svinn er dette for å få frem den merkostnaden som oppstår fordi leddet må kjøpe inn mer råvare enn det som kan selges videre. Ved et restledd har vi ingen "innkjøpskostnad", og leddets prispåslag vil derfor ikke vise differansen mellom innkjøpskostnad og utsalgskostnad slik som for de andre leddene i distri-

gjort av ledd etter fiskerleddet, som også er det mest vanlige. Vi vil videre redegjøre for hvordan vi justerer for svinn ved filetering i prispåslagene.

#### **Justering i prispåslagene for svinn ved filetering av oppdrettslaks, torsk og sei**

Filetering av både oppdrettslaks, torsk og sei foregår innenfor de leddene som blir kartlagt i denne undersøkelsen. Filetering gjøres trolig oftest på førstehåndsledet - fiskemottaket, men det er også vanlig at mellomleddene, som leverandører og grossister, samt en del butikker, fileterer.

I våre marginberegninger må flere faktorer være kjent for at vi kan beregne svinn. For det første må vi for hver av distribusjonskanalene på enkeltvarene i undersøkelsen kjenne til *hvilket ledd* som utfører fileteringen. For det andre må det være kjent *hvilken type filetering* som er benyttet. Det finnes mange ulike fileteringsmåter, fra relativt grove fileteringer til svært fine fileteringer. For det tredje må det være kjent om fileteringsleddet har kjøpt inn *sløyd fisk med eller uten hode*. Dette kan variere noe. Både hva slags type filetering og om det er med eller uten hode, påvirker *hvor stort svinn* er, og denne størrelsen må vi kjenne til for å kunne beregne svinn. Svinnprosenten ved filetering varierer i tillegg mellom ulike fiskeslag, da anatomen til fiskeslagene varierer.

Hvis vi kjenner til de nevnte faktorene for hver av fiskeslagene (torsk, sei og laks), så er det mulig å justere for svinn i prispåslagene på to måter (svinn-beregningsmetode 1 og 2, som utdypes nærmere nedenfor). Vi tar her utgangspunkt i filet av laks, torsk og sei uten ben og uten skinn. Vi har innhentet opplysninger fra flere ulike aktører på ulike nivåer i distribusjon av fersk fisk, det vil si både fra oppdrettere, fiskemottak, bearbeidingsbedrifter, fiskegrossister og fiskebutikker. Disse kommer med noe varierende anslag på svinnprosentene ved filetering. Dette skyldes at det er svært mange måter å filetere på, fra en grov filetering til en svært fin filetering der svært mye fjernes. Svinnprosentene er også anslagstall som firmaene har laget. Vi har valgt å legge oss på et nivå som flest synes å oppgi som vanlig svinnstørrelse ved filetering av laks, sei og torsk som selges på det innenlandske markedet. I beregningene av prispåslagene har vi antatt at det ved filetering av en sløyd laks med hode går bort 35% i svinn, og at det ved filetering av sløyd torsk og sei uten hode går bort 48% i svinn.

#### *Svinn beregningsmetode 1:*

Svinn ved filetering medfører at fileteringsleddet må kjøpe inn mer enn 1 kg råvare for å få 1 kg ferdig vare, og differansen avhenger av svinnprosenten. I denne metoden justerer vi for svinn ved å beregne en høyere råvarekostnad. Dette gjør vi ved å høyne mengden som skal til for å få 1 kg ut. Råvarekostnaden skal tilsvare hvor mye mer enn 1 kg som må kjøpes inn for å få 1 kg ferdig filetert fisk, altså den reelle/justerte råvaremengden og -kostnaden.<sup>15</sup>

#### Regneeksempel:

Vi vil nå vise hvor mye råvaremengden må justeres opp for å dekke svinn ved filetering. Vi tar utgangspunkt i en svinnprosent på 30% for å få fileten uten ben og uten skinn fra en sløyd fisk.

Vi har da følgende forholdstall: 100 kg sløyd fisk gir 70 kg ferdig filet og 30 kg svinn (avfall/benrester og liknende uten verdi). For å få 100 kg ferdig filet må fileteringsbedriften kjøpe inn  $(100/70) \cdot 100 = 142,85714$  kg sløyd fisk. For å få 1 kg ferdig filet må det kjøpes inn 1,4285714 kg sløyd fisk. Dette er den justerte innkjøpsmengden.

Den justerte innkjøpsmengden ganges med innkjøpsprisen per kilo for å finne den reelle/justerte innkjøpskostnaden til fileteringsleddet. Hvis innkjøpsprisen per kg er kr. 20,- blir da den reelle/justerte innkjøpskostnaden (kr. 20,- x 1,4285714) kr. 28,57. Den justerte innkjøpskostnaden trekkes så fra utsalgsprisen for 1 kg ferdig filet, og vi finner da prispåslaget justert for svinn. Se utregning B) nedenfor.

Det at fileteringsleddet må kjøpe inn mer enn 1 kg for å få 1 kg ferdig filetert vare, innebærer videre at leddet/ene oppstrøms (før fileteringsleddet) selger mer enn 1 kg sløyd fisk - vel å

---

busjonskanalen. Dermed får vi heller ikke synliggjort den "merkostnaden" restleddet har ved bearbeiding der det oppstår svinn.

<sup>15</sup> For nærmere utredning om denne metoden, se Aas og Strand (2000).

merke tilknyttet den ene kiloen ferdig filetert vare som vi tar utgangspunkt i her. Vi må derfor også justere opp utsalgspriser og eventuelle innkjøpspriser for leddene oppstrøms for fileteringsleddet<sup>16</sup> med samme justerte innkjøpskostnad (pris per kg x justert innkjøpsmengde som ved 30% svinn er 1,4285714). Kronepåslagene for leddene oppstrøms vil dermed øke sammenlignet med prispåslag uten svinnjusteringer. Dette skyldes at man for disse leddene ser på prisen for mer enn 1 kg fisk. Se oppstilling av regnestykket B) nedenfor.

#### *Svinn beregningsmetode 2:*

Alternativt kan man justere for svinn ved å justere ned mengden med ferdig filetert vare tilsvarende størrelsen på svinn ved fileteringen. Mengden ferdig filetert vare vil dermed være under 1 kg, mens leddet/ene før filetering kjøpte og solgte 1 kg vare. Ved 30% svinn blir det 70% igjen som kan selges som ferdig filetert vare.

Leddene videre nedstrøms for fileteringsleddet må da også reduseres tilsvarende i innkjøpskostnad (pris per kg x justert innkjøpsmengde). Prispåslagene i kroner for leddene nedstrøms vil dermed reduseres sammenlignet med prispåslag uten svinnjusteringer, da de viser pris for en lavere mengde enn 1 kg filet.

Ut fra eksemplet ovenfor finner vi mengden som både fileteringsleddets utsalgspris og leddene nedstrøms skal justeres ned med. Vi må gange disse prisene per 1 kg med 0,70 kg, fordi fra 1 kg sløyd fisk så får man 0,70 kg filetert fisk ved 30% svinn. Se beregning C) nedenfor.

#### *Beregning av prispåslag i kroner og prosent uten svinnjustering og med svinnjustering etter metode 1 og 2*

Vi vil nå vise hvordan prispåslagene både i kroner og prosent varierer ut fra om man ikke justerer for svinn eller justerer for svinn etter beregningsmetode 1 eller 2. Vi tar i dette eksemplet utgangspunkt i en enkel distribusjonskanal med tre ledd; fisker, fiskemottak og butikk.<sup>17</sup> Fisker selger en sløyd fisk for kr. 20 per kg til et fiskemottak. Fiskemottaket fileterer fisken og selger den videre for kr. 35 per kg til en butikk. Butikken selger den fileterte fisken for kr. 53 per kg eksklusiv merverdiavgift (vi har allerede trukket ut merverdiavgiften). Svinn ved filetering er på 30%.

Legg merke til at utgangspunktet er pris for 1 kg ferdig filetert fisk i A) og B), mens i C) tas det utgangspunkt i at vi begynner med 1 kg fisk og ender opp med en mindre mengde. Vi får da følgende regnestykke:

#### **A) Beregning av prispåslag i kroner og prosent uten å justere for svinn**

	Butikk	Fiskemottak/ Foredler	Fisker/ Fiskesalgslag	Kontrollsum
Utpriser per ledd per kg	Kr. 53	Kr. 35	Kr. 20	
Prispåslag i kr.	Kr. 18	Kr. 15	Kr. 20	Kr. 53
Prispåslag i % av Butikkpris ekskl. mva	33,96%	28,30%	37,74%	100%

Her ser vi kun på pris per 1 kg for hver av leddene. Her er ikke fiskemottakets ekstrakostnader ved svinn ved filetering tatt hensyn til. Kronepåslagene gjennom en distribusjonskanal skal summere seg opp til å bli lik butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, og de prosentvise påslagene skal summere seg opp til å bli 100%.

<sup>16</sup> Innkjøpspriser justeres hvis det er snakk om ett eller flere ledd mellom fisker og fileteringsleddet. Fiskeren/fiskesalgslaget er i disse prispåslagsberegningene et sluttledd (eller som vi kaller det - restledd), og vi har ikke noen kjent "innkjøpspris" til dette første leddet. Det er derfor heller ikke mulig å justere for svinn ved dette leddets innkjøpspris, mens vi derimot kan justere utsalgsprisen til fisker. Dette medfører at førsteleddet (restleddet) dermed får et større prispåslag både i kroner og i prosentandeler når vi justerer for svinn.

<sup>17</sup> Prinsippet med behandling av svinn gjelder uavhengig av hvor mange ledd som er i distribusjonskanalen.

**B) Beregning av prispåslag i kroner og prosent ved å justere for svinn etter metode 1**

	Butikk	Fiskemottak/ Foredler	Fisker/ Fiskesalgslag	Kontrollsum
Utpriser per ledd	Kr. 53	Kr. 35	Kr. 20x1,4285714 = kr. 28,6	
Prispåslag i kr.	Kr. 18	Kr. 6,43	Kr. 28,57	Kr. 53
Prispåslag i % av butikkpris ekskl. mva	33,96%	12,13%	53,91%	100%

I svinn metode 1 er fiskers utsalgspris (som er lik fiskemottakets innkjøpspris) oppjustert med 1,4285714 for å få 1 kg ferdig filet ut. Dette fører til at fileteringsleddet (som i dette eksemplet er fiskemottaket) får lavere kronepåslag og lavere prosentvis påslag enn i beregning A). Dette fordi det i B) er tatt hensyn til at fiskemottaket må kjøpe en større mengde fisk enn det som kan selges videre. Etter denne beregningsmetoden får fisker et høyere kronepåslag og et høyere prosentvis påslag enn i A). Dette skyldes at for fiskerleddet så ser vi på pris for 1,4285714 kg sløyd fisk. Butikkens kronepåslag og prosentvise påslag påvirkes ikke av svinnjusteringen etter metode 1.

**C) Beregning av prispåslag i kroner og prosent ved å justere for svinn etter metode 2**

	Butikk	Fiskemottak/ Foredler	Fisker/ Fiskesalgslag	Kontrollsum
Utpriser per ledd	Kr. 53 x 0,70 = Kr. 37,10	Kr. 35 x 0,70 = Kr. 24,50	Kr. 20	
Prispåslag i kr.	Kr. 12,60	Kr. 4,50	Kr. 20	Kr. 37,10
Prispåslag i % av Butikkpris ekskl. mva	33,96%	12,13%	53,91%	100%

Når vi beregner for svinn etter metode 2, så tar vi utgangspunkt i 1 kg sløyd fisk hos fisker, og at dette blir 0,70 kg ferdig filetert fisk. Videresalgsprisen for filetert fisk til leddet som fileterer (fiskemottaket) og til butikk blir derfor nedjustert med 0,70 kg. I motsetning til for A) og B) så blir summen av kronepåslagene i C) lik butikkprisen eksklusiv merverdiavgift for 0,70 kg filetert fisk (kr. 53 x 0,70 = kr. 37,10). Denne beregningsmetoden for å justere for svinn ved filetering fører til at kronepåslaget og det prosentvise påslaget til fiskemottak blir redusert sammenlignet med A). Kronepåslaget til butikk blir redusert sammenlignet med A), men det prosentvise påslaget er likt. Kronepåslaget til fisker er likt som i A), men siden dette påslaget regnes av en mindre mengde ferdig vare så blir det prosentvise påslaget til fisker høyere enn i A).

Som vi kan se i eksemplet ovenfor, så blir det store forskjeller i kronepåslagene til de ulike leddene ut fra om det justeres for svinn eller ikke, og også etter hvilken svinnjusteringsmetode vi velger. Legg merke til at til tross at svinnjusteringsmetode 1 og 2 slår ulikt ut i kronepåslagene til hvert ledd, så blir de prosentvise påslagene like. Det prosentvise påslaget til fileteringsleddet (i dette eksemplet fiskemottaket) blir lavere enn uten svinnjustering. Derimot blir de prosentvise påslagene oppstrøms (før fileteringsleddet - i dette eksemplet kun fisker) blir høyere enn uten svinnjustering. Dette skyldes at vi underveis i distribusjonskanalen skifter mengdeenhet, på grunn av svinn ved filetering. Derimot blir butikkleddets prosentvise påslag ikke påvirket av svinnjusteringene.

**Ikke svinnjustering på aggregerte prispåslag på fisk**

For distribusjonskanalene i casestudien har vi identifisert alle leddene og prispåslagene, og kjenner til hvilke ledd som har utført filetering av fisken. Vi har da tilstrekkelig med informasjon til at vi har kunnet justere for svinn ved filetering. Derimot er ikke dette tilfellet for de nasjonale og regionale prispåslagene.

Det er ikke foretatt beregninger av svinn ved filetering og ved annen bearbeiding av fiskevarene i de nasjonale og regionale prispåslagene på fiskevarer.<sup>18</sup> Dette skyldes manglende informasjon både om hver enkelt av leddenes prispåslag, hvem som utfører bearbeidingen av hver enkelt fiskevare i en gjennomsnittlig distribusjonskanal på aggregert nivå, og størrelser på svinn for ulike bearbeidinger av fiskevarene.

Som vi kommer nærmere inn på i kapittel 3, kjenner vi ikke til prispåslagene til mellomledd i distribusjonskanaler på fiskevarer på aggregert nivå. Vi har derfor valgt å presentere prispåslagene til mellomledd og butikkledd samlet.

Størrelsen på svinn ved de fileterte fiskevarene på aggregert nivå er sannsynligvis tilsvarende som i casestudien, det vil si ca 35% svinn ved å filetere en sløyd laks med hode og ca 48% svinn ved å filetere en sløyd torsk eller sei uten hode. Derimot vil det ikke la seg gjøre å justere for svinn på det leddet der svinn oppstår på aggregert nivå ut fra våre mangelfulle data. Som vi vil komme nærmere inn på i kapittel 4, viste casestudien at antallet ledd i distribusjonskanalene på fiskevarer kan variere noe mellom ulike distribusjonskanaler og spesielt mellom ulike landsdeler. Videre varierer det hvilke ledd som utfører filetering av fisk. Vi har ikke sett nærmere på annen bearbeiding av fisk i casestudien.

Selv om vi kun har prispåslag på fiskerleddet og på mellomledd- og butikkledd samlet, kunne vi ha justert for svinn ved filetering på fiskerleddet. Derimot vil det ikke være mulig å justere for svinn for det leddet som utfører selve fileteringen, som kan være ett av mulig flere mellomledd eller butikkleddet. Hensikten med justeringen for svinn er, som nevnt tidligere, å synliggjøre at et ledd som har svinn får mindre prispåslag enn det kun differansen mellom utsalgspris og innkjøpspris per kg tilsier. Vi måtte i dette tilfellet ha justert for svinn for mellomleddet/ene og butikkleddet samlet, siden det ikke er mulig å skille disse fra hverandre her. Denne svinnjusteringen vises i regneeksempel E) og F) nedenfor, med priser og antatt svinnstørrelse fra eksemplet ovenfor. Prispåslag uten å justere for svinn blir som vist i regneeksempel D). Forskjellen fra A), B) og C) ovenfor er at vi her har kun to ledd i distribusjonskanalen, fiskerleddet og mellom- og butikkledd sammenlagt, og at vi kun kjenner til prisen som fisker får per kg og prisen i butikk per kg. Vi kjenner ikke til hvem som utførte fileteringen, men antar at det er har skjedd på mellom- eller butikkledd.

#### D) Beregning av prispåslag i kroner og prosent uten å justere for svinn

	Butikk + mellomledd	Fisker/Fiskesalgslag	Kontrollsum
Utpris per ledd per kg	Kr. 53	Kr. 20	
Prispåslag i kr.	Kr. 33	Kr. 20	Kr. 53
Prispåslag i % av Butikkpris ekskl. mva	62,26%	37,74%	100%

Påslagene i kroner og prosent til fisker er lik som ved A). Påslaget i kroner og prosent til butikk- og mellomledd samlet er det samme som hvis vi legger sammen butikkleddet og fiskemottaket i A).

#### E) Beregning av prispåslag i kroner og prosent ved å justere for svinn etter metode 1

	Butikk + mellomledd	Fisker/Fiskesalgslag	Kontrollsum
Utpris per ledd	Kr. 53	Kr. 20 x 1,42857143 = Kr. 28,57	
Prispåslag i kr.	Kr. 24,43	Kr. 28,57	Kr. 53
Prispåslag i % av Butikkpris ekskl. mva	46,09%	53,91%	100%

<sup>18</sup> Dette gjelder filetert laks (vare 5), filetert sei (vare 10), filetert torsk (vare 165), samt dypryst filett av torsk i pakke (vare 6) og dypryste torskepanetter (vare 166). De andre fiskevarene var rund eller sløyd fisk og problematikken rundt svinn ved filetering og videre bearbeiding vil i disse tilfellene ikke være aktuell. Se varebeskrivelse i avsnitt 3.1.2.

Påslagene i kroner og prosent til fisker blir i E) lik som ved utregning B). Ved å legge sammen kronepåslagene og de prosentvise påslagene til butikkledd og fiskemottak i B) får vi samme resultat som for butikk- og mellomledd samlet i E).

#### F) Beregning av prispåslag i kroner og prosent ved å justere for svinn etter metode 2

	Butikk + mellomledd	Fisker/Fiskesalgslag	Kontrollsum
Utpris per ledd	Kr. 53 x 0,70 = Kr. 37,10	Kr. 20	
Prispåslag i kr.	Kr. 17,10	Kr. 20	Kr. 37,10
Prispåslag i % av Butikkpris ekskl. mva	46,09%	53,91%	100%

I beregning F) blir prispåslagene i kroner og prosent til fisker lik som i C). Butikkleddets og fiskemottakets påslag i både kroner og prosent i C) blir sammenlagt likt som for butikk- og mellomledd samlet i F).

Ut fra disse beregningene ser vi at når vi ikke justerer for svinn i beregningene av prispåslagene i distribusjonskanalen, vil de prosentvise påslagene til fisker være mindre enn hvis vi hadde justert for svinn, og de prosentvise påslagene til butikkleddet og mellomledd samlet vil være høyere enn hvis vi hadde justert for svinn. Denne konklusjonen gjelder både ved å justere for svinn etter metode 1 eller 2. Derimot vil kronepåslagene vise ulike resultater avhengig av om vi ser på metode 1 eller 2. Kronepåslaget til fisker når det ikke er justert for svinn vil være lavere enn ved å justere for svinn etter metode 1, men vil være lik som hvis vi justerte for svinn etter metode 2. Kronepåslaget til butikkledd og mellomledd sammenlagt vil uten å justerer for svinn bli høyere enn om vi justerte for svinn etter både metode 1 og 2.

Som nevnt ovenfor kjenner vi til sannsynlige svinnstørrelser ved filetering av laks, sei og torsk (vare 5, 10 og 165). Derimot kjenner vi ikke til hvor stort svinn er for de andre bearbeidede fiskevarene i utvalget på aggregert nivå (vare 6 og 166).<sup>19</sup> På grunn av at vi derfor ikke ville kunnet justere for korrekt svinnprosent på alle fiskevarene i utvalget, sammen med at vi ikke kunne justert for selve det leddet som utfører bearbeidingen og får kostnaden ved svinn, har vi valgt å kun presentere påslagene uten å justere for svinn.

Vi kan dermed oppsummere med følgende konklusjonen. Når vi har valgt å ikke justere for svinn i de aggregerte prispåslagene for fileterte fiskevarer (vare 5, 10 og 165) og for videre bearbeidede fiskevarer (vare 6 og 166) så vil prispåslagene i prosent som vi presenterer vise lavere prosentpåslag til fisker og høyere prosentpåslag til mellom- og butikkledd samlet enn hvis vi hadde justert for svinn. Dette er det viktig å være oppmerksom på. De aggregerte prispåslagene (i kapittel 3) vil derfor ikke være direkte sammenlignbare med prispåslagene i ulike distribusjonskanaler på fisk fra casestudien (i kapittel 4) og heller ikke med prispåslagene vist for meieri- og kjøttvarer samlet (i kapittel 6) med tanke på størrelsene på andelene. Derimot er det benyttet lik beregningsmetode for påslagene fra casestudien og for meieri- og kjøttvarene, og disse kan sammenlignes. Til tross for at selve størrelsene på andelene på alle varene ikke kan direkte sammenlignes, er det allikevel mulig å sammenligne med tanke på tendensene i endringer over tid.

<sup>19</sup> Vi mangler informasjon om svinnstørrelsene ved fiskeproduktene som er videre bearbeidet utover filetering. Det er sannsynlig at frossen filet i pakke har en noe høyere svinnprosent enn fersk filet. Frosne fiskepanetter i pakke har trolig en langt høyere svinnprosent enn det filetering av fisk medfører da alt av skinn og ben skal bort, men her vil også andre råvarer bli tilsatt i det ferdige produktet og dette tilsier en lavere innsats av fisk enn mengden ferdig produkt.





## 3 Prispåslag på fisk på nasjonalt og regionalt nivå

### 3.1 Metode

#### 3.1.1 Beregninger av prispåslag på aggregert nivå

De aggregerte prispåslagene vil i hovedsak strekke seg over en tidsperiode fra 1989-1999. Beregningene er basert på offentlig tilgjengelige priser på 1. håndsomsetning og fra detaljleddet.

Vi viser til gjennomgang av beregningsmetoden av prispåslag i distribusjonskanaler i kapittel 2. Vi har beregnet netto prispåslag i distribusjonskanalen av fisk på aggregert nivået (både nasjonalt og regionalt). Som nevnt vil de aggregerte beregningene av prispåslag bli noe ulike (enklere enn) beregningene av de spesifikke prispåslagene for casestudien. Det er ikke justert for svinn ved filetering eller annen bearbeiding for aktuelle fiskevarer på grunn av manglende informasjon både om hver enkelt av leddenes prispåslag, hvem som utfører bearbeidingen av hver enkelt fiskevare i en gjennomsnittlig distribusjonskanal på aggregert nivå, og størrelser på svinn for ulike bearbeidinger av fiskevarene. Det er heller ikke justert for rabatter. Vi har tatt hensyn til offentlige tilskudd og avgifter. Merverdiavgiften er trukket ut av butikkprisen, mens 1. håndsprisen som vi benytter er inklusive tilskudd utbetalt til fiskerne.

Fiskerinæringen har vært igjennom store endringer i rammebetingelser i løpet av den perioden vi ser på, og subsidiene har blitt kraftig redusert. Tilskuddene var relativt små ved slutten av 90-tallet, men utgjorde relativt betydelige beløp i begynnelsen av perioden vi ser på.<sup>20</sup> Selve tilskuddene, og da også nedgangen i størrelsen på tilskuddene, påvirker trolig prisen til fiskerne.<sup>21</sup> Dette påvirker også utviklingen i prispåslagene i kroner til fiskerne, samt de prosentvise andelene til både fisker og mellom- og butikkledd, for perioden vi ser på.<sup>22</sup> Vi vil ikke kommentere nærmere effekten av endringer i subsidier for prispåslagene i presentasjonen av prispåslagene på fisk.

#### 3.1.2 Datakilder

Vi benyttet priser fra Fiskeridirektoratet på 1. håndspriser på fisk. Disse er innrapportert fra fiskesalgslagene på all omsatt vill fisk. Datamaterialet er svært detaljert og er registrert på månedsbasis, og inneholder spesifikk informasjon om tiltenkt anvendelse, ilandføringstil-

---

<sup>20</sup> Jamfør omtale av støtteordninger til fiskerinæringen i avsnitt 1.2.

<sup>21</sup> Det er mange ulike typer tilskudd og støtteordninger til fiskerinæringen som har eksistert og/eller eksisterer i dag. De direkte og indirekte støtteordningene har ulike effekter på næringen. Den direkte prisstøtten, inklusiv føringstilskudd og støtte til langtidslagring og dobbeltfrysing, samt de sosiale støtteordningene har redusert den bedriftsøkonomiske fangstkostnaden og dermed holdt nede førstehåndsprisene (Isaksen og Dreyer 1999).

<sup>22</sup> Endringene i tilskudd til fiskerne vil trolig påvirke kronepåslaget til fiskerleddet. En endring i ett ledds kronepåslag vil, når vi ser på leddenes prosentvise fordeling av butikkprisen, påvirke andelene til alle leddene – det vil her si til både fiskerne og til mellom og butikkleddet.

stand, kommune for landing m.m. for hver av torsk, sei og reker for årene 1989-1999. Priser til oppdretter av laks strekker seg fra 1992 til 1. halvdel av 1998, og er kun på landsgjennomsnittsnivå. Disse dataene er fra Norske Sjømatbedrifters Landsforening.

For pris i butikk har vi fått data fra Statistisk sentralbyrå. Dette materialet er for spesifikke varer per måned og per år for landet. I tillegg har vi fått priser per måned og per år på et noe mer disaggregert nivå, med en inndeling av Norge i tre større områder; region 1. Østlandsområdet (inkludert Oslo), region 2. Sør- og Vestlandet (inkludert Bergen og Trondheim), region 3. Nord-Norge (inkludert Tromsø).<sup>23</sup>

Vareutvalget på detaljnivå fra Statistisk sentralbyrå er følgende:

<b>Representantvare:</b>		<b>Mengde:</b>
Torsk, med hode og innmat (koketorsk)	(varenr. 00001)	Kg.
Laks, 2-3 kg, oppskåret	(varenr. 00005)	Kg.
Torsk, dypfryst filet, pakke	(varenr. 00006)	Ca. 400 g
Sei, fersk, renskåret filet	(varenr. 00010)	Kg.
Torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat	(varenr. 00160)	Kg.
Sei, stor (over 1,5 kg.), uten hode og innmat	(varenr. 00161)	Kg.
Torsk, fersk, renskåret filet	(varenr. 00165)	Kg.
Torsk, panetter, dypfryst, pakke	(varenr. 00166)	Ca. 400 g
Reker (90-120 stk. per kg.)	(varenr. 00174)	Kg.

Både 1. håndsprisene og detaljistprisene er på nominelt nivå, det vil si at det ikke er justert for inflasjon. Det betyr at kroneverdiene ikke er direkte sammenlignbare over tid. Vi har derfor vektlagt å presentere resultatene av prispåslagene i prosentvise andeler, da forholdstall er sammenlignbare over tid.

Fiskevarene i vår undersøkelse hadde i gjennomsnitt en realprisnedgang i butikk fra 1989 til midten av 90-tallet, og derfra en svak øking i realprisene fram til 1998. Fra 1998 til 1999 var det et betydelig hopp i realprisene med nesten 9 prosent i gjennomsnitt fra det ene året til det andre. Vi har brukt konsumprisindeksen for å finne realprisene i butikk. Vi bruker nominelle priser for beregningene siden vi ikke har passende prisindekser å deflatere de andre tallene i undersøkelsen med.

Det kom klart frem i casestudien, der vi kartla prispåslagene til distribusjonskanaler med ut salg i Oslo, Bergen og Tromsø, at det i svært mange tilfeller er ett til tre ledd i mellom fisker og butikk (som kan være fiskemottak, leverandører og grossister). Vår målsetning for den nasjonale prispåslagsstudien har vært å kartlegge alle leddene i distribusjonen på fisk med data på landssnitt- og regionsnittsnivå per år. Tilgjengelighet av data på fisk på nasjonalt og regionalt nivå setter derimot begrensninger. Det er ikke mulig å innhente priser mellom 1. hånds omsetningen (som viser pris til fisker) og pris fra butikk til forbrukerne. Dette skyldes at bransjen er fragmentert med mange små aktører, og det er i liten grad fastsatte distribusjonskanaler. Dette betyr at antallet ledd i de ulike distribusjonskanalene kan variere. Det er dessuten ingen dominerende aktør for det innenlandske markedet sett under ett tilsvarende meierisamvirket eller kjøttssamvirket, noe som kunne bidratt til å identifisere mellomledd i en viktig distribusjonskanal. Det er heller ikke lovpålagt å innrapportere priser etter 1. hånds omsetningen. På grunn av mangel på prisdata på mellomledd mellom fisker og butikk, har vi valgt å kun se på prispåslag på to ledd. Vi har beregnet prispåslag til fisker, som i denne sammenheng tilsvarer prisen til fisker. Videre har vi beregnet prispåslaget til mellomledd og butikkledd samlet, som tilsvarer differansen mellom butikkpris eksklusiv merverdiavgift og prisen til fisker.

<sup>23</sup> Område 1 består av fylkene Østfold, Akershus, Oslo, Hedmark, Oppland, Buskerud, Vestfold og Telemark. Område 2 består av Aust-Agder, Vest-Agder, Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane, Møre og Romsdal, Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag. Område 3 består av Nordland, Troms og Finnmark.

### 3.1.3 Metodiske tilnærminger

#### *Førstehåndspriser*

Datamaterialet på 1. håndsprisene er langt mer detaljert enn detaljistdataene, der det er mange ulike kategorier for eksempel innen torsk på ilandføringstilstand. Disse er ikke kategorisert på samme måte som kategoriene for fiskevarene på detaljistnivå. For å kunne gjøre prispåslag for hver av fiskevarene ut fra hvordan de beskrives på detaljistnivå, så må da 1. håndsprisene være av en variant av ilandføringstilstand som er sannsynlig å bli benyttet for å få de varene vi ser på. Vi har tilpasset 1. håndsprisene ved å velge noen kategorier av ilandføringstilstand på fisken, som sløyd uten hode og rund- kasse/tønne, som skal sammenlignes med detaljistprisen for hver av fiskevarene på detaljistnivå. Mer detaljert har vi benyttet 1. håndsprisen på rund kasse tønne til å sammenligne med detaljistprisen på varen torsk med hode og innmat (koketorsk). De andre varene på detaljistnivå av torsk og sei har vi sammenlignet med førstehåndspriser på torsk og sei sløyd uten hode.

1. håndsprisene på fisk kan varierer mye mellom sesonger, samt mellom de ulike salgslagene. Vi har valgt å "luke ut" alle priser på torsk under kr. 2 i 1999 (og deflatert denne minsteprisen for årene før), da vi regner det som sannsynlig at dette må være feilregistrering.

#### *Regionale prisdata*

For å kunne beregne regionale prispåslag har vi aggregert 1. håndsprisene, som er registrert på kommune, til en tredeling av Norge. Vi har valgt å ikke "matche" prisene på 1. hånd direkte ut fra kommune med områdene for detaljistprisene. Dette skyldes at ikke alle landsdeler omsetter fisk som er lokalt fisket, og at noen landsdeler forsyner store deler av landet med fisk. Blant annet er lite av den omsatte fisken på Østlandsområdet fisket lokalet, men transporteres hovedsakelig fra Nord-Norge og Vestlandet.

Vi har derfor valgt å gjøre følgende sammenligninger mellom priser på 1. hånd og priser på detaljistnivå for å beregne prispåslagene der Norge deles i tre områder:

---

<b>Detaljistpris region:</b>	<b>1. håndspris region:</b>
1. Østlandsområdet	Norges Råfisklag + Sunnmøre og Romsdal Fiske- salgslag
2. Sør- og Vestlandet (inkl. Bergen og Trondheim)	Skagerakfisk + Rogaland Fiskesalgslag + Vest- Norges Fiskesalgslag + Sunnmøre og Romsdal Fiskesalgslag
3. Nord-Norge (inkl. Tromsø)	Norges Råfisklag

---

Som vi kan se i denne oversikten antar vi at flere av salgslagene forsyner flere landsdeler. Det er viktig å legge merke til at 1. håndsprisene i Østlandsområdet (region 1) og Nord-Norge (region 3) er relativt like, da Norges Råfisklag er svært store målt i ilandføringsmengder og dermed slår sterkest ut i den gjennomsnittlige 1. håndsprisen i Østlandsområdet.

Vi gjør oppmerksom på at prisdataene på detaljnivå fra Statistisk sentralbyrå på landsbasis er indeksert med prisindekser. Derimot er de regionale prisene kun et gjennomsnitt av priser og antall observasjoner på disaggregert nivå. De regionale prisene på fiskevarene er derfor ikke indeksert. Av denne grunn vil det for noen av varene være enten høyere eller lavere pris på landsbasis for enkelte år, enn det de regionale prisene viser.

#### *Torsk og sei over 1,5 kg*

Varegruppene torsk og sei over 1,5 kg som vi har detaljistpriser på fra Statistisk sentralbyrå (Varenummer 160 og 161) burde fortrinnsvis sammenlignes med 1. håndspriser av samme vektklasse. Her har vi vært nødt til å gjøre en del tillempninger i datamaterialet på 1. håndspriser.

prisene. I første halvdel av tidsserien vi ser på var det få av fiskesalgslagene som registrerte variabelen vekt. Vi har derfor valgt å kun benytte en tidsserie for torsk og sei over 1,5 kg fra 1995-1999, både i beregningene på nasjonalt og regionalt nivå.

Inndelingen av sløyd fisk uten hode er inndelt i vektgrupper som ikke er gjensidige utelukkende. Dette betyr at det ikke er mulig å skille ut all fisk over 1,5 kg. For eksempel har vi dessverre ikke mulighet for å plukke ut prisen på torsken over 1,5 kg i de tilfeller der torsken er registrert på vektgrupper som er fra 1 kg til 2 kg. I tillegg er mye av fisken ikke registret på vekt, så mye som ca 11% av datamaterialet for hele perioden på torsk sløyd uten hode og ca 9% av sei sløyd uten hode var registrert kun som uspesifisert vektgruppe. Den delen av materialet som er fra 1,5 kg og oppover utgjør 35% av datamaterialet på torsk sløyd uten hode, og for sløyd sei uten hode utgjør det 30% av datamaterialet for 1995-99.

De gjennomsnittlige prisene for sløyd torsk uten hode og sløyd sei uten hode for vektklassene 1,5 kg og oppover er en del høyere enn de gjennomsnittlige prisene for alle vektclasser samlet. Vi har derfor valgt å benytte vektete gjennomsnitt av alle vektgrupper over 1,5 kg på 1.håndspriser på sløyd torsk uten hode og sløyd sei uten hode, for å sammenligne med detaljistprisene på torsk og sei over 1,5 kg. Dette til tross for svakheter ved disse 1. håndsprisene, da de gjennomsnittlige prisene på 1. hånd for alle vektgrupper innen sløyd uten hode vil være altfor lave.

#### *Oppdrettslaks*

For oppdrettslaks benyttes priser til oppdretter på landsbasis for perioden januar 1992 til juni 1998. Da vi mangler priser til oppdretter på regionsnivå, vil isteden landsprisene også bli benyttet i de regionale beregningene av prispåslagene til oppdretter og mellom- og butikkledd.

#### *Reker*

For reker har vi kun benyttet 1. håndspriser for reker i størrelsen 90-120 stk. per kg, i likhet med varespesifikasjonen på detaljstnivå fra Statistisk sentralbyrå. Rekestørrelsen 90-120 stk. per kg sto kun for 7% av registreringene av 1. håndspriser på reker, og er med noen svært få unntak kun landet i Norges Råfisklags distrikt. Dette betyr at den gjennomsnittlige prisen på 1. hånd for reker i størrelsen 90-120 stk. per kg blir nærmest identisk i Østlandsområdet (region 1) og Nord-Norge (region 3). Den nasjonale gjennomsnittsprisen på 1. hånd blir også veldig lik 1. håndsprisene i disse to regionene. I Sør- og Vestlandet (region 2) var det kun registrert to observasjoner i løpet av hele tidsperioden 1989-99. Vi har for Sør- og Vestlandet valgt å benytte 1. håndsprisene på landsgjennomsnittet.

Opplysningene om dataene på rekene på detaljnivå er relativt begrenset. Innrapporteringen fra landets butikker til Statistisk sentralbyrå gir ikke annen informasjon enn størrelsen på rekene. Dette betyr at vi ikke kjenner til om rekene er frosne eller ferske. Størrelsen på rekene og prisen i butikk kan tyde på at det er snakk om frosne reker. Det er også ukjent om gjennomsnittsprisen på detaljnivå for landet og for de tre regionene kun gjelder for reker fisket og landet i Norge, eller om det også kan være reker fra andre land – for eksempel rimeligere reker fra Grønland. Det er derfor ikke mulig for oss å si om vi sammenligner prisen på 1. hånd på norske reker med kun norske reker solgt i butikk. Mangel på spesifikk informasjon om rekene på detaljnivå gjør resultatene av prispåslagsberegningene vanskelig å tolke.

## 3.2 Resultater av prispåslagene på fiskevarer på aggregert nivå

### 3.2.1 Sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat (vare 161)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Prisen på 1. hånd for sei over 1,5 kg på landsbasis var på kr. 6 i 1995, de gikk så noe ned for deretter å øke igjen og var på kr. 8 i 1999. I samme periode har butikkprisen økt fra kr. 32 til kr. 42 i 1999. Kronepåslaget for mellom- og butikkleddet har dermed økt fra kr. 25 i 1995 til kr. 35 i 1999. Se vedlegg G.1. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

De prosentvise påslagene av butikkpris til mellom- og butikkledd og til fisker sett på nasjonalt nivå har holdt seg relativt stabilt for denne varen over perioden, se stolpediagram. Andelen til fiskeren var på 20% i 1995 og siden gikk andelen først noe ned og videre økte noe igjen, for så å gå litt ned, til 18% i 1999. Andelen til mellom- og butikkledd var på 80% i 1995 og endte på 82% i 1999.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

Pris til fisker ligger relativt likt for alle de tre regionene. Pris i butikk var derimot langt høyere i Østlandområdet (region 1) enn de andre regionene, og var lavest i Nord-Norge (region 3) – med unntak av siste året da det var lavest butikkpris i Sør- og Vestlandet (region 2). Kronepåslagene til mellom- og butikkleddet viste en del variasjon i utviklingen mellom de ulike regionene.

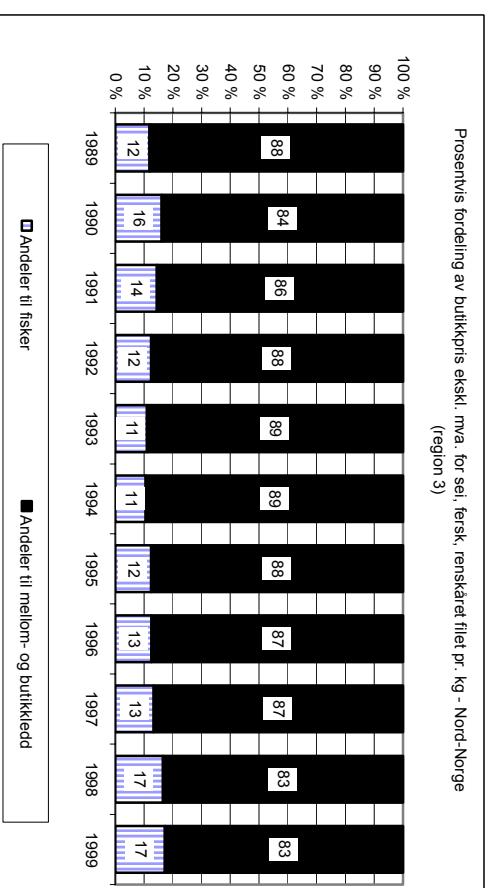
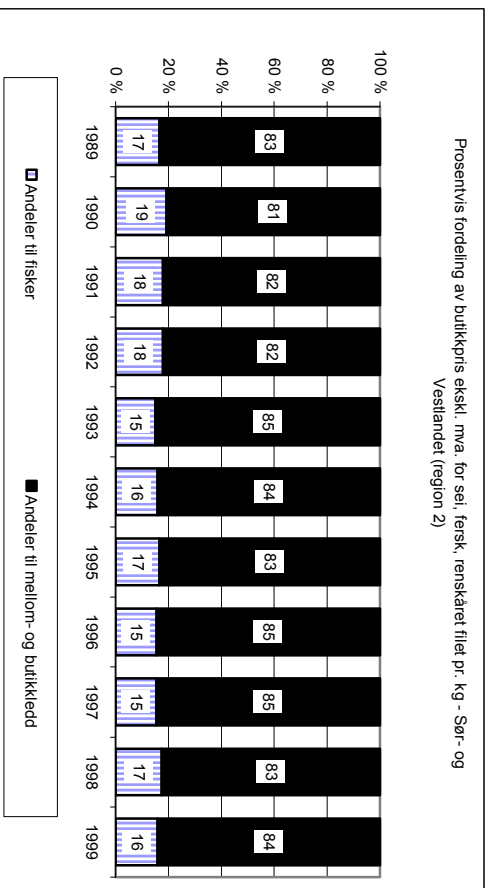
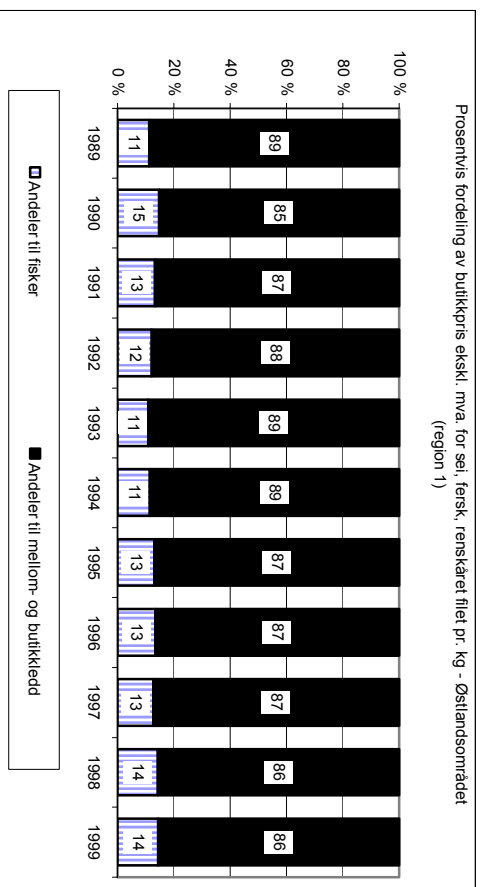
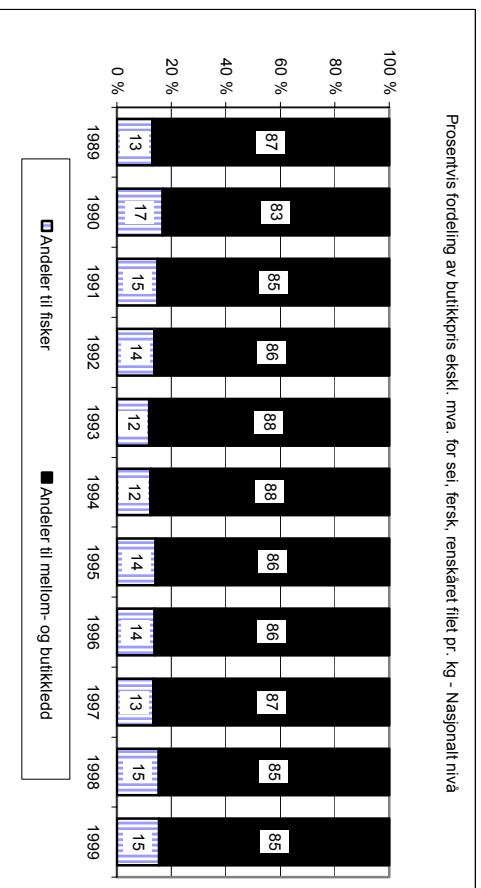
Kronepåslaget til mellom- og butikkleddet i Østlandsområdet gikk noe ned og økte så igjen. I Sør- og Vestlandet var det en økning i kronepåslaget frem til 1999, men var mye lavere siste året. I Nord-Norge var det en økning i kronepåslaget gjennom hele perioden.

På regionalt nivå har andelen til fisker i Østlandsområdet økt noe i løpet av perioden, for deretter å gå ned siste året. I Sør- og Vestlandet og Nord-Norge gikk andelen til fisker først ned, for deretter å øke igjen. Nivået på andelen til fisker og da også på mellom- og butikkledd varierer mellom alle regionene, med lavest andeler til fisker og høyest andel til mellom- og butikkledd i Østlandsområdet.

**Tabell 3-1 Stor sei (vare 161). Butikkpris eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

Butikkpris	1995	1996	1997	1998	1999
Nasjonalt nivå	31,67	33,62	35,05	35,74	42,25
Østlandet	40,33	39,19	36,26	41,95	51,06
Sør- og Vestlandet	28,86	29,59	33,98	33,98	26,18
Nord-Norge	24,07	24,47	26,42	30,33	30,41

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.



### 3.2.2 Sei, fersk, renskåret filet (vare 10)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Prisen til fisker for sløyd sei uten hode lå lavere enn for de andre fiskeslagene i undersøkelsen. 1. håndsprisen har økt noe, fra kr. 4 i 1989 til kr. 7 i 1999, på landsbasis. Butikkprisen på sei filet har hatt en jevn økning fra kr. 34 i 1989 til kr. 44 i 1999, en økning på 10 kroner i løpet av perioden. Kronepåslaget til mellom- og butikkledd har dermed økt fra kr. 29 i 1989 til kr. 37 i 1989. Se vedlegg G.2. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

Den prosentvise fordelingen av butikkprisen på nasjonalt nivå viser at andelen til fisker var svært lav, med kun 13% i 1989 og har siden økt noe, og var på 15% i slutten av perioden, se stolpediagram. Andelene til mellom- og butikkledd viste tilsvarende svært høye andeler, med hele 87% i 1989, og det var så en liten reduksjon videre i perioden, og andelen var på 85% i 1999. Dette er de laveste andelene til fisker og de høyeste andelene til mellom- og butikkledd av alle varene i vårt utvalg på landsnivå.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

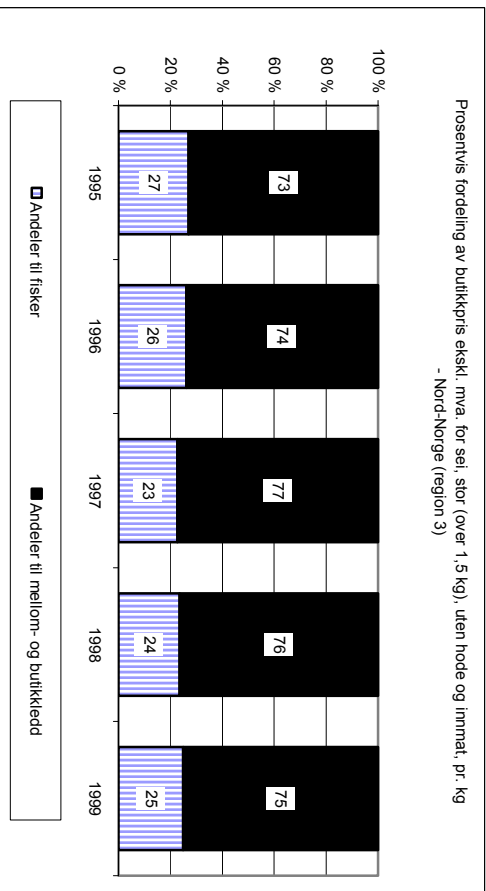
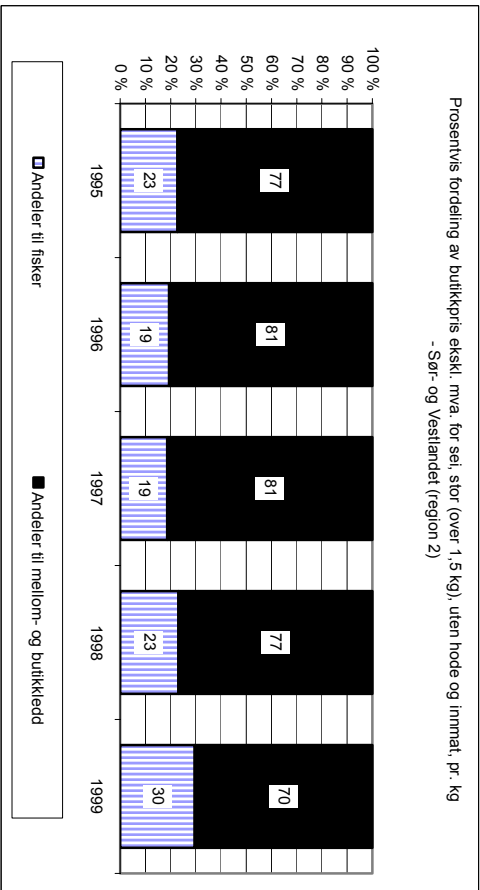
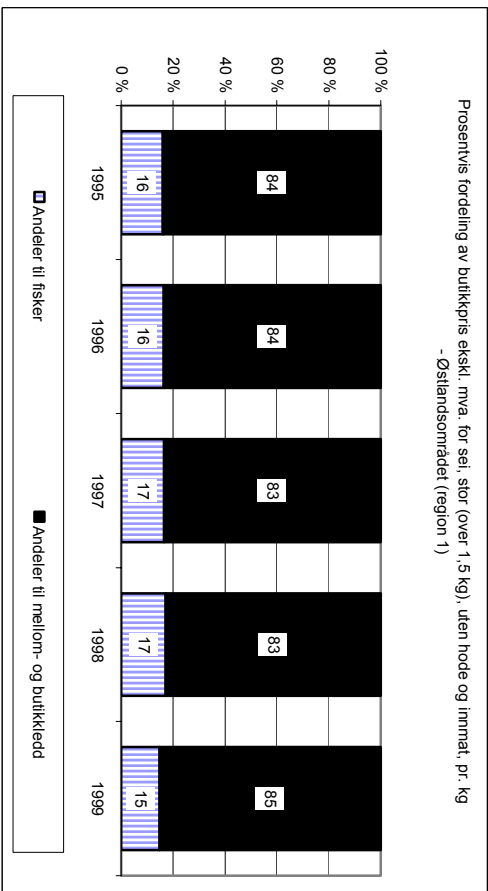
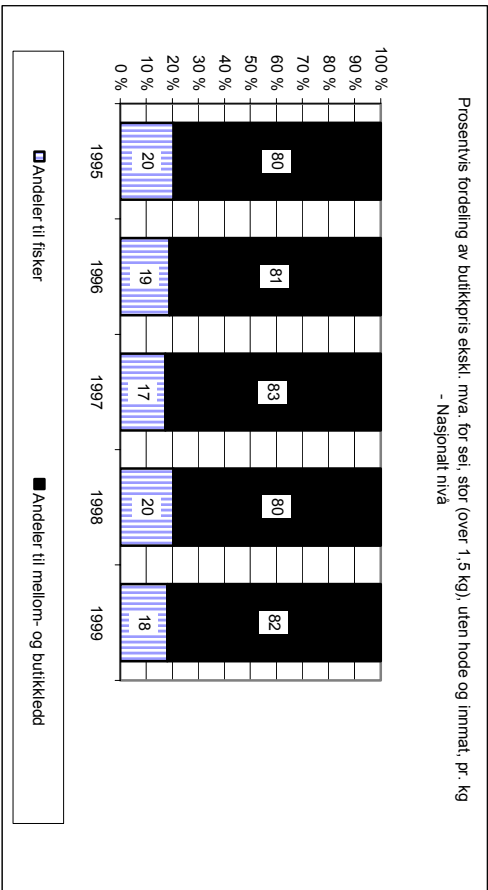
Ser vi på de regionale forskjellene, så ser vi at fisker fikk en noe høyere pris i Sør- og Vestlandet (region 2) enn i Østlandsområdet og Nord-Norge (Region 1 og 3). Pris i butikk varierte noe mellom regionene, og var høyest i Østlandsområdet og lavest i Nord-Norge. Kronepåslagene til mellom- og butikkledd var dermed størst i Østlandsområdet gjennom hele perioden.

I likhet med fordelingen på nasjonalt nivå mellom fiskerleddet og mellom- og butikkledd, viser de prosentvise andelene på regionalt nivå at fiskerens andeler er lave i alle regionene. Allikevel var det noe nivåforskjeller i andelene mellom regionene, og andelene til fisker var noe høyere i Sør- og Vestlandet i starten av perioden enn for Østlandsområdet og Nord-Norge, og på nasjonale nivå, mens de var likt med Nord-Norge på slutten av perioden. Fiskerens andel var lavest i Østlandsområdet, noe som skyldes at fiskeren fikk en lav pris på sei mens butikkprisen var høyest i denne regionen.

**Tabell 3-2 Sei filet, fersk (vare 10). Butikkpris eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

Butikkpris	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Nasjonalt nivå	33,53	33,84	35,80	36,42	36,57	36,72	35,98	36,85	38,04	41,24	43,54
Østlandet	36,58	37,67	39,08	40,33	38,93	38,77	38,94	38,05	39,51	44,15	46,50
Sør- og Vestlandet	34,17	33,67	35,58	34,42	35,57	34,51	34,31	36,02	38,46	41,06	45,04
Nord-Norge	33,50	33,92	35,08	38,17	37,70	41,15	40,08	40,16	36,75	37,15	38,37

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.





### 3.2.3 Torsk med hode og innmat (koketorsk), (vare 1)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Den nominelle butikkprisen eksklusiv merverdiavgift på koketorsk har økt jevnt fra kr. 34 i 1989 til kr. 55 i 1999 på landsbasis. Dette er en økning på 21 kroner, og tilsvarer hele 61,8% økning. Samtidig har prisen til fisker for rund torsk gått noe ned, fra kr. 11 i 1989 til kr. 10 i 1999. Se vedlegg G.3. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd. Kronepåslaget for koketorsk på landsbasis har økt relativt jevnt fra kr. 23 i 1989 til kr. 45 i 1999, dette tilsvarer nesten en dobling (hele 96% økning) av kronepåslaget til mellom- og butikkledd i løpet av perioden.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

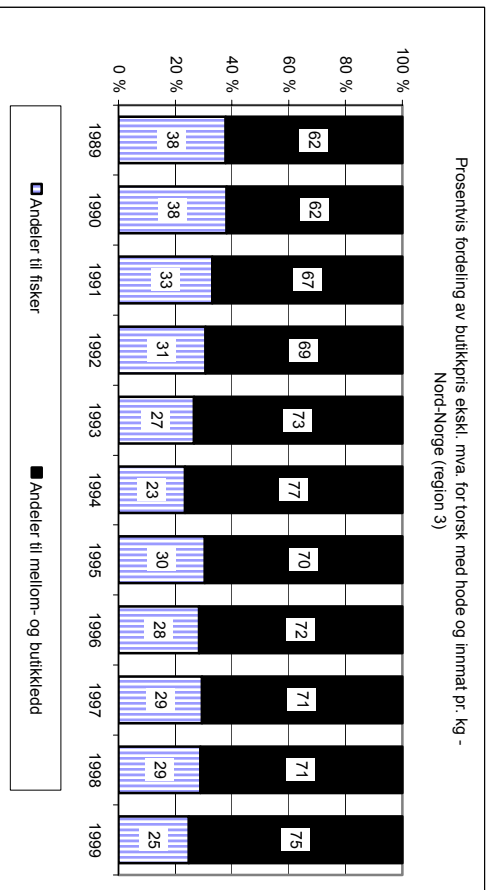
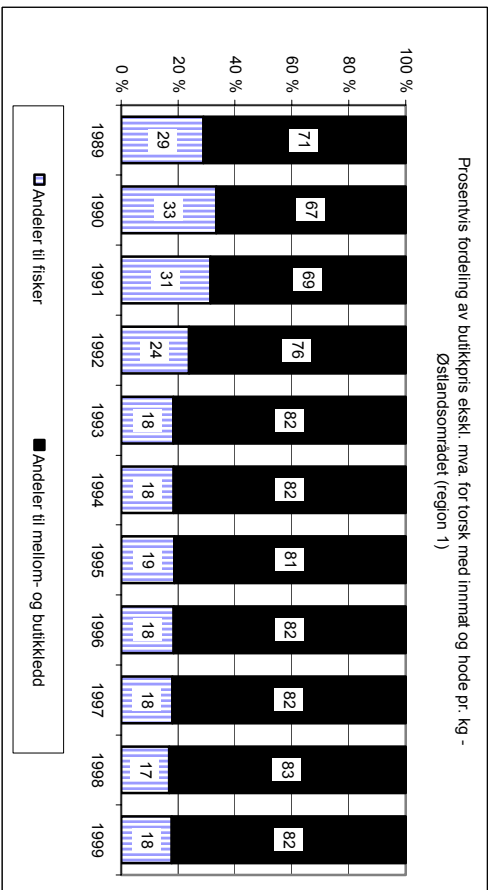
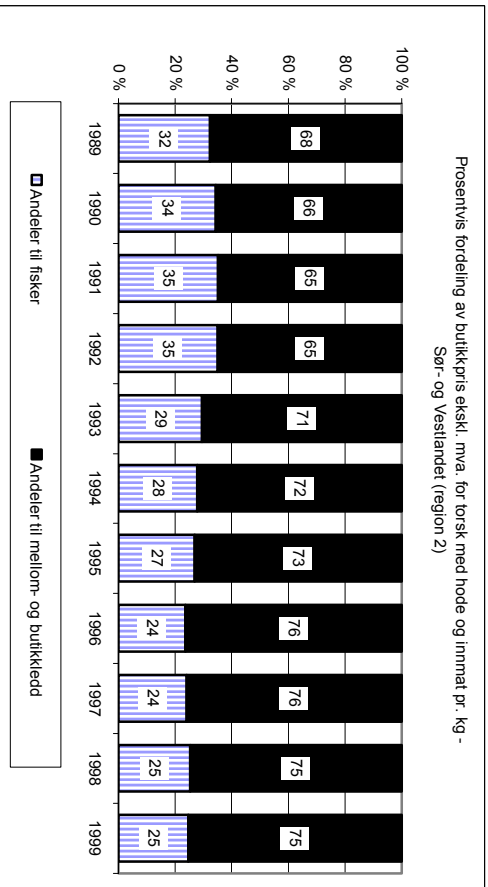
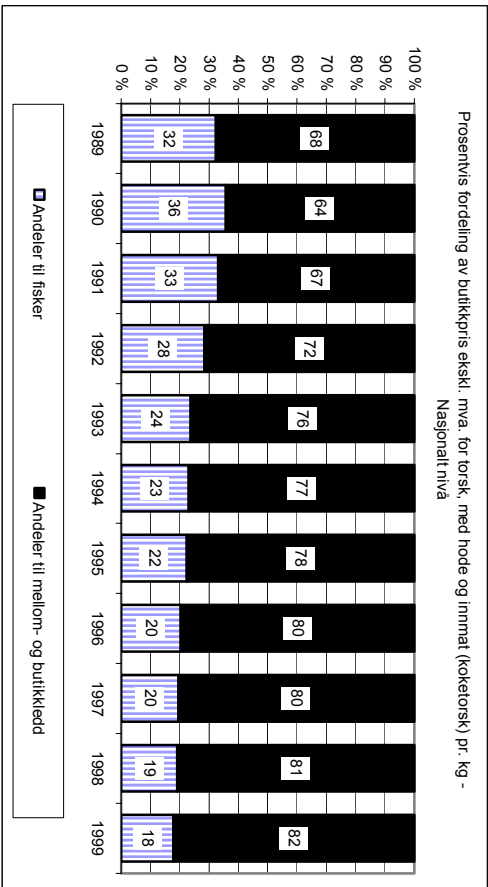
Den prosentvise fordelingen av prispåslagene til fisker og til mellom- og butikkledd for koketorsk, reflekterer at mellom- og butikkleddet har hatt en sterk økning i sitt sammenlagte prispåslag i løpet av tidsperioden. Andelene til mellom- og butikkledd har dermed økt fra 68% av butikkprisen i 1989 til hele 82% av butikkprisen i 1999, en økning på hele 14 prosentpoeng. Tilsvarende har andelene til fisker gått fra 32% i 1989, og hadde en økning i året etter, for deretter å reduseres til 18% i slutten av perioden.

Vi ser at de regionale prispåslagene viser samme trend som påslagene på landsgjennomsnittsnivå omtalt ovenfor. Det er allikevel noen nivåforskjeller i prisene til fisker og prisene i butikk mellom regionene, som skyldes at pris til fisker varierer mellom ulike fiskesalgslag og at prisene i butikk viser noe variasjoner mellom ulike områder av landet. Pris til fisker ligger høyest i Sør- og Vestlandet. Pris i butikk for koketorsk er høyest i Østlandområdet og Sør- og Vestlandet (region 1 og 2) og lavest i Nord-Norge (region 3). Prispåslagene til mellom- og butikkledd viser derfor nivåforskjeller, men var for alle tre regionene økende i perioden. Dermed viser prosentandelene til fisker og til mellom- og butikkledd ganske lik utviklingstrend som for landsgjennomsnittet.

**Tabell 3-3 Koketorsk (vare 1). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

<b>Butikkpriser</b>	<b>1989</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Nasjonalt nivå	33,85	35,38	37,00	38,79	40,09	41,26	41,83	43,11	45,32	48,08	54,66
Østlandet	36,42	35,75	37,42	41,83	43,85	45,33	46,10	44,96	45,93	49,67	51,06
Sør- og Vestlandet	38,33	39,58	37,42	38,67	41,72	43,69	41,30	42,44	45,45	48,46	50,16
Nord-Norge	28,17	31,92	36,00	32,83	30,66	36,07	28,37	29,51	28,46	29,11	36,18

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.



### 3.2.4 Torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat (vare 160)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Pris til fisker for torsk over 1,5 kg har økt i perioden 1995 til 1999 fra kr. 13 til kr. 19 på nasjonalt nivå. I samme periode har butikkprisen økt fra kr. 41 eksklusiv merverdiavgift til kr. 55. Dette har ført til at kronepåslaget til mellom- og butikkledd samlet har økt fra kr. 27 til kr. 35 i løpet av perioden. Se vedlegg G.4. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

Den prosentvise fordelingen av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, som vist i stolpediagram, viser at fiskerleddet fikk 33% i 1995, og denne andelen gikk videre noe ned for så å øke igjen, og var på 35% i 1999. Andelen til mellom- og butikkledd viser da motsatt utvikling, med en økning fra 67% i 1995 til 72% i 1997, for deretter å gå noe tilbake igjen til 65% i 1999.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

Når vi ser på de regionale dataene, så ser vi at pris til fisker var noe høyere i Sør- og Vestlandet (region 2) enn i Østlandsområdet og Nord-Norge (region 1 og 3). Butikkprisen var høyest i Sør- og Vestlandet, og lavest i Nord-Norge. Kronepåslagene viser samme trend til økning i alle tre regioner, men er på et lavere nivå for Nord-Norge enn Østlandsområdet og Sør- og Vestlandet, og også lavere enn kronepåslagene på nasjonalt nivå.

Den prosentvise fordelingen av butikkprisen viser at Østlandsområdet og Nord-Norge hadde samme trend som på landsbasis, med en liten nedgang i fiskers andel først for deretter at andelen ender på et høyere nivå enn det de var i utgangspunktet. Men her er det nivåforskjeller mellom de to regionene.

Andelene til fisker var mye høyere i Nord-Norge, og lavere i Østlandsområdet, enn andelene til fisker på nasjonalt nivå. Tilsvarende viste da andelene til mellom- og butikkledd i både Østlandsområdet og Nord-Norge en økning første året, og en nedgang videre i perioden. Nord-Norge viste derimot en nedgang igjen i fiskers andel og en økning i mellom- og butikkleddets andel i 1999.

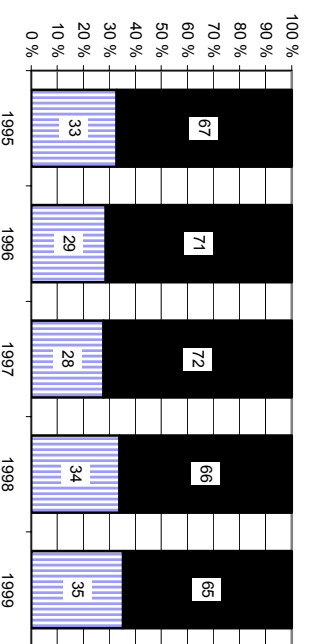
Sør- og Vestlandet viser en annen utvikling i den prosentvise fordelingen i butikkpris enn det trenden på nasjonalt nivå samt utviklingen i Østlandsområdet og Nord-Norge viser. I denne regionen øker først fiskerens andel med 1 prosentpoeng fra 35% i 1995, for så å reduseres, og var på 30% i 1999. Andelen til mellom- og butikkledd var på 65% i 1995, gikk noe ned året etter og økte så videre, og var på 70% i 1999.

**Tabell 3-4 Stor torsk, sløyd (vare 160). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

<b>Butikkpriser</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Nasjonale priser	40,80	43,13	43,59	45,21	53,55
Østlandet	40,81	43,17	43,82	47,32	54,88
Sør- og Vestlandet	44,15	44,96	46,02	51,46	62,36
Nord-Norge	31,79	33,33	29,84	31,95	43,01

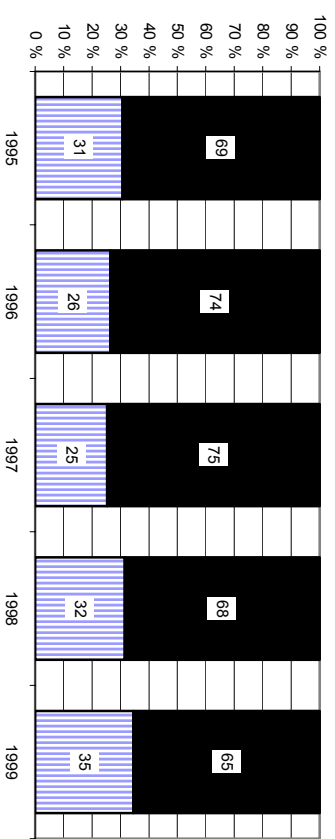
De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.

Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, pr. kg - Nasjonalt nivå



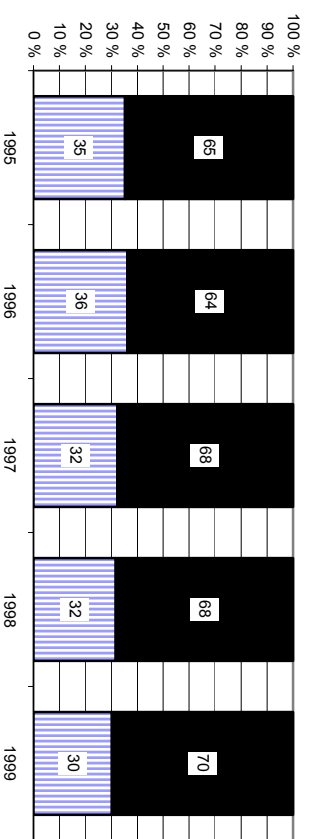
■ Andeler til mellom- og butikkledd  
 □ Andeler til fisker

Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, pr. kg - Østlandsområdet (region 1)



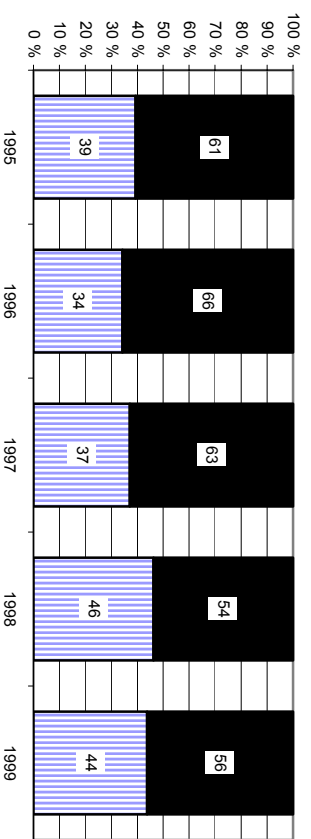
■ Andeler til mellom- og butikkledd  
 □ Andeler til fisker

Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, pr. kg - Sør- og Vestlandet (region 2)



■ Andeler til mellom- og butikkledd  
 □ Andeler til fisker

Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, pr. kg - Nord-Norge (region 3)



■ Andeler til mellom- og butikkledd  
 □ Andeler til fisker

### 3.2.5 Torsk, fersk, renskåret filet (vare 165)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Pris til fisker for sløyd torsk har økt over perioden sett under ett fra kr. 9 i 1989 og til kr. 16 i 1999, men den har fluktuert en del i løpet av perioden. Butikkprisen var på kr. 58 i 1989 og økte så i de to følgende år, for så å holde seg stabil frem til midten av 90-tallet, og økte så videre og var på kr. 68 i 1999. Kronepåslaget til mellom- og butikkleddet har økt fra kr. 39 i 1989 til kr. 52 i 1999. Se vedlegg G.5. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

De prosentvise påslagene til fisker viste først en økning og så en nedgang, og så en økning igjen de siste årene av perioden. Som vi kan se av stolpediagrammet på nasjonalt nivå, så var andelen til fisker på 19% i 1989 og 24% i 1999. Andelen til mellom- og butikkleddet har da hatt motsatt utvikling, og var på 81% i 1989 og 76% i 1999.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

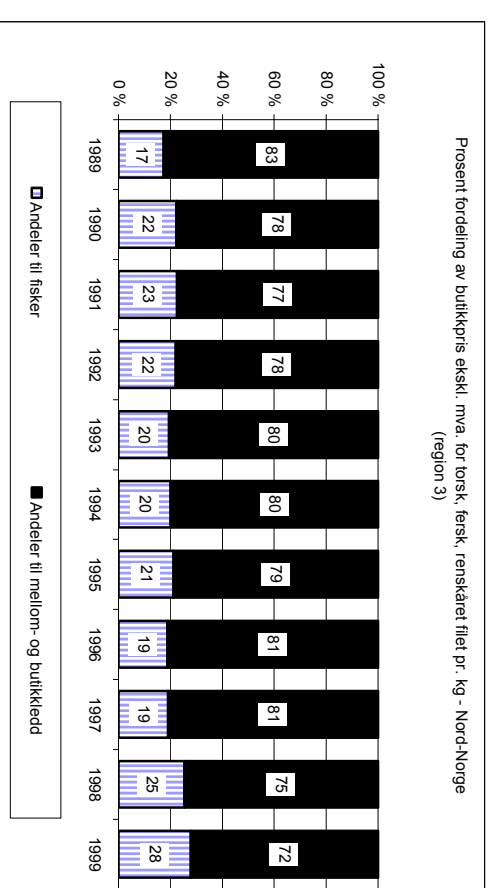
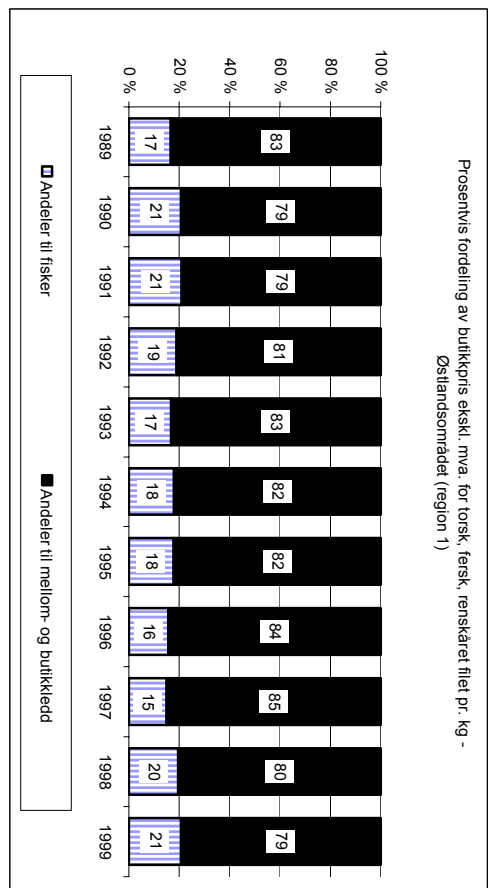
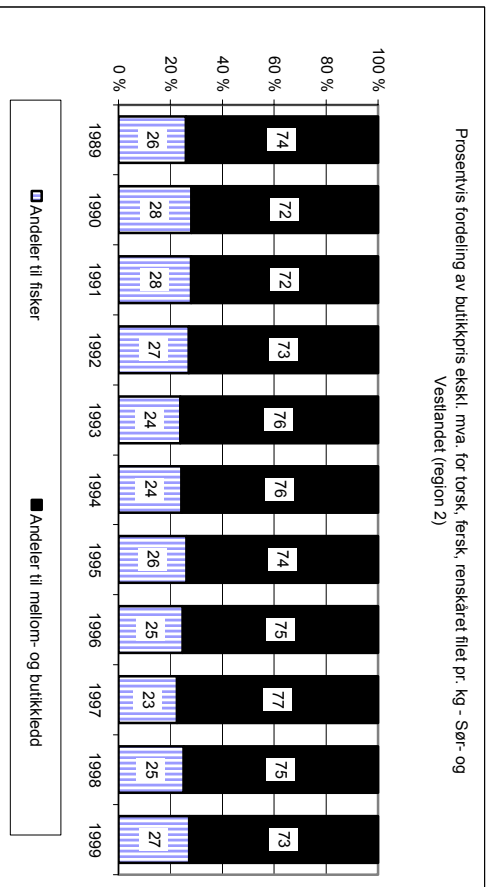
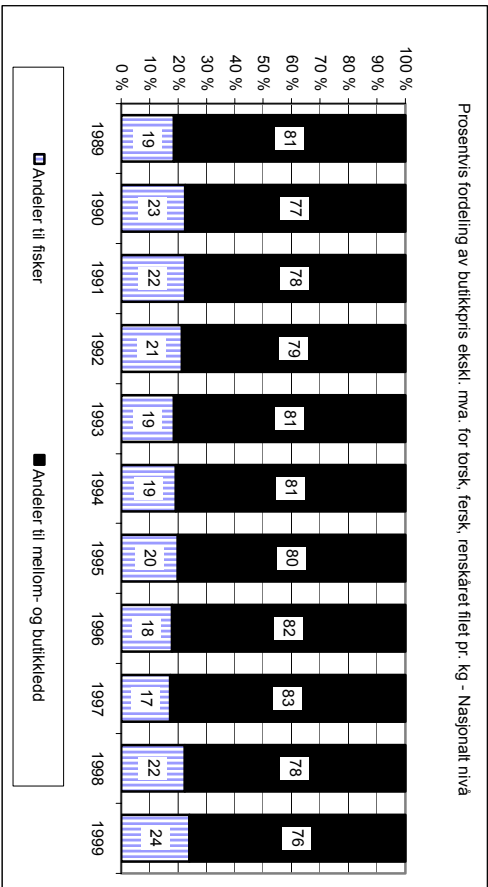
Prisene til fisker i Østlandsområdet og i Nord-Norge (region 1 og 3) er relativt like i nivå og i utvikling over perioden som for landet under ett. Sør- og Vestlandet (region 2) viser samme utvikling i prisen, men ligger på et høyere prisnivå. Pris i butikk var relativt likt mellom de tre regionene i starten av perioden. I løpet av perioden har dette endret seg, da butikkprisen har økt kraftigst i Østlandsområdet, med hele 29 kroner, og minst i Nord-Norge, der prisen økte med 10 kroner. Det har vært en økning i kronepåslagene til mellom- og butikkleddet i løpet av perioden i alle tre regionene, men disse har vært kraftigst i Østlandsområdet. I Nord-Norge har kronepåslaget økt relativt lite i perioden som helhet.

Utviklingen i andelene til fisker og til mellom- og butikkledd for de tre regionene viser hovedsakelig samme utvikling som på nasjonalt nivå, men da med nivåforskjeller i andelene mellom regionene. Sør- og Vestlandet hadde de høyeste andelene til fisker og de laveste andelene til mellom- og butikkleddet av de tre regionene.

**Tabell 3-5 Torsk filet (vare 165). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

<b>Butikkpriser</b>	<b>1989</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Nasjonalt nivå	47,75	49,64	52,52	52,76	52,66	52,41	52,67	54,76	57,13	59,72	68,00
Østlandet	48,75	51,17	53,08	55,75	54,84	53,20	56,34	58,46	60,98	66,26	77,48
Sør- og Vestlandet	47,67	49,08	51,42	52,50	51,56	52,79	49,67	52,28	56,02	59,92	64,15
Nord-Norge	46,17	47,25	48,83	47,42	46,72	46,89	46,83	47,97	47,48	50,08	56,75

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.



### 3.2.6 Torsk, dypfrost filet, pakke (vare 6)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Prisen til fisker er her for 400 gram, og vil derfor ikke uten omregninger av mengden kunne sammenlignes med prisen for 1 kg av annen fisk.<sup>24</sup> På landsbasis var 1. håndsprisen for 400 g torsk på kr. 4 i 1989 og har økt til kr. 7 i 1999. Prisen i butikk har holdt seg relativt stabilt gjennom perioden, og var på kr. 27 i 1989 og på kr. 28 i 1999, med noe lavere priser særlig i siste halvdel av 90-tallet. Kronepåslagene til mellom- og butikkledd har dermed heller ikke vist de store prisvariasjonene, men har gått fra kr. 23 i 1989 og gikk ned til kr. 18 i 1997, for så å øke til kr. 22 i 1999. Se vedlegg G.6. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

De prosentvise andelene på landsnivå viser at fiskerens andel har økt fra 13% i 1989 til 23% i 1999, se stolpediagram. Tilsvarende har mellom- og butikkleddets andel blitt svakt redusert fra 87% i 1989 til 77% i 1999. Det er verdt å legge merke til at andelene til fisker er for denne varen blant de laveste i vårt utvalg av fiskevarer, det er kun vare 10, sei filet, der fisker har lavere andeler av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

Prisen til fisker har vært noe høyere i Sør- og Vestlandet (region 2) enn i Østlandsområdet og Nord-Norge (region 1 og 3). Butikkprisen har ligget relativt likt for alle regionene, men var noe lavere i Nord-Norge i begynnelsen av perioden. Prispåslagene til mellom- og butikkledd viser samme trend for alle regionene og viser samme utvikling som for landet sett under ett, med en nedgang frem til 1996-1997 for så å øke noe igjen.

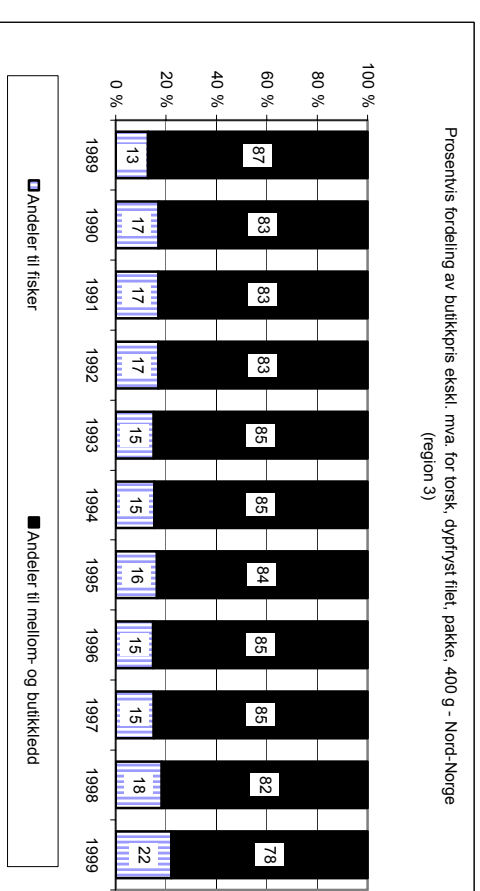
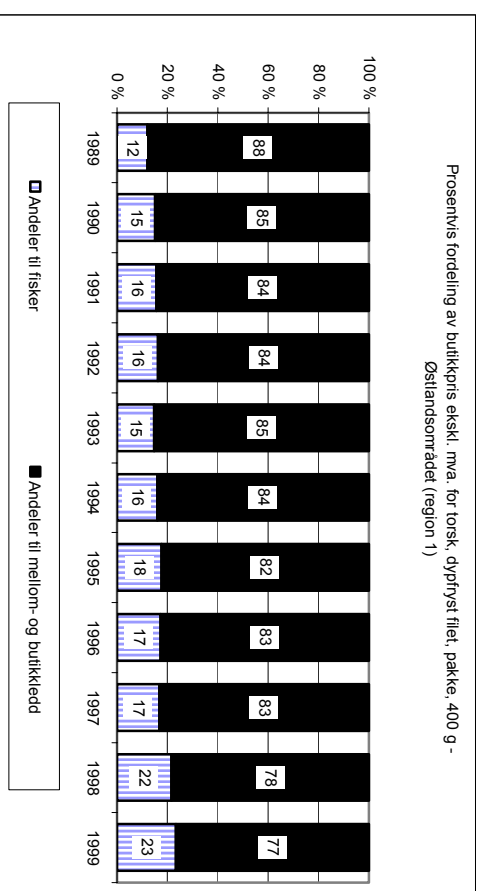
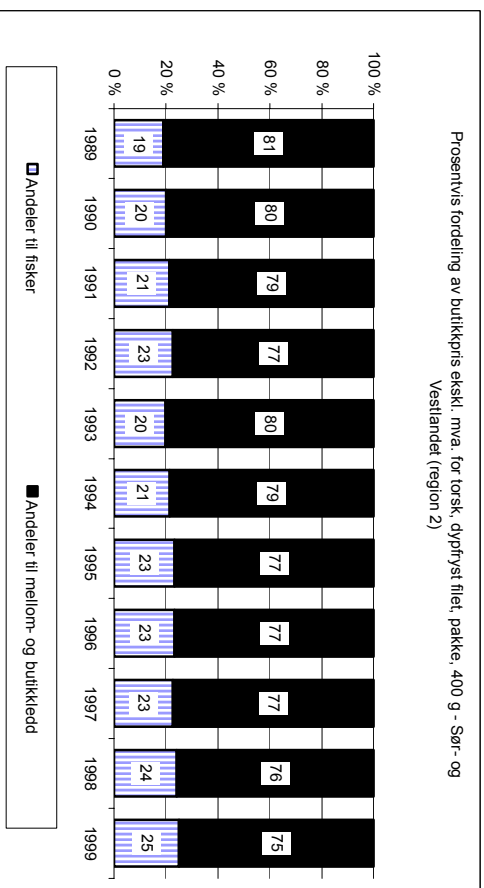
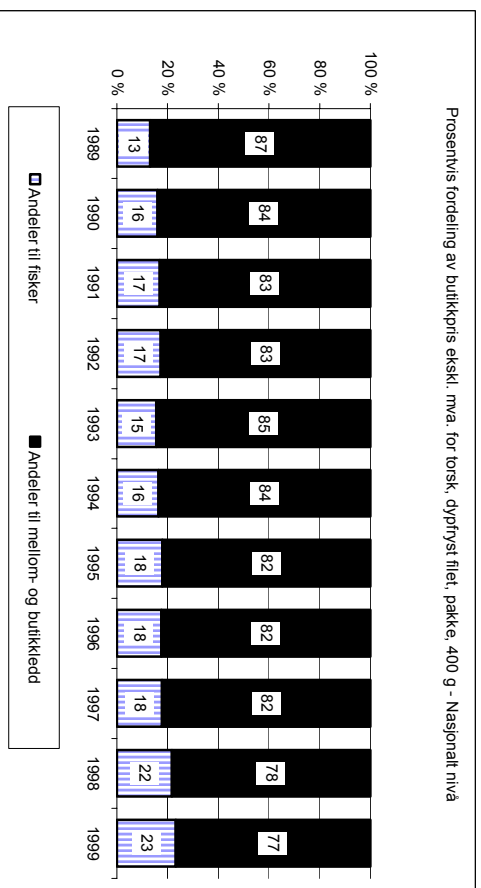
Tendensene i de prosentvise påslagene for de tre regionene viser svært lik utvikling som de nasjonale påslagene. Andelene til fisker ligger på et noe høyere nivå i Sør- og Vestlandet, ca 3-6 prosentpoeng over, sammenlignet med de to andre regionene og landsgjennomsnittet.

**Tabell 3-6 Torsk filet, frossen 400g (vare 6). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

<b>Butikkpriser</b>	<b>1989</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Nasjonalt nivå	26,84	27,91	28,03	26,00	25,25	24,63	23,51	22,33	22,09	24,61	28,10
Østlandet	27,00	28,08	28,42	25,92	24,84	23,93	22,68	21,06	21,79	23,98	27,40
Sør- og Vestlandet	26,17	27,42	26,92	25,08	24,75	24,02	22,36	22,28	22,28	24,96	27,89
Nord-Norge	24,83	24,67	25,92	24,75	24,10	24,51	24,15	24,31	23,82	27,80	28,54

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.

<sup>24</sup> Prisen for 1 kg torsk sløyt uten hode vises for vare 165, og har økt fra kr. 9 i 1989 til kr. 16 i 1999.





### 3.2.7 Torsk, panetter, dypfryst, pakke (vare 166)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Pris til fisker på sløyd torsk, sett for 400 gram, var på kr. 4 i 1989 og har holdt seg relativt stabilt frem til slutten av 90-tallet, da prisen økte noe, og var på kr. 7 i 1999. Prisen per kg blir omtalt for vare 165. Prisen i butikk på torskepanetter har fluktuert en del i løpet av perioden, men for perioden under ett har den gått ned fra kr. 25 i 1989 til kr. 21 i 1999. Siden prisen til fisker har gått noe opp og prisen i butikk har gått noe ned, har kronepåslagene til mellom- og butikkleddet for perioden sett under ett gått ned fra kr. 21 til kr. 14. Se vedlegg G.7. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

Denne utviklingen i prispåslagene til fisker og til mellom- og butikkleddet gjenspeiles i de prosentvise fordelingene av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Vi kan se av stolpediagrammet på nasjonalt nivå at andelen til fisker har økt relativt jevnt over perioden, fra 14% i 1989 til 31% i 1999. Dette er en økning på 19 prosentpoeng. Andelen til mellom- og butikkleddet viser motsatt utvikling, og har blitt redusert fra 86% i 1989 til 69% i 1999.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

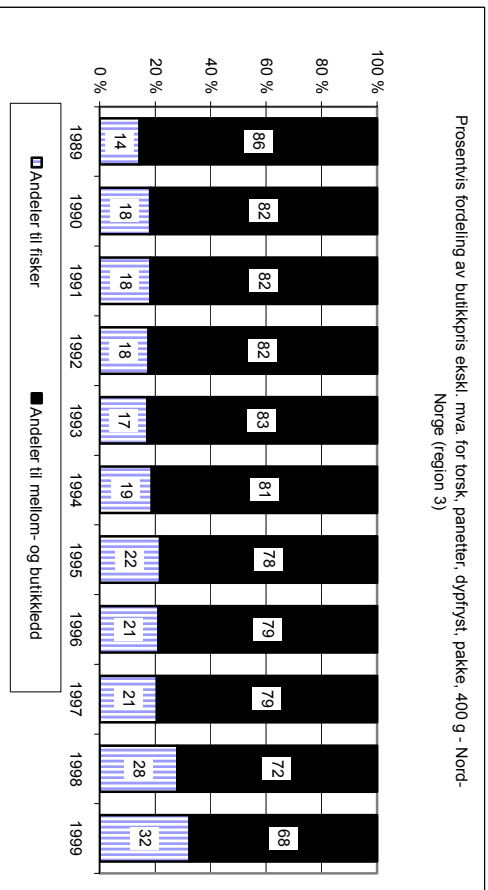
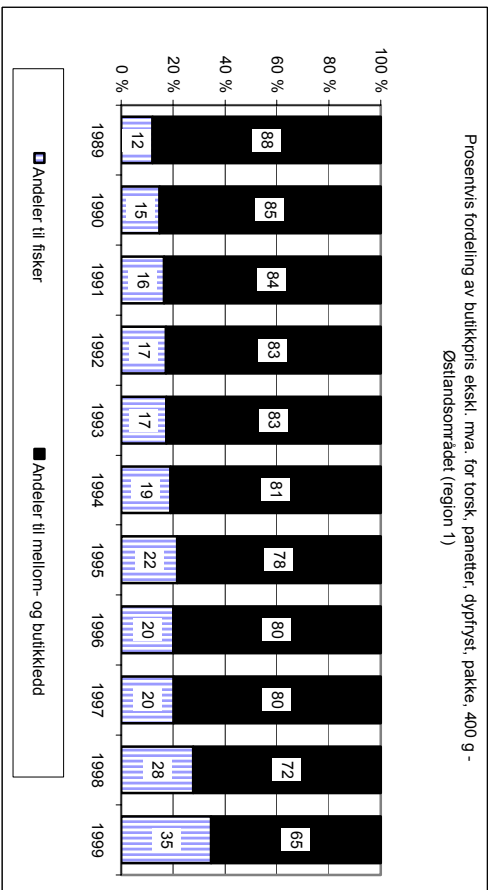
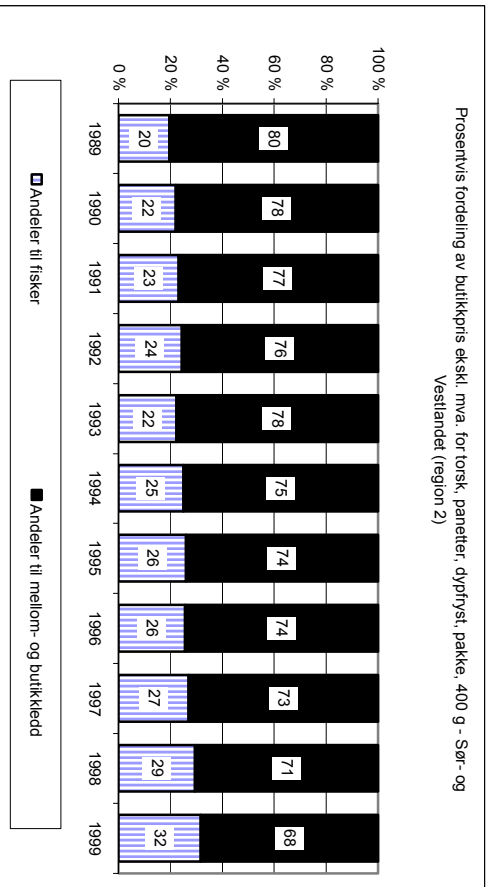
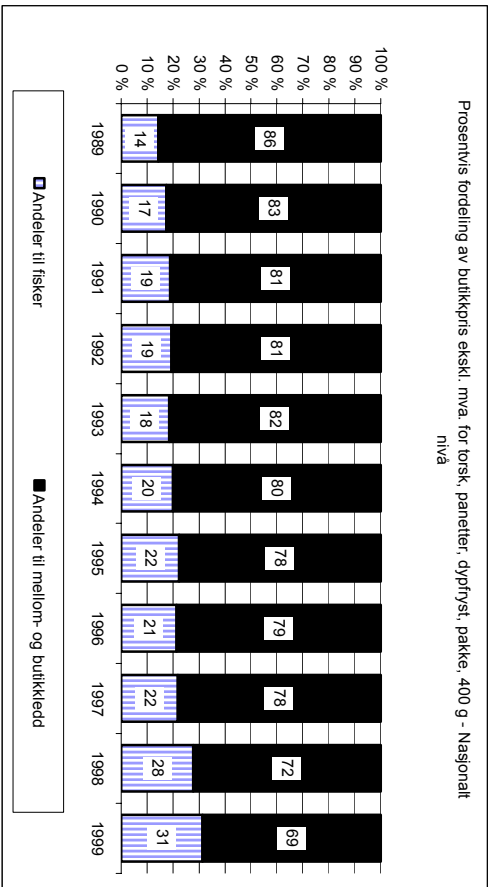
1. håndsprisene i Østlandsområdet og i Sør- og Vestlandet (region 1 og 2) er relativt like som prisene på 1. hånd på nasjonalt nivå. I Sør- og Vestlandet er 1. håndsprisen noe høyere. Butikkprisen i Østlandsområdet var i utgangspunktet høyere enn på landsbasis, men har i løpet av perioden blitt redusert til et lavere nivå enn prisen på landsbasis. Prisen i butikk i Sør- og Vestlandet har hovedsakelig ligget 1 krone over landsgjennomsnittet gjennom hele perioden. I Nord-Norge (region 3) har butikkprisen for hele perioden ligget rundt 1 krone under snittet for landet. I likhet med utviklingen i kronepåslagene til mellom- og butikkleddet på nasjonalt nivå, har størrelsen på kronepåslagene blitt mindre i løpet av perioden i alle tre regionene. Kronepåslaget i Østlandsområdet lå i utgangspunktet høyere enn landsnittet i 1989, for så å reduseres kraftigere enn gjennomsnittet for landet. Kronepåslagene i Sør- og Vestlandet har i hele perioden ligget noe over landsgjennomsnittet, og kronepåslagene i Nord-Norge noe under.

Den prosentvise fordelingen av prispåslagene ut fra butikkprisen eksklusiv merverdiavgift for de tre regionene viser samme trend som på landsbasis, med økende andeler til fisker og reduserte andeler til mellom- og butikkleddet. Det er allikevel variasjon i nivået på andelene mellom regionene. I Østlandsområdet var andelen til fisker lavere enn i de andre regionene og landsgjennomsnittet gjennom nesten hele perioden, men var størst siste året.

**Tabell 3-7 Torskepanetter, frossen 400g (vare 166). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

Butikkpriser	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Nasjonalt nivå	24,88	25,78	25,07	23,39	21,15	20,22	18,85	18,42	18,02	19,30	20,83
Østlandet	26,92	28,67	27,08	24,42	21,23	20,16	18,62	18,21	18,21	18,70	18,54
Sør- og Vestlandet	25,33	25,00	24,75	23,42	22,05	20,49	20,08	20,24	18,78	20,49	22,03
Nord-Norge	22,17	23,17	24,00	23,75	21,31	20,00	18,21	17,07	17,56	18,21	19,51

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.



### 3.2.8 Laks, 2-3 kg, oppskåret (vare 5)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

På landsnivå har prisene til fiskeoppdretter gått jevnt ned fra kr. 35 i 1992 til kr. 25 i 1998. Samtidig har pris på laks i butikk holdt seg relativt stabilt i hele perioden, på rundt kr. 60, med en liten nedgang i prisen i 1996 for så å øke igjen. Dette har ført til at prispåslaget til eventuelle mellomledd og butikkledd samlet, har økt jevnt i hele perioden. Se vedlegg G.8. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

Når vi ser på prispåslagene til oppdretter og til mellom- og butikkledd, i prosent av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, så ser vi at andelene til fiskeoppdretter har gått ned fra 58% av butikkprisen i 1992 til 37% i 1996, for så å øke noe til 40% i 1998. Tilsvarende har andelene til mellom- og butikkledd gått fra 42% i 1992, og har hovedsakelig økt frem til 63% i 1996, for så å reduseres noe og var på 60% i 1998.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

Butikkprisene på laks for de tre regionene viser store forskjeller i prisnivå, se vedlegg G. Prisene i Østlandsområdet (region 1) ligger høyest, så kommer Sør- og Vestlandet (region 2) og lavest er prisene i Nord-Norge (region 3).

Vi har, som nevnt i metodeavsnittet, benyttet den gjennomsnittlige prisen i landet til lakseoppdretter også i beregningene av prispåslagene i de tre regionene, i mangel av mindre aggregerte data.

Utviklingene i prispåslagene, både i kroner og prosentandeler, for de tre regionene viser samme utviklingstrender som de nasjonale påslagene, men det er langt sterkere variasjoner innen tidsperioden i Sør- og Vestlandet og i Nord-Norge enn i Østlandsområdet. Dette ser man klart av stolpediagrammene. Sterkest har variasjonene vært i Nord-Norge der andelene til lakseoppdretter var på hele 63% i 1992 for så å synke ned til 39% i 1996, for så å øke til 55% i 1998. Tilsvarende var da andelene til mellom- og butikkledd i Nord-Norge 37% i 1992, og økte så kraftig til hele 61% i 1996, og gikk så ned igjen til 45% i 1998.

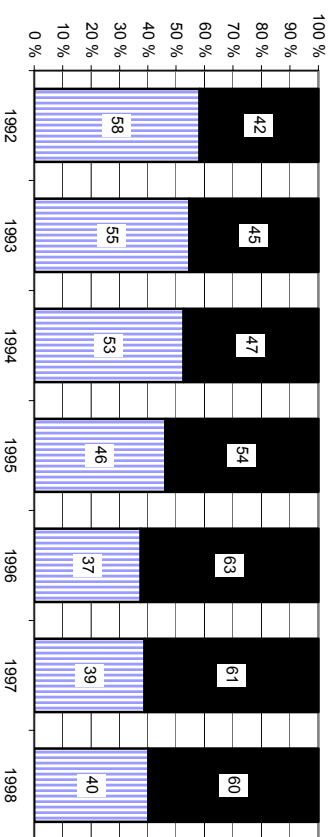
Ellers er det verdt å legge merke til at lakseoppdretterne fikk en langt høyere pris per kg. enn fiskerne for sei og torsk. Oppdretterne tok også mye større prosentandeler av den samlede inntekten (det vil si butikkprisen) enn det fiskerleddene gjorde ved fiskevarene av torsk og sei i utvalget. Unntaket her var på reker, der fiskerne også fikk en langt høyere pris per kg enn tilsvarende priser for vill fisk. 1. håndsprisene på reker lå på rundt samme nivå som prisen på oppdrettslaks i begynnelsen av 90-tallet, men i siste halvdel av 90-tallet har prisene på laks sunket mens 1. håndsprisene på reker har holdt seg på et relativt stabilt nivå.

**Tabell 3-8 Laks, 2-3 kg, oppskåret (vare 5). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

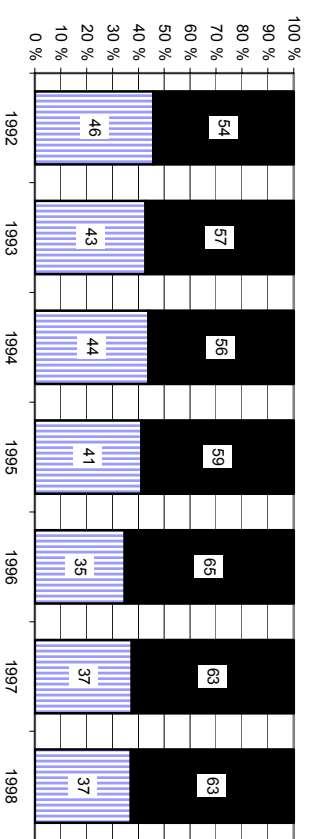
Butikkpriser	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Nasjonalt nivå	60,06	60,15	60,75	59,86	57,99	58,46	60,85
Østlandet	76,42	76,80	72,79	67,40	62,60	60,73	66,26
Sør- og Vestlandet	63,58	62,79	60,90	63,58	59,84	61,95	61,06
Nord-Norge	55,83	59,18	62,13	58,94	54,96	54,72	44,80

De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.

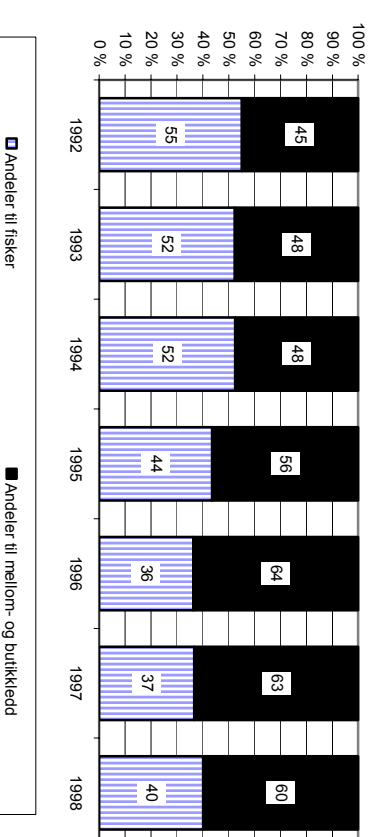
Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for laks, 2-3 kg, oppskåret, pr. kg - Nasjonalt nivå



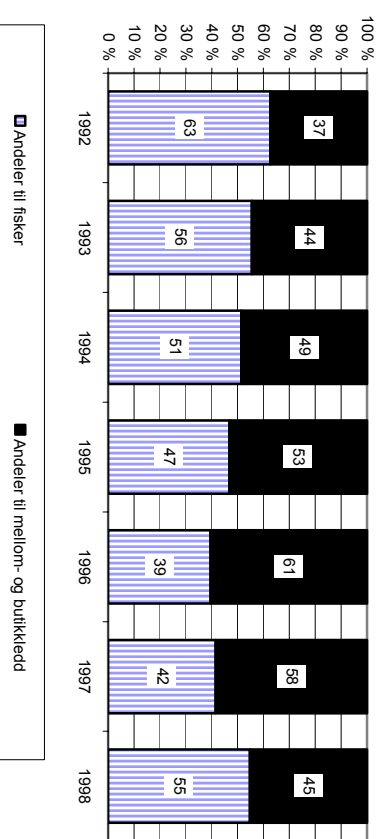
Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for laks, 2-3 kg, oppskåret, pr. kg - Østlandsområdet (region 1)



Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for laks, 2-3 kg, oppskåret, pr. kg - Sør- og Vestlandet (region 2)



Prosentvis fordeling av butikpris ekskl. mva. for laks, 2-3 kg, oppskåret, pr. kg - Nord-Norge (region 3)



### 3.2.9 Reker (90-120 stk. per kg), (vare 174)

#### *Påslag i kroner og andeler på nasjonalt nivå*

Av de varene vi har undersøkt, så har 1. håndsprisen på reker vært langt høyere enn tilsvarende priser for vill fisk i hele perioden. Prisen til fisker for reker i størrelse 90-120 per kg. lå på rundt samme nivå som prisen på oppdrettslaks i begynnelsen av 90-tallet på landsbasis. Deretter gikk prisen på laks ned i siste halvdel av 90-tallet, mens 1. håndsprisene på reker har fluktuert noe, men har økt for perioden sett under ett fra kr. 27 i 1989 til kr. 34 i 1999. Butikkprisen på reker har også fluktuert en del, men har økt fra kr. 48 til kr. 58 for perioden som helhet.<sup>25</sup> Kronepåslagene til mellom- og butikkledd gikk ned fra kr. 21 i 1989 til kr. 17 i 1995, og har siden først økt en del og så gått noe ned igjen, og var på kr. 24 i 1999. Se vedlegg G.9. for kronepåslag på fiskerledd og mellom- og butikkledd.

Når vi ser på de prosentvise påslagene for reker, så var andelene til fisker også de eneste av alle varene i undersøkelsen som gjennom hele perioden 1989-1999 tok en større andel av inntekten enn det mellom- og butikkledd gjorde. Andelen til fisker på landsnivå gikk fra hele 56% i 1989 og oppover til en topp på 65% i 1995, for så å bli redusert til 51% i 1997, men økte deretter igjen til 58% i 1999, se stolpediagrammene. Andelene til mellom- og butikkledd viste motsatt trend, og gikk ned fra 44% i 1998 til 35% i 1995, og økte så igjen til 49% i 1997, for så å gå noe ned igjen til 42% i 1999.

#### *Påslag i kroner og andeler på regionalt nivå*

Pris til fisker blir i utregningene av reker relativt like for alle regionene, da rekene i størrelse 90-120 stk. per kg. i hovedsak kommer fra Norges Råfisklags distrikt. Butikkprisen har generelt økt i alle de tre regionene, i likhet med prisen på nasjonalt nivå. I Østlandsområdet (region 1) var prisene lavere enn for landet og for Sør- og Vestlandet og Nord-Norge (region 2 og 3) i hele perioden, med unntak av i 1999 da prisen i Nord-Norge var langt lavere. Butikkprisene i Sør- og Vestlandet lå under landsgjennomsnittet i første halvdel, og over landsgjennomsnittet i siste halvdel av perioden. Butikkprisene i Nord-Norge viser samme trend som i Sør- og Vestlandet, med unntak av at det er en sterk nedgang i prisen siste året. Kronepåslagene til mellom- og butikkledd fluktuerer en del i alle regionene, men i Østlandsområdet har påslaget økt med 1 krone og i Sør- og Vestlandet økt med 9 kroner for perioden under ett. I Nord-Norge var kronepåslaget relativt lavt siste året, og derfor har kronepåslagene for perioden sett under ett gått ned med 9 kroner.

Den prosentvise fordelingen av butikkprisen viser i alle regionene samme trend som på landsbasis med først en økning, så en nedgang, og deretter en økning i andelen til fisker. Men tidspunktet for disse endringen, og også hvor store de var, varierer mellom regionene. Nord-Norge hadde den høyeste andelen til fisker i starten av perioden, med 61% i 1989, økte så noe, og viste videre en nedgang i andelen raskere enn for landet under ett og i de andre regionene, og var nede i 47% i 1996. Andelen til fisker i Nord-Norge viste deretter en langt kraftigere økningen i siste fase av perioden enn det de andre regionene og landsgjennomsnittet viste, og var på hele 79% av den totale inntekten (butikkprisen eksklusiv merverdiavgift) i 1999.

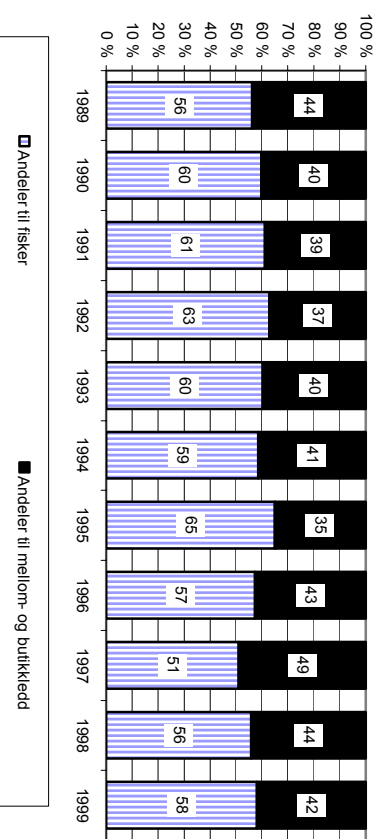
**Tabell 3-9 Reker, 90-120 stk. per kg. (vare 174). Butikkpriser eksklusiv merverdiavgift, i kroner**

Butikkpriser	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Nasjonalt nivå	48,20	48,08	49,28	48,95	44,19	45,79	48,10	51,45	54,06	55,72	58,41
Østlandet	44,92	45,33	46,75	45,42	37,95	39,59	42,44	45,20	50,16	50,98	53,25
Sør- og Vestlandet	47,50	46,83	47,67	48,00	47,13	47,21	48,29	55,61	59,11	61,63	62,93
Nord-Norge	44,75	45,75	45,83	47,50	43,11	47,95	60,65	63,41	56,99	54,31	43,09

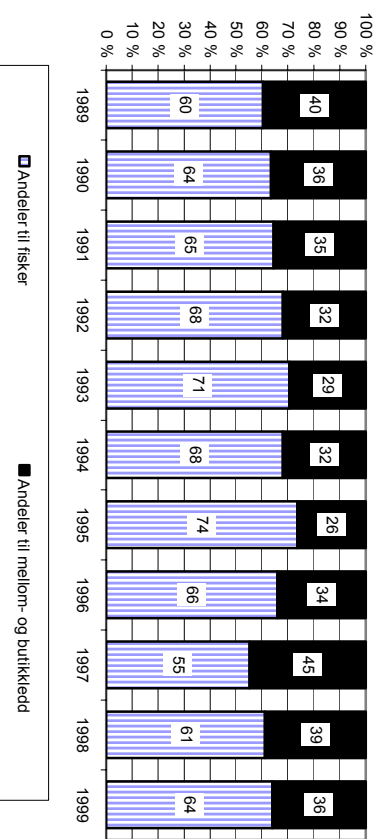
De regionale prisene er ikke direkte sammenlignbare med prisene på nasjonalt nivå, da kun de siste er indekserte med prisindeks. Prisene er på nominelt nivå.

<sup>25</sup> Som omtalt i siste avsnitt av 3.1.3. kjenner vi ikke til om rekeprisene på detaljnivå er for frosne eller ferske reker, eller begge deler. Det er også ukjent hvorvidt prisen kun gjelder norske reker eller om det også kan være reker fra andre land. Dette betyr at vi må tolke resultatene av prispåslagene med varsomhet.

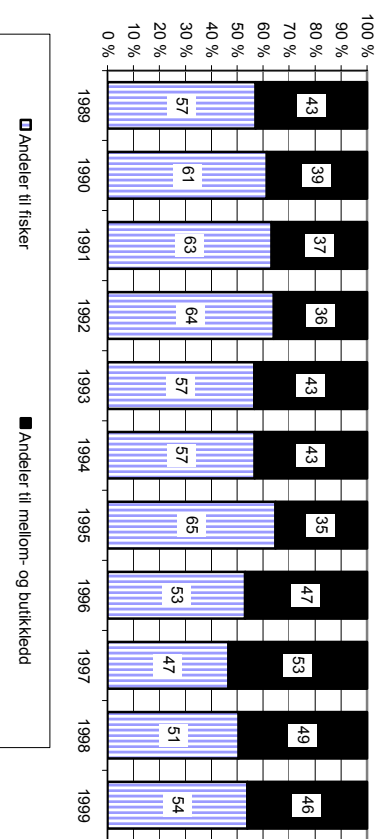
Prosentvis fordeling av butikkpris for reker (90-120 stk. pr. kg), pr. kg -  
Nasjonalt nivå



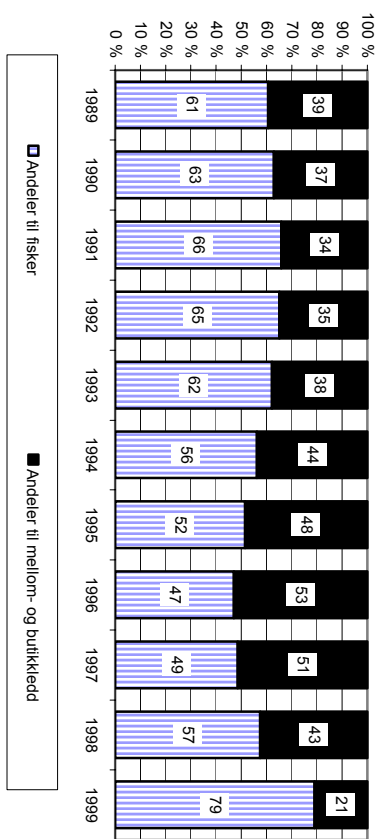
Prosentvis fordeling av butikkpris ekskl. mva. for reker (90-120 stk. pr. kg) -  
Østlandsområdet (region 1)



Prosentvis fordeling av butikkpris ekskl. mva. for reker (90-120 stk. pr. kg), pr. kg - Sør- og  
Vestlandet (region 2)



Prosentvis fordeling av butikkpris ekskl. mva. for reker (90-120 stk. pr. kg) - Nord-Norge  
(region 3)



### 3.3 Prisvariasjoner mellom grupper av varer

Vi har nå presentert resultatene av prispåslagene til fisker og til mellom- og butikkledd samlet for hvert enkelt av fiskevarene i utvalget. Videre vil vi se på utviklingen i prispåslagene mer i sammenheng for de ulike fiskevarene, på nasjonalt nivå for perioden 1989-1999. Først vil vi sammenligne prispåslagene til fisker og til mellom- og butikkledd for ulike fiskevarer for torsk, for sei, og for reker og laks samlet. Vi vil se nærmere om det er noen tendenser til ulik utvikling for ulike fiskeprodukter, for eksempel mellom ferske og bearbejdede/frosne fiskevarer. Til slutt vil vi se om vi finner samme tendenser for fiskevarene innen alle fiskeslagene.

Priser til fisker er basert på registrerte 1. håndspriser på fisk fra salgslagene. På dette tidspunktet betales en pris til fisker uten at man med sikkerhet vet om fisken skal selges som den er eller bearbejdes videre og da eventuelt hva slags bearbejding.<sup>26</sup> På bakgrunn av dette vil det derfor ikke oppstå systematiske forskjeller mellom priser til fisker for ulike fiskevarer med ulik bearbejdingsgrad når begge er fra for eksempel kategorien sløyd uten hode. Derimot vil vi ha mulighet til å undersøke om bearbejdingsgrad slår ut i prispåslag til mellom- og butikkleddet samlet.

#### Torsk

Utviklingen i prisen til fisker, som også er prispåslaget, på ulike fiskevarer av torsk vises i nominelle kroner i figur 3-1 nedenfor. Utviklingen i pris til fisker har variert en del i løpet av perioden, men tendensene er like. For alle fiskevarene har prisen til fisker økt kraftig fra 1997-1999. Sett over hele perioden 1989-1999 har pris til fisker på torskene økt, og prisene har økt sterkere for stor torsk enn for vanlig sløyd torsk. Unntaket fra denne trenden er koketorsk der det har vært en mer moderat økning i pris til fisker i disse årene.

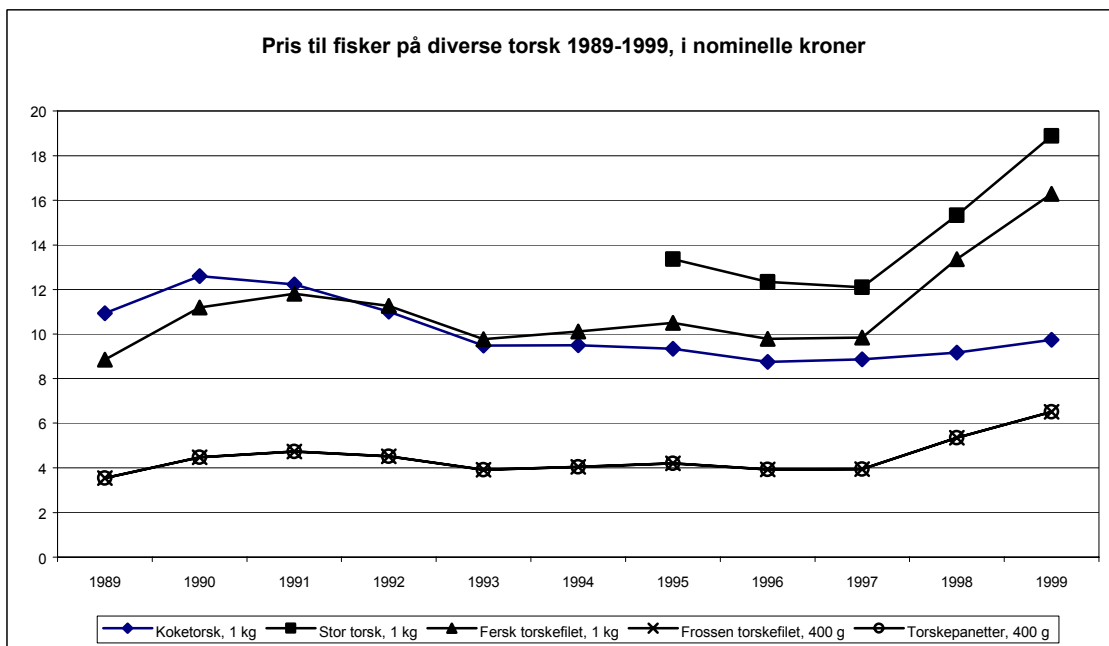
For mellom- og butikkleddene vises utviklingen i kronepåslaget i figur 3-2 nedenfor. Ut fra figuren så ser vi at det er to hovedtendenser i kronepåslagene.

- 1) Ferske torskvarer: Kronepåslagen til mellom- og butikkledd for alle de ferske torskene har økt i løpet av den perioden vi ser på.
- 2) Frosne torskvarer: Kronepåslaget på frossen torskfilet har gått svakt ned, mens kronepåslagene på torskpanetter har hatt en ytterligere nedgang for perioden 1989-1999 sett under ett.

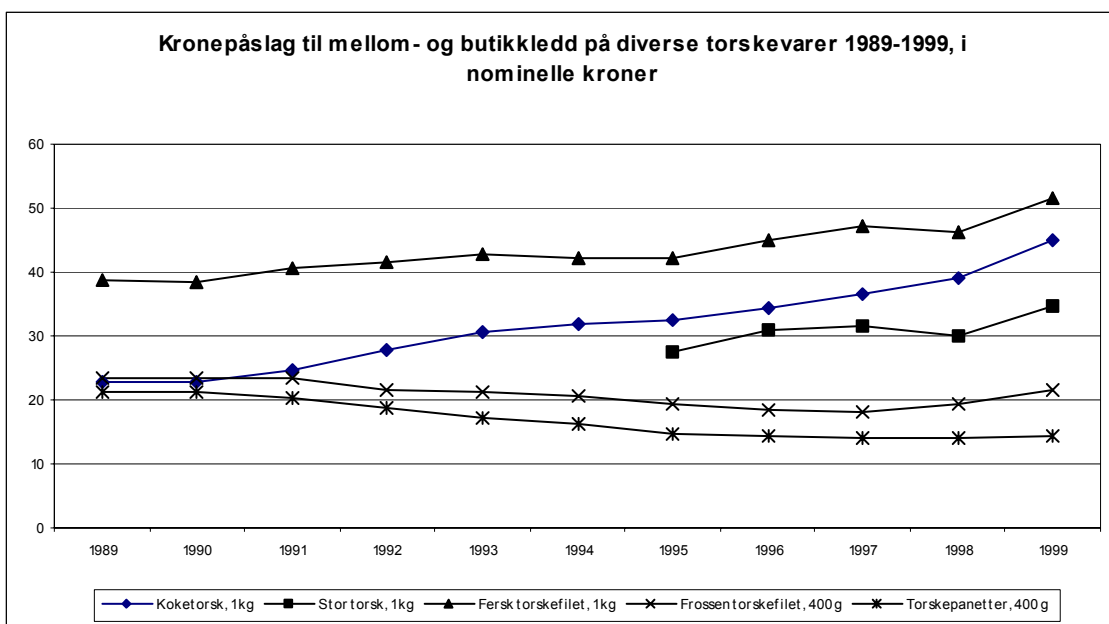
Ut fra kronepåslagene til mellom- og butikkledd på torskene ser vi dermed at det er helt tydelige systematiske forskjeller i kronepåslagene til mellom- og butikkledd samlet. Kronepåslagene til mellom- og butikkledd har økt relativt betraktelig for de ferske fiskevarene av torsk, mens for de frosne fiskevarer har kronepåslagene blitt redusert.

---

<sup>26</sup> Som omtalt i metodeavsnittet 3.1.3, så har vi av datamaterialet på 1. håndspriser kun benyttet kategoriene "rund kasse tønne" for rundt (med hode og innmat) fisk og "sløyd uten hode" for all annen fisk. For fisk med spesifikk størrelse (for eksempel over 1,5 kg) har vi benyttet priser i kun den størrelsen innen for enten rund kasse tønne eller sløyd uten hode.



Figur 3-1 Pris til fisker på torsk, 1989-1999



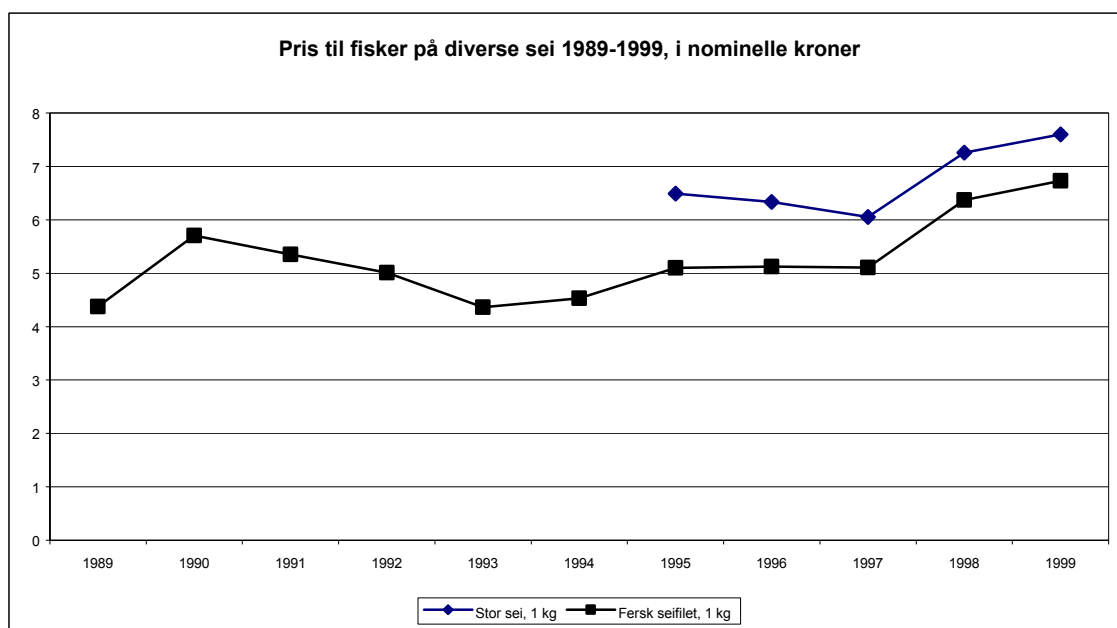
Figur 3-2 Kronepåslog til mellom- og butikkledd på torsk, 1989-1999



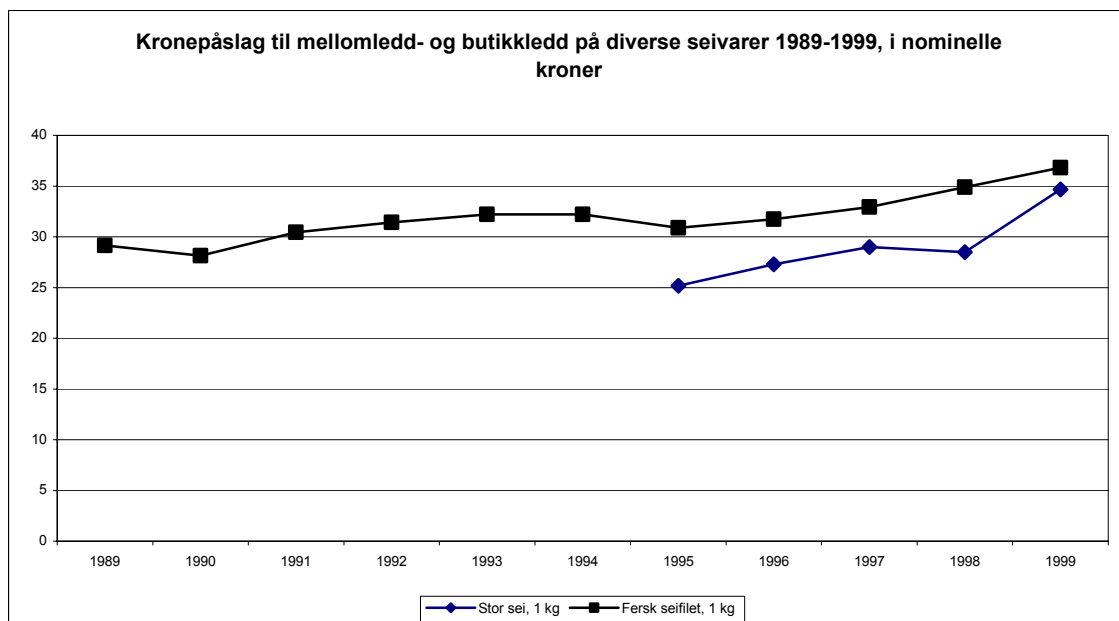
## Sei

I figur 3-3 nedenfor ser vi prisutviklingen til fisker på stor sei (vare 161) for perioden 1995-1999, og på fersk seifilet (der 1. håndspris/pris til fisker er på sei sløyd uten hode) (vare 10) for perioden 1989-1999. Stor sei og fersk sei filet viser samme tendens i utviklingen av pris til fisker fra 1995-1999, med først stabile priser fra 1995-1997, for så at begge varene øker med nærmere 2 kroner fra 1997-1999. For sei filet har prisen til fisker økt med over 2 kroner for perioden samlet. Tatt i betraktning at dette er i nominelle kroner, har utviklingen i pris til fisker holdt seg svært stabil i denne 10 årsperioden. Prisen til fisker for stor sei har for hele tidsserien 1995-1999 økt med litt over 1 krone sett under ett, og dermed har utviklingen i pris til fisker på stor sei også vært svært stabil. Pris til fisker for stor sei har for hele siste halvdel av 90-tallet vært noe høyere enn pris til fisker for fersk seifilet (det vil si 1. håndspris for sei sløyd uten hode), men prisene har nærmet seg noe hverandre.

Kronepåslagene til mellom- og butikkledd har, som vi ser i figur 3-4 nedenfor, økt for både stor sei (vare 161) og fersk seifilet (vare 10). For fersk seifilet har kronepåslaget til mellom- og butikkledd økt fra 1989-1999 med nærmere 8 kroner. Kronepåslaget for stor sei har økt fra 1995-1999 med over 9 kroner, og dette er en relativt sterk økning tatt i betraktning at dette er en kort tidsserie. Det var en liten nedgang i kronepåslaget på stor sei fra 1997 til 1998, men kronepåslaget økte deretter kraftig (med over 6 kroner) fra 1998 til 1999. Størrelsen på kronepåslagene til mellom- og butikkledd for stor sei og seifilet har dermed nærmet seg hverandre i løpet av slutten av 90-tallet, men ligger fortsatt noe høyere for fersk seifilet enn for stor sei.



Figur 3-3 Pris til fisker på sei, 1989-1999



**Figur 3-4** Kronepåslag til mellom- og butikkledd på sei, 1989-1999

### Laks

Pris til fiskeoppdretter på laks (vare 5) gikk, som vi ser i figur 3-5 nedenfor, kraftig ned fra 1992 til 1996 med over 13 kroner per kg. Deretter økte pris til oppdretter igjen i de to påfølgende årene med nesten 3 kroner. For hele perioden 1992-1998 har prisen på laks til fiskeoppdretter gått ned med over 10 kroner. Dette er en kraftig nedgang i pris for kun 6 år, og laks er den eneste av varene i utvalget som har en slik nedgang i pris til fisker/oppdretter.

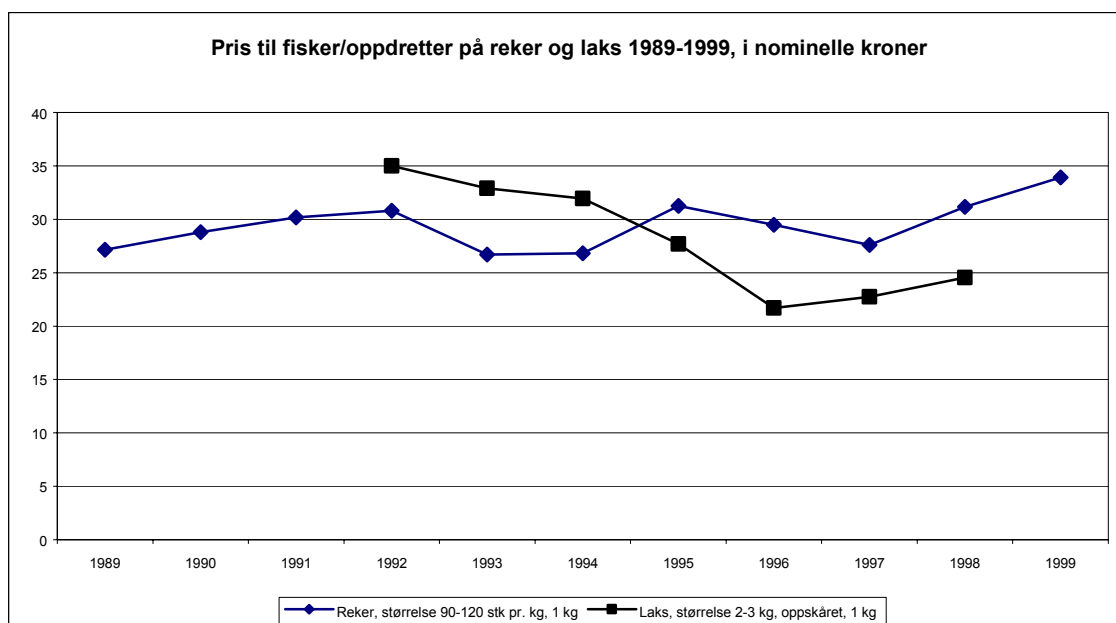
Som vist i figur 3-6 har derimot kronepåslag til mellom- og butikkledd for laks, oppskåret, økt kraftig, med over 11 kroner for hele perioden 1992-1999 sett under ett. Allikevel har kronepåslaget til mellom- og butikkledd på laks, oppskåret, vært svært stabil de siste tre årene.

### Reker

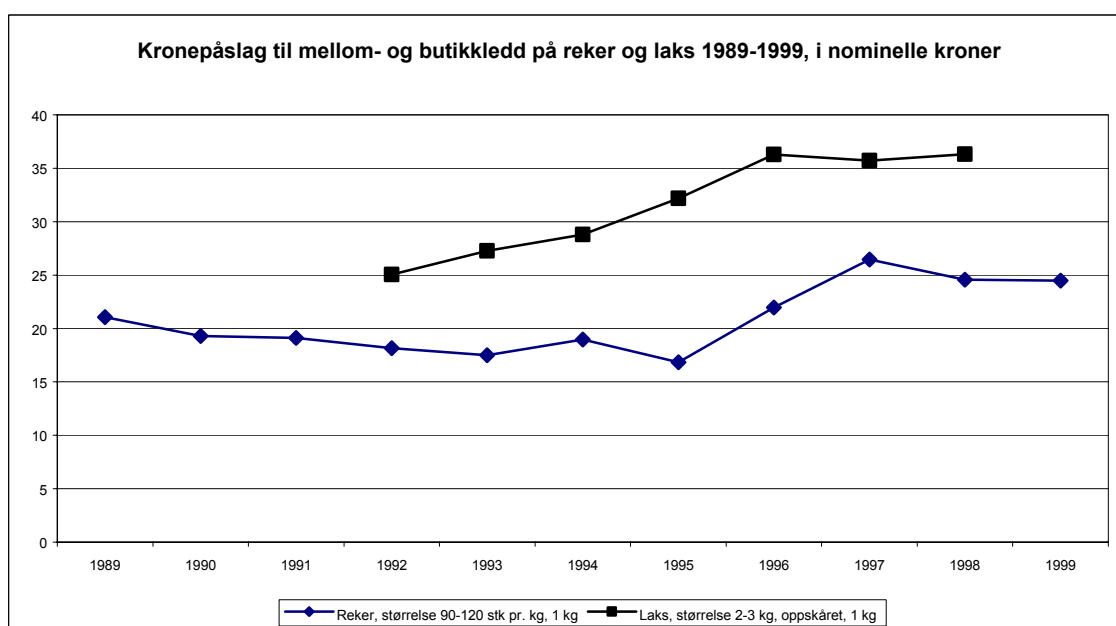
Priser til fisker på reker, størrelse 90-120 stk. per kg (vare 174) har, som vi ser i figur 3-5, økt med nærmere 7 kroner for perioden 1989-1999 sett under ett. Det har vært en del variasjoner i pris til fisker på reker i løpet av denne perioden.

Kronepåslag til mellom- og butikkledd på reker har, som vist i figur 3-6, for perioden sett under ett økt med over 3 kroner. Dette er en relativt liten økning på 10 år tatt i betraktning at vi ser på nominelle kroner. Kronepåslaget til mellom- og butikkledd på reker viste en svakt nedadgående tendens frem til 1995, for deretter å øke kraftig i de to påfølgende årene. Fra 1997-1999 har kronepåslaget til mellom- og butikkleddet på reker igjen vist en nedadgående tendens, og har gått ned med 2 kroner.

Pris til fiskeoppdretter har gått fra å være 4 kroner høyere enn pris til fisker på reker i 1992, til å ligge under pris til fisker på reker på slutten av 90-tallet. Derimot har kronepåslaget til mellom- og butikkledd i hele perioden 1992-1999 vært høyere på laks enn på reker.



**Figur 3-5 Pris til fisker/oppdretter på reker og laks, 1989-1999**



**Figur 3-6 Kronepåslag til mellom- og butikkledd på reker og laks, 1989-1999**

### 3.4 Oppsummering av nasjonale prispåslag på fisk

Vi har beregnet prispåslag på nasjonalt samt regionalt nivå (der Norge er inndelt i tre store regioner – Østlandsområdet, Sør- og Vestlandsområdet og Nord-Norge) for en rekke fiskeprodukter av både høy og lav bearbeidingsgrad. For de fleste varene vil tidsseriene gjelde fra 1989-1999, og prisene er gjennomsnitt over året.

Vi har innhentet prisdata på første hånd fra Fiskeridirektoratet og detaljpriser på nevnte varer fra Statistisk sentralbyrå. Det har ikke vært mulig å innhente aggregerte prisdata på mellomledd i distribusjonskanaler på fisk. Vi har derfor kun presentert prispåslagene for to ledd, fisker/fiskesalgslagsleddet og for mellom- og butikkledd samlet.

Prisene, både på 1. hånd og detaljistprisene, er på nominelt nivå, det vil si at de ikke er inflasjonsjustert. Av denne grunn er det valgt å vektlegge prispåslagene i prosent, da disse forholdstallene kan sammenlignes over tid.

Vi presenterer hovedresultatene av prispåslagene på fisk på nasjonalt nivå nedenfor. De prosentvise påslagene kan deles inn i tre hovedgrupper ut fra størrelsen på disse for de ulike fiskevarene.

*Relativt sett små prosentvise påslag til fisker og høye prosentvise påslag til mellom- og butikkledd samlet for dypfryst torskfilet, fersk sei i filet, stor sei, fersk torsk i filet og torskepanetter*

Vi har sett at for fiskevarene dypfryst torskfilet, fersk sei i filet, stor sei, fersk torsk i filet og torskepanetter har de prosentvise andelene til fisker av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift vært ganske små i begynnelsen av perioden. Andelene økte generelt noe for disse varene (med unntak av stor sei) i løpet av perioden, og har ligget på fra 13-20% i 1989 til mellom 15-31% i 1999. Tilsvarende har andelene til mellom- og butikkleddene ligget høyt for disse varene, fra 80-87% i 1989, men viste noe nedgang i løpet av perioden til 69-85% i 1999. Denne fordelingen av andeler gjenspeiler at fisker får en relativt lav pris i forhold til butikkprisen på fisken. Pris til fisker, for de ulike fiskevarene vi ser på i undersøkelsen, var fra kr. 4 for sei og fra kr. 9 for torsk per kg. i 1989, og fra kr. 7 for sei og fra kr. 16 for torsk i 1999. Kronepåslagene som mellom- og butikkleddet hadde var samlet på rundt kr. 21-39 for disse varene i 1989 og på mellom kr. 14-52 i 1999.

*Relativt sett middels høye prosentvise påslag til fisker for koketorsk og stor torsk*

Fiskers andel av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift for koketorsk var i første del av perioden høyere enn for varegruppen nevnt ovenfor. Andelene til fisker viste først en økning og så en gradvis reduksjon over mange år, og gikk samlet sett fra 32% i 1989 til 18% i 1999. Andelene til mellom- og butikkledd gikk da fra 68% i 1989 til hele 82% i 1999. Den prosentvise fordelingen og dens nedgang over perioden skyldes at prisen til fisker var kr. 11 i 1989, og økte så noe for deretter å bli redusert, og var på 10 kr. i 1999. Derimot viste kronepåslaget til mellom- og butikkledd en sterk økning gjennom hele perioden, fra kr. 23 i 1989 til kr. 45 i 1999.

For stor torsk var andelen til fisker av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift på 33% i 1995, videre sank den noe for deretter å øke igjen til 35% i 1999. Motsatt økte først andelene til mellom- og butikkledd fra 67% i 1995 til 72% i 1997, og ble så redusert igjen til 65% i 1999. Utviklingen i andelene skyldes at prisen til fisker økte i løpet av perioden fra kr. 13 til kr. 19, mens mellom- og butikkleddets kronepåslag økte enda mer, fra kr. 27 til kr. 35.

*Relativt sett høye prosentvise påslag til fisker/fiskeoppdretter og lave andeler til mellom- og butikkledd samlet for laks og reker*

Oppdretters andel av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift på laks lå relativt høyt, men har sunket i løpet av perioden, fra 58% i 1992 til 40% i 1999. Andelene til mellom- og butikkledd har dermed økt fra 42% i 1992 til 60% i 1999. Nedgangen i andelene til oppdretter skyldes at prisen til oppdretter har gått ned fra kr. 35 i 1992 til kr. 25 i 1998, mens prisen på laks i butikk har holdt seg stabil. Dette betyr da at kronepåslaget til mellom- og butikkleddet har økt gjennom perioden, fra kr. 25 i 1992 til kr. 36 i 1998.

I utvalget av fiskevarer, var det reker i størrelsen 90-120 stk. per kg (vare 174) som var den varen der fiskerleddet fikk desidert høyest andeler. Reker var den eneste varen som hadde høyere andeler enn mellom- og butikkleddet gjennom hele perioden 1989-1999. Andelene til fisker var på 56% i starten, fluktuerte noe i løpet av perioden, og endte på 58% i slutten av perioden. Andelen til mellom- og butikkledd var da på 44% i 1989 og 42% i 1999. De høye andelene til fisker på reker skyldes at prisen som fisker fikk var gjennom hele perioden høyere enn det kronepåslaget som mellom- og butikkledd tok. Prisen til fisker økte fra kr. 27 i 1989 til kr. 34 i 1999, mens kronepåslaget til mellom- og butikkledd økte fra kr. 21 til kr. 24 i samme periode.

### 3.5 Priser på fisk i ulike butikk-konsepter

Som vi så fra undersøkelsen av prisene på et utvalg av butikker for Oslo, Bergen og Tromsø, jamfør kapittel 2, kan prisene variere en god del mellom fiskebutikk og dagligvarebutikker, samt mellom ulike dagligvarebutikker.

Vi vil her kort referere til en prisundersøkelse fra Eksportutvalget for Fisk, utført av Gfk Norge, som viser priser på fisk i ulike omsetningskanaler. Dette er prisdata basert på et panel med 1500 familier som registrerer sitt konsum kontinuerlig. Vi tar her et forbehold om at dette er paneldata, og at de nok ikke er helt representative på butikknivå på landsbasis. Dette betyr med andre ord at disse prisdataene ikke må anses for å være landsgjennomsnittspriser og at de derfor ikke er korrekte på nivå (det vil si selve kroneprisen), men at de er korrekte på tendenser i ulike butikk-konsepter.

Vi ser først på gjennomsnittsprisene for 1997-2000 på både hel og filetert laks (samlede priser for oppdrettslaks og villaks), i ulike typer butikker og kjedegrupper. Det er ikke skilt mellom fersk og frossen laks i disse prisene.

Butikker	Laks (vill og oppdrett)	
	Hel renset m/hode Gj.sn. av 1997-2000	Ren fisk, fileter gj.sn. av 1997-2000
Dagligvare	Kr 46,68	kr 90,84
Fiskebutikk	Kr 47,11	kr 97,23
Lavpris	Kr 68,30	kr 103,91
Annen ubetj.dagligvare	Kr 45,91	kr 87,40
Dagligvaregruppe 1	kr 49,94	kr 88,75
Dagligvaregruppe 2	Kr 45,67	kr 86,52
Dagligvaregruppe 3	Kr 40,95	kr 92,46

For laks hel og filet har vi kun gjennomsnittspriser for årene 1997-2000. Vi ser at prisen på hel laks er litt høyere i fiskebutikk enn i dagligvarebutikk. For filetert laks er forskjellen noe større.

Innen ulike butikk-konsepter er det interessant nok langt dyrere med både hel og filetert laks i lavpris-butikker enn i andre ubetjente dagligvarebutikker.

For de tre paraplykjedene viser gjennomsnittsprisene at Dagligvaregruppe 1 var dyrest på hel laks, og Dagligvaregruppe 3 var rimeligst i pris. Derimot var Dagligvaregruppe 3 dyrest på laks filet, mens Dagligvaregruppe 1 og 2 lå relativt likt i pris. Vi minner om at disse prisene ikke må tas for bokstavelige med tanke på nivå, men at de indikerer tendenser i prisbildet til ulike butikker i markedet.

For torsk viser vi gjennomsnittsprisene for 1997-2000 og for 2000 på både hel og filetert fisk, i ulike typer butikker og kjedegrupper. Det er ikke skilt mellom fersk og frossen torsk i disse prisene.

Butikker	Torsk		Torsk		Torsk	
	Hel renset m/hode Gj.sn. av 1997-2000	Hel renset m/hode 2000	Ren fisk, fileter gj.sn. av 1997-2000	Ren fisk, fileter 2000	Ren fisk, fileter 2000	Ren fisk, fileter 2000
Dagligvare	Kr 49,13	kr 56,99	kr 69,04	kr 78,54	kr 78,54	kr 78,54
Fiskebutikk	Kr 51,72	kr 52,63	kr 71,07	kr 83,22	kr 83,22	kr 83,22
Lavpris	Kr 30,00	kr 39,01	kr 72,17	kr 77,24	kr 77,24	kr 77,24
Annen betj. dagligvare	Kr 40,44		kr 56,29			
Annen ubetj.dagligvare	Kr 49,51	kr 57,26	kr 67,40	kr 79,33	kr 79,33	kr 79,33
Dagligvaregruppe 1	kr 52,16	kr 58,64	kr 66,49	kr 77,98	kr 77,98	kr 77,98
Dagligvaregruppe 2	Kr 41,50	kr 56,97	kr 66,17	kr 79,28	kr 79,28	kr 79,28
Dagligvaregruppe 3	Kr 31,71	kr 59,72	kr 63,48	kr 80,36	kr 80,36	kr 80,36

På hel torsk er dagligvareprisen noe høyere enn fiskebutikkene i 2000, mens gjennomsnittet for 1997-2000 viser motsatt forhold. For filetert torsk viser både de gjennomsnittlige prisene og prisene for 2000 at fiskebutikkene har noe høyere pris enn dagligvarebutikkene.

Lavprisbutikker er rimeligst på hel torsk. Det bemerkelsesverdige her er at gjennomsnittsprisen for 1997-2000 i de ubetjente dagligvarebutikkene er 9 kroner dyrere enn i betjente dagligvarebutikker. For filetert torsk var annen ubetjent dagligvare rimeligst og lavpris dyrest innen de kjedekonsepter vi her ser på i gjennomsnitt av 1997-2000. For 2000 var prisen i lavpris-butikker noe lavere enn i ubetjente dagligvarebutikker for filetert torsk.

I sammenligningen av prisene på torsk i de ulike kjedegrupperingene, var Dagligvaregruppe 3 rimeligst på hel torsk i gjennomsnitt for 1997-2000, og Dagligvaregruppe 1 dyrest. For 2000 viste prisene på hel torsk at det var Dagligvaregruppe 2 som var rimeligst, men at Dagligvaregruppe 1 og videre Dagligvaregruppe 3 fulgte like bak. Norgesgruppen var også rimeligst på torsk filet i gjennomsnitt for 1997-2000, mens Dagligvaregruppe 1 og Dagligvaregruppe 2 lå veldig jevnt i pris noe over Dagligvaregruppe 3. For 2000 var situasjonen motsatt, der Dagligvaregruppe 3 var dyrest på torsk filet, men Dagligvaregruppe 2 var rett under i pris og Dagligvaregruppe 1 lå også kun 2 kroner under i pris.

Videre ser vi på gjennomsnittsprisen for 1997-2000 og for 2000 på hel og filetert sei, i ulike typer butikker og kjedegrupper. Det er ikke skilt mellom fersk og frossen sei i disse prisene.

Butikker	Sei Hel rensset m/hode Gj.sn. av 1997-2000		Sei Hel rensset m/hode 2000		Sei Ren fisk, fileter gj.sn. av 1997-2000		Sei Ren fisk, fileter 2000	
	Kr		kr		kr		kr	
Dagligvare	Kr	29,91	kr	49,60	kr	42,09	kr	43,87
Fiskebutikk	Kr	42,58	kr	40,17	kr	52,76	kr	57,52
Lavpris	Kr	33,91			kr	39,25	kr	40,43
Annen betj. dagligvare	Kr	33,97			kr	35,21		
Annen ubetj. dagligvare	Kr	29,39	kr	49,60	kr	42,74	kr	45,81
Dagligvaregruppe 1	kr	41,43	kr	67,36	kr	42,35	kr	46,19
Dagligvaregruppe 2	kr	31,87			kr	40,92	kr	44,17
Dagligvaregruppe 3	kr	26,03	kr	39,90	kr	42,88	kr	46,56

På hel sei var fiskebutikkene langt dyrere enn dagligvarebutikkene for årene 1997-2000 i snitt. Derimot var situasjonen motsatt for 2000. Ser vi på sei filet var fiskebutikken langt dyrere enn dagligvarebutikkene både i gjennomsnitt for 1997-2000 og for 2000.

Av ulike butikk-konsepter var det annen ubetjent dagligvare som var rimeligst på hel sei i gjennomsnitt for 1997-2000. Lavpris og annen betjent dagligvare hadde svært like priser ca 4 kroner over det rimeligste konseptet. For sei filet er det bemerkelsesverdig nok de betjente dagligvarebutikkene som viser lavest pris og ubetjente dagligvarebutikker har de høyeste prisene i gjennomsnitt for 1997-2000. Vi må være åpne for at disse prisutslagene kan skyldes oppbyggingen av dataene igjennom panelundersøkelsen. Prisen på sei filet i 2000 var rimeligere i lavprisbutikker enn i ubetjente dagligvarebutikker.

Den hele seien var langt rimeligere innen kjedegruppen Dagligvaregruppe 3, sammenlignet med Dagligvaregruppe 1 som var dyrest. Dagligvaregruppe 2 lå noe over Dagligvaregruppe 3 i pris i gjennomsnitt for 1997-2000. Prisen på sei filet var rimeligst hos Dagligvaregruppe 2, mens Dagligvaregruppe 1 og Dagligvaregruppe 3 lå svært likt i pris noe over Dagligvaregruppe 2, både i gjennomsnitt for 1997-2000 og for 2000.

Vi ser til slutt på gjennomsnittsprisen for 1997-2000 og for 2000 på reker, i ulike typer butikker og kjedegrupper.

<b>Butikker</b>	<b>Reker med skall gj.sn. av 1997-2000</b>	<b>Reker med skall 2000</b>
Dagligvare	kr 52,36	kr 50,25
Fiskebutikk	kr 76,44	kr 71,66
Lavpris	kr 47,88	kr 45,10
Annen betj. dagligvare	kr 51,29	
Annen ubetj. dagligvare	kr 53,69	kr 52,68
Dagligvaregruppe 1	kr 53,11	kr 47,60
Dagligvaregruppe 2	kr 53,39	kr 57,52
Dagligvaregruppe 3	kr 51,57	kr 50,12

Prisen på reker var langt høyere i fiskebutikkene enn i dagligvarebutikkene, både i gjennomsnitt for 1997-2000 og for 2000.

Butikk-konseptet Lavpris er rimeligst på reker både i gjennomsnitt for 1997-2000 og for 2000. Vi finner igjen at betjente dagligvarer ligger noe rimeligere i pris enn ubetjente dagligvarer, og tar forbehold om datagrunnlagets begrensninger.

Mellom de ulike kjedekonseptene var prisen på rekene i gjennomsnitt for 1997-2000 rimeligst hos Dagligvaregruppe 3, mens Dagligvaregruppe 1 og Dagligvaregruppe 2 lå svært likt litt over i pris. For 2000 var situasjonen en annen, da var Dagligvaregruppe 1 rimeligst, mens Dagligvaregruppe 2 var dyrest.





## 4 Prispåslag på fersk fisk i Oslo, Bergen og Tromsø – en casestudie

### 4.1 Metode casestudien

Formålet med denne rapporten har vært å belyse ulike distribusjonskanaler og prisstrukturer på fisk. Gjennom de nasjonalt og regionalt analysene som presenteres i kapittel 4 vil vi få frem et svært generelt bilde. Vi har også satt som mål å få bedre og mer detaljert kunnskap om distribusjonskanaler på fersk fisk i Norge. Dette har vi valgt å gjøre gjennom casestudier av distribusjonskanaler i Oslo, Bergen og Tromsø. De to sistnevnte byene har begge betydelig lokalt fiske. Til tross for at også Oslo er en kystby, er det lite lokalt fiske der. Vi vil nedenfor redegjøre for hvordan vi innhentet data til casestudien.

#### 4.1.1 Fremgangsmåte ved casestudien

Vi ønsket å belyse helt spesifikke forhold rundt distribusjon av fersk fisk, samt å gjøre analyser av prispåslagene gjennom alle ledd i distribusjonskanaler for fersk fisk. I tillegg ønsket vi å se nærmere på kvalitative aspekter vedrørende aktørene i distribusjonskanalene. Mer spesifikt så vi nærmere på aktørenes arbeidsoppgaver og deres strategiske satsinger i markedet og valg av leverandører, kunder med mer.

Vi hadde forventninger om at det er en stor heterogenitet i distribusjonskanaler på fisk innenlands både med tanke på antall ledd i distribusjonskanalene og fordeling av arbeidsoppgaver. Derfor forventet vi å finne både kanaler med få aktører, for eksempel med direkte leveranser fra fisker til butikk, og kanaler med mange mellomledd før fisken havner i butikk. Det var ønskelig å få med en del av den antatte store variasjonen. Vi har derfor valgt å se på både ulike dagligvarekjeder med fersk fisk og på fiskebutikker, og vi har også sett på variasjoner mellom ulike byer i Norge, henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø. Alle dagligvarebutikkene i utvalget er tilknyttet en eller annen form for kjede, noe som gjenspeiler dagligvarekjedenes dominerende rolle i det norske dagligvaremarkedet.<sup>27</sup>

Dataene til beregningene av prispåslagene og til den kvalitative analysen ble innhentet fra samme aktører. Av hensyn til anonymitet vil vi ikke presentere verken navn på butikkene, eller hvilke kjeder de tilhører. Vi vil kun gjøre et skille mellom fiskebutikker og dagligvarekjeder.

Utvalget av butikker til casestudien:

- 5 butikker med fersk fisk i Oslo, derav 1 fiskebutikk og 4 dagligvarekjeder
- 4 butikker med fersk fisk i Bergen, derav 1 fiskebutikk og 3 dagligvarekjeder
- 3 butikker med fersk fisk i Tromsø, derav 1 fiskebutikk og 2 dagligvarekjeder

---

<sup>27</sup> I 2000 hadde fire store paraplyorganisasjoner til sammen 99,3% av dagligvaremarkedet målt i omsetning. Av dette hadde NorgesGruppen 33,8%, Hakon Gruppen 26,4%, Forbrukersamvirket 24,7% og Rema 1000 Norge AS 14,3% av innenlandsmarkedet for dagligvarer. (ACNielsen, Dagligvarefasiten 2000). Vi gjør oppmerksom på at Rema 1000 ikke omsetter fersk fisk.

Valget av antallet butikker var basert på at vi ønsket å gå grundig inn i distribusjonskanalene, noe som er tid- og ressurskrevende og derfor begrenser hvor mange enheter som kan studeres. Samtidig ønsket vi å få frem en viss variasjon med hensyn til ulike kjedebutikker og også få med fiskebutikker. Vi har derfor valgt ut et lite utvalg butikker fra hver by, men utvalget innbefatter ulike butikk-konsepter. Butikkene var sisteleddet, men også utgangspunktet for kartleggingen av distribusjonskanalene gjennom alle ledd helt tilbake til fisker. Det totale antallet aktører i vårt utvalg er derfor langt større. Vi kommer nærmere tilbake til hvor stort hele utvalget i casestudien var senere i avsnittet.

Utvalget av fersk sjømat<sup>28</sup> består av:

- reker
- sei filet
- hel torsk (sløyd uten hode)
- filetert torsk
- hel laks (sløyd med hode)
- filetert laks

For hver av butikkene i utvalget fulgte vi de ulike distribusjonskanalene på de 6 ulike fiskevarene helt tilbake til fiskesalgslag/fisker for reker, sei og torsk, og til oppdretter av laks. Det betyr at vi i utgangspunktet skulle kartlegge 72 distribusjonskanaler for fisk i denne casestudien. Vi kommer tilbake til det reelle antallet distribusjonskanaler som ble kartlagt nedenfor.

I datainnhenting var det viktig for oss å få mest mulig informasjon uten at dette skulle ta for lang tid. Det var også viktig at alle aktørene på hvert ledd i de ulike distribusjonskanalene skulle få de samme spørsmålene, både med hensyn til prispåslagene og de kvalitative aspektene, uavhengig av hvem som innhentet informasjonen slik at disse kunne direkte sammenlignes. Ut fra disse forutsetningene valgte vi å forberede likelydende spørreskjemaer som ble tilpasset hvert av leddenes funksjoner (butikk, grossist/leverandør, fiskemottak), og disse ble delt ut til hver aktør i hvert ledd av distribusjonskanalene i vårt utvalg. Mer spesifikt så hadde vi følgende skjemaer og innhentingsmåter:

1. Spørreskjemaet tok opp spørsmål vedrørende bedriftenes drift, leverandører, transport, kunder m.m. Spørreskjemaet ble i en del tilfeller fylt ut med intervjueren til stede, mens det i andre tilfeller ble fylt ut av den ansvarlige for fersk fisk/ansvarlige for bedriften alene.
2. I tillegg hadde vi forberedt et prisskjema der det skulle registreres for hver av varene i vårt utvalg på et bestemt tidspunkt både innkjøpspriser, innkjøpsdato, utsalgspris og leverandørens navn. Prisskjemaet fylte intervjueren ut på undersøkelsestidspunktet. Av praktiske årsaker, spesielt på grunn av lange avstander, ble en del av prismålingene på leverandørledd og fiskemottaksledd gjort per telefon, faks, brev eller e-mail.

Datainnhenting ble koordinert slik at den startet med alle butikkene i samme uke, i midten av oktober 2000, i både Oslo, Bergen og Tromsø. Den videre innhenting av dataene var av en eksplorerende karakter, der vi hele tiden var avhengig av å få tilstrekkelige opplysninger fra hvert ledd for å kunne gå videre bakover i distribusjonskanalen. For eksempel for å gå videre bakover fra butikken, måtte vi vite *hvem* de hadde kjøpt hel torsk av som de solgte i butikken den dagen vi var der, og *hva* som var innkjøpsprisen, og *når* de kjøpte varen. Før alle disse bitene var på plass, spesielt hvem, var det vanskelig å gå videre i undersøkelsen. Se figur 2-1 for illustrasjon av datainnhentingprosessen. Dette var en svært tidkrevende prosess, og vi avsluttet ikke datainnhenting før rett over nyåret 2001.

<sup>28</sup> Vi bruker som oftest samlebegrepet fiskevarer i presentasjonen og diskusjonen av dette utvalget av fisk og reker i casestudien.

**Figur 4-1 Eksempel på fremgangsmåten ved kartlegging av distribusjonskanalen og prispåslagene til en spesifikk fiskevare fra én butikk, og gjennom alle ledd tilbake til fisker**

Butikk	Grossist	Leverandør	Fiskemottak	Fiskesalgslag/Fisker
<i>Butikk 1.</i>				
a. Hel torsk	→ Grossist 1	→ Leverandør 1	→ Fiskemottak 1	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
			→ Fiskemottak 2	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
		→ Leverandør 2	→ Fiskemottak 1	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
			→ Fiskemottak 2	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
	→ Osv.			
→ Grossist 2	→ Leverandør 1	→ Fiskemottak 1	→ Fiskesalgslag 1	
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
			→ Fiskemottak 2	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
		→ Leverandør 2	→ Fiskemottak 1	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
			→ Fiskemottak 2	→ Fiskesalgslag 1
				→ Fiskesalgslag 2
				→ Osv.
	→ Osv.			
→ Osv.				

Fremgangsmåten for kartlegging av distribusjonskanalen og prispåslagene for hver enkelt av fiskevarene i vareutvalget følger samme struktur som vist i figur 4-1 for hel torsk. For hver enkelt av de seks fiskevarene i hver av de tolv butikkene, fulgte vi bakover hvilke aktører som var med i distribusjonskanalen av akkurat det spesifikke produktet. Vi var hele tiden åpne for, og forsøkte å fange opp, om det var flere aktører som forsynte et ledd med den varen vi kartla.

Som vi har vært inne på tidligere, besto utvalget av seks fiskevarer og tolv butikker, og dette blir til sammen 72 fiskevarer som vi skulle kartlegge distribusjonskanalene til. Ikke alle butikkene hadde hele utvalget av fiskevarer ved undersøkelsestidspunktet. Til sammen fire butikker hadde ikke hele utvalget av fiskevarer. For tre av fiskevarene i samme butikk i Oslo fikk vi ikke innhentet data fra de to grossistene som leverte disse varene, og disse kanalene måtte derfor utgå. Totalt fikk vi derfor kartlagt 65 distribusjonskanaler på fersk fisk.

Det varierte en del hvor mange aktører som faktisk var med i de ulike distribusjonskanalene, mens figur 2-1 viser et eksempel med fem ledd. Det er i tilfellet leverandøren og grossisten

som ikke er tilstede i de kortere distribusjonskanalene. I noen få tilfeller er det kun fisker og butikk. Vi har valgt å bruke samlende begreper etter arbeidsfunksjoner (det vil si grossist, leverandør, fiskemottak) på mellomledd og mottaksledd, men i virkeligheten er det ofte kombinasjoner av funksjoner. Et fiskemottak kan også være en leverandør, og den kan også være butikkens grossist. Vi har valgt å holde oss til disse begrepene for å unngå misforståelser i beskrivelsen av distribusjonskanalene.

#### *Erfaringer fra datainnhenting*

Til den kvalitative undersøkelsen benyttet vi spørreskjemaer med strukturerte spørsmål med svaralternativet, men det var også mulig å besvare åpent eller utfylle besvarelsen. For innhenting av prispåslagene fra distribusjonskanalene med sluttledd (butikker) i Oslo, Bergen og Tromsø benyttet vi et prisinnsamlings-skjema. Bruk av spørreskjemaer/prisinnsamlings-skjemaer innebærer både fordeler og ulemper. Som nevnt innledningsvis gir spørreskjemaene oss mulighet til å innhente en relativt stor mengde informasjon på relativt kort tid. Vi får også besvarelser fra de ulike aktørene som kan direkte sammenlignes.

Det kan derimot være en ulempe at datainnhenting er styrt av skjemaet og datainnhentingsprosessen blir derfor relativt rigid. I innhenting av prisdataene oppdaget vi underveis, særlig da vi kom til grossistleddet, at det i noen tilfeller oppsto usikkerhet med hensyn til hvilket produkt vi faktisk skulle følge. Dette skyldtes at vi ikke hadde vært tilstrekkelig spesifikke når vi definerte produktene med hensyn til vekt og kvalitetskategorier (gjelder særlig for laks). Dette er en form for svakhet ved dataene som det er vanskelig å rette opp underveis i prosessen. Vi måtte da alternativt starte prisundersøkelsen på nytt med mer spesifikke varespesifikasjoner. Da en ny prisinnsamling ville være for tidkrevende, har vi isteden valgt å kontakte butikkene og/eller de aktuelle leverandørleddene i ettertid for å få en vurdering av fiskens kvalitet og/eller størrelse. På den måten har vi fått en indikasjon på om det er sannsynlig at vi har fulgt den samme varen gjennom hele distribusjonskanalen. Det er allikevel viktig å være oppmerksom på at i presentasjonen og sammenligningen av de ulike distribusjonskanalenes prispåslag innen en bestemt fiskevare (for eksempel hel laks), kan de ulike distribusjonskanalene ha distribuert forskjellige mer spesifikke varer. For eksempel når vi ser på prispåslagene til hel laks, kan en butikk ha laks av fineste kvalitet, mens en annen butikk har laks av en lavere kvalitetsklasse. Eller at vi sammenligner hel torsk 1-2 kg med hel torsk 3-4 kg. Dette kan gi utslag i prisene på produktene. Vi har tatt med disse mer spesifikke opplysningene i oversiktene<sup>29</sup> over prispåslagene for hver enkelt distribusjonskanal i de tilfellene der disse er kjent.

En annen feilkilde er at det ikke i alle tilfeller ble registrert hvem som utførte filetering ved de fileterte fiskeslagene. Dette har betydning i utregningen av prispåslagene, fordi vi justerer for svinn ved filetering.<sup>30</sup> Av disse tilfellene var det som oftest lett å se hvilket ledd som sannsynligvis hadde filetert, da disse som oftest har store prispåslag for å dekke merkostnadene. Vi tok også kontakt med en del av aktørene for å avklare spørsmål rundt filetering. I ettertid ser vi at det også hadde vært interessant å ha mer konkrete opplysninger om de oppgitte prisene mellom leddene var inklusive transportkostnader.

Vi erfarte ved datainnhenting til prispåslagene i casestudien at det i flere tilfeller var usikkerhet rundt innkjøps- og utsalgspriser. Dette skyldtes at prisopplysningene som leverandørene og deres kunder oppgav i flere tilfeller ikke var i overensstemmelse. I de fleste av disse tilfellene var det kun snakk om små avvik. Generelt økte antallet av tilfeller der prisopplysningene om innkjøps- og utsalgspriser, som leverandører og kunder oppgav, ikke samsvarte desto lenger bakover i distribusjonskanalene vi kom. Hovedsakelig mener vi at dette kan begrunnes i følgende forhold:

1. Vi opplevde at svært mange av grossistene, leverandørene og fiskemottakene hadde dårlige registreringssystemer på et spesifikt nivå. Det vil si at de ikke hadde registrert fra dag til dag hver enkelt aktør som de kjøpte av og solgte til, varespesifikasjoner med hensyn til størrelse på fisken, kvalitetsklasse og filetering. Videre manglet registrering på tilhørende innkjøps- og utsalgspriser med mer. I noen tilfeller fikk vi en gjennomsnittspris for uken, dagen eller liknende.

<sup>29</sup> Jamfør vedleggene A-F.

<sup>30</sup> Beregningen av svinn blir behandlet i eget avsnitt nedenfor.

2. Tid var en sentral faktor. I mange av tilfellene gikk det en del tid, uker og i noen tilfeller måneder, å kartlegge tilbake til fiskemottakene. Kombinert med at mange aktører hadde dårlige registreringssystemer, ble ofte de opplysningene vi fikk om pris skjønsmessige eller etter hukommelse. Prisopplysningene ble da generelt trolig mer usikre desto lenger tid som har gått siden den aktuelle handelen fant sted.
3. Blant flere aktører erfarte vi at i en travel hverdag blir denne typen frivillige undersøkelser nedprioritert. Vi har grunn til å tro at noen av aktørene ikke tok seg tid til å undersøke detaljene rundt den spesifikke handelen, og at de isteden oppgav pris ut fra skjønn eller etter hukommelse. Trolig gjelder dette særlig i de tilfellene der vi kun henvendte oss per telefon eller brev.

For å oppsummere erfaringene rundt datainnhenting kort, må sammenligning av prispåslagene til distribusjonskanalene i casestudien tolkes med en viss varsomhet. Det kan være flere mulige kilder til feil ved selve prisdatabasene som benyttes i beregningen av prispåslagene. Vi mener at feilkilder vedrørende uoverensstemmelse om pris, var som oftest relativt små, og de får ikke store utslag i resultatene for prispåslagene.

Resultatene av prispåslagene i casestudien kan, til tross for feilkilder, allikevel si mye om *tendensene* i de utvalgte distribusjonskanalene. Prispåslagsstudien viser klart hvor mange aktører som er involvert i distribusjonen av fersk fisk fra fisker/fiskeoppdretter og frem til butikken. Undersøkelsen viser også trender for hvert ledd. For eksempel så ser vi tydelig at prispåslagene innen et ledd kan variere svært mye. Vi ser også at en aktør kan ha svært ulike prispåslag for de ulike fiskevarene som er med i undersøkelsen. Vi ser at det er svært varierende hvilke ledd som utfører filetering, og prispåslagene innen de leddene som utførte fileteringen varierte en god del. Resultatene gir oss også mulighet til å sammenligne tendensene i distribusjonsstrukturene og prisene mellom de tre byene.

Prispåslagene i casestudien reflekterer et øyeblikksbilde av hvordan distribusjonskanalenes prispåslag så ut der og da. Dette kan snu seg veldig raskt. Mange av informantene mener at prisene svinger mye fra dag til dag og at det ikke er uvanlig å ha lave eller negative prispåslag i blant. På lengre sikt må de passe på å ha positive prispåslag for å overleve. Ett eksempel på hvorfor påslagene til butikkledd og grossistledd kan variere, kan være at butikkene har kampanjetilbud på fisk. Dette kan slå ut i unormalt lavt påslag for enten butikken eller grossisten. Noen ganger har en aktør lovet en pris til sin kunde som viser seg å være for rimelig i forhold til hva innkjøpsprisen er, men neste dag eller uke kan det være omvendt. Noen ganger er det snakk om fisk som en aktør ønsker å "kvitte seg med", og at de derfor selger rimelig eller med negative marginer. Dette kan for eksempel være produksjonslaks (laks av lav kvalitet) eller fisk som begynner "å gå ut på dato" og derfor må selges raskt. Denne aktøren kan da få et lavt eller negativt prispåslag i denne prisundersøkelsen, mens aktøren kan ha store påslag (og høy fortjeneste) på andre fiskevarianter som ikke var med i vårt utvalg. Det er viktig å være klar over at de beregnede prispåslagene ikke sier noe om hvorvidt den aktuelle varen er betydningsfull eller representativ for leddet/ bedriften med hensyn til solgte kvantum, prispåslag og fortjeneste totalt sett. En slik spesifikk prisundersøkelse på et bestemt tidspunkt vil derfor ikke representere generelle strukturer og prispåslag, slik som de nasjonale og regionale påslagene som er basert på gjennomsnittspriser per år. Men fordelene er at vi får langt mer detaljert informasjon og kunnskap om hvordan distribusjonskanaler og prisstrukturen *kan* se ut. Og ved å sammenligne flere distribusjonskanalers prispåslag vil vi kunne belyse en viss bredde og variasjon i mulige distribusjonskanaler på fersk fisk.

Funnene fra den kvalitative analysen vil derimot være mer allment gyldige for disse distribusjonskanalene og aktørene i utvalget, fordi spørsmålene er mer generelle og basert på lengre tidsperspektiver, hva de pleier å gjøre osv. Resultatene av den kvalitative analysen belyser ulike forhold rundt bedriftenes drift, og kunde- og leverandørforhold, fra til sammen 27 aktører som svarte på spørreskjemaene av totalt 50 aktører<sup>31</sup> som fikk spørreskjemaer i de 65 distri-

<sup>31</sup> Hvis vi kun beregner hver enkelt bedrift en gang (dvs. ikke har med overlapp i antallet aktører) så var det totalt 50 aktørene (eksklusiv oppdrettere og fiskere) i distribusjonskanalene. Summen av antallet aktører i hver enkelt av de totalt 65 distribusjonskanalene er høyere på grunn av en del overlapp, der samme selskap innen grossistledd, leverandørledd eller fiskemottaksledd var med i flere av distribusjonskanalene. Den totale summen av alle aktører/ledd i de 65 distribusjonskanalene var 250 aktører medberegnet fiskere og oppdrettere, og 56 eksklusiv oppdrettere og

busjonskanalene i vårt utvalg. Vi har ikke mulighet til å si hvor allmenngyldige funnene fra den kvalitative analysen i casestudien er for hele universet, det vil si om de representerer hva alle aktører i fiskebransjen mener.

### Pris til fisker

Førstehåndsomsetningen av fisk er, som også omtalt i kapittel 1, regulert gjennom Forskrift om førstehåndsomsetning av råfisk, fastsatt ved Kronprinsreg.res. 29. juni 1990 i samsvar med lov om omsetning av råfisk av 14. desember 1951 nr. 3 §§ 1, 2, og 5 (*Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000*). Her fastslås det at førstehåndsomsetningen skal gå gjennom salgslag som Fiskeridepartementet har godkjent.

Fiskesalgslagene er fiskernes salgsorganisasjoner, og de organiserer handelen mellom fiskerne og kjøperne ved å bestemme prisene og foreta oppgjørene (Christensen og Haltenstvedt 1990).

I prispåslagsberegningene i denne rapporten anses ikke fiskesalgslagene som eget ledd med prispåslag. Prisen som førstehåndsomsetningsleddet oppgir at de har betalt til salgslaget tilsvarer fiskernes brutto salgspris. Salgslagene avregner en pris til produsenten som er justert med en rekke pålagte og frivillige avgifter og trekk.<sup>32</sup> Mange av disse trekkene kommer fiskerne både direkte og indirekte til gode.

Fiskesalgslagene beregner en netto avregning til fisker for totale mengder råvare som fiskeren har landet. I prispåslagsberegningene i denne rapporten tas det utgangspunkt i vareprisen per kg. Avgiftene og trekkene vil ikke utgjøre de helt store beløpene i prisen til fisker per kg.<sup>33</sup> I tillegg vil størrelsene på avgifter og trekk av frivillig art varierer, som nevnt, fra fisker til fisker etter hvor de er medlem og hvor de lander (leverer fangsten). Dessuten kan det argumenteres for at trekkene kan anses å være til gode for fiskerne og næringen. Ut fra disse argumentene har det blitt tatt den tilnærmingen å anse salgsprisen fra fiskesalgslaget som lik pris til fisker. Med andre ord beregnes det kun en *brutto prisen per kg.* til fisker i prispåslagsstudiene.

### Transport

Ved beregning av prispåslag for hvert ledd i distribusjonskanalen på fisk har vi fokusert på aktører som er direkte involvert i foredling og/eller distribusjon av produktet. Vi har valgt ikke å synliggjøre prispåslagene i forbindelse med transport mellom aktørene, fordi vi ikke har tilstrekkelig informasjon om dette i casestudien.

Noen aktører har egne lastebiler som frakter fisken til kundene, og slik sett inngår i leddets arbeidsfunksjon. Andre aktører har satt ut denne funksjonen til transportfirmaer, som da blir et ekstra ledd. Transportselskaper blir særlig benyttet ved transport over lengre avstander. Hvordan skal man behandle interne og eksterne transportkostnadene i prispåslagsberegninger? Vi tar først for oss tilfellet der et (eller flere) transportselskap(er) tar seg av transporten av varen mellom aktørene i distribusjonskanalen, det vil si at transporten er eksternalisert. Prinsipielt bør vi trekkes ut transportkostnaden (som kan være lik transportselskaps prispåslag) fra prispåslaget til den aktøren som belastes med denne kostnaden. Dette bør gjøres for å synliggjøre aktørens eget prispåslag uten påslaget til transportselskapet. I vårt bakgrunnsmateriale er det svært varierende hvilke opplysninger som har kommet frem med hensyn til transportkostnader. I noen tilfeller kommer det klart frem om prisen innbefatter

---

fiskere. Dette betyr at det i gjennomsnitt er 3,8 ledd per distribusjonskanal. Fiskerne/fiskesalgslagene og oppdretterne fikk ikke spørreskjemaer på grunn av tids- og kapasitetsbegrensninger ved prosjektet.

<sup>32</sup> I et eksempel på en netto avregning til en fisker for reker fra Skagerakfisk S/L ble grunnlaget (brutto prisen) justert med følgende avgifter/trekk: Lagsavgift 2,5%, Pensjonsavgift 0,25%, Produktavgift 3,4%, Sikringstrekk 12%, Mva 11,11%. I tillegg kom en rekke mindre trekk. Disse trekkene kan variere en del, og bestemmes ut fra hvor fiskerne er medlemmer og hvor de lander fangstene. I dette tilfellet var det to Fartøykontingenter, Tariffavgift, Trekk isanlegg Utgårdskilen, Oslofjordens Fiskerlag, og Avgift Info. utvalget for reker. Sum trekk og avgifter utgjorde for denne fiskeren 7,9% av grunnlaget. Med andre ord ble netto avregning til fisker lik brutto pris til fisker (avgiftsgrunnlaget) fratrukket totalt 7,9% i avgifter og trekk.

<sup>33</sup> For eksempel hvis bruttopris til fisker på ferske Sør-reker var kr. 50,- per kg, ville avgifter og trekk på 7,9%, som nevnt i eksempelet over, utgjøre kr. 3,95 og netto pris til fisker vil bli kr. 46,05.

transport, for eksempel fob eller cif,<sup>34</sup> mens i de fleste tilfeller er ikke dette nevnt. Det er derfor mulig at de oppgitte prisene kan være både med og uten fraktkostnader i tilfellene der ingen opplysninger fremgår. På grunn av tidsbegrensninger har vi ikke hatt mulighet til å undersøke dataene nærmere.

I de tilfellene vi har fått informasjon om transportkostnadene per kg, utgjorde transportkostnadene som oftest ikke mer enn kr.1,50. Vi har dessverre ikke god nok informasjon om hvilke ledd som har betalt fraktkostnadene mellom alle leddene og i alle distribusjonskanalene. I de fleste tilfellene ville 1-2 kroner fra eller til i påslaget, for å justere for svinn, ikke ha større betydning for resultatene av prispåslagene i kroner og prosent for hvert ledd. I tilfeller med svært lave kronepåslag vil derimot denne differansen fra eller til kunne slå kraftigere ut i resultatene, for eksempel kan det utgjøre en forskjell mellom at leddet får positive eller negative marginer.

Som allerede nevnt har en aktør som skal selge et produkt cif. valget mellom å utføre denne arbeidsoppgaven internt eller å eksternalisere den. Når en aktør tar seg av transporten selv, vil dette innebære kostnader som aktøren må dekke gjennom sitt prispåslag. Hvis transporten er eksternalisert må aktøren betale transportselskapet for transporten. Sett fra dette synspunktet vil transporten være en indirekte kostnad (blant flere andre indirekte kostnader) for aktøren uansett om den utføres med egne ressurser eller av et annet selskap. Spørsmålet blir da hvilken organisering av transportoppgavene som innebærer minst kostnader for aktøren. Det er ikke urimelig at transportselskapet tar en høyere pris for arbeidet enn selve transportutgiften for å få profitt. Dette vil føre til en høyere kostnad enn den direkte transportkostnaden for aktøren som kjøper tjenesten. Derimot vil antagelig et transportselskap ha stor driftsfordeler som kan gi seg utslag i lavere enhetskostnader på transporten, noe som igjen vil kunne redusere transportutgiftene for aktøren som kjøper denne tjenesten. Det er rimelig å anta at aktørene vi ser på i casestudien er økonomisk orienterte aktører som har insentiver til å gjøre det som de tror er mest lønnsomt for dem. Transporten vil uansett være en kostnad for noen av aktørene i distribusjonskanalen, uansett om den utføres internt eller eksternt, og vil derfor måtte dekkes av prispåslaget. Som nevnt ovenfor bør man justere for transportkostnadene – dette gjelder hvis alle aktørene har eksternalisert denne oppgaven. Dette er ikke alltid tilfellet, da noen aktører i distribusjonskanalene utfører transporten selv. For å kunne justere for transportkostnader som utføres internt måtte vi ha innhentet mer detaljert informasjon om aktørenes driftskostnader. Ut fra dette argumentet vil det være bedre ikke å justere for transportkostnader som utføres eksternt, så lenge vi ikke kan gjøre det samme for interne transportkostnader.

Vi har på grunn av ufullstendig informasjon i datamaterialet, valgt ikke å justere for transportkostnader selv i de tilfellene der dette er kjent. Dette for at den metodiske tilnærmingen skulle bli likest mulig for alle varene og distribusjonskanalene. Vi vil i de tilfellene der transportkostnadene er kjent oppgi prisene cif., da vi går ut fra at dette er mest vanlig.

---

<sup>34</sup> Cif. er forkortelse for "cost, insurance, freight", og betyr at selger må sørge for transporten, betale fraktutgifter og andre omkostninger ved forsendelse til bestemmelsesstedet, og betale for forsikring av varene under transporten. Selgers har ansvar for varen hvis den forringes eller skades under transport frem til varen leveres til fraktfører eller til varen er brakt innenfor skipssiden. Fob er forkortelse for "free on board", og betyr at kjøper må skaffe skipsrom, mens selger har ansvaret for å frakte varen og betale fraktutgifter frem til fraktskipet og har ansvaret for at varen fraktes ombord. Ansvaret for varen går over fra selger til kjøper når varen er kommet innenfor skipssiden (Aschehougs konversasjons leksikon, femte utgave, tredje opplag, 1974).

## 4.2 Resultater av prispåslag i distribusjonskanaler med utsalg i Oslo, Bergen og Tromsø

### 4.2.1 Prispåslagene på reker

**Tabell 4-1 Prispåslag i prosent av butikkpris på ferske reker**

Prispåslag	Oslo:					Bergen:				Tromsø:		
	Kanal A	Kanal B	Kanal C	Kanal D	Kanal E	Kanal F	Kanal G	Kanal H	Kanal I	Kanal J	Kanal K	Kanal L
Fisker/Salgslag	28 %	26 %	55 %	53 %	47 %	-	48 %	47 %	39 %	57 %	49 %	47 %
Fiske-mottak	18 %	17 %	4 %	4 %	10 %	-	20 %	10 %	25 %	21 %	18 %	-
Leverandør	10 %	9 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grossist	16 %	15 %	23 %	15 %	4 %	-	11 %	15 %	-	-	-	-
Butikk	28 %	33 %	18 %	28 %	39 %	-	22 %	28 %	36 %	22 %	32 %	53 %
Sum Marginer	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	-	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Utsalgspris u/mva 1kg	kr113,74	kr121,14	kr96,75	kr100,00	kr112,20	-	kr89,35	kr104,88	kr109,76	kr56,10	kr64,96	kr64,23

- betyr at det ikke var noen aktører involvert i distribusjonskanalen på det leddet.

Butikkleddene i distribusjonskanalene E, I og L er fiskebutikker. Butikkleddene i de andre distribusjonskanalene er dagligvarekjeder.

#### Antall ledd

Av alle butikkene vi undersøkte, så var det kun butikk F som ikke hadde reker på dette tidspunktet. Distribusjonskanal F går derfor ut med hensyn til sammenligningen av prispåslag i distribusjonskanalene på reker.

Når vi ser hvor mange aktører (ledd) som er implisert i distribusjonen av reker innen vårt utvalg, så varierer dette en del mellom de ulike byene. Av de 5 distribusjonskanalene på reker med butikkutsalg i Oslo, hadde to av distribusjonskanalene 5 ledd og tre distribusjonskanaler hadde 4 ledd.

I Bergen hadde butikk F ikke reker på undersøkelsestidspunktet. For de 3 distribusjonskanalene på reker i vårt utvalg med butikkutsalg i Bergen, så hadde to distribusjonskanaler 4 ledd og en distribusjonskanal hadde 3 ledd. Av de 3 distribusjonskanalene med butikkutsalg i Tromsø, hadde to av distribusjonskanalene 3 ledd og en distribusjonskanal hadde kun 2 ledd.

#### Pris

Det var store variasjoner i prisene på reker. Reke i den dyreste butikken var over dobbelt så dyre per kg. som i den rimeligste butikken. Det var butikk B i Oslo, med kr. 121 eksklusiv merverdiavgift for 1kg reker, som hadde høyest utsalgspris av alle butikkene vi har undersøkt. Den aller rimeligste i vårt utvalg var butikk J i Tromsø, med kr. 56 eksklusiv merverdiavgift for 1kg reker.

I sammenligningen av prisene mellom fiskebutikkene og dagligvarekjedene i de tre byene, så var fiskebutikk I i Bergen litt dyrere enn dagligvarebutikkene i Bergen. Fiskebutikkene i Oslo og Tromsø (E og L) lå ikke over prisene på dagligvarebutikkene.

Innen vårt utvalg var det butikkene i Oslo som generelt hadde de høyeste prisene, med et gjennomsnitt på kr. 109. Videre hadde butikkene i Bergen de nest høyeste prisene i gjen-



nomsnitt, på kr. 101. Alle de tre undersøkte butikkene i Tromsø hadde lavere priser enn noen av de andre undersøkte butikk i Oslo og Bergen, og her var snittet på kr. 62. Dette betyr at rekene i de butikkene vi undersøkte var i gjennomsnitt tilnærmevis dobbelt så dyre i Oslo som i Tromsø.

Det hevdes at Sør-rekene var større og dyrere enn Nord-rekene. Prisen til fiskerne var langt høyere i denne undersøkelsen for Sør-rekene, fra både Rogaland Fiskesalgslag og fra Skagerakfisk S/L enn fra rekene fra Nord - fra Norges Råfisklag. Det som kan virke underlig var at faktisk rekene fra Nord var de som var dyrest i butikkene i Oslo i denne undersøkelsen. Det kan tenkes at dette skyldes at rekene fra Nord hadde ett ekstra ledd i distribusjonskanalen frem til butikkene A og B i Oslo. Vi kommer tilbake til dette i avsnittet om geografi.

Butikkene vi har undersøkt i Oslo hadde, som nevnt, de høyeste prisene i gjennomsnitt, og distribusjonskanalene med butikkutsalget i Oslo hadde også flest aktører. Butikkene i Tromsø hadde både hver for seg og i snitt lavere priser enn butikkene i de andre byene, og hadde samtidig færrest aktører i distribusjonskanalene. Det virker derfor sannsynlig at antall aktører i distribusjonskanalene har hatt betydning for sluttprisen.

## Geografi

Vi gjør oppmerksom på at mens rekene som ble solgt i Bergen og Tromsø ble fisket "lokalt", fra henholdsvis Vest-Norges Fiskesalgslag og fra Norges Råfisklag, ble rekene som ble solgt i Oslo fisket innen fiskesalgslag fra Sør- og Vestlandet og i Nord-Norge. Rekene i butikkene A og B kommer fra Norges Råfisklags distrikt, og var derfor Nord-reker. Rekene til butikkene C og D kommer fra Rogaland Fiskesalgslag og rekene fra butikk E kom fra Skagerakfisk S/L. Rekene i butikkene C, D og E var dermed Sør-reker. Når vi ser på kronepåslagene til fiskerleddene i distribusjonskanalene, så ser vi at fiskere i Sør- og Vest-Norges fiskedistrikter fikk generelt mer for sine Sør-reker enn fiskere fra Nord-Norge fikk for sine Nord-reker. Allikevel gav ikke dette utslag i dyrere priser i butikkene i Oslo som solgte Sør-reker (C, D og E) sammenlignet med butikkene i Oslo som solgte Nord-reker (A og B) – faktisk tvert i mot. Vi opplevde også at det var diskonsens i opplysningene til detaljledd og grossister på den ene siden og leverandørene på den andre i kanal A og B, da butikkene og grossistene mente at dette var Sør-reker, men leverandøren som holdt til på Sørlandet oppgav å ha kjøpt disse rekene av et fiskemottak i Tromsø – altså var det Nord-reker.

## Andelene

Gjennomgående for de tre byene sett samlet og også sett hver for seg, var det fisker/fiskesalgslagsleddet som fikk de største andelene av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, med 45%. Deretter var det butikkleddet som i gjennomsnitt hadde de nest største andelene både totalt, med 32%. Fiskemottakene hadde for de tre byene samlet i gjennomsnitt de tredje største andelene, og grossistleddet de fjerde største andelene. Leverandørleddet hadde de minste andelene i gjennomsnitt.<sup>35</sup> Den gjennomsnittlige rangeringen av alle distribusjonskanaler var i overensstemmelse med de enkelte kanalene, med unntak av i distribusjonskanalene B og L der butikkene hadde de største andelene og fisker/fiskesalgslagsleddet som hadde de nest største andelene. I kanal A var andelene til fisker og butikk like store.

Sammenligner vi andelene mellom hver av de tre byene, så var det Tromsø som hadde de høyeste andelene til fiskerleddet, med hele 51%, og i Bergen var gjennomsnittet på 45%, og på 41% i gjennomsnitt i Oslo. Andelene til butikkene var høyest i gjennomsnitt i Tromsø med 36%, og var på 31% i Oslo og 29% i Bergen. Grunnen til at andelene til fisker og butikk lå høyest i Tromsø, var ikke at de hadde høyere kronepåslag enn kanalene i de andre byene, men skyldtes at distribusjonskanalene i Tromsø hadde færrest ledd (kun 2-3) – og dette slår ut når vi ser på fordelingen i prosent av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Rangeringene

<sup>35</sup> Leverandørenes lave andeler av butikkprisen i gjennomsnitt for alle distribusjonskanalene (på 2%) skyldtes delvis at det var få av distribusjonskanalene i utvalget som hadde et leverandørledd. Det var kun kanal A og B som hadde det. Når vi da beregner gjennomsnitt av andelene til leverandørleddene i alle kanalene, vil da det faktum at det var få av dette leddet dra det totale gjennomsnittet for leverandørleddene ned. Hvis vi ser på gjennomsnittet til kun de to kanalene med leverandørledd (A og B), så viser også disse at leverandørleddene hadde de minste andelene innenfor disse kanalene, med 10% i A og 9% i B.

av fiskemottaket på tredje plass og grossistene på fjerde plass for alle kanalene i de tre byene samlet, var i overensstemmelse med hva snittet for Bergen og for Tromsø viser hver for seg. Gjennomsnittet av kanalene i Oslo viser derimot at grossistleddet var litt større enn fiskemottaksleddet.

Det var fisker/fiskesalgslagsleddet i distribusjonskanal J som hadde den desidert høyeste andelen totalt av alle andelene til alle distribusjonskanalene, med 57% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Hvis vi ser på selve kronepåslagene til kanal J, i vedlegg A, så ser vi at denne kanalen faktisk var den som hadde den aller laveste butikkprisen på reker per kg eksklusiv merverdiavgift. Prisen til fisker var også blant de laveste i alle distribusjonskanalene. I tillegg var kronepåslagene og påslagene i prosent av innkjøpsprisen relativt lave. Men siden det kun var tre ledd i kanal J, så slår kronepåslaget til fisker sterkt ut når vi ser på prispåslagene til de tre leddene i prosent av butikkpris eksklusiv merverdiavgift.

## 4.2.2 Prispåslagene på sei filet

Tabell 4-2 Prispåslag i prosent av butikkpris på fersk sei filet

Prispåslag	Oslo:					Bergen:				Tromsø:			
	Kanal A	Kanal B	Kanal C	Kanal D	Kanal E	Kanal F	Kanal G	Kanal H	Kanal I	Kanal J	Kanal K	Kanal L-1	Kanal L-2
Fisker/Fiske-kesalgslag	26 %	26 %	30 %	21 %	21 %	28 %	28 %	26 %	26 %	24 %	21 %	35 %	27 %
Fiske-Mottak	F 14 %	F 14 %	F 38 %	F 16 %	18 %	F 20 %	F 20 %	F 24 %	28 %	F 13 %	F 12 %	-	12 %
Leverandør	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7 %	6 %	-	-
Grossist	34 %	30 %	5 %	13 %	36 %	23 %	23 %	21 %	20 %	34 %	30 %	-	-
Butikk	26 %	30 %	28 %	49 %	F 24 %	30 %	30 %	30 %	F 27 %	22 %	31 %	F 65 %	F 61 %
Sum Marginer	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Utsalgspris u/mva 1kg	kr 48,70	kr 48,70	kr 32,44	kr 48,00	kr 63,41	kr 48,74	kr 48,70	kr 48,70	kr 52,44	kr 50,00	kr 56,83	kr 43,90	kr 43,90

- betyr at det ikke var noen aktører involvert i distribusjonskanalen på det leddet.

Butikkleddene i distribusjonskanalene E, I og L er fiskebutikker. Butikkleddene i de andre distribusjonskanalene er dagligvarekjeder.

F= Leddet utførte filetering av sløyd fisk.

Kanal L kjøpte sei filet både direkte fra fisker og fra fiskemottak.

### Antall ledd

Samtlige av butikkene i vårt utvalg hadde sei filet ved undersøkelsen. Vi ser at i Oslo og Bergen hadde alle distribusjonskanalene på sei filet 4 ledd. Tromsø skiller seg ut på sei filet, ved at to av distribusjonskanalene hadde hele 5 ledd. Videre fikk den tredje butikken, butikk L, sei filet gjennom to distribusjonskanaler med henholdsvis 2 og 3 ledd hver. Butikk L kjøpte både rett fra fisker og fra et fiskemottak (som vi her har kalt kanal L-1 og L-2).

### Geografi

Da det i liten grad foregår noe lokalt fiske av sei i Østlandsområdet, kommer denne fisken fra andre kanter av landet. For de kanalene med butikkutsalg i Oslo som vi undersøkte, kom sei fileten fra Norges Råfisklags distrikt for kanal A, B og E, fra Sunnmøre og Romsdal Fiske-salgslag for kanal C, og fra Rogaland Fiske-salgslag for kanal D.

For distribusjonskanalene med butikkutsalg i Bergen kom sei fileten i butikkene F, G og I fra Norges Råfisklags distrikt, sei fileten i butikk H kom fra Vest Norges Fiske-salgslag.

For distribusjonskanalene J, K og L, som har butikkutsalg i Tromsø, kom all sei fileten fra Norges Råfisklags distrikt.

### Pris

Det var svært lite variasjon i prisene på sei filet mellom butikkene i utvalget. I gjennomsnitt for distribusjonskanalene lå prisene i Oslo, Bergen og Tromsø på henholdsvis kr. 48, kr. 50 og kr. 49 per kg., og for alle distribusjonskanalene samlet lå gjennomsnittsprisen på kr. 49. Det var i Oslo vi fant både den høyeste og laveste utsalgsprisen eksklusiv merverdiavgift, på henholdsvis kr. 63 for fiskebutikken E og kr. 32 for butikk C. Det vil si at den dyreste sei fileten var dobbelt så dyr som den rimeligste.

Hvis vi sammenligner prisene mellom fiskebutikker og dagligvarekjeder, så var fiskebutikkene E i Oslo og I i Bergen dyrere enn dagligvarebutikkene i disse byene. Derimot var ikke dette tilfellet for Tromsø, der fiskebutikk L var den desidert rimeligste på sei filet av alle butikkene i undersøkelsen.

Det var en viss sammenheng mellom butikkens utsalgspris på sei fileten og hvor mange ledd som var i distribusjonskanalene. I Oslo og Bergen hadde samtlige distribusjonskanaler fire ledd. Her lå prisene stabilt i mange av butikkene rundt kr. 49, med unntak av butikk C som lå 17 kroner under, og E som lå på 15 kroner over, og butikk I som lå 3 kroner over snittet.

Av butikkene i Tromsø ser vi at kanal J og K, som hadde 5 ledd hver, lå på henholdsvis 1 og 8 kroner over gjennomsnittsprisen i Tromsø. I de to kanalene (L-1 og L-2) med utsalg i butikk L, som hadde 2 og 3 ledd hver, lå prisen på 5 kroner under gjennomsnittsprisen. Det vil si at prisene var generelt høyest i distribusjonskanalene med 4-5 ledd, og lavest i kanalene med færrest ledd, 2-3 ledd.

### Andelene

Vi ser at for sei fileten lå andelene til butikkene relativt høyt, og hadde i snitt høyere andeler enn de andre leddene i distribusjonskanalene. Sammenlagt for alle distribusjonskanalene i alle de tre byene så fikk butikkene en andel av utsalgsprisen eksklusiv merverdiavgift på 35%. Fisker/fiskesalgslagsleddet fikk sammenlagt 26%. Deretter fikk grossistene samlet 22%, fiske-mottakene 17% og leverandørene 1%<sup>36</sup> av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift.

Det var noen avvik mellom de tre byene fra disse gjennomsnittstallene for alle distribusjonskanalene samlet. Gjennomsnittet for de fire kanalene med utsalg i Bergen viser at fiskemottaket hadde noe større andeler enn grossistene, dette er motsatt av bildet totalt for hele utvalget og for gjennomsnittene av kanalene i Oslo og Bergen hver for seg.

Mer spesifikt for distribusjonskanalene, så ser vi at butikk L viser svært høye andeler av utsalgsprisen, over 60%. Dette er et utslag av prosentregning, da kanalene L-1 og L-2 hadde få ledd. Selv om butikk L var av de med lavest utsalgspris eksklusiv merverdiavgift i undersøkelsen og prisen til fisker var helt gjennomsnittlig, vil det ved fordelingen av utsalgsprisen på så få ledd slå ut i høye prosentandeler.

### Filetering

Når vi ser på hvilket ledd som utfører fileteringen innen hver av distribusjonskanalene, får vi frem et mønster. Sei fileten som var solgt i dagligvarebutikkene var i alle tilfellene filetert av fiskemottaket. Derimot hadde fiskebutikkene i hver av byene filetert seien selv.

Når vi sammenligner størrelsen på andelene til leddene som utfører fileteringen i hver av distribusjonskanalene – som for sei fileten var kun enten fiskemottaket eller fiskebutikken – ser vi at disse varierer en god del, fra 12% til 65%. Av distribusjonskanalene med butikkutvalg i Bergen og Tromsø var det fiskebutikkene, det vil si I og L, som hadde de høyeste andelene av alle fileteringsleddene. I Oslo var det derimot et fiskemottak, til distribusjonskanalen C, som hadde den høyeste andelen av alle fileteringsleddene. Mer generelt kan vi si at andelene til leddene som fileterer ser ut til å ligge innen samme størrelse både for dagligvarebutikker og fiskebutikker. Unntaket fra dette var fiskebutikk L i Tromsø, som tok svært høye prosentvise påslag av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift.

Det er verdt å merke seg at det i svært mange av distribusjonskanalene faktisk var andre ledd enn de som utførte fileteringen som hadde de største andelene av detaljistprisen eksklusiv merverdiavgift.

<sup>36</sup> Vi gjør oppmerksom på at i de to kanalene, J og K, som hadde leverandørledd, så fikk disse henholdsvis 7% og 6% av disse kanalenes butikkpriser eksklusiv merverdiavgift.

### 4.2.3 Prispåslagene på sløyd torsk uten hode

**Tabell 4-3 Prispåslag i prosent av butikkpris på fersk sløyd torsk uten hode**

Prispåslag	Oslo:					Bergen:				Tromsø:		
	Kanal A	Kanal B	Kanal C	Kanal D	Kanal E	Kanal F	Kanal G	Kanal H	Kanal I	Kanal J	Kanal K	Kanal L
Fisker/Fiskesalgslag	27 %	24 %	29 %	-	50 %	27 %	34 %	35 %	32 %	45 %	-	50 %
Fiske-mottak	30 %	26 %	22 %	-	18 %	11 %	14 %	11 %	13 %	17 %	-	16 %
Leverandør	4 %	4 %	-	-	5 %	-	-	-	-	-	-	-
Grossist	13 %	9 %	15 %	-	-11 %	34 %	26 %	34 %	9 %	26 %	-	-
Butikk	26 %	37 %	35 %	-	37 %	27 %	26 %	20 %	46 %	13 %	-	34 %
Sum marginer	100 %	100 %	100 %	-	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	-	100 %
Utsalgspris u/mva 1kg	kr 56,83	kr 64,96	kr 69,02	-	kr 47,97	kr 81,26	kr 64,96	kr 60,89	kr 69,11	kr 44,72	-	kr 39,02

- betyr at det ikke var noen aktører involvert i distribusjonskanalen på det leddet.

Butikkleddene i distribusjonskanalene E, I og L er fiskebutikker. Butikkleddene i de andre distribusjonskanalene er dagligvarekjeder.

#### Antall ledd i distribusjonskanalene

I vårt utvalg av butikker hadde ikke butikk D og K sløyd (hel) torsk, og går derfor ut.

Generelt var det flest ledd i distribusjonskanalene med butikkutsalg i Oslo, deretter kom Bergen og til sist kom Tromsø med færrest ledd i kanalene. I Oslo så hadde tre av distribusjonskanalene hele 5 ledd, mens en kanal hadde 4 ledd. I Bergen hadde alle distribusjonskanalene 4 ledd. I Tromsø så hadde den ene 4 ledd og den andre kun 3 ledd.

#### Geografi

Innen vårt utvalg av distribusjonskanaler var den hele torsken som ble solgt i Oslo fisket i Vest-Norges Fiskesalgslags distrikt for kanalene A og B, i Sunnmøre og Romsdal Fiskesalgslags distrikt for kanal C, og i Norges Råfisklags distrikt for kanal E. Den hele torsken i Bergen ble fisket i Norges Råfisklags distrikt for kanalene F, G og I, og i Vest-Norges Fiskesalgslags distrikt for kanal H. All den sløyde torsken med utsalg i Tromsø ble fisket i Norges Råfisklags distrikt.

#### Pris

Den dyreste prisen på sløyd torsk innen vårt utvalg var i Bergen, butikk F med kr. 81,- eksklusiv merverdiavgift. Dette var mer en dobbelt så dyrt for sløyd torsk enn i butikken med lavest pris, fiskebutikk L i Tromsø der sløyd torsk kostet kr. 39 eksklusiv merverdiavgift. I gjennomsnitt for alle distribusjonskanalene lå prisen på sløyd torsk på kr. 57 eksklusiv merverdiavgift. Det var store variasjoner mellom gjennomsnittsprisene for hver av byene. Bergen hadde den høyeste gjennomsnittsprisen, med kr. 69. Oslo hadde en gjennomsnittspris på kr. 59, og Tromsø hadde den laveste gjennomsnittsprisen på kr. 42 eksklusiv merverdiavgift.

I sammenligningen av prisene på sløyd torsk mellom dagligvarekjedene og fiskebutikkene, så kom fiskebutikkene godt ut. Sløyd torsk var rimeligst i fiskebutikken E av alle butikkene i Oslo, fiskebutikk I lå helt på gjennomsnittsprisen i Bergen og fiskebutikken L var rimeligst i Tromsø og også totalt i hele utvalget på sløyd torsk.

Butikk L, som hadde den laveste prisen på sløyd torsk, var også den eneste distribusjonskanalen på sløyd torsk i utvalget med kun 3 ledd. Når vi så ser på den kanalen som hadde høyest utsalgspris, F, så hadde denne 4 ledd. Det var mange andre distribusjonskanaler på sløyd torsk i utvalget med både 4 og 5 ledd som var rimeligere enn kanal F. Vi kan derfor ikke

si at det er noen entydig sammenheng der prisen øker proporsjonalt med antall ledd for sløyde torsk.

### Andelene

Det var i gjennomsnitt for hele utvalget fisker/fiskesalgslagsleddet som hadde de største andelene av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, med 35%. Deretter var det butikkleddet som hadde de nest største andelene, på 30%. Videre hadde fiskemottakene i gjennomsnitt 18% og grossistene 15%. Leverandørene hadde de minste andelene med 1,34%.<sup>37</sup>

Når vi ser på gjennomsnittene for hver av byene for seg, blir rangeringen av størrelsene på andelene noe avvikende fra gjennomsnittet av alle distribusjonskanalene samlet. I Tromsø følger de gjennomsnittlige andelenes rangering helt samme rangering som for snittet av alle kanalene. Derimot var størrelsen på andelene avvikende, ved at fisker/fiskesalgslagsleddets andel var svært stor, hele 47%, og var over dobbelt så stor som andelene til butikk. I Bergen følger de gjennomsnittlige andelene den generelle rangeringen av de to største andelene, med størst andeler til fisker/fiskesalgslag og nest størst andeler til butikk. Også når vi ser på størrelsen på disse nevnte leddenes andeler, var de relativt like gjennomsnittet for alle kanalene på fiskerleddet og butikkleddet. Den videre rangeringen av andelene for Bergen avviker noe, ved at grossistens andeler var større enn fiskemottakets, faktisk over dobbelt så stor. De gjennomsnittlige andelene for kanalene i Oslo avviker noe fra gjennomsnittet for alle distribusjonskanalene. I Oslo var butikkleddet noe større enn fisker/fiskesalgslagsleddet. Deretter følger samme rangering som for snittet av alle kanalene samlet, men størrelsen på fiskemottakenes andel var større og størrelsen på grossistleddet var mye mindre i Oslo enn gjennomsnittet for alle distribusjonskanalene i undersøkelsen.

I distribusjonskanal E hadde grossisten en negativ andel av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Det betyr at de hadde et negativt prispåslag, de betalte mer for den sløyde torken enn de solgte den for. Som vi kan se i vedlegg C tilsvarte dette minus 5 kroner. Vi vil ikke her gå nærmere inn på årsaken(e) til dette negative prispåslaget, men henviser til den metodiske diskusjonen der det nevnes flere årsaker til at man kan få dette utfallet.

---

<sup>37</sup> Derimot lå gjennomsnittet for kun de tre eneste leverandørleddene (som var i kanalene A, B og D) noe høyere, på 4%.

#### 4.2.4 Prispåslagene på filetert torsk

**Tabell 4-4 Prispåslag i prosent av butikkpris på fersk torskefilet**

Prispåslag	Oslo:					Bergen:				Tromsø:		
	Kanal A	Kanal B	Kanal C	Kanal D	Kanal E	Kanal F	Kanal G	Kanal H	Kanal I	Kanal J	Kanal K	Kanal L
Fisker/Fiskesalgslag	42 %	46 %	24 %	31 %	48 %	55 %	58 %	53 %	48 %	50 %	45 %	F 57 %
Fiskemottak	F -1 %	F -1 %	F 30 %	F 39 %	17 %	22 %	24 %	F 5 %	20 %	F 9 %	F 8 %	18 %
Leverandør	-	-	-	-	5 %	-	-	-	-	-	-	-
Grossist	24 %	27 %	17 %	6 %	-10 %	F -2 %	F -2 %	21 %	F -2 %	22 %	20 %	-
Butikk	34 %	29 %	29 %	24 %	F 40 %	25 %	20 %	21 %	35 %	19 %	27 %	25 %
Sum marginer	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Utsalgspris u/mva 1kg	kr 96,75	kr 89,35	kr 88,62	kr 69,00	kr 95,93	kr 77,20	kr 72,36	kr 81,22	kr 88,62	kr 73,09	kr 80,33	kr 65,85

- betyr at det ikke var noen aktører involvert i distribusjonskanalen på det leddet.

Butikkleddene i distribusjonskanalene E, I og L er fiskebutikker. Butikkleddene i de andre distribusjonskanalene er dagligvarekjeder.

F= Leddet utførte filetering av sløyd fisk.

#### Antall ledd

Samtlige av butikkene i undersøkelsen hadde filetert torsk. Vi ser at 10 av 12 distribusjonskanaler hadde 4 ledd. Av de to siste distribusjonskanalene, var det en kanal i Oslo med hele 5 ledd, og en kanal i Tromsø med kun 3 ledd.

#### Geografi

I mange av tilfellene kom den fileterte torsken fra samme fiskemottak og fiskesalgslag som ved den sløyde torsken. Derfor var det stort sett samme geografiske opprinnelse på den fileterte som den sløyde torsken.

Den fileterte torsken som ble solgt i Oslo i butikkene A, B, C og D kom fra Sunnmøre og Romsdal fiskesalgslags distrikt, og den i butikk E kom fra Norges Råfisklags distrikt. I både Bergen og Tromsø kom den fileterte torsken som ble solgt i alle butikkene i utvalget fra Norges Råfisklags distrikt.

#### Pris

Prisene varierer en del på filetert torsk. Den høyeste prisen fant vi i butikk A i Oslo med kr. 97, og den laveste prisen var i butikk L i Tromsø med kr. 66. Det vil si at prisen var ca 50% høyere i butikk A sammenlignet med butikk L.

Det var Oslo som i gjennomsnitt hadde de høyeste prisene på filetert torsk i vårt utvalg, med kr. 88 eksklusiv merverdiavgift. Deretter var gjennomsnittsprisen for Bergen kr. 80. Tromsø hadde den laveste gjennomsnittsprisen, med kr. 73. Gjennomsnittet for alle butikkene i utvalget var på kr. 80 eksklusiv merverdiavgift.

Butikk L, som hadde den laveste prisen på filetert torsk, hadde også færrest ledd i distribusjonskanalen av alle kanaler vi undersøkte. Butikk A, som hadde den høyeste prisen, hadde 4 ledd. Det var som nevnt totalt 10 av 12 kanaler med 4 ledd, og innen disse varierte prisene i butikkene med nesten 30 kroner, fra kr. 97 i butikk A til kr. 69 i butikk E. Den eneste kanalen med 5 ledd solgte den fileterte torsken for kr. 96, og det er kun 1 krone under den dyreste butikken.

### Andelene

Det var gjennomgående fisker/fiskesalgslagsleddet som hadde de høyeste andelene av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. I gjennomsnitt for hele utvalget var dette leddets andelen på 56%. Distribusjonskanal C og D avvik fra rangeringen av leddenes andeler i alle de andre kanalene, ved at det for disse to kanalene var fiskemottakene som hadde de største andelene, med henholdsvis 30% og 39%. For distribusjonskanalene samlet var det videre butikkleddet som hadde de nest største andelene, med 33%. Videre så var det fiskemottaket som hadde de tredje største andelene, med 19%, grossistleddet hadde 12%, og leverandørleddet hadde et samlet gjennomsnitt på 0,5%.<sup>38</sup>

De gjennomsnittlige andelene i Oslo og i Bergen hver for seg viser samme rangering som andelene i de samlede resultatene, som ble presentert ovenfor. Tromsøs rangering skiller seg ut ved at grossisten var på tredje plass og fiskemottaket på fjerdeplass i rangeringen av størrelsene på andelene.

### Filetering

Det varierer en del hvilket ledd som utfører fileteringen av torsken i hver av distribusjonskanalene i utvalget. I Oslo var det for fire av distribusjonskanalene fiskemottaket som hadde utført fileteringen. Fiskebutikken i Oslo fileterte selv. I Bergen var det i tre av distribusjonskanalene grossistleddet som utførte fileteringen av torsken, og i en av kanalene var det fiskemottaket. I Tromsø så var det fiskemottaket som fileterte i to av distribusjonskanalene og i den tredje kanalen så utførte fiskebutikken fileteringen selv. Kort oppsummert har da to av de tre fiskebutikkene fileterte torsken selv. I kjedebutikkene var det leddene oppstrøms som utførte fileteringen av torsken, og det varierte fra by til by hvilke ledd som oftest gjorde dette.

I mange av de undersøkte distribusjonskanalene hadde leddet som fileterte enten små eller negative marginer, mens andre fileteringsledd hadde høye påslag. Påslagene i leddene som fileterte torsk varierte fra minus 2% til 57%. Vi minner om at disse marginene er justert for svinn ved fileteringen.

---

<sup>38</sup> Hvis vi kun ser på distribusjonskanal E, som var den eneste med et leverandørledd, var dennes andel på 5% av butikk Es pris eksklusiv merverdiavgift.



## 4.2.5 Prispåslagene på sløyd oppdrettslaks med hode

**Tabell 4-5 Prispåslag i prosent av butikkpris på fersk sløyd laks med hode**

Prispåslag	Oslo:					Bergen:				Tromsø:		
	Kanal A	Kanal B	Kanal C	Kanal D	Kanal E	Kanal F	Kanal G	Kanal H	Kanal I	Kanal J	Kanal K	Kanal L
Fiskeoppdretter	66 %	30 %	37 %	Ukjent	35 %	52 %	44 %	28 %	42 %	62 %	62 %	64 %
Leverandør	7 %	3 %	3 %	Ukjent	4 %	3 %	2 %	-	-	-	-	-
Grossist	24 %	24 %	16 %	Ukjent	14 %	22 %	24 %	39 %	14 %	16 %	16 %	-
Butikk	3%	43 %	44 %	39 %	47 %	24 %	30 %	33 %	44 %	23 %	23 %	36 %
Sum marginer	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Utsalgspris u/mva 1kg	kr 36,50	kr 81,22	kr 64,96	kr 56,00	kr 71,54	kr 48,74	kr 56,83	kr 88,62	kr 64,23	kr 56,83	kr 56,83	kr 56,10

- betyr at det ikke var noen aktører involvert i distribusjonskanalen på det leddet.

Butikkleddene i distribusjonskanalene E, I og L er fiskebutikker. Butikkleddene i de andre distribusjonskanalene er dagligvarekjeder.

### Antall ledd

Alle butikkene vi undersøkte hadde hel laks, det vil si sløyd laks med hode. I kanal D kjenner vi ikke til prispåslagene og da også andelene for leddene oppstrøms for butikken. Av de andre kanalene i Oslo, så hadde samtlige 4 ledd. I Bergen hadde to av distribusjonskanalene 4 ledd og to hadde 3 ledd. I Tromsø så hadde to av distribusjonskanalene 3 ledd og en av kanalene hadde kun 2 ledd.

### Geografi

Av de undersøkte butikkene i Oslos så kom oppdrettslaksen i butikk A og B fra Sogn og Fjordane fylke. Laksen i butikk C og E kom fra Møre og Romsdal. Vi kjenner ikke til hvor laksen i butikk D ble oppdrettet.

Av butikkene i Bergen kom oppdrettslaksen i samtlige av butikkene F, G, H og I fra Hordaland fylke.

I de undersøkte butikkene i Tromsø så kom oppdrettslaksen i samtlige av butikkene J, K og L fra Troms fylke.

### Pris

Når vi sammenligner prisene mellom butikkene, så ser vi igjen at de største variasjonene i prisene var mellom butikkene i Oslo. I denne byen finne vi både den laveste prisen, i butikk A som hadde tilbud på hel laks til kr. 37 eksklusiv merverdiavgift, og den høyeste prisen på hel laks, i butikk B med kr. 81 eksklusiv merverdiavgift. Gjennomsnittsprisen i Oslo var på kr. 62. Prisene i Bergen på hel laks lå generelt på noen kroner over prisene i Oslo, med et gjennomsnitt på 65. I Bergen var det F som hadde den laveste prisen, og dette var et tilbud på kr. 49 eksklusiv merverdiavgift, og den høyeste prisen var på kr. 87 i butikk H. I Tromsø lå prisene svært likt mellom butikkene, og gjennomsnittet lå på kr. 57. Den gjennomsnittlige prisen for hel laks for alle de undersøkte butikkene var på kr. 61 eksklusiv merverdiavgift.

Når vi ser på prisen på hel laks i forhold til hvor mange ledd de ulike kanalene har, får vi en interessant resultat. Det viser seg at både den dyreste butikken, A, og også den rimeligste, B, og nest rimeligste butikken, F, alle hadde 4 ledd i distribusjonskanalene. De distribusjonskanalene med færre ledd, fra 3-2 ledd, lå da prismessig i mellomskiktet.

## Andelene

I gjennomsnitt for alle distribusjonskanalene var det oppdretterne som hadde de største andelene av utsalgsprisen eksklusiv merverdiavgift, på 47%. Butikkene hadde sammenlagt en andel på 32%. (Dette var uten butikk D. Snittet av alle butikkene inkl. D var på 34%).

Snittene for hver av de tre byene viste samme rangering av andelene til de ulike leddene i distribusjonskanalene som de gjennomsnittlige nevnt ovenfor. I Tromsø så var det kun 3 ledd, så andelene til leverandørene var null.

Hvis vi ser nærmere på størrelsene på andelene i hver av byene, så viser kanalene i Oslo at i tre av kanalene, B, C og E, var andelene størst på butikkleddet, fra 43-47%. Distribusjonskanal A skiller seg ut ved at oppdretteren får hele 66%, grossistleddet får 24%, og i motsetning til de andre kanalene får butikken kun 3% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Sammenlagt for kanalene med butikkutsalgsalg i Oslo så blir da oppdrettsleddet størst, og butikkleddet nest størst.

I Bergen viste fordelingen av andelene i snitt at oppdrettsleddet hadde 42% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, butikkleddet 33%, grossistleddet 25% og leverandørleddet 1%.

I Tromsø så hadde oppdrettsleddene i gjennomsnitt hele 63% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Også når vi ser på hver enkel av kanalene J, K og L hadde oppdrettsleddet over 60%. Butikkene hadde i gjennomsnitt en andel på 27%, og grossistene 11%.

Ser vi nærmere i vedlegg E på kronepåslagene, så lå oppdretternes kronepåslag (som er lik betalingen til oppdretter) i kanalene med salg i Tromsø på kr. 35-36. Derimot for både oppdretterne til kanalene med salg i Oslo og i Bergen lå kronepåslagene på kr. 24-27. Av oppdretterne som var med i denne undersøkelsen fikk derfor oppdretterne i Nord-Norge mer for laksen enn oppdretterne på Vestlandet.

## 4.2.6 Prispåslagene på filetert oppdrettslaks

**Tabell 4-6 Prispåslag i prosent av butikkpris på fersk laksefilet**

Prispåslag	Oslo:					Bergen:				Tromsø:		
	Kanal A	Kanal B	Kanal C	Kanal D	Kanal E	Kanal F	Kanal G	Kanal H	Kanal I	Kanal J	Kanal K	Kanal L
Fiskeoppdretter	35 %	36 %	48 %	Ukjent	32 %	53 %	-	F 62 %	44 %	F 73 %	-	68 %
Leverandør	3 %	3 %	2 %	Ukjent	4 %	F 13 %	-	-	-	-	-	-
Grossist	F 28 %	F 29 %	30 %	Ukjent	13 %	26 %	-	27 %	15 %	6 %	-	-
Butikk	34 %	31 %	F 19 %	35 %	F 51 %	8 %	-	11 %	F 41 %	21 %	-	F 32 %
Sum marginer	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	-	100 %	100 %	100 %	-	100 %
Utsalgspris u/mva 1kg	kr 117,80	kr 113,01	kr 80,49	kr 72,00	kr 120,33	kr 65,00	-	kr 81,22	kr 93,50	kr 79,67	-	kr 81,30

- betyr at det ikke var noen aktører involvert i distribusjonskanalen på det leddet.

Butikkleddene i distribusjonskanalene E, I og L er fiskebutikker. Butikkleddene i de andre distribusjonskanalene er dagligvarekjeder.

F= Leddet utførte filetering av sløyd fisk.

### Antall ledd

Av de butikkene vi undersøkte så hadde ikke butikk G og K filetert laks. Butikk D hadde filetert laks, men vi har ikke informasjon om prispåslagene og da andelene til leddene oppstrøms.

Av de kanalene i Oslo vi kjenner til, så hadde alle fire kanalene 4 ledd hver. I Bergen så hadde den ene distribusjonskanalen 4 ledd og den andre 3 ledd. I Tromsø så hadde den ene kanalen 3 ledd og den andre kanalen hadde 2 ledd. Dette viser, i likhet med de fleste andre fiskevarene vi har sett på, at i gjennomsnitt går fisken som selges i Oslo gjennom flest ledd, og at fisken som selges i Tromsø går i gjennom færrest ledd frem til butikk.

### Geografi

Den fileterte laksen var i alle tilfellene fra samme oppdretter som den hele laksen, med unntak av den i butikk D. Av de undersøkte butikkene i Oslos så kom oppdrettslaksen i butikk A og B fra Sogn og Fjordane fylke. Laksen i butikk C kom fra Hordaland, laksen i butikk D kjenner vi ikke til hvor ble oppdrettet, og den i butikk E kom fra Møre og Romsdal.

Av butikkene i Bergen kom oppdrettslaksen i samtlige av butikkene F, G, H og I fra Hordaland fylke.

I de undersøkte butikkene i Tromsø så kom oppdrettslaksen i samtlige av butikkene J, K og L fra Troms fylke.

### Pris

Butikk F i Bergen hadde tilbud på filetert laks på undersøkelsestidspunktet, og hadde den laveste prisen på filetert laks i vårt utvalg, med kr. 65 eksklusiv merverdiavgift. Butikk F var også blant de rimeligste på hel laks. Butikk A, som var den rimeligste på hel laks, var en av de dyreste på filetert laks i vårt utvalg. Den aller dyreste butikken på filetert laks var butikk E i Oslo, med kr. 120 eksklusiv merverdiavgift.

Vi ser at i hver av byene så var det fiskebutikkene som var de dyreste på filetert laks innen vårt utvalg.

Gjennomsnittlig lå prisene for våre butikker i Oslo på kr.101 eksklusiv merverdiavgift, og på kr. 80 i både Bergen og Tromsø. Gjennomsnittsprisen på filetert laks av hele utvalget var på kr. 87 eksklusiv merverdiavgift.

Det ser ikke ut til å være noen direkte sammenheng mellom høye og lave priser og antall ledd i distribusjonskanalene på filetert laks. Både den dyreste og den billigste fileterte laksen var fra kanaler med 4 ledd. Det ser ut til at ved tilbud kan prisene være langt under gjennomsnittsprisen selv med mange ledd i distribusjonskanalen. Distribusjonskanal L som kun hadde 2 ledd lå under gjennomsnittsprisen.

### **Andelene**

Fordelingen av andelene for alle distribusjonskanalene i gjennomsnitt viser at oppdretterne får hele 50% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, butikkene får 28%, grossistene får 19%, og leverandørene får 3%. Her var det store variasjoner fra det totale gjennomsnittet når vi ser på gjennomsnittet for distribusjonskanalene for hver av byene for seg. I distribusjonskanalene med butikkutsalgsalg i Oslo fikk oppdretterne 38%, butikkene 34%, grossistene 25% og leverandørene 3%.

Ser vi på distribusjonskanalene med butikkutsalgsalg i Bergen fikk oppdretterne større andeler enn i Oslo, 53%. Her var grossistene nest størst, med 22%. Butikkene hadde 20% og leverandørene 4% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Kun en av distribusjonskanalene i Bergen hadde leverandørledd og dette leddet i kanal F hadde 13% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift.

I distribusjonskanalene med butikkutsalgsalg i Tromsø, så hadde oppdretterne hele 71% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift. Butikkene hadde 26% og grossistene hadde 3%. Det var ingen leverandørledd i de distribusjonskanalene vi undersøkte med butikkutsalgsalg i Tromsø. Som også nevnt for sløyd laks, skyldes disse høye andelene til oppdretterne til distribusjonskanalene med butikkutsalgsalg i Tromsø at prisen til oppdretter ligger høyere sammenlignet med oppdretterne i kanalene med butikkutsalgsalg i Oslo og Bergen. Se vedlegg F for mer detaljert oversikt over prispåslagene. Dessuten er det færre ledd å fordele utsalgsprisen på når vi skal regne prosent. Til sammen fører dette til at når vi ser på kronepåslagene til leddene i distribusjonskanalene i prosent av butikkprisene eksklusiv merverdiavgift så får oppdretterne i Tromsø store andeler.

Vi ser at i butikk F, som hadde tilbud på den fileterte laksen og var rimeligst i vårt utvalg, var andelen til butikkleddet langt lavere enn i de andre butikkene, med kun 8%. Det samme så vi på sløyd laks i butikk A, som også var på tilbud og der andelen til butikkleddet var på bare 3%. Det kan virke som at i disse butikkene har tilbudet gjort at det først og fremst var butikkleddet som bærer kostnaden/får lavere kronepåslag og andeler da de solgte til reduserte priser.

### **Filetering**

Av de fire distribusjonskanalene med butikkutsalgsalg i Oslo som vi har oversikt over, var det oppdrettsleddet som utførte fileteringen i kanalene til to av kjedebutikkene og butikkleddet selv i den tredje. For kanal E var det fiskebutikken som utførte fileteringen selv.

I de tre distribusjonskanalene som solgte filetert laks i Bergen, foregikk fileteringen i ulike ledd. For kanal F var det leverandøren som hadde filetert, i kanal H var det oppdretteren og i kanal I var det fiskebutikken for fileterte.

Av de to distribusjonskanalene som solgte filetert laks i Tromsø, så fileterte oppdretteren i den ene kanalen og butikken i den andre kanalen.

Vi ser dermed at alle fiskebutikkene hadde valgt å filetere selv. Disse hadde andeler av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift på 51% for fiskebutikken i Oslo, 41% for fiskebutikken i Bergen og 32% for fiskebutikken i Tromsø.

Andelene som leddene som fileterer innen hver distribusjonskanal tar, varierer en god del – fra 13% av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift for grossistleddet i kanal F til 73% for oppdrettsleddet i distribusjonskanal J. I mellom der var det svært mange av fileteringsleddene som ligger på en 20-40% av butikkprisene eksklusiv merverdiavgift.

Vi gjør oppmerksom på at andelene til de ulike leddene som fileterer, ikke kun viser påslag i prisen som skal dekke kostnader ved filetering. Ulike arbeidsoppgaver og da også kostnader tillegges de ulike ledd. For eksempel hadde oppdrettsleddene generelt høye andeler, da de skal dekke kostnader ved selve oppdretten. Men vi kjenner ikke til selve kostnadsbildet til leddene, og kan derfor ikke si noe om påslagene kun dekker leddenes ulike kostnader eller om det også ligger innbakt en profitt, og da hvor mye, i påslagene.

#### 4.2.7 Oppsummering av prispåslag i casestudien

Hovedformålet med prosjektet var å kartlegge distribusjonskanaler på fersk fisk i Norge. Det som finnes av offentlig tilgjengelig data på dette er relativt begrenset, og er på aggregert nivå. Disse dataene blir benyttet i de nasjonale og regionale prispåslagene, se kapittel 4. Vi har i tillegg valgt å gjøre en casestudie for å få frem de mer finmaskede strukturene. Dette har vi gjort ved å undersøke flere distribusjonskanaler på ulike ferske fiskevarer. På den måten kan vi belyse både hvor mange aktører som er involvert i distribusjonen av fersk fisk, og hvordan prispåslagene gjennom hele distribusjonskanalen er. Vi ønsket også å få frem om det var variasjoner mellom ulike områder av landet med hensyn til hvordan distribusjonskanalene var, og størrelsen på prispåslagene. Det ble derfor plukket ut 5 butikker i Oslo, 4 butikker i Bergen og 3 butikker i Tromsø. Av de utvalgte butikkene var det en fiskebutikk i hver by og resten var spredt på ulike typer dagligvarekjeder. Dermed fikk vi også mulighet til å sammenligne prisene i butikk og også størrelsen på prispåslagene til leddene i distribusjonskanalene mellom fiskebutikkene og dagligvarebutikkene. Vi tok utgangspunkt i butikkenes faktiske pris på 6 fiskevarer – reker, sei filet, sløyd torsk, filetert torsk, sløyd laks og filetert laks – på et bestemt tidspunkt i midten av oktober 2000. Videre fulgte vi deres grossister og leverandører tilbake til fisker. Resultatene viser hvordan distribusjonskanalene til vårt utvalg av butikker så ut, og hvordan prispåslagene var på dette tidspunktet. Det er grunn til å anta at resultatene trolig reflekterer en relativt vanlig situasjon for distribusjon av fersk fisk for disse byene. Derimot vil selve prispåslagene for hver kanal og for de ulike fiskevarene trolig variere en del fra uke til uke.

##### *Antall ledd i distribusjonskanalene, og hvor fisken kom fra*

Vi fant at for alle seks fiskevarene som ble solgt i de undersøkte butikkene i Oslo var det mellom 4 og 5 ledd i distribusjonskanalene. Både torsken, seien, laksen og rekene kom i disse tilfellene fra helt andre kanter av landet, nærmere bestemt fra Sør-, Vest-, og Nord-Norge.

For alle fiskevarene som ble solgt i Bergen var det 3-4 ledd i distribusjonskanalene i vårt utvalg. Her kom mye av fiskevarene fra det lokale fiskesalgslaget, Vest-Norges Fiskesalgslag, men i de fleste tilfellene kom det meste av torsken og seien fra Norges Råfisklags distrikt.

Innen vårt utvalg var det distribusjonskanalene med utsalg i Tromsø som hadde færrest ledd. Det var kun 2-3 ledd i kanalene for alle fiskevarene, med unntak av sei filet der det faktisk var 5 ledd i to av distribusjonskanalene. Her kom all fisken fra Norges Råfisklags distrikt.

##### *Prissammenligning*

Prisene på fisken lå gjennomgående lavest i Tromsø innen alle fiskevarene. Det varierte mellom de ulike fiskevarene om det var Oslo eller Bergen som var gjennomsnittlig dyrest. På reker var det stor forskjell i den gjennomsnittlige prisen mellom de tre byene, med gjennomsnittlige priser på kr. 109, kr. 101 og kr. 62 i henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø. De gjennomsnittlige prisene på sei filet varierte svært lite mellom de tre byene, og lå på kr. 48, kr. 50 og kr. 49 i henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø. På hel torsk var det noe variasjoner i de gjennomsnittlige prisene i Oslo, Bergen og Tromsø, med priser på kr. 60, kr. 69 og kr. 42. Den fileterte torsken kostet i gjennomsnitt kr. 88, kr. 80 og kr. 73 i henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø. Hel laks lå i snitt på kr. 62, kr. 65 og kr. 57, og filetert laks på kr. 101, kr. 80 og kr. 81 i henholdsvis Oslo, Bergen og Tromsø.

Prisene i de ulike dagligvarekjedene varierte en god del, og i noen av butikkene var det tilbud på noen av produktene. Prisene i fiskebutikkene varierte også en del mellom de tre byene. Det var i tillegg en del variasjon i prisene mellom fiskebutikk og dagligvarekjeder i samme by. Ut fra vårt utvalg av butikker og fiskevarer er det ikke entydig hva som er rimeligst og dyrest av dagligvarekjeder og fiskebutikker på fersk sjømat, dette varierte både mellom de ulike fiskevarene og mellom byene.

For reker var det en dagligvarekjede i Oslo som var den aller dyreste, og en dagligvarekjede i Tromsø som var den rimeligste i hele utvalget – her var differansen i pris hele 116%. I sam-

menligningen av prisene mellom fiskebutikk og dagligvarekjeder på reker, så var det kun i Bergen av fiskebutikken hadde en høyere prisen enn dagligvarekjedene.

Prisen på sei filet var både aller rimeligst i en dagligvarekjede i Oslo og høyest i fiskebutikken i Oslo av hele utvalget av butikker, og her var prisforskjellen på hele 95%. I Bergen var det fiskebutikken som var dyrest. Derimot var det en dagligvarekjede som var dyrest og fiskebutikken som var rimeligst av butikkene i Tromsø.

På hel torsk var den høyeste prisen i utvalget i en dagligvarekjede i Bergen, og den rimeligste prisen var i fiskebutikken i Tromsø, og her utgjorde differansen i pris hele 108%. I Oslo var det fiskebutikken som var rimeligst på hel torsk, i Bergen var prisen i fiskebutikken helt gjennomsnittlig og en dagligvarekjede var rimeligst, og i Tromsø var fiskebutikken rimeligst.

På filetert torsk var det aller høyest pris i en dagligvarekjede i Oslo og lavest pris i fiskebutikken i Tromsø av hele utvalget, og denne differansen utgjorde 47%. I Oslo lå prisen i fiskebutikken rett under den aller dyreste butikken. I Bergen var det fiskebutikken som var dyrest, mens i Tromsø var prisen i dagligvarebutikkene dyrere enn i fiskebutikken.

I likhet med sei filet var det også tilfelle for hel laks at både den dyreste og den rimeligste prisen i hele utvalget var i Oslo. For hel laks var det snakk om en dagligvarekjede i begge tilfeller, og prisforskjellen mellom disse utgjorde hele 123%. Laksen var på tilbud i den butikken som hadde den laveste prisen. I Bergen var prisen i fiskebutikken helt gjennomsnittlig, og i Bergen var både den rimeligste og den dyreste butikken på hel laks dagligvarekjede. Fiskebutikken i Tromsø var rimeligere på hel laks enn dagligvarekjedene, men her var det kun under 1 kroners prisforskjell.

Fiskebutikken i Oslo var den aller dyreste av alle butikkene i utvalget på filetert laks, og en dagligvarekjede i Bergen var rimeligst – med 85% differanse i prisen mellom disse butikkene. Fiskebutikkene i Bergen og Tromsø var også dyrest på filetert laks av butikkene i disse byene, men i sistnevnte tilfelle var prisen under 2 kroner fra dagligvarekjedens pris.

#### *Leddene prispåslag i prosent av butikkprisen*

Vi har sett på hvor mye de ulike leddene i hver av distribusjonskanalene har fått i prosent av sluttprisen som forbrukerne betaler. For alle fiskevarene, med unntak av sei filet, var det fisker/fiskesalgslagsleddet som fikk de største andelene av butikkprisen (eksklusiv merverdiavgift). Størrelsen på andelene til fisker varierte mellom de ulike fiskevarene, og var fra 35-56%, i gjennomsnitt for alle distribusjonskanalene i utvalget. Det var for varene reker, sløyd laks, filetert laks og sløyd torsk at fisker og oppdretter fikk de høyeste andelene av butikkprisen, med 45-56%.

Dernest var det butikkene som fikk de nest største andelene av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, fra 28-35% for de ulike fiskevarene i gjennomsnitt for hele utvalget. Videre variet det en del mellom de ulike fiskevarianter, og mellom de tre byene, den videre rangeringen av andelene til fiskemottak og grossist.

For sei filet var det, i motsetning til de andre fiskevarene, butikkleddet som fikk størst andeler av butikkprisen eksklusiv merverdiavgift, med 35%, og fisker/fiskesalgslagsleddet fikk 26%.

Gjennomsnittene av andelene til de ulike leddene i distribusjonskanalene varierte noe mellom byene Oslo, Bergen og Tromsø fra de samlede andelene til hele utvalget. Rangeringen av hvilke ledd som fikk størst andeler, nest største andeler osv. var hovedsakelig den samme, men selve størrelsene på andelene kunne variere en god del.

#### *Filetering*

Det er gjennomgående forskjeller mellom fiskebutikkene og dagligvarekjedene hvilke ledd i distribusjonskanalene som har utført fileteringen av sei, torsk og laks. For sei filet har de tre fiskebutikkene filetert selv, mens sei fileten i dagligvarebutikkene var filetert av fiskemottaksleddet. To av tre fiskebutikker har filetert torsken selv, mens den fileterte torsken i de andre butikkene i utvalget var filetert av enten grossistledd (gjelder kun i Bergen) eller av fiskemottaksledd. Alle fiskebutikkene og en av dagligvarebutikkene hadde filetert laksen selv. Den

fileterte laksen i resten av butikkene var filetert av enten grossistledet, leverandørledet eller oppdretter. Prispåslagene (justert for svinn) i kroner og prosent til aktørene som utførte filetering varierte svært mye.



## 5 Strategier og synspunkter fra aktørene i distribusjonskanalene

Vi vil nå presentere resultatene fra den kvalitative delen av casestudien av distribusjonskanaler på fersk fisk med utsalg i Oslo, Bergen og Tromsø.

Den kvalitative delen av casestudien baserer seg hovedsakelig på informasjon innhentet gjennom spørreskjema. Samtlige av aktørene (fra butikk og frem til fiskemottak) i distribusjonskanalene som vi kartla fikk utdelt spørreskjema der vi ba om opplysninger om deres virksomhet, leverandører, kunder, omsetning m.m.<sup>39</sup> Ikke alle aktørene har besvart skjemaene, og av de skjemaene som ble utfylt var ikke alltid alle spørsmålene besvart. Dette betyr at når vi presenterer svarene nedenfor, så vil det totale antallet aktører som har besvart variere fra spørsmål til spørsmål.

### 5.1 Besvarelsene fra dagligvarekjedene og fiskebutikkene

Som tidligere nevnt, besto vårt utvalg av butikker i casestudien av til sammen tolv butikker, med fem butikker i Oslo, fire butikker i Bergen og tre butikker i Tromsø. Av dette utvalget var en av butikkene i hver av disse byene en fiskebutikk. De resterende butikkene var alle kjedetilknyttede butikker. Av alle tolv butikkene i utvalget var det ni som besvarte spørreskjemaet. I tillegg ble en dagligvarebutikk intervjuet muntlig. De som ikke besvarte var alle dagligvarebutikker, og dette betyr med andre ord at alle tre fiskebutikkene er representert her.

#### 5.1.1 Beslutningsprosesser om fersk fisk i butikken

##### ***Den ansvarlige i fersk fisk diskens bakgrunn***

Halvparten av de ansvarlige for fersk fisk i butikkene hadde bakgrunn som kokk eller annen matrelatert utdannelse. Resten hadde lang erfaring i å jobbe med fersk fisk, eller annen ikke-spesifisert bakgrunn som var relatert til stillingen.

##### ***Besluttende aktører for utvalget i butikken og hvilke grossister de bruker***

Vi spurte om hvem det er som bestemmer utvalget av fisk i fersk fisk disken og hvilke leverandører de skal bruke. I alle tre fiskebutikker i Oslo, Bergen og Tromsø var det butikksjefen som bestemte dette.

I kjedebutikkene svarte litt over halvparten at det var den ansvarlige for fersk fisk i butikkene som bestemte utvalget og hvem de skulle kjøpe fisk av. Litt under halvparten sa at det var både den ansvarlige for fersk fisk i butikken og kjedeleidelsen som besluttet, i fellesskap eller hadde inndelte ansvarsområder, med hensyn til vareutvalget på fisk og hvilke fiskegrossister som de benyttet.

---

<sup>39</sup> Se nærmere omtale av dette i avsnitt 4.1 Metode casestudien.

### **Hva som har betydning for utvalget av fersk fisk**

Vi ønsket å få frem hva det var som bestemte utvalget i fersk fisk disken, og ba butikkene om å kommentere viktigheten av en rekke ulike forhold. Det var til sammen 10 butikker som besvarte, bestående av tre kjedebutikker og en fiskebutikk i Oslo, to kjedebutikker og en fiskebutikk i Bergen, og to kjedebutikker og en fiskebutikk i Tromsø.

- Alle mente at hva fiskegrossistene hadde å tilby fra dag til dag hadde enten stor eller middels betydning for det daglige utvalget av fisk.
- Det var et overveldende flertall som mente at kundenes ønsker hadde stor betydning for butikkens utvalg av fisk.
- Den ansvarlige for fersk fisk sine egne ønsker mente et stort flertall hadde enten stor eller middels betydning for utvalget av fersk fisk.
- Butikksjefens ønsker om profil mente over halvparten av de ansvarlige for fersk fisk hadde stor eller middels betydning bestemte utvalget på fisk.
- På spørsmål om kjedeledelse la føringer på fiskeutvalget i butikken, svarte et flertall av dagligvarekjedene i Oslo at det hadde middels betydning, mens alle dagligvarekjedene i Bergen og Tromsø mente at dette var av liten betydning.

Av de ansvarlige for fersk fisk i butikkenes vurderinger av hva som var viktig for utvalget av fersk fisk i butikken får vi følgende rangering:

1. Utvalget er tilpasset kundenes ønsker
2. Utvalget varierer daglig med grossistenes tilbud
3. Den ansvarlige for fersk fisk bestemmer utvalget av fersk fisk.
4. Butikksjefens ønsker om profil fastsetter utvalget av fisk.
5. Kjedeledelsen legger føringer for hvordan fiskeutvalget skal være (gjelder kun kjedebutikkene)

Vi ser dermed at det som har størst betydning for utvalget av fersk fisk i disse butikkene er hva kundene etterspør og hva grossisten kan tilby.

### **Kjedetilknnytning**

Vi spurte butikkene om (en eventuell) kjedetilknnytning har hatt betydning for hvilke grossister de benyttet, hvem som transporterer, og om kjedetilknnytningen har hatt betydning for innkjøpsprisen. Det er to dagligvarekjedebutikker fra hver by som har besvart spørsmålet om kjedetilknnytning.

Av dette kommer det frem at en kjedebutikk i Oslo og en i Bergen er i samme landsdekkende kjede, og at begge butikkene svarte at kjedetilknnytningen har hatt betydning for valg av grossist. En informant sa at den sentrale kjedeledelsen godkjenner på forhånd hvilke grossister som hver enkelt av butikkene kan benytte. Begge butikkene i denne dagligvarekjeden i Oslo og Bergen mente at kjedetilknnytningen hadde ført til at de fikk lavere innkjøpspris. Videre svarte butikken i Oslo svarte bekreftende, mens butikken i Bergen svarte avkreftende, på om kjedetilknnytningen hadde hatt betydning for hvem som transporterte fisken til butikk.

Den andre kjedebutikken i Bergen og en av kjedebutikkene i Tromsø var også inkorporert i samme kjede, under en annen paraplyorganisasjon enn butikkene nevnt ovenfor. Begge butikkene sa at kjedetilknnytningen ikke hadde hatt betydning for valg av grossister på fisk, og heller ikke på hvem som transporterte ut i butikken. Derimot svarte butikken i Bergen at kjedetilknnytningen hadde betydd lavere innkjøpspris, mens butikken i Tromsø mente at kjedetilknnytningen ikke hadde hatt betydning for innkjøpsprisen.

Den andre butikken i Tromsø var kjedetilknnyttet, med hadde full handlefrihet med hensyn til innkjøp og markedsføring. Butikken svarte avkreftende på at kjedetilknnytningen hadde hatt betydning for hvilke grossister de benyttet, hvem som transporterte ut i butikk, og hadde heller ikke hatt betydning for innkjøpsprisen på fisk.

Den andre kjedebutikken i Oslo visste ikke om kjedetilknnytningen hadde hatt betydning for hvilke grossister de benyttet, hvem som transporterte, eller innkjøpsprisen.

### 5.1.2 Grossister

#### **Kriterier for hvilke grossister som benyttes**

Vi spurte om hva det var som butikkene la vekt på i valg av de mest benyttede/faste fiskegrossistene, og ba dem vurdere hvor viktige de syntes en rekke forhold var. Til sammen 10 ansvarlige for fersk fisk i butikk svarte.

- De fleste butikkene mente at det var av middels betydning at grossisten har lave priser.
- De fleste syntes at det er svært viktig at grossisten har bredt utvalg for at de skal velge disse.
- At grossisten er pålitelig med hensyn til å levere til avtale mente nesten alle butikkene var svært viktig.
- Høy kvalitet på fisken syntes alle de ti ansvarlige for fersk fisk i butikkene var svært viktig for valg av grossister.
- God personlig kontakt med grossisten syntes et flertall av grossistene var svært viktig, og resten anså dette som middels viktig, i valg av grossist.
- Motivasjon til å bruke grossister fordi at butikken har benyttet grossisten i lang tid, var det ikke fullt så stor oppslutning om.

Dermed ser vi at de ansvarlige for fersk fisk i butikkene har rangert hva de vektlegger når de velger de mest benyttede/faste grossistene på følgende måte etter viktighetsgrad:

1. Grossisten har høy kvalitet på fisken
2. Grossistene er pålitelige med å levere til avtale
3. Grossisten har bredt utvalg av fisk
4. Butikken har god personlig kontakt med grossisten
5. Grossisten har laver priser
6. Grossisten har vært benyttet av butikken i lang tid

Høy kvalitet og dernest pålitelighet med leveransene ser da ut til å være det butikkene vurderer som viktigst i valg av hvilke grossister de bruker.

Vi spurte også om hvor mange faste grossister butikkene hadde benyttet på fersk fisk siste året, og hvor lenge disse forretningsrelasjonene hadde vart mellom butikken og grossisten. Av totalt ni butikker svarte de fleste at de har 1-3 faste grossister. Noen få hadde flere enn dette. De fleste butikkene hadde benyttet sine grossister i mange år, og to av butikkene svarte opp til 20 år. Dette stemmer over ens med besvarelsen ovenfor der de fleste mente at det at butikken hadde benyttet grossisten lenge var svært viktig eller middels viktig for at de også valgte å benytte grossisten videre. Til og med de to butikkene som besvarte ovenfor at langvarig kontakt ikke hadde betydning for videre valg av den grossisten, hadde benyttet sin(e) faste grossist(er) i fra 3-6 år, noe som tyder på at i praksis er relasjonene svært stabile.

Av funnene ovenfor ser vi at det er svært vanlig med langvarige handelsrelasjoner mellom fiskegrossister og butikkene. Vi ser også at selv om god personlig kontakt med grossisten ble rangert relativt lavt ned på listen ovenfor, så svarte et stort flertall at dette er svært viktig og resten at det er middels viktig – noe som vi også ser i praksis. Det er tydelig at langvarige relasjoner til grossister må ha en del fordeler for butikkene, fremfor å satse på hard markeds-konkurranse mellom fiskegrossister, der de hadde muligheten til å alltid velge den leverandøren som har den laveste prisen. Butikkene trenger å forsikre seg om at de får varer hver dag, og av god kvalitet, og dette ser vi ovenfor at butikkene sier at de anser som viktigst. Allikevel påpekte flere av de ansvarlige for fersk fisk i butikkene at de følger med på hva andre grossister tar også, og at grossistene har press på seg til å ha gode tilbud til butikkene.

På spørsmål om hva som skjer hvis den faste grossisten ikke kan oppfylle butikkens bestilling om levering av fisk (til avtalt tid og eller mengde), svarte et stort flertall at de da bestilte fra en supplerende grossist, men at de ville fortsette å bruke den faste grossisten videre. Noen få svarte at det eneste som skjedde var at de da manglet fisk frem til neste levering. Dette viser igjen at butikkene prioriterer sine faste grossister. Butikkene har forståelse for at tilgangen på fisk er variabel, og at de dermed ikke lar dette få konsekvenser for den faste grossisten. Det

er grunn til å tro at fisk og fiskegrossister skiller seg ut fra aktører i distribusjon av andre matvarer som er langt mer forutsigbar.

### 5.1.3 Omsetning og inntjening

#### **Inntjeningen**

Vi ba de ansvarlige i butikkene komme med egne kommentarer på hva, som ut over driftskostnader, førte til en redusert inntjening for butikkene. Det var ikke så mange som svarte på dette spørsmålet, men det ble nevnt svinn, en annen sa været og tilbudet. I tillegg kom det frem at fagkunnskap internt kunne være en grunn til lavere inntjening.

#### **Svinn**

Vi spurte om butikkene får solgt ut all fersk fisk før den blir for gammel. Dette svarte to kjedebutikker og en fiskebutikk fra hver by på. På dette svarte alle butikkene at de ikke får solgt alt som fersk fisk. To av butikkene sa at dette ble et direkte inntektstap for butikken. De fleste butikkene svarte at de laget fiskemat/bearbeidede fiskeprodukter av fisken før den ble for gammel.

Et stort flertall av butikkene svarte at størrelsen på svinnet (definert som det de ikke får solgt av innkjøpt fisk i løpet av en måned) var på mellom 1-5%. En kjedebutikk og en fiskebutikk sa at svinnet lå på 5-10%.

#### **Utviklingen i salget av fersk fisk**

Totalt ni butikker, med to kjedebutikker og en fiskebutikk fra hver av Oslo, Bergen og Tromsø, svarte på hvordan utviklingen i omsetningen av fersk fisk hadde vært de siste 5 årene. I flertallet av butikkene hadde omsetningen økt svakt eller sterkt, og det var kun ett tilfelle der omsetningen av fersk fisk hadde gått ned. Mer spesifikt svarte begge kjedebutikkene i Oslo at økningen hadde vært sterk, og fiskebutikken svarte at omsetningen hadde økt svakt. I Bergen svare den ene kjedebutikken at omsetningen hadde vært stabil, den andre kjedebutikken sa at omsetningen hadde økt svakt, og fiskebutikken sa at omsetningen av fersk fisk hadde vært sterk. Den ene kjedebutikken i Tromsø svarte at omsetningen hadde økt svakt og den andre svarte at omsetningen hadde sunket svakt, mens fiskebutikken svarte at omsetningen av fersk fisk hadde økt svakt.

#### **Fremtidstro**

Til sammen ansvarlige for fersk fisk i ni butikker, to kjedebutikker og 1 fiskebutikk fra hver by, svarte på hva slags forventinger de hadde til utviklingen i butikkens fiskeomsetning fremover. Et flertall trodde at salget av fersk fisk vil øke fremover. To av butikkene, en kjedebutikk i Bergen og en kjedebutikk i Tromsø, trodde omsetningen ville ligge på samme nivå som dagens også fremover, mens fiskebutikken i Tromsø ikke visste.

### 5.1.4 Hva kundene er opptatt av, og hvordan friste kundene til å kjøpe fisk

#### **Den typiske kundegruppen**

Vi spurte om hva de vanlige/typiske kundene var opptatt av med hensyn til fersk fisk, og ba butikkene kommentere om pris, bredt utvalg og kvalitet var vanlig eller ikke. Det var til sammen ansvarlige for fersk fisk i ni butikker, av disse var det to kjedebutikker og en fiskebutikk fra hver av byene Oslo, Bergen og Tromsø, som besvarte dette spørsmålet.

- Et stort flertall av de ansvarlige i butikkene mente at det var svært vanlig eller middels vanlig at kunden var opptatt av lave priser.
- Nesten samtlige av butikkene mente at kundene så det som hovedsakelig svært viktig, men også en del middels viktig, med et bredt utvalg av fisk i butikken.
- På spørsmål om det var vanlig at kundene var opptatt av kvalitet svarte alle ni butikkene at dette var svært vanlig.

Den totale rangeringen av hva de ansvarlige for fersk fisk i de ni butikkene mener at den typiske kunde er opptatt av blir da slik:

1. Kvalitet
2. Bredt utvalg
3. Lave priser

Butikkene mente dermed at de fleste kundene var først og fremst opptatt av kvalitet, og at også utvalg var mer viktig enn lave priser.

#### **Butikkens vektlegging ved salg av fersk fisk**

Butikkene ble spurt om hva de la mest vekt på for å selge fersk fisk, og de skulle kommentere viktigheten av mange alternativ forhold. Her på disse var det 8-9 butikker som svarte.

- Lave priser syntes nesten alle var middels viktig. Unntaket var fiskebutikken i Bergen som mente at lave priser ikke var viktig for å selge fersk fisk.
- Kvalitet sa alle butikkene at de var svært opptatt av for å selge fersk fisk.
- Tiltrekkende fiskedisk sa halvparten av butikkene at de vektla som svært viktig i salg av fersk fisk, og resten mente hovedsakelig at det var middels viktig.
- Et stort flertall av butikkene vektla bredt utvalg av forskjellige fiskeslag og ulike tilberedninger som svært viktig i salg av fersk fisk. Resten mente at dette var middels viktig.
- Nesten samtlige butikker sa at det var svært viktig med god service, med kunnskapsrik og hjelpsom betjening, for å selge fersk fisk i butikken.
- Å lage "hjemmelagede" fiskeprodukter (for eksempel fiskekaker og fiskegrateng) i kampen om å lokke kundene syntes de fleste butikkene var svært eller middels viktig

Vi får da følgende rangering av hva de ni butikkene i Oslo, Bergen og Tromsø vektlegger for å selge fersk fisk:

1. Kvalitet
2. God service, med kunnskapsrik og hjelpsom betjening
3. Bredt utvalg i fiskeslag og ulike tilberedninger
4. Delt plass mellom tiltrekkende fiskedisk med diverse pynt, og å lage "hjemmelagede" fiskeprodukter
5. Lave priser

Butikkene mener dermed at kvalitet og service er aller viktigst. Også et bredt utvalg av ulike typer fersk fiks, og å gjøre fiskedisken mer lekker, anses å være viktigere for å selge fersk fisk enn å ha lave priser.

#### **Tiltak for å øke fremtidig omsetningen av fersk fisk i butikken**

Vi ønsket å hvite hva som de ansvarlige for fersk fisk i butikkene mente ville fremme salget av fersk fisk, og ba dem om å svare ja eller nei på om de trodde en rekke forslag ville føre til økt omsetning. Til sammen ni butikker svarte.

- Et flertall av butikkene mente at det å øke utvalget/bredden av fersk fisk ville føre til økt omsetning. Totalt sett var det da dobbelt så mange butikker som mente at økt bredde ville øke omsetningen, enn butikker som mente at dette ikke ville øke omsetningen.
- På spørsmål om de trodde omsetningen av fisk vil øke hvis de øker mengden av fiskeslagene de allerede fører, svarte nesten alle butikkene at de ikke trodde dette.
- At det å senke prisen ville føre til økt omsetning var det et stort flertall av butikkene som trodde.
- Nesten samtlige av butikkene mente at å bedre servicen og få flinkere betjening ville øke omsetningen av fisk. Kun fiskebutikken i Oslo svarte avkreftende på dette.
- Litt over halvparten av butikkene hadde tro på at det å gjøre fiskedisken mer tiltalende med diverse garnityr ville bidra til økt omsetning.
- Å endre plasseringen av fiskedisken i butikken trodde kun et fåtall at ville bidra til å øke omsetning av fisk.
- Å ta inn atmosfærepakket fisk trodde de fleste butikkene *ikke* ville bidra til økt omsetning.

Vi får da følgende rangering ut fra de ni butikkenes ansvarlige for fersk fisk sine besvarelser av hva de tror vil øke omsetningen av fisk i butikken:

1. Bedring av servicen og flinkere betjening
2. Senke prisene
3. Få et bredere utvalg
4. Mer tiltalende fiskedisk med garnityr
5. Delt sisteplass mellom atmosfærepakket fisk, større mengder fisk, og å endre fiskediskens plassering i butikken (kun et lite mindretall har tro på disse tiltakene)

Vi ser her at butikkene har størst tro på service i butikken med flink betjening. Butikkene har også stor tro på at kundene kjøper mer hvis de senker prisen på fisk. Dette er interessant i sammenligning med funnene i avsnittet ovenfor, der de fleste butikkene svarer at de anser pris for å kun være middels viktig blant i hva de legger vekt på i salg av fisk. Vi kan bare spekulere i om dette da betyr at de ansvarlige for fiskedisken ikke (i tilstrekkelig grad) kan bestemme prisen på fisk, eller at det er et ønske om å prøve andre tiltak enn å senke prisene fra butikken eller de ansvarlige for fersk fisk sin side.

## 5.2 Besvarelser fra fiskegrossister og fiskeleverandører

Vi behandler her svarene fra fiskegrossistene og fiskeleverandørene under ett, da de svarte på likelydende spørreskjemaer. Skillet mellom grossister og leverandører er i denne rapporten kun basert på antall ledd i distribusjonskanalen før og etter – og ikke på arbeidsfunksjon. Det vil si at hvis det er et ledd mellom fiskemottaket og grossisten (altså til sammen fem ledd i distribusjonskanalen) så kaller vi dette for leverandør. Det var til sammen elleve besvarelser, åtte grossister og tre leverandører, på spørreskjemaene av de grossistene og leverandørene som var med i vår prispåslagsstudie. I presentasjonen av resultatene vil det som oftest ikke bli skilt mellom grossister og leverandører, men kun sett på som en samlet gruppe.

### **Bedriftenes virksomhet**

Virksomheten til de elleve grossistene og leverandørene består av kjøp og salg av fersk fisk/skalldyr. Om lag halvparten (fem stykker) av disse kjøpte og solgte også frossen fisk, og nesten like mange (fire stykker) drev også med kjøp og salg av bearbejdede fiskevarer. Den ene grossisten sa at de også eksporterte fisk, i tillegg til at de drev med både fersk, frossen og bearbejdet fisk.

Litt under halvparten av grossistene og leverandørene svarte at de kun drev med kjøp og salg av fisk (grossistfunksjon). Noen få sa at de også rensset fersk fisk. Over halvparten sa at de fileterte fersk fisk, og like mange pakket også om den ferske fisken, og like mange svarte at de laget også bearbejdede fiskeprodukter.

### 5.2.1 Leverandører

#### **Hvem de kjøper av**

På spørsmål om hvem grossistene og leverandørene pleide å kjøpe fisk/reker av, svarte nesten alle at de pleier å kjøpe fisk/reker fra fiskemottak. Litt under halvparten sa at de pleier å kjøpe fisk/reker av grossister. Rundt halvparten av grossistene og leverandørene kjøper fisk/reker fra enten kystfiskere eller fra leverandører. Det var kun et lite mindretall som kjøpte fisk/reker av fisketrålere.

#### **Antallet leverandører**

De fleste grossistene hadde svært mange aktører som de kjøpte fisk jevnlig av. Anslag om hvor mange de hadde kjøpt jevnlig av det siste året lå rundt 50 stykker for de fleste, men noen hadde under 10. Om lag 0-10% av de aktørene de kjøper fisk av er utenlandske firmaer. I tillegg har grossistene en god del aktører som de kjøper fisk av en gang i blant, og disse "reserveleverandørene" utgjør gjerne et større antall enn de mer faste aktørene som de kjøper av. Blant de tre leverandørene som besvarte spørreskjemaet, hadde den ene like mange

aktører som den kjøpte av ofte som det grossistene hadde, men denne leverandøren hadde færre antall aktører som de kjøper av en gang i blant. De to andre leverandørene, hadde 10 og 2 aktører som de kjøpte av jevnlig, alle var norske, og dessuten et fåtall aktører som de kjøpte av en gang i blant.

#### **Kriterier for valg av leverandører**

Grossistene og leverandørene ble bedt om å svare på hvor viktige de mente en rekke alternativer var i deres valg av hvilke leverandører de skulle kjøpe av. Vi presenterer resultatene etter den rangeringen som besvarelsene gav.

- Kvalitet og ferskhet er det som samtlige anså som mest avgjørende.
- Videre så svarte de alle fleste at pris er svært viktig.
- De fleste syntes at personlig kontakt er viktig i valg av leverandører.
- Et flertall mente at geografisk nærhet var viktig for valg av leverandører.
- At de hadde gjort forretninger over lang tid syntes de fleste var middels viktig i valg av leverandører.
- Leveransestørrelsene hadde en viss betydning blant et mindretall.
- Det var få som mente at utvalg var et viktig kriterium for valg av leverandører.

Kvalitet og ferskhet betyr dermed mer for hvilke leverandører de kjøper av enn pris, men dette er også et viktig kriterium. Personlig kontakt med leverandørene er også avgjørende.

#### **Leverandørforholdets varighet og innkjøpshyppighet**

De fleste av grossistene og leverandørene har svært langvarige forretningsrelasjoner til sine viktigste (faste) leverandører. Noen har benyttet samme faste leverandører i noen år, men de fleste oppgir at de har benyttet sine faste leverandører i hele 10-20 år. Det ser ut til at grossistene og leverandørene som er benyttet av butikkene i Oslo og Bergen, kjøper fisk fra sine leverandører daglig eller flere ganger i uken. De faste leverandørene som benyttes av grossistene i Oslo, og av leverandørene i distribusjonskanalene med butikkutsalgsalg i Oslo, kommer fra både Sør-, Vest- og Nord-Norge. Grossistene og leverandørene i Bergen kjøper fast av leverandører fra Rogaland, Hordaland og Nordland. En leverandør i Bergen kjøper også fra Danmark. Grossistene i Tromsø oppgir å kjøpe mindre hyppig fra sine viktigste leverandører, fra en gang i uken til en gang i måneden. Samtlige av leverandørene til grossistene i Tromsø kom fra samme by.

## 5.2.2 Kunder

#### **Kjedetilknytning**

Vi stilte spørsmål om grossistene og leverandørene er tilknyttet, eller har fast avtale om levering til, en grossist- eller detaljistkjede. Grossistene i Bergen, leverandøren i Bergen, og grossistene i Tromsø svarte bekræftende på dette. Begge grossistene i Bergen og en av grossistene i Tromsø sa videre at denne kjedetilknytningen ikke har hatt betydning for verken hvem de kjøper fisk av, innkjøpsprisen, hvem de selger fisken til og heller ikke utsalgsprisen. En annen grossist i Tromsø med kjedetilknytning, svarte at dette hadde hatt betydning for hvem de solgte fisk til. En leverandør i Bergen svarte at kjedetilknytningen hadde hatt betydning for både hvem de kjøpte av og innkjøpsprisen, og også hvem de solgte til og utsalgsprisen.

Grossistene i Oslo, og leverandørene i distribusjonskanalene med utsalg i Oslo, svarte derimot at de ikke var tilknyttet, eller hadde faste avtaler om levering, til en grossist- eller detaljistkjede. Det er mulig at disse aktørene oppfattet spørsmålet om kjedetilknytning på en annen måte enn aktørene fra Bergen og Tromsø. Ut fra det vi kjenner til, har flere av grossistene i Oslo faste leveringer til en eller flere kjeder.

#### **Kriterier for valg av kunder**

Vi spurte om hva som var bestemmende for hvilke kunde som grossistene og leverandørene selger til, og ba de vurdere om en rekke forslag var riktige eller ikke i den henseende.

- De fleste grossistene og leverandørene sa at det ikke stemmer at de selger til de kundene som kjeden de er tilknyttet bestemmer.

- Derimot sa de aller fleste seg enige i at de selger fortløpende til alle som vil kjøpe til den prisen som grossisten/leverandøren har satt.
- Litt over halvparten svarte at de av og til selger til de kundene som betaler mest for fisken, mens resten mente at dette ikke var tilfellet.
- Et stort flertall sa seg enige i at de selger til faste kunder som de har muntlige avtaler med.
- Et noe mindre, men fortsatt stort, flertall sa at de selger til faste kunder som de har skriftlige avtaler med.
- Mange sa at det stemte at de selger til kunder som de har gode personlige relasjoner til.
- Halvparten sa seg enige i at de selger til kunder som er geografisk nære for å slippe lang transport.

Det ser dermed ut til det er mest vanlig blant grossistene og leverandørene som besvarte skjemaet at de selger til alle som kjøper til deres fastsatte pris, og også at de selger til sine faste kunder som de har muntlige avtaler med. Der nest er det veldig vanlig at de selger til faste kunder som de har skriftlige avtaler med, og også at de selger til kunder som de har gode personlige relasjoner til.

#### **Antall kunder**

Av grossistene og leverandørene som besvarte spørreskjemaet, hadde de fleste svært mange kunder. De tre leverandørene hadde hatt fra 3-25 kunder den siste måneden. Derimot hadde de fleste grossistene rundt 100 kunder, eller noe mer. En av grossistene oppgav kun 30 kunder den siste måneden, og en annen grossist hadde hatt hele 480.

#### **Lengde på kundeforholdet, leveringshyppighet og lokalisering**

Grossistene og leverandørene har generelt hatt svært lange forretningsrelasjoner til sine faste kunder. Av de (opp til) fem viktigste kundene, hadde alle grossistene og leverandørene hatt disse i flere år, og mange hadde hatt de samme faste kundene i 10-30 år.

Det vanligste er at grossistene og leverandørene leverer fisk til sine faste kunder hver dag eller annen hver dag. Som oftest er disse faste kunden i samme by som grossisten. Derimot har de to leverandørene som er med i distribusjonskanaler med utsalg i Oslo, flest kunder i Oslo og på Østlandet, mens de selv kom fra henholdsvis Møre- og Romsdal og fra Finnmark.

#### **Utsalgspris**

Vi ønsket å vite hva det er som bestemmer grossistene og leverandørenes utsalgspriser på fisk/reker, og ba grossistene og leverandørene kommentere korrektheten i utsagn om at de holdt jevn pris, og at de hadde faste prispåslag eller at de hadde avtalt priser på forhånd.

- Litt over halvparten sa at de holdt en relativt jevn utsalgspris uavhengig av fluktuerende innkjøpspris.
- Litt under halvparten sa at de kun legger på en fast sats oppå innkjøpsprisen for å dekke kostnader.
- De fleste sa at de hadde avtalt prisen med deres faste kunder på forhånd.

Dermed var det mest vanlig blant de grossistene og leverandørene som svarte på undersøkelsen å ha avtalt prisene på forhånd. Det var også vanlig å holde en relativ jevn pris, mens faste prispåslag var minst vanlig, selv om litt under halvparten sa at de hadde det. Vi ser her at mange aktører svarer at de gjør flere av alternativene.

Grossistene og leverandørene ble også bedt om å si i hvilken grad en del variabler var viktige for å bestemme deres utsalgspriser.

- Svært mange sa at innkjøpsprisen var svært viktig, og resten sa det var middels viktig, for bestemmelsen av deres utsalgspris.
- Mengdene fisk som de satt med, mente litt under halvparten var middels viktig for utsalgsprisene.
- Kvaliteten på fisken mente over halvparten var enten svært viktig eller middels viktig for bestemmelsen av utsalgsprisene.



- De fleste mente at ikke antallet kjøpere hadde noe å si for deres utsalgspriser.

Vi ser da at blant de som besvarte dette spørsmålet, så var det klart innkjøpsprisen som ble vurdert å ha mest betydning for deres utsalgspris, dernest var det kvaliteten. Derimot mente de fleste at ikke mengdene fisk som de hadde inne hadde betydning for deres utsalgspriser, og heller ikke antallet kjøpere.

Resultatene fra siste avsnitt der innkjøpsprisen anses å ha størst betydning for utsalgsprisen, virker i første omgang å være i motsetning til resultatene i avsnittet ovenfor, der de fleste sier at de ikke legger på en fast sats på innkjøpsprisen – noe som i tilfelle ville innebære at utsalgsprisen alltid fulgte innkjøpsprisen parallelt. Dessuten viste resultatene i første avsnitt at de fleste har avtalt utsalgsprisene med faste kunder på forhånd. Det er sannsynlig at utsalgsprisene som grossistene og leverandørene avtaler med sine kunder er basert på den siste tidens utvikling i innkjøpsprisene, og i tillegg en viss magesfølelse/erfaring i hvordan de tror innkjøpsprisene vil utvikle seg videre – og da vil det kunne stemme at utsalgsprisene følger innkjøpsprisene, men med en liten tidsforsinkelse mellom innkjøpsprisen og utsalgsprisen i utviklingen av prisene.

## 5.3 Besvarelser fra fiskemottak

Av alle fiskemottakene i vårt utvalg var det seks som besvarte spørreskjemaet som de fikk tilsendt/utlevert, og alle disse fiskemottakene var innen Norges Råfisklags distrikt.

De fleste av fiskemottakene gjør arbeidsoppgaver som filetering, pakker om, merker kasser og salter fisk. Kun en sa at de sløyde fisk. Ett av fiskemottakene laget også tørrfisk, og et annet laget lutefisk og frossen fisk.

### 5.3.1 Fiskerne

Av de seks fiskemottakene fikk fem av dem mest torsk og sei fra kystfiskere, og ett fiskemottak fikk mest torsk og sei fra norske trålere.

#### **Kriterier for valg av fiskere**

Vi ønsket å vite hvilke kriterier som var viktige for fiskemottakene i valg av fiskere/fiskefartøyer som de kjøper fisk og reker av, og ba dem rangere viktigheten av flere forhold og eventuelt legge til andre viktige forhold. Fire fiskemottak besvarte dette spørsmålet.

- Pris syntes nesten alle var viktig.
- Både geografisk nærhet og utvalg var kriterier som ble vurdert som hovedsakelig middels viktig.
- Både forutsigbarhet i leveransene og leveransestørrelser svarte de fleste var viktig eller middels viktig.
- På de tre kriteriene langvarig og personlig kontakt, kvalitet, og ferskhet, svarte alle at disse kriteriene var viktige.
- Et femte fiskemottak, som ikke besvarte noen av de åtte nevnte kriteriene nevnt over, skrev at det som betydde noe for dem var mottakskapasiteten.

Vi får da følgende rangering av hva de til sammen fem fiskemottakene anså som viktige kriterier for hvilke fiskere/fiskefartøyer de kjøper fisk og reker av:

1. Kvalitet, ferskhet, og langvarig og personlig kontakt
2. Pris
3. Leveransestørrelser, og forutsigbarhet i leveransene
4. Utvalg, og geografisk nærhet
5. (Mottakskapasitet)

Vi ser dermed at pris er viktig, men at langvarige og personlig kontakt er viktigere, sammen med kvalitet og ferskhet, når fiskemottakene vurderer hvem de skal kjøpe fisk av.

### **Kriterier for bestemmelse av innkjøpsprisen**

Vi spurte videre om hva det var som bestemmer den prisen fiskemottakene gir sine fiskeleverandører i tilfeller der de betaler mer enn avtalte minstepriser. De ble bedt om å rangere viktigheten av kvalitet, mengde og etterspørsel for innkjøpsprisen, og eventuelt legge til annet. Her svarte til sammen seks fiskemottak. Kvalitet syntes de fleste av fiskemottakene var viktig. Tilbudte mengder av fisk mente alle var enten viktig eller middels viktig for bestemmelse av pris til fisker. Etterspørselen etter fisk mente nesten alle fiskemottakene var viktig. Det ene av fiskemottakene svarte også at markedsprisen bestemte den prisen de betalte fiskeleverandørene.

Vi får da følgende rekkefølge på hva til sammen seks fiskemottak mener er bestemmende for pris til deres fiskeleverandører (fiskerne):

1. Etterspørselen etter fisk
2. Kvaliteten
3. Tilbudte mengder fisk til fiskemottaket
4. (Markedsprisen)

Vi ser dermed at etterspørselen og dernest fiskens kvalitet er det som fiskemottakene sa var viktigst for prisdannelsen til fiskerne.

## 5.3.2 Kunder

### **Kriterier for valg av kunder**

Vi ønsket å finne ut hva som var bestemmende for hvilke kunder som fiskemottakene selger til ved å komme med en del påstander som de skulle ta stilling til, og her svarte til sammen seks fiskemottak.

- At fiskemottakene fastsetter en pris og selger til alle som er villige til å betale denne prisen, sa de fleste at var tilfellet av og til og resten sa at dette stemte.
- At fiskemottaket selger til de kundene som betaler mest, stemte for halvparten og andre halvdelene gjorde dette av og til.
- At fiskemottaket inngår avtaler (om pris og mengder) med noen kunder som de hovedsakelig selger til, var tilfellet for halvparten av fiskemottakene, og stemte av og til for de fleste andre av fiskemottakene.
- At fiskemottaket selger til kunder som de har gode og stabile relasjoner til, sa samtlige seks fiskemottak at var riktig.
- At fiskemottaket selger til kunder som er geografisk nære for å slippe lang transport sa kun halvparten var riktig eller stemte av og til.

Vi kan dermed rangere de alternative kriteriene for valg av kunder ut fra hva de seks fiskemottakene vurderer som viktigst:

1. Fiskemottakene selger til kunder som de har gode og stabile relasjoner til
2. Fiskemottakene selger til de kundene som betaler mest
3. Fiskemottakene inngår avtaler (om pris og mengder) med noen kunder og selger hovedsakelig til disse
4. Fiskemottaket fastsetter en pris og selger til alle som er interessert
5. Fiskemottakene selger til kunder som er geografisk nære for å slippe lang transport

Dermed ser det ut til at langvarige relasjoner til kundene betyr mest for disse fiskemottakene, men at også pris er av stor betydning for valg av kunder.

### **Faste leveranseavtaler**

På spørsmål om fiskemottakene hadde inngått kontrakter med grossister eller med dagligvaregrupper/kjeder om faste leveringer av fersk fisk og/eller reker, svarte fem fiskemottak (av totalt seks besvarelser) at de ikke hadde gjort det. Et sjette fiskemottak svarte at det hadde inngått kontrakt med grossist(er) etter Norges Råfisklags prisdrøftelser.

### **Utsalgspriser**

Vi ønsket også å få svar på hva det var som bestemte fiskemottakenes utsalgspriser på fisk, og vi foreslo flere alternativ som informantene skulle rangere viktigheten av og at de eventuelt skulle føre opp andre viktige årsaker. Seks fiskemottak besvarte disse spørsmålene.

- At det var innkjøpsprisen på fisken som avgjør hvilken utsalgspris som fiskemottaket tar (det vil si at de bruker faste prosentvise påslag), sa nesten alle fiskemottakene at var viktig og den siste sa at dette var middels viktig.
- At utsalgsprisen bestemmes av kvaliteten på fisken, sa nesten alle fiskemottakene at var viktig og den siste sa at dette var middels viktig.
- At utsalgsprisen bestemmes av hvor mange kjøpere fiskemottaket har, sa de fleste at var middels viktig.
- At fiskemottaket holder en relativ jevn utsalgspris uavhengig av fluktuerende innkjøpspriser, sa et flertall at var viktig eller middels viktig.
- At fiskemottaket har avtalt prisen med faste kunder på forhånd, sa et flertall at var viktig eller middels viktig.

Dermed kan vi rangere hva de seks fiskemottakene vurderer som viktig for bestemmelsen av utsalgsprisen til fiskemottakene:

1. Innkjøpsprisen på fisken, og kvaliteten på fisken bestemmer utsalgsprisen
2. De holder en jevn utsalgspris uavhengig av fluktuerende innkjøpspriser, og de har avtalt prisen med faste kunder på forhånd
3. Antall kjøpere bestemmer utsalgsprisen

Dermed ser det ut til at innkjøpsprisen og kvaliteten på fisken har mest betydning for hvilken pris fiskemottakene setter på fisken.

## **5.4 Oppsummering av strategier og synspunkter fra aktørene i casestudien**

I distribusjonskanalene i casestudien ble det delt ut spørreskjema til aktørene på butikkledet, grossistledet, leverandørledet og fiskemottaksledet. Vi vil kort presentere resultatene av undersøkelsene på hver av nevnte ledd i distribusjonskanalene på fersk fisk.

Til sammen elleve butikker fra Oslo, Bergen og Tromsø, fordelt på tre fiskebutikker (en fra hver by) og resten kjedebutikker, besvarte spørreskjemaet. Rundt halvparten av de ansvarlige for fersk fisk i butikkene var kokker eller hadde liknende utdannelse. I fiskebutikkene var det butikksjefen som bestemmer utvalget og hvilke leverandører/grossister som de skal bruke. I kjedebutikkene var det som oftest den ansvarlige for fersk fisk som bestemmer dette. På spørsmål om hva som bestemmer det daglige utvalget av fersk fisk svarte de fleste butikkene at det ble hovedsakelig bestemt ut fra kundenes ønsker, samt av hva grossisten kan tilby fra dag til dag. For de fleste kjedebutikkene har kjedetilknytningen ikke hatt betydning for verken hvem de kjøper av, innkjøpsprisen, hvem de selger til eller utsalgsprisen. I valg av grossister betyr det mest for butikkene at grossistene har fisk av høy kvalitet, og videre at grossistene er pålitelige med å levere til avtale. De fleste butikkene hadde kun én eller et fåtall faste grossister, og de fleste hadde benyttet samme faste grossister i mange år. De ansvarlige for fersk fisk i butikkene mente at de typiske kundene var først og fremst opptatt av kvalitet, videre av bredt utvalg, og etter dette av lave priser. Butikkene satset sterkest på å ha fisk av høy kvalitet, og videre å yte god service for å selge fisk. Derimot ble det i liten grad satset på lave priser. Et flertall av butikkene mente at en bedring av servicen ville føre til økt omsetning fremover, og mange mente også at omsetningen ville øke hvis butikkene reduserte prisene på fersk fisk. Omsetningen av fersk fisk har i et flertall av butikkene enten økt sterk eller økt svakt de siste fem årene. Et flertall av butikkene har forventninger om at omsetningen vil øke fremover.

Det var til sammen åtte grossister og tre leverandører som besvarte spørreskjemaet. Disse blir presentert samlet fordi spørreskjemaene var likelydende. Det var mest vanlig blant disse å kjøpe fisk fra fiskemottak. Som oftest kjøpte de fisk fra mange leverandører, ofte rundt 50

stykker (i løpet av siste året). I valg av hvilke leverandører de skulle kjøpe av, vurderte de at kvalitet og ferskhet var viktigst, og videre var pris av høy betydning. De har langvarige relasjoner til sine faste leverandører, og ofte har de hatt de samme leverandørene i 20 år. Rundt halvparten av grossistene og leverandørene var tilknyttet en grossist- eller detaljistkjede. I de fleste av tilfellene har kjedetilknytningen ikke hatt betydning for hvem de skulle kjøpe av og til hvilken innkjøpspris, og heller ikke hvem de skulle selge til og hvilken utsalgspris de tok. De aller fleste grossistene og leverandørene svarte at de solgte fisk til alle som ønsket å kjøpe til den prisen de hadde satt, eller at de solgte til kunder som de hadde muntlige avtaler med. Det var også mange som solgte til kunder som de hadde skriftlige avtaler med, og like viktig var det i valg av kunder at de hadde god personlig kontakt. De fleste grossistene hadde rundt 100 kunder (sist måned), mens leverandørene hadde færre. Det er vanlig at grossistene og leverandørene har hatt lange relasjoner til sine faste kunder, ofte har de hatt samme faste kundene i 5-20 år. Utsalgsprisen er som oftest avtalt med kunden på forhånd. Grossistene og leverandørene mener at det er innkjøpsprisen som er viktigst i bestemmelsen av deres utsalgspris, og kvaliteten er nest viktigst.

De seks fiskemottakene som besvarte skjemaene, kjøpte som oftest torsk og sei fra kystfiskere. De fleste av disse fiskemottakene gjorde arbeidsoppgaver som filetering, å pakke om fisken, og å merke kasser. Fiskemottakene syntes det var viktigst med kvalitet på fisken, samt langvarig og personlig kontakt med fiskere, i valg av hvilke fiskere de kjøpte fisk av. Dernest kom pris inn i bildet. I bestemmelsen av pris til fisker mente fiskemottakene at etterspørselen etter fisk hadde mest betydning, dernest kvaliteten. Når fiskemottakene skulle velge hvilke kunder de skulle selge til, så betydde gode og stabile relasjoner til kundene svært mye, dernest valgte de kunder som betalte mest. Det var svært få som hadde inngått kontrakter med grossister eller dagligvarekjeder om fast levering av fisk/reker. Fiskemottakenes utsalgspriser ble først og fremst bestemt av innkjøpsprisen på fisken, og av kvaliteten på fisken.

## 6 Skiller fiskeribransjen seg fra jordbruksbransjen?

Vi vil i dette avsnittet gjøre en kort sammenligning av noen elementer i distribusjonskanalene på jordbruksvarer, med fokus på kjøtt- og meierivarer, på den ene siden og distribusjonen av fisk på den andre. Vi vil spesielt fokusere på hvordan forskjellen i rammebetingelsene til disse to primærnæringene påvirker prissetting og omsetning av landbruksvarer og fisk.

### *Fiskenæringens og jordbrukets betydning for antall sysselsatte og nasjonaløkonomi*

Det er langt flere ansatte som jordbruksprodusenter enn som fiskere. Beregninger av antall sysselsatte og årsverk for de to næringene varierer. I nasjonalregnskapet står jordbruk uten skogbruk oppført med rundt 74 000 sysselsatte med 150 millioner timeverk. Fiske med oppdrett står oppført med nesten 17 000 sysselsatte som utførte rundt 29 millioner årsverk (Statistisk Årbok 2000, tabell 362 og 363). Ut over selve de sysselsatte i disse primærnæringene er det mange arbeidsplasser i videreføring, distribusjon og salg av jordbruks- og fiskeprodukter.

I nasjonalregnskapet står begge næringene oppført med et årlig bruttoprodukt i basisverdi på rundt 10 milliarder kroner i 2000 (Statistisk Sentralbyrå, Årlig Nasjonalregnskap, tabell 13, 2001). For jordbruket sin del reflekterer dette at kun en del av inntektene blir tatt ut i markedet mens overføringer står for resten. For fisk reflekterer dette den langt større verdien av grunnrenten.

### *1. håndsomsetningen av jordbruksvarer og fisk*

Det meste av kjøttet som produseres går til kjøttsamvirket, som tar 76% av all 1. håndsomsetning. Innen melk går hele 99,6% til meierisamvirket (Aktuelle tall i landbruket 1999, figur 7).

llandføringen (landingen) av fisken, som også er 1. håndsomsetningen, skjer til godkjente fiskemottak,<sup>40</sup> og disse er det svært mange av. Det varierer mye om fiskemottakene også er fileterings-/bearbeidingsbedrifter eller om de kun selger fisken videre til fiskegrossister, direkte til butikker eller om de selger fisken til bearbeidingsbedrifter etc. Dette leddet og dens funksjoner er med andre ord svært fragmentert og heterogent. Fiskens videre vei fra fiskemottaket kan ta mange ulike retninger. Noe fisk blir lite videreføret, men selges som fersk hel (sløyd) eller filetert fisk. Annen fisk går igjennom ulike grader av bearbeiding ut fra hva slags produkt det skal selges som. Som vi ser i casestudien av distribusjonskanaler på fersk fisk,<sup>41</sup> så var det svært varierende hvor mange ledd som var direkte tilknyttet til distribusjonen av fersk fisk. Det kan være snakk om kun fisker og butikk (som vi så eksempler på i Tromsø), eller det kan være 1-3 ledd i mellom disse – fiskemottak, leverandører (salgsselskap) og/eller grossister.

### *Videre bearbeiding, distribusjon og omsetning*

Innen meieri så er det TINE Norske Meierier som tar seg av tilnærmelesvis alt mottak av melk. Meierisamvirket bearbeider videre råmelken, men selger også en del melk til andre for- edlingsbedrifter, blant annet Synnøve Finden som har blitt en relativ stor konkurrent på oste- produkter. Distribusjonskanalen på flytende meieriprodukter består av tre ledd; produsent,

<sup>40</sup> Jamfør omtale av 1. håndsomsetning av fisk i avsnitt 1.2.

<sup>41</sup> Jamfør kapittel 4.

TINE Norske Meierier (som også har grossistfunksjon) og detalj. For faste meieriprodukter er det fire ledd i distribusjonskanalen; produsent, TINE Norsk Meierier, grossist og detalj (Aas og Strand 2000).

Norsk Kjøtt står for 1. håndsomsetning og videre bearbeiding og foredling, og distribuerer kjøttprodukter. Foruten kjøttssamvirket finnes det også en del andre private kjøttbedrifter ved 1. håndsomsetningen av kjøtt i Norge. Innen bearbeiding/videreforedling av kjøtt finnes det mange kjøttbedrifter, og disse kjøper kjøtt både fra private slakterier og fra kjøttssamvirket. Kjøttssamvirket, med merkene Norsk Kjøtt, Gilde og produksjon av Goman for Coop, er allikevel den største enkeltbedriften, og må sies å være dominerende, på videreforedling og omsetning av kjøtt.

#### *Prisdannelse innen jordbruksvarer*

Den innenlandske jordbrukssektoren er tradisjonelt godt skjermet fra utenlandsk konkurranse. Tidligere skjedde dette gjennom et kvantitativt importvern, men etter tilpasning til GATT/WTO avtalen på landbruksområdet har Norge fra 1995 gått over til et tollbasert importvern av jordbruksvarer.

Prisen til produsentene av kjøtt og melk blir i hovedsak fastsatt ut fra jordbruksforhandlingene, der stat og interesseparter for jordbruket hvert år forhandler seg frem til en jordbruksavtale. Ut over den direkte prisen som produsenten får, vil reguleringer av størrelsen på produksjonen gjennom kvoter m.m. avgjøre produsentens totale inntjening.

Tidligere ble prisene i markedet på jordbruksvarer regulert gjennom avtaleprissystemet. Ved jordbruksavtalen våren 1995 ble det etablert et nytt målprissystem,<sup>42</sup> der gjennomsnittlige priser over året fastsettes.

”Målpriser skal være priser jordbruket reelt sett skal kunne oppnå ut fra balanserte markedsforhold, det fastsatte importvern og de markedsreguleringsmuligheter som er til disposisjon. [...] Prisfastsettelsen gjennom målprissystemet vil være et hovedvirkemiddel for å regulere jordbruksvaremarkedene. Prisnoteringene skal ikke overstige målpris som gjennomsnitt for året.” (Teknisk jordbruksavtale for perioden 01.07.2000-30.06.2001, s.3).

Målprisene på kjøtt knyttes til representantvarer, og er basert på engrosprisnoteringer for hele slakt ved Norsk Kjøttssamvirkes avdelinger i Stavanger og Trondheim. Målprisene på meierivarer knyttes til råvarenivå for definerte produktgrupper for melkeprodukter, og markedsregulator TINE Norske Meierier plikter å fastsette prissettingen med utgangspunkt i de fastsatte målprisene. Målprissystemet fungerer slik at hvis prisene på produktene går over et fastsatt avvik fra de avtalte målprisene,<sup>43</sup> vil tiltak settes i verk av Statens Kornforretning for å få prisene tilbake til målprisen. Tiltakene vil være å sette ned tollsatsene for en tidsavgrenset periode (Nersten 2000, Teknisk jordbruksavtale for perioden 01.07.2000-30.06.2001). I de siste årene har ikke prisene i markedet på kjøtt og meieriprodukter nådd opp til målprisene, og det har derfor ikke vært behov for tiltak for å få markedsprisene ned.

I tillegg til målprissystemet skal markedsreguleringstiltak sikre stabilitet i jordbrukssektoren, blant annet ved å unngå overproduksjon. Markedsreguleringen har stor betydning for den økonomiske utviklingen i jordbruket og for produsentenes inntjening. I tillegg påvirkes produsentenes totale inntekter av ulike produksjonsavhengige og produksjonsuavhengige tilskudd (Nersten 2000)

#### *Prisdannelse innen fiskevarer*

Som nevnt skal all villfisk landes til fiskemottak som er godkjent av fiskesalgslag, som igjen er godkjent av Fiskeridepartementet (Forskrift om førstehåndsomsetning av råfisk).<sup>44</sup> Fiske-salgslagene fastsetter minstepriser, som betyr at fisken ikke kan selges til en lavere pris, men

<sup>42</sup> Målpriser avtales for melk og melkeprodukter, for kjøtt av storfe, sau og fjørfe, for egg, og for epler, pærer, noen grønnsaker og poteter (Nersten 2000).

<sup>43</sup> Tiltak iverksettes hvis markedsprisen overstiger målprisen to uker på rad med 8% for meierivarer, 12% for grønntsektorvarene, og 10% for de andre varene som det avtales målpriser for. Tiltak blir også iverksatt hvis de gjennomsnittlige prisene i markedet for avtaleåret overstiger målprisene (Nersten 2000).

<sup>44</sup> Jamfør avsnitt 1.2.

at den kan selges til en høyere pris enn denne grensen. For eksempel bestemmer Norges Råfisklag sine minstepriser hvert kvartal. I tillegg blir minsteprisen justert flere ganger i løpet av avtaleperioden. Lokale fiskere vil da gjerne ha noen ulike relativt faste kunder som de kontakter og velger en av disse ut fra pris og andre forhold, som gode kundeforhold.<sup>45</sup> Flere fiskealgslag, som Norges Råfisklag og Vest-Norges Fiskealgslag, benytter også auksjoner på fisk. Dette er mest benyttet av større havfiskebåter, og da legges fangsten ut til auksjon på verdensmarkedet, slik at ulike kjøpere kan overby hverandre.

#### *Markedsregulering og forutsigbarhet*

Som omtalt er det flere instrumenter som er med på å regulere markedet og prisene på jordbruksvarer. Ser vi på fiskenæringen (ment som alle leddene i distribusjonen av fisk fra fisker/oppdretter til og med salgslodd), så finnes det ingen tilsvarende instrumenter for å regulere priser og markedet på fisk. Innen den norske fiskebransjen er det tilgang på fisk sammen med verdensmarkedsprisene som i stor grad er bestemmende faktor for hvordan det innenlandske markedet utvikler seg. Tilgangen på fisk bestemmes ut fra størrelsen på fiskebestandene, vær- og naturgitte forhold, og kvotesystemet. Som tidligere omtalt<sup>46</sup> er hoveddelen av den norske fiskebransjen svært eksportorientert, dette er i sterk kontrast til jordbrukssektoren som er hovedsakelig orientert mot det norske markedet.

Fiskebransjen er på mange måter preget av en langt høyere usikkerhet/ustabilitet enn jordbrukssektoren for den enkelte aktør, selv om også jordbruket er utsatt for usikkerhet gjennom uår og så videre. Dette skyldes den sterke markedsreguleringen innen jordbruket og mangel på tilsvarende for fiskebransjen. Markedsreguleringen av jordbruksvarer sikrer aktørene i jordbrukssektoren en forutsigbarhet i fremtidig inntekt, men vi vil ikke her ta stilling til spørsmål om fortjeneste.

Verdensmarkedsprisene på fisk kan svinge til dels svært kraftig, og for salgslodd er det høy risiko involvert i å kjøpe fisk og selge videre. Det er ikke alltid at innkjøpspriser og utsalgspriser følger hverandre helt parallelt. Det kan virke som at det særlig er mellomleddene, som driver med salg og engros, som virker som «buffer» mellom 1. håndsprisen på fisk og videresalgspris til butikkleddet. Som vi har fått kjennskap til gjennom informantintervjuene i case-studien, krever dagligvarekjedene mer stabilitet og gjerne avtaler om pris 1-2 uker på forhånd. Derfor vil mellomleddenes prispåslag kunne variere sterkt. Grossistene ser på dette som et «vinn og tap spill» der de i perioder kan tape, men der det viktige for å overleve er at de går i fortjeneste på lengre sikt. Også fiskers og butikkleddets prispåslag kan variere en god del.

#### *Risiko*

Risikoen for tap ved videresalg av fisk gjelder i særlig grad vill sjømat som selges ferskt. Fersk sjømat må omsettes raskt og er derfor mest utsatt for svingninger i verdensmarkedsprisene. Oppdrettet sjømat og frosne fiskevarer kan i langt større grad kontrolleres og omsettes når det er gunstig for aktørene. Fiskeoppdrettere har i større grad mulighet til å bestemme når fisken skal slaktes, og vet hvor mye som han/hun kan tilby. De har derfor større forutsigbarhet ved omsetningen av fisken. Fiskeoppdretterne har langt større investerings- og driftskostnader enn fiskere, og dette vil trolig forklare en del av den store differansen i prispåslagene på villfisk og oppdrettslaks.<sup>47</sup>

Ut fra at aktører som driver med omsetning av ferske fiskevarer bærer en høy risiko, vil vi forvente at de også går inn for å ha en høy «risikopremie». Ut fra vårt utvalg av varer vil dette særlig gjelde de ferske, ubearbeidete fiskevarer av torsk og sei, samt ferske reker.

#### *Prosentvise påslag i distribusjonskanaler på fisk og på kjøtt- og meierivarer*

Se stolpediagram over andelen til de ulike leddene i distribusjonskanalen på alle meierivarer samlet, i figur 6-1 nedenfor.<sup>48</sup> For de samlede resultatene av både flytende og faste meieri-

<sup>45</sup> Jamfør kapittel 5.

<sup>46</sup> Jamfør kapittel 1.

<sup>47</sup> Jamfør presentasjonen av nasjonale og regionale prispåslag på diverse fiskevarer, avsnitt 3.2.

<sup>48</sup> For hver av leddene i distribusjonskanalen på meierivarer er det beregnet prosentvise påslagene av butikkpris. Selve prispåslaget til hvert av leddene er først justert for avgifter og tilskudd. Merverdiavgiften ble trukket ut av detaljleddets prispåslag. Videre ble det lagt til forbrukertilskudd, grunnstilskudd og distribusjonstilskudd og trukket ut næringsmiddelavgiften og omsetningsavgiften av TINE Norske Meieriers prispåslag. Omsetningsavgiften er lagt til

produkter er TINE Norske Meierier og grossistleddet lagt sammen til ett ledd. Vi ser her at bondens andel var på 45% i 1983, og den økte noe frem til en topp i 1990 på 49% for deretter å gå noe ned igjen, og var på 44% i 1999. Altså totalt for perioden en nedgang på 1 prosentpoeng. Andelene til TINE Norske Meierier og grossist viser motsatte trend av andelene til produsenten. Her var andelen på 44% i 1983, og den gikk så noe ned til en bunn i 1990 på 40%, for så å øke og var på 43% i 1999, som også tilsvarer en nedgang på 1 prosentpoeng. Vi se dermed at for både produsenten og for TINE Norske Meierier og grossisten, så var andelene nærmest uforandret for de 17 årene sett under ett. Andelen til detalj for meierivarer samlet var på 12% i 1983 og fluktuerte en del videre i perioden. Generelt så var andelen til detaljleddet på sitt laveste på 10% i 1993, for så å øke og var på 13% i 1999. Det vil si at for hele perioden sett under ett økte andelen til detalj med 1 prosentpoeng. Produktgruppene flytende meierivarer og faste meierivarer viste noe ulike utviklingstrender.<sup>49</sup>

I Strand og Aas (2001) ble distribusjonskanalen på kjøtt presentert med fem ledd; fra produsent, slakting, stykning, bearbeiding og distribusjon (sett under ett, men disse kan være atskilte ledd) og detalj. Figur 6-2, vist nedenfor, viser hvor mange prosent hvert ledd i distribusjonen av alle kjøttvarer samlet fikk av butikkprisen i perioden 1989-1999.<sup>50</sup> Vi ser av figuren at andelene til bonden gikk noe ned fra 41% i 1989 til 36% i 1999. Slakterileddets andel økte noe, fra 7% i 1989 til 9% i 1999. Stykningsleddets andel fluktuerte noe i perioden, men gikk for perioden sett under ett fra 7% i 1989 til 6% i 1999. Andelen til bearbeiding og distribusjon økte mest av alle leddene, fra 22% til 30%, en økning på hele 8 prosentpoeng. Det er verdt å merke seg at andelen til bearbeiding og distribusjon økte innen både mindre foredlede og mer foredlede/bearbeidede produkter av kjøtt i løpet av tidsperioden.<sup>51</sup> Andelen til detaljleddet sank fra 24% og nådde en bunn i 1996 på 16%, for så å øke noe til 19% i 1999.

---

produsentens pris (som er inkludert grunntilskuddet), og vi fikk da produsentens restledd. Omsetningsavgiften og grunntilskuddet har blitt justert for i både TINE Norske Meieriers ledd og produsentleddet fordi disse blir overført internt.

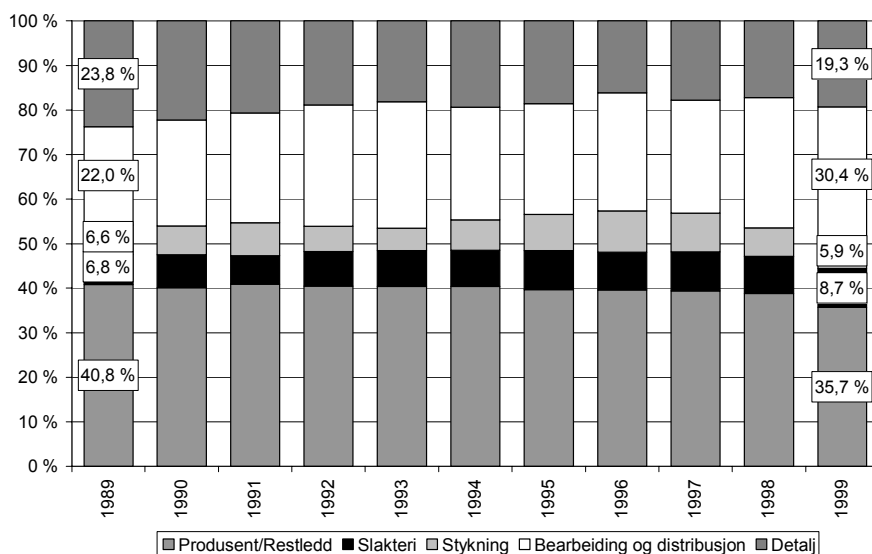
<sup>49</sup> For flytende meierivarer økte andelen til produsent fra 43% i 1983 til 45% i 1999, en økning på 2 prosentpoeng. Andelen til TINE Norske Meierier gikk ned fra 46% i 1983 til 43% i 1999, en nedgang på 3 prosentpoeng. Og til slutt økte andelen til detalj fra 11% i 1983 til 12% i 1999, en økning på 1 prosentpoeng. For de faste meieriproduktene gikk andelen til produsent ned fra 49% i 1983 til 43% i 1999, en nedgang på 6 prosentpoeng. Andelen til TINE Norske Meierier gikk opp fra 31% i 1983 til 38% i 1999, en økning på 7 prosentpoeng. Andelen til grossist var tilnærmet uforandret sett for perioden under ett med 6%. Detaljistens andel gikk noe ned, fra 14% i 1983 til 13% i 1999, en nedgang på 1 prosentpoeng.

<sup>50</sup> For hver av leddene i distribusjonskanalen på kjøttvarer er det beregnet prosentvise påslagene av butikkpris. Selve prispåslagene til hvert av leddene er først justert for avgifter og tilskudd. Merverdiavgiften er trukket ut av prispåslaget til detaljleddet. I prispåslaget til slakterileddet er det lagt til merverdiavgiftskompensasjon og grunntilskudd, og trukket ut forskningsavgift, kjøttkontrollavgift og omsetningsavgift. Omsetningsavgiften ble lagt til prisen til produsent (som inneholder grunntilskuddet), og man fikk da produsentens restledd. Omsetningsavgiften og grunntilskuddet har blitt justert for i både TINE Norske Meieriers ledd og produsentleddet fordi disse blir overført internt.

<sup>51</sup> Andelen til bearbeiding og distribusjon for produktgruppen stykket storfekjøtt økte fra 10% i 1989 til 15% i 1999, en økning på 5 prosentpoeng. For produktgruppen stykket svin økte andelen fra 9% i 1989 til 19% i 1999, som er en økning på 10 prosentpoeng. For bearbeidede produkter (pølser og pålegg) økte andelen fra 29% til hele 41% for leddet bearbeiding og distribusjon, som er en økning på 12 prosentpoeng.

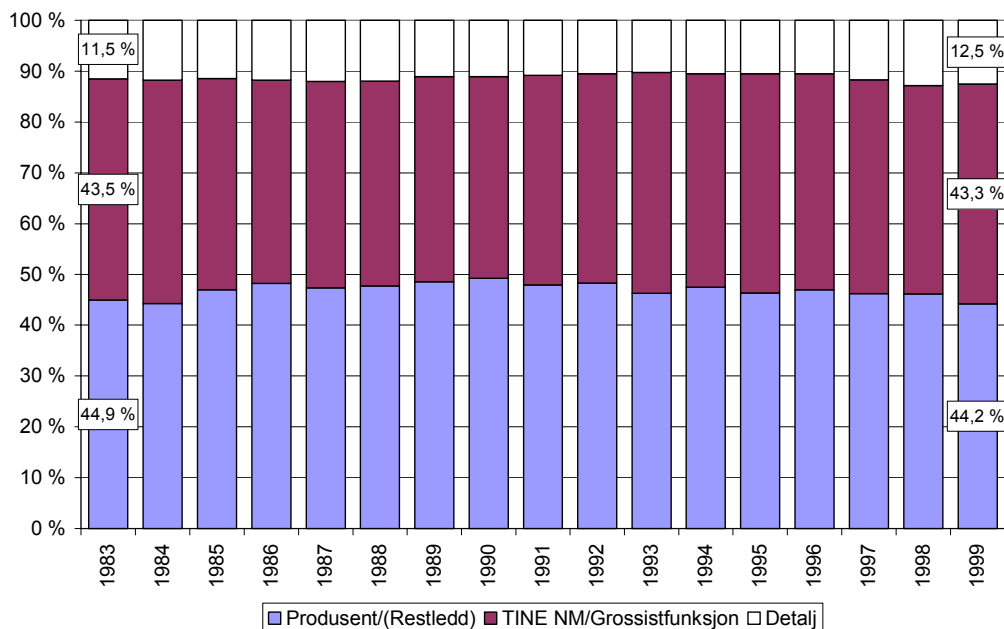


Figur 6-1 Andeler i forhold til summen av marginene for kjøttvarene samlet 1989-1999



Kilde: Strand, M. M. og Aas, E. A. 2001. Prismarginer for kjøtt 1989-1999. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr.1-2001.

Figur 6-2 Andeler i forhold til summen av marginene for meierivarer samlet 1983-1999



Kilde: Aas, E. A. og Strand, M. M. 2000. Prispåslag for meierivarer 1983-1999. Statens institutt for forbruksforskning, Arbeidsnotat nr. 12-2000.

### *Prisfokus på jordbruksvarer og varer av fisk*

I likhet med at jordbrukssektoren er sterkt gjennomregulert mens fiskebransjen styres i stor grad av markedskreftene, har det i flere år vært et sterkt fokus på sluttprisen som forbrukerne betaler på jordbruksvarer. Både fra jordbruksprodusentene og fra politisk hold er det stor interesse for hvem som har «skylden» for hvorfor prisene blir som de blir, og aktørene i distribusjonskanalene på jordbruksvarer skylder på hverandre og/eller på markedsreguleringen. Det sterke fokuset har bidratt til at alle ledd har blitt «satt under lupen» for å studere deres prispåslag og profitt, i den hensikt å sikre de allmenne interessene slik at ingen skal stikke av med store gevinster på bekostning av forbrukerne. En tilsvarende debatt og prisfokus på fisk har derimot ikke funnet sted. Det kan virke som at det er stor aksept for at prisene på fisk er nærmest utenfor den enkelte aktørs kontroll på grunn av både naturmessige forhold og verdensmarkedspriser på fisk. Fiskerne har det siste tiåret vært igjennom en større omveltning i rammebetingelser, på grunn av at ulike direkte prisstøttende tilskudd har blitt sterkt redusert.<sup>52</sup> Det kan videre virke som om mellom- og butikkledd i fiskenæringen i sterk grad viser til verdensmarkedsprisene som forklaring på høye sluttpriser, og har med dette unngått en debatt om både fortjeneste og prispåslag i egen bransje.

### *Distribusjon*

Jordbruksvarene og fiskevarene er organisert ulikt med hensyn til distribusjon. I de siste årene er tendensen at dagligvarekjedene bygger opp egne grossistfunksjoner, og ønsker å overta mest mulig av distribusjonen av varene selv. Distribusjonen av jordbruksprodukter foregår til stor del fortsatt gjennom direkte distribusjon, og med en økende andel gjennom butikkenes egne distribusjonssystemer.

Fersk fisk, både vill og oppdrettet, er svært bedervelig vare og krever raskt distribuering og uavbrutt kjølekjede. Fermisk er ikke gunstig å lagre sammen med ferske jordbruksvarer, og krever derfor adskilt transport og lagring. Distribusjonen av fermisk i Norge er kjennetegnet ved at den er svært fragmentert og er dessuten ikke landsdekkende. Mange ulike aktører er involvert i distribusjon av fermisk til ulike områder av landet. Distribusjonen av fisk til de større byene er kjennetegnet ved at den hovedsakelig går igjennom en håndfull av fiskegrossister, som kjøper inn fra langt flere leverandører fra ulike hold. For eksempel kjøper fiskegrossistene i Oslo inn fermisk fra alle kanter av landet. Grossistene har ofte faste avtaler om levering til ulike dagligvarekjeder og storkjøkken. Frosne fiskevarer skiller seg fra ferske fiskevarer med hensyn til distribusjon. Frosne fiskevarer har en lang holdbarhet, den er pakket inn i emballasje og kan transporteres med andre varer. Også frosne fiskevarer krever uavbrutt kjølekjede. Alt i alt er frossen fisk en enklere vare å håndtere, og blir i hovedsak distribuert gjennom dagligvarekjedenes egne distribusjonssystemer.

### *Sammenligning av prispåslag mellom meierivarer, kjøttvarer og fiskevarer*

Beregningene av prispåslagene er basert på samme metode for både meierivarene, kjøttvarene og fiskevarene. Det er allikevel noen vesentlige forskjeller mellom prispåslagsberegningene av meieri- og kjøttvarene på den ene siden og fiskevarene på den annen som gjør at selve prispåslagene må sammenlignes med en viss varsomhet.

For kjøttvarene og meierivarene er prispåslagene et gjennomsnitt av en rekke representative varer på nasjonalt nivå per år. Det ble beregnet prispåslag for enkeltvarer på meierivarene og for grupper av ulike type kjøttvarer, og disse resultatene ble videre vektet ut fra omsetningsstørrelser. Resultatene for fisk vises kun på enkeltvarenivå. Vi har dessverre ikke mulighet til å lage et vektet gjennomsnitt av alle fiskevarene, da vi mangler informasjon om den innenlandske omsetningen av hver av disse fiskevarene.

I tabellen nedenfor kan vi litt uhøytidelig sammenligne resultatene for jordbruksvarene og fra *casestudien på fisk fra Oslo*. Vi ser på to bearbejdede fiskevarer hvor fileteringen foregår i mellomleddene, og hvor det er noe transport. Dette sammenligner vi med bearbejdede kjøtt- og meierivarer, hvor bearbejdingen foregår i mellomleddene og hvor det er noe transport. Vi må dessverre sammenligne enkeltvarer på fisk med grupper av kjøtt- og meierivarer. Tallene for kjøtt- og meierivarene er for 1999, tallene for torsk og sei er fra Oslo i oktober 2001. Vi har

<sup>52</sup> Jamfør avsnitt 1.2.

ikke tatt med lakseprodukter siden bearbeidingen foregår hos oppdretter, slik at oppdretter og bonde ikke blir sammenlignbare ledd.

Vi ser i tabell 6-1 at både meierivarene og kjøttvarene har betydelig lavere andeler for butikkleddet enn for fisken. Dette er ikke uventet siden fisk som regel omsettes i betjente disker og har kortere holdbarhet. Vi ser videre at primærleddet er klart høyest for meierivarene, mens fisk og kjøtt ikke ligger så langt fra hverandre. Mellomleddene med bearbeidingen ligger relativt høyt for alle varene. For den rimeligste fisken, det vil si for sei, ligger mellomleddets andel i samme område som for kjøtt og meieri. Torsk har et mer typisk prisbilde for fisk, og her ligger mellomleddet klart lavere enn for kjøtt og meieri. Hvis vi ser alle byene under ett, så ligger ingen av de gjennomsnittlige tallene for butikkene lavere enn for kjøtt eller meieri. Fisk kan ha store prisvariasjoner, og noen av andelene for enkelte butikker kan ligge på samme nivå som for kjøtt og meieri. For Bergen og Tromsø kan andelen til fisker komme opp i samme nivå som bondens andel.

**Tabell 6-1 Prispåslag i prosent av butikkpris for torsk, sei, kjøtt- og meierivarer**

	<i>Fisker/Bonde</i>	<i>Mellomledd</i>	<i>Butikk</i>
Torsk, filet*	37,4 %	32,0 %	30,6 %
Sei, filet*	27,4 %	45,1 %	27,6 %
Kjøtt**	35,7 %	45,0 %	19,3 %
Meieri**	44,2 %	43,3 %	12,5 %

\* Tallene er for Oslo, oktober 2000. For torsk er fiskers andel høyere og butikkens lavere i Bergen og Tromsø, for sei er andelene svært jevne.

\*\* Nasjonale tall for varegruppen samlet, 1999

Vi har kun et mindre datasett i casestudien og dette viser til dels store variasjoner. Innenfor disse begrensningene kan vi se noen fellestrekk. Fisker og oppdretter mottar en relativt høy andel av butikkprisen. Som ventet er denne andelen som regel høyere jo kortere transportvei fisken har, noe som isolert sett ser ut til å igjen lede til lavere utsalgspris. Samtidig er det også tegn til at prisen varierer mer mellom byene enn det transportkostnadene skulle tilsi. Dette kan ha sammenheng med mindre tilgang til matauk i Bergen og Oslo, og dermed kan betalingsvilligheten for fisk være noe høyere enn i Tromsø. Det ser ikke ut til at prisen til fisker eller oppdretter reflekterer hele denne økte betalingsvilligheten, og dette kan også ses i den lavere andelen til fisker.

De *nasjonale tallene for fisk* er beregnet på en annen måte enn jordbrukstallene. Vi kan derfor ikke sammenligne nivået på andelene. Vi kan derimot sammenligne utviklingen i trenden over tid siden forskjellen i beregningsmetode er konstant over tid.

For kjøtt så vi at bondens andel falt med 5 prosentpoeng fra 1989 til 1999. For meierivarer for hele perioden fra 1983-1999 var bondens andel uendret, med variasjoner over perioden. Fra 1989 til 1999 falt bondens andel med nesten 5 prosentpoeng for meierivarene også. Legg merke til at valg av tidsperiode var avgjørende for tolkningen av resultatene.

Andelen til fisker/oppdretter har hatt en varierende utvikling for våre varer på nasjonalt nivå. Vi ser at for frossen torskefilet og frossen torskepanetter har andel til fisker steget. For den ferske fisken er bildet mer blandet. Sei filet er uendret, mens koketorsk og oppskåret laks faller. Andelen til fisker for fersk torskefilet stiger markert med 5 prosentpoeng, og reker ser også en økende andel. Andelen til fisker og oppdretter har ikke den samme entydig fallende tendensen som det bønder har opplevd på jordbruksprodukter.



## 7 Forbruk av fisk i dag og i fremtiden

Vi vil i dette kapittelet drøfte noen ulike aspekter ved forbruket av fisk, hovedsakelig basert på annen forskning og innspill fra ulike interesseparter. Videre vil vi prøve å belyse noen hovedområder der "skoen trykker" og som det burde satset sterkere på å forbedre, for å øke omsetningen og forbruket av fisk i Norge. Dette vil kun være ment som et innspill i en debatt.

### Nordmenns forbruk av fisk og kjøtt

En undersøkelse på SIFO av måltidsmønsteret til nordmenn, viser at måltidsmønsteret – både hvor ofte man spiser, hva man spiser, og hvor og med hvem man spiser – varierer med ulike livsfaser, men generelt for hele befolkningen har måltidsmønsteret holdt seg stabilt (Bugge og Døving 2000). Ser vi nærmere på ingrediensene i hva nordmenn spiser, så har tradisjonelt det norske middagsmåltidet bestått av to alternative hovedingredienser, kjøtt eller fisk. I all hovedsak er norske forbrukere fortsatt relativt tradisjonelle i sine matvaner. Blant yngre aldersgrupper ser man allikevel noen tendenser til endringer i matvaner, blant annet har forbruket av fisk og rent kjøtt gått ned, mens forbruket av kjøttprodukter har økt, i følge en SIFO undersøkelse på nordmenns matvaner på 80- og 90-tallet (Fagerli 1999).

En annen SIFO undersøkelse som har sett nærmere på holdninger og forbruk av kjøtt, viser at 37% av de spurte hadde betenkeligheter med sitt kjøttforbruk. Av disse hevder halvparten at de har endret sitt forbruk på grunn av disse betenkelighetene. Det er i særlig grad kvinner som er mest betenkt over sitt kjøttforbruk, og dessuten er folk i byene mer betenkt over sitt kjøttforbruk enn befolkningen ellers. Det faktiske forbruket til kvinner er lavere blant kvinner som bor alene, mens kvinner i parforhold spiser mer kjøtt. Derimot spiser menn like mye kjøtt uavhengig om de er enslige eller i parforhold. Folk på Østlandet spiser generelt kjøtt oftere enn folk ellers i Norge (Lien, Bjørkum og Bye 1998). En undersøkelse fra MMI på oppdrag fra Opplysningskontoret for kjøtt om trender i nordmenns spisevaner hevder at folk har en høy betalingsvillighet for naturlige matvarer, og at de i økende grad er opptatt av å redusere fettinnholdet i mat (Fagsenteret for kjøtt 2000).

Det faktiske forbruket av kjøtt er langt høyere enn forbruket av fisk i Norge, jamfør tabell 7-1. Sett over de siste 40 årene har det skjedd en del endringer i forbruket av både kjøtt og fisk. Forbruket av kjøtt økte sterkt på 60- og 70-tallet. Fra 80-tallet har forbruket av kjøtt og kjøttvarer holdt seg stabilt rundt ca. 46 kg kjøtt per person per år. Fiskeforbruket gikk ned i løpet av 60- og 70-tallet, men har siden holdt seg på et relativt stabilt nivå rundt ca. 19 kg fisk per person per år. Forbruksdataene viser en svak nedgang i konsumet av fisk gjennom 90-tallet. (Statistisk sentralbyrå. 2001. Notat Forbrukerundersøkelsen 1996-1998. Tabell 18.)

**Tabell 7-1 Forbruk av kjøtt og fisk per kg, per person per år**

Varegrupper	1958	1980-1982	1983-1985	1986-1988	1989-1991	1992-1994	1996-1998
Kjøtt og kjøttvarer	30,5	46,7	46,1	44,6	46,5	46,9	46,3
Fisk og fiskevarer	26,5	20,0	19,9	19,7	21,1	19,4	18,3

Kilde: Notat Forbrukerundersøkelsen 1996-1998. Tabell 18. Mengde pr. person pr. år av mat- og drikkevarer, etter varegruppe. Statistisk sentralbyrå. Hjemmeside: [http://www.ssb.no/emne/05/02/notat\\_200122/notat\\_200122.pdf](http://www.ssb.no/emne/05/02/notat_200122/notat_200122.pdf)

Forbruket av hvitt kjøtt har økt, og forbruksøkningen har vært spesielt kraftig i de siste par årene. I 1979 var forbruket av fjørfe på 2,7 kg per innbygger, og på 8,4 kg i 1999. Dette tilsvarer en økning på hele 311% i løpet av 20 år (Kjøttens samvirke i tall 1999, Aktuelle tall i landbruksstatistikken 1999, Kjøttets tilstand 2000).

### Forbruk av ulike fiskeprodukter

Vi vil videre se nærmere på forbruket av fisk i Norge. Tilgjengelige data på forbruk av fisk er enten basert på panelundersøkelser som estimerer forbruket til landsgjennomsnittsnivå, eller registreringer av fangstmengde etter bruken av fangsten ved 1. håndsomsetningen av fisken.

Statistisk sentralbyrås forbrukerundersøkelse er den mest omfattende kartleggingen av forbruk av fisk i Norge. Som vi ser av tabell 7-2, så ble det i perioden 1996-1998 konsumert i gjennomsnitt 18,3 kg totalt av all fisk og fiskevarer per person per år i Norge. Det ble konsumert mest fersk fisk i filet, og dette utgjorde en tredjedel av totalkonsumet. Videre ble det konsumert omtrent like mye av fryst fisk i filet og fisk konservert gjennom salting, røyking og tørking, og disse to varegruppene til sammen utgjør omtrent like mye som fersk fisk i filet.

**Tabell 7-2 Konsum av fisk og fiskevarer per person per år, 1996-1998**

Varegruppe	Kg konsumert pr. person pr. år
Totalt fisk og fiskevarer	18,3
Fersk fisk, fileter	6,3
Fryst fisk, fileter	3,0
Saltet, røykt og tørket fisk, skalldyr	3,2
Middagshermetikk av fisk	1,1
Småhermetikk av fisk	2,1
Ferske produkter av fisk	2,7

Kilde: Notat Forbrukerundersøkelsen 1996-1998. Tabell 18. Mengde pr. person pr. år av mat- og drikkevarer, etter varegruppe. Statistisk sentralbyrå. Hjemmeside: [http://www.ssb.no/emne/05/02/notat\\_200122/notat\\_200122.pdf](http://www.ssb.no/emne/05/02/notat_200122/notat_200122.pdf)

Statistikk over fangstmengde etter bruken av fangsten for siste halvdel av 90-tallet indikerer at vi spiser generelt mindre av fersk fisk og mer av bearbeidet fisk.<sup>53</sup> Fangstmengden etter bruken av fangsten utgjorde 2 682 000 tonn i 2000. Dette er omtrent samme nivå som det har ligget på i hele den siste halvdel av 90-tallet. Derimot har fiskemengden til ulik bruk endret seg radikalt. Dette vil si at det har vært en vridning i forbruket av ulike fiskevarianter. Det har skjedd en stor nedgang fra 1996 da fersk fisk utgjorde 33% av fangstmengden etter bruken av fangsten, til i år 2000 å kun utgjøre 6,5%. Motsatt har mengden av fisk til frysing, farse og rogn gått fra å utgjøre 17,6% av den totale fangstmengden i 1996 til hele 43,4% i 2000. Andelen av fangstmengden som går til mel, olje, dyre- og fiskefôr har hatt en økning fra å utgjøre 36,7% i 1996 til 41% i 2000 (Statistisk sentralbyrå, foreløpige tal per 6. februar 2001, målt i 1000 tonn).

Vi vil videre presentere estimert husholdskonsum fra Gfk Norge. Disse dataene er trolig noe underestimert med hensyn til Norges befolknings totale konsum av fisk, men gir allikevel gode indikasjoner på forbrukstrendene.<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Registreringen ved 1. håndsomsetningen av fangstmengden etter bruken av fangsten er kun en *antatt* bruk av fangsten, og det er også usikkerhet vedrørende om fisken skal selges i Norge eller eksporteres. Disse dataene er derfor noe usikre med hensyn til det reelle forbruket av fisk og fiskevarer i Norge.

<sup>54</sup> Vi gjør oppmerksom på at dette estimerte konsumet av fisk og skalldyr er basert på paneldata fra 1500 familier som registrerer alt konsum kontinuerlig, og kan avvike noe fra det reelle konsumet for hele Norges befolkning. Den totale mengden fisk som er konsumert er trolig underestimert. Dette skyldes blant annet at aggregeringen fra panelutvalget til total konsumert for norske husholdninger tar blant annet ikke hensyn til økningen i antallet husholdninger de siste årene. I dataene fra Gfk Norge er det dessuten ikke registrert fisk som er fanget selv eller fått i gave. Det blir heller ikke registrert fisk konsumert utenfor hjemmet, det vil si i restauranter og storbusholdning, samt utlendingers kjøp/konsum av fisk i Norge (Eksportutvalget for fisk).

**Tabell 7-3 Estimert totalt husholdningskonsum av fisk i Norge**

Estimert totalt husholdningskonsum i Norge	Totalt all sjømat i tonn	Totalt for laks og alle fiskevarer av laks i tonn	Totalt for torsk og alle fiskevarer av torsk i tonn	Totalt for sei og alle fiskevarer av sei i tonn	Totalt for reker og alle fiskevarer av reker i tonn
1995	58.468,44	3.584,04	10.321,33	5.626,17	5.185,76
1996	64.094,47	4.418,33	11.751,05	5.546,78	5.550,10
1997	65.333,96	4.173,28	11.867,54	6.093,12	6.107,32
1998	65.336,20	3.830,48	10.430,57	5.425,55	6.022,16
1999	67.145,39	5.154,77	10.499,46	4.951,91	6.581,12
2000	69.085,10	5.142,90	10.967,57	5.807,00	7.327,37

Kilde: Eksportutvalget for fisk, estimert husholdningskonsum fra Gfk Norge

Som vi ser i tabell 7-3 over så har det estimerte totalforbruket målt i tonn (som viser totalt forbruk av omsatt fisk i detalj) blant norske husholdninger for all sjømat økt jevnt fra 1995 og frem til 2000. Forbruket av torsk målt i tonn har variert noe fra år til år, men har generelt vært på et relativt stabilt nivå over denne perioden. Det totale forbruket av torsk målt i tonn utgjorde ca 18% av det totale forbruket av sjømat i Norge i begynnelsen av denne perioden, men har gått ned til ca 16% i siste halvdel av perioden. Av fiskeslagene vi ser på i denne rapporten selges det mest av torsk i Norge målt i tonn, i følge det estimerte husholdskonsumet. Forbruket av laks målt i tonn har økt betraktelig fra 1995 til 2000, unntaket var i 1998 da forbruket gikk ned for så å øke betydelig året etter. Av det totale forbruket av sjømat målt i tonn har det totale forbruket av laks økt fra å utgjøre 6% til 7% i løpet av perioden. Forbruket av sei målt i tonn har holdt seg relativt stabilt i denne perioden, med noen mindre variasjoner fra år til år. Det totale forbruket av sei målt i tonn utgjorde ca 10% av det totale forbruket av sjømat i Norge i 1995, og har sunket noe i løpet av perioden og utgjorde ca 8% i 2000. I 1999 var forbruket målt i tonn av laks for første gang noe større enn forbruket av sei, men året etter lå forbruket av laks litt under forbruket av sei. Det har vært en økning i forbruket av reker målt i tonn i løpet av perioden 1995 til 2000. Av det totale forbruket av sjømat målt i tonn sto reker for ca 9% i begynnelsen av perioden, og andelen har økt til ca 10% for de to siste årene. Ut fra forbruket målt i tonn av omtalte fiskeslag for 1995-2000 ser det dermed ut til at laks har blitt omtrent like vanlig å spise i norske husholdninger som sei. Forbruket av torsk ligger langt over de andre fiskeslagene vi ser på her. Forbruket av reker ligger noe over forbruket av sei og laks i norske husholdninger.

Det estimerte forbruket i tabellen ovenfor er ikke inklusiv fisk som ikke er omsatt, det vil si som er fanget selv eller fått i gave. Forbruket av fisk som er fanget selv eller fått i gave antas å utgjøre ca 20-30% av det totale forbruket av fisk i Norge (Døving 1997). En nyere undersøkelse viser at andelen fisk som folk får gratis varierer mye mellom landsdeler, og at denne andelen er størst i Nord-Norge og videre nesten like stor på Vestlandet. Derimot fikk husholdningene på Østre Østland en langt lavere andel fisk gratis (Olsen og Kristoffersen 1999).

### Hva skal vi ha til middag?

En undersøkelse om forbruk, anskaffelse og holdninger til fisk, med et utvalg på 1450 husholdninger, viser at det er mest vanlig å spise fersk kjøtt, kylling eller kjøttmat til middag – noe i underkant av en gang i uken. Nesten like vanlig er det å spise frossen kjøtt, kylling eller kjøttmat. Fersk fiskemat spises litt sjeldnere enn annen hver uke. Frossen fisk ble spist litt oftere enn en gang i måneden. Både fersk fisk og frossen fiskemat spises enda sjeldnere, ca en gang i måneden for hver av produktene (Olsen og Kristoffersen 1999).

Forbruket av fisk varierer mellom landsdeler, og folk i Nord-Norge spiser oftest fisk og fiskemat (både fersk og frossen), totalt 3 ganger i uken i gjennomsnitt. Forbruket av fisk er noe mindre på Vestlandet, ca 2,5 ganger i uken, i Trøndelag er det 2,4 ganger i uken, og på Østlandet og på Sørlandet spises fisk totalt 2 ganger i uken. Preferansene blant husholdningene for fersk fisk synes å være høyest blant folk fra Nord-Norge, og preferansene for frossen er størst i Trøndelag, relativt sett. Husholdningene på Østlandsområdet, Sørlandet og Vestlandet spiser omtrent like mye av fersk og frossen fisk og fiskemat (Olsen og Kristoffersen 1999).

En undersøkelse for Eksportutvalget for fisk viser samme trekk, med at kjøtt har en høyere posisjon i forbrukernes bevissthet som middagsmat enn det fisk har. Folk ser ut til å spise fisk sjeldnere enn før. På spørsmål om hvor ofte personene i utvalget<sup>55</sup> hadde spist fisk til middag siste uken, var det en økning i antallet som ikke hadde spist fisk (fra 14% i 1995 til 20% i 2000). Andelen som har spist fisk en gang siste uke har økt (fra 23% i 1995 til 32% i 2000). Det har ikke vært endringer i andelen som spiser fisk to ganger i uken, ligger på 31%. Andelen av utvalget som har spist fisk tre ganger har gått ned (fra 19% i 1995 til 11% i 2000). Det er relativt få som spiser fisk fire og fem ganger i uken, og andelen har også gått ned. I undersøkelsen kom det frem at eldre personer spiser fisk oftere enn yngre personer, og at i alderen 25-39 år var det hele 30% som svarte at de ikke hadde spist fisk sist uke. Det var også geografiske skiller i forbruket av fisk som middagsmat, der folk på Østlandet, med unntak av Oslo/Akershus, spiste fisk til middag sjeldnere enn andre. Videre så man en klar sammenheng mellom holdninger til fisk og forbruk av fisk, der de med mest positive holdninger spiste fisk oftere enn andre (Eksportutvalget for fisk. Resultater fra omnibus-undersøkelse. 07.03.2000).

Som vi ser i tabell 7-4 nedenfor er det ønske om variasjon som oppgis som den viktigste grunnen til at ikke folk spiser fisk oftere, men andelen som svarte dette var mindre enn i 1995. Deretter var dårlig tilgjengelighet årsaken til at de ikke spiste fisk oftere, dette gjaldt spesielt dårlig tilgjengelighet av fersk fisk og ikke i like stor grad tilgjengelighet av frossen fisk. At de ikke likte fisk personlig eller at familien ikke likte fisk var også en viktig begrunnelse for mange. Denne ser ut til å være langt mindre viktig begrunnelse i 2000 enn fem år tidligere. Det var også en god del som syntes av fisk var for dyrt, men det er færre som syntes dette i 2000 enn i 1995. Det er relativt få som svarer at de ikke spiser fisk oftere på grunn av at det er tungvint/tar for lang tid å lage, at fisk er kjedelig eller at det er dårlig kvalitet på fisken. (Eksportutvalget for fisk. Resultater fra omnibus-undersøkelse. 07.03.2000).

**Tabell 7-4 Årsaker til at folk ikke spiser mer fisk**

Hva er for deg de 3 viktigste grunnene til at du ikke spiser fisk oftere?	Februar 2000 (Tot. 1007 besvarelser)	Des. 1995 (Tot. 996 besvarelser)
Ønsker variasjon	28 %	33 %
Dårlig tilgjengelighet, av dette:	23 %	20 %
- i ferskvaredisken	12 %	-
- i frysedisken	3 %	-
Familien/barna liker ikke, eller at jeg liker ikke fisk	23 %	49 %
Fisk er dyrt, annen mat er billigere	17 %	25 %
Vane/tradisjon	9 %	7 %
Tungvint/tar for lang tid å lage	5 %	14 %
Kjedelig mat	4 %	14 %
For mye bein	4 %	4 %
Dårlig kvalitet	2 %	4 %
Andre svar	24 %	16 %
Vet ikke/ikke besvart	10 %	10 %
Sum svar	149 %	196 %

Kilde: Eksportutvalget for fisk. Resultater fra omnibus – undersøkelse. Utført av Bates Rådgivning, 07.03.00.

Det er helt tydelig ulike oppfatninger om fisk mellom yngre og eldre personer. Av personer mellom 15-24 år, svarte hele 30% at de ikke liker fisk. Litt over 60% av utvalget syntes at fisk var spennende mat, men det var først og fremst de eldre som syntes dette, mens småbarnsforeldrene syntes fisk var mindre spennende enn resten av befolkningen. Eldre personer syntes at det var lettere å variere fiskemat enn det yngre personer syntes, og kvinner syntes det var lettere å variere enn menn, og familier med lav inntekt syntes det var lettere å variere fiskemat enn familier med høy inntekt. Litt over 70% av utvalget svarte at de syntes fisk/fiskeretter var lett å tilberede. Det var forskjeller innen utvalget, der eldre personer syntes det var enklere å tilberede fisk/fiskeretter enn yngre personer, og kvinner syntes det var enklere å tilberede fisk/fiskeretter enn menn. Generelt er det de eldste personene som har mest

<sup>55</sup> Utvalget besto av et landsrepresentativt snitt på 1 007 personer i alderen fra 15 år og over, som ble intervjuet i februar 2000.



positive holdninger til fisk, og de yngste personene som har de mest negative holdninger til fisk. Konklusjonen av denne undersøkelsen var at folks holdninger til fisk og spisevaner med hensyn til fisk ikke ser ut til å ha endret seg de siste årene (Eksportutvalget for fisk. Resultater fra omnibus-undersøkelse. 07.03.2000).

### **Forbrukernes holdninger til fisk og syn på tilgjengelighet**

Olsen og Kristoffersen (1999) har gjort en undersøkelse av forbruk, anskaffelse og holdninger til fersk versus frossen fisk. De har blant annet sett nærmere på forbrukernes preferanser for fersk og frossen fisk fra ulike distribusjonskanaler. Resultatene viser, kanskje ikke så overraskende, at superfersk fisk fra fisker og hjemme-frosset fisk foretrekkes fremfor andre anskaffelsesmåter for fisk. Hele 71% av de spurte at de liker svært godt superfersk fisk fra fisker, og til sammen hele 92% likte denne fisken fra fisker enten godt, meget godt eller svært godt. Til sammen 82% av husholdene svarte at de enten liker godt, meget godt eller svært godt fersk fisk fra fiskebutikk. Av de spurte var det til sammen 56% som likte fersk fisk fra supermarkedet enten godt, meget godt eller svært godt. På spørsmål om preferanser for frossen fisk fra ulike kanaler, henholdsvis hjemme-frosset fisk, frosset fisk fra butikk, og frosne fiskepinner fra butikk, svarte totalt henholdsvis 79%, 58% og 36% at de likte fisk fra nevnte kanaler enten godt, meget godt eller svært godt. For frosne fiskepinner fra butikk svarte hele 27% at de likte disse svært dårlig.

Videre så Olsen og Kristoffersen (1999) på forbrukernes oppfatninger av kvaliteten på frossen versus fersk fisk viser at 90% av respondentene i en undersøkelse vurderer fersk fisk for å være av høy kvalitet og 85% mener at fersk fisk har bedre smak enn frossen fisk. Allikevel svarer hele 64% at frossen fisk er en god erstatning for fersk fisk, og nesten like mange mener at frossen fisk har god kvalitet.

Forbrukernes opplevde tilgjengelighet av ulike fiskeprodukter og hvor lett det er å tilberede disse produktene (blir her kalt for "bekvemmelighetsdimensjon"), viser at det er frosne fiskepinner som oppfattes å være mest bekvemmelig. Deretter kom frosset fisk fra butikk, videre hjemmefrosset fisk, fersk fisk fra supermarkedet og til sist fersk fisk fra butikk. De to siste ble vurdert som nesten like i bekvemmelighet. Denne bekvemmelighetsvurderingen av de ulike fiskevarene ser ut til å slå likt ut for ulike aldre. Unntaket er for fersk fisk i fiskebutikk, som de over 55 år synes er mer bekvemmelig enn de som er yngre (Olsen og Kristoffersen 1999). Dette indikerer at mange anser det som både vanskelig å få tak i fersk fisk og/eller vanskelig å tilberede fersk fisk. Manglende kunnskap om rensing og tilberedning av fisk fører til at mange velger andre matvarer isteden for fersk fisk. Derimot er det en positiv sammenheng mellom alder og kunnskap om fisk, der de eldste kunne mer og varierte mer med fisk enn de yngre (Olsen 1989).

Mange forbrukere hevder at hvis tilgjengeligheten av fersk fisk ble bedre, samt at de fikk tilgang på mer praktiske pakninger av fersk fisk i mindre porsjoner, ville de kjøpe mer fersk fisk produkter. Svært mange, 63% av respondentene i undersøkelsen om forbruk, anskaffelse og holdninger til fisk, svarer at de ville ha kjøpt mer fersk fisk dersom det var lettere å få tak i. Nesten halvparten av husholdningene, 47%, sa at de savnet fersk fisk/fiskefilet i forbruker-vennlige pakninger i kjøledisken. Det siste var ansett å være et større savn/behov i sentrale strøk og på Østlandet (Olsen og Kristoffersen 1999).

Også svenske forbrukere ser ut til å være misfornøyd med tilgjengelighet på fersk fisk. Til tross for positive holdninger til fisk har forbruket av fisk i Sverige sunket på 90-tallet. Unntaket er laks, som nå har en svært lav pris sammenlignet med annen fisk – for laksen har faktisk forbruket økt. En markedsundersøkelse viser at mange svenske forbrukere er misfornøyd med at det i deres dagligbutikker ikke selges fersk fisk. Her spiller både alder og kjønn en vesentlig rolle. Det er særlig de eldre kvinnene som er mest misfornøyd med manglende fersk fisk i butikkene, mens de yngre mennene ikke er opptatt av dette – de spiser da også kun litt frossenfisk en gang i blant. Stamkundene til både lavprisbutikker, stormarkeder og dagligvarebutikker er misfornøyd med at deres butikk ikke har fersk fisk, men sistnevnte butikk-konsept har en mindre andel misfornøyd stamkunder på grunn av manglende fersk fisk enn de andre konseptene (Supermarked, Dagens Konsument, mai 2000, s.5).

### *Hva så med prisaspektet på fisk?*

Husholdningenes samlede vurdering av egenskapene pris og verdi av ulike fersk og frosne fiskevarianter har også blitt undersøkt. Ut fra disse skalaene av økonomiske faktorer var det kun hjemmefrosset fisk som fikk en positiv vurdering. Fiskepinner hadde en nøytral vurdering, mens både fersk og frossen fisk fra butikk fikk en svak negativ vurdering på de økonomiske faktorene (Olsen og Kristoffersen 1999). Dette betyr at både fersk og frossen fisk fra butikk ble vurdert av husholdningene å tendere mot å være for dyr og/eller at det gav lite verdi for pengene.

Olsen (1998) påpeker at særlig blant eldre folk anser fisk for å være et produkt som skal være "billig", noe som henger sammen med at det tidligere var ansett som fattigmannskost. Dessuten ser en del personer på fisk, på samme måte som for eksempel på bær og vilt, som mat som man egentlig kan skaffe til veie selv og av den grunn ikke burde koste særlig mye (Hågå 1989).

Døving (1997) undersøkte hvorfor folk ikke spiste mer fisk. Besvarelsene spredte seg over et vidt spekter av begrunnelser og hadde ingen hovedtendens. Bare 9% svarte at pris var avgjørende for hvorfor de ikke spiste mer fisk hjemme. Sammenligner vi dette med en nyere undersøkelse for Eksportutvalget for fisk, som omtalt og vist i tabell ovenfor, var det en noe større andel som mente at fisk var for dyrt sammenlignet med andre matvarer.

### **Fiskeforbruket, fordelt på alder, nå og i fremtiden**

Det ser ut til å være en sammenheng mellom alder og forbruk av fisk, der eldre spiser mer fisk enn yngre personer (Døving 1997). Forbruket av ulike produkter av fisk varierer også med alder. "Tradisjonell fisk i tradisjonell form" spises oftest av eldre. De yngre spiser mest fiskemat (Olsen 1989). En utvalgsundersøkelse fra 1999 om forbruk av fisk viser at i husholdninger i aldersgruppen 20-29 år spises det totalt fersk fisk, frossen fisk og fiskemat 1,5 ganger per uke. Husholdningene i alderen fra 30-54 år spiser totalt av all fisk i overkant av 2 ganger i uken. De i aldersgruppen 55-64 år spiser totalt all fisk 3 ganger i uken, og de over 65 spiser fisk noe over 3 ganger i uken (Olsen og Kristoffersen 1999).

Ser vi på endringene i forbruket av fisk i et lengre perspektiv, for perioden 1976/77 til 1994/95, basert på forbruksundersøkelsen 1976/1995, ser vi at forbruket av ren fisk i aldersgruppene under 35 år og blant de fra 35-55 år har gått ned. De over 55 år har ikke endret sitt forbruk for perioden sett under ett, og har et langt høyere forbruk enn de yngre aldersgruppene. Forbruket av fiskeprodukter har blitt redusert for de under 35 år, mens det har holdt seg stabilt for de mellom 35-55 år. Forbruket av fiskeprodukter blant de over 55 år – som i utgangspunktet i starten av perioden lå langt over de andre aldersgruppene – har videre økt sterkt i siste del av perioden (Fagerli 1999).

Forbruket av fisk, basert på Gfk Norge sine paneldata, viser også at ulike aldersgrupper har ulikt forbruk av fisk. Det estimerte totale konsumet av fisk og fiskevarer blant norske husholdninger, som vist i tabell 7-5 nedenfor, er fordelt på ulike aldersgrupper etter husmors alder. Disse forbruksdataene sier ikke noe om forbruket per person. Det totale forbruket av fisk og fiskevarer er størst blant norske husholdninger der husmor var fra 60 år og oppover. Minst av alle var forbruket til husholdningene der husmor var fra 16-29 år. Vi ser dermed at det generelt var en positiv sammenheng mellom forbruk av fisk og alder, ved at det ble konsumert mer fisk desto eldre husmor var. Vi må ikke uten videre tolke disse dataene som det korrekte forbruket i den norske befolkning fordelt på aldersgrupper, da Gfk Norge sine paneldata har en alderssammensetning som trolig vil avvike noe fra sammensetningen i den norske befolkning.

**Tabell 7-5 Estimert totalt konsum i norske husholdninger, etter husmors alder, i 2000**

Husmors alder	Totalt konsum i tonn
16-29	5.116,69
30-39	10.112,65
40-49	14.092,83
50-59	11.900,53
60 +	27.862,40
Totalt	69.085,10

Kilde: Eksportutvalget for fisk, estimert husholdningskonsum fra Gfk Norge.

#### *Kan vi si noe om fremtidig forbruk av fisk i Norge?*

Det er mange aspekter som påvirker forbruket av fisk, og dette gjør at det er vanskelig å anslå med sikkerhet hvordan forbruket av fisk og fiskevarer vil utvikle seg i tiårene som kommer. Forbruket av fisk har i stor grad blitt påvirket av faktorer som fiskens status blant forbrukerne (om den har blitt ansett for å være billig mat eller festmat, og ikke minst synet på fiskens næringsverdi/helsemessig verdi), utviklingen i økonomien og folks personlige økonomi, tilgjengeligheten og prisutviklingen på fisk og prisutviklingen på substitutter. Ser vi på det totale forbruket av fisk og fiskevarer i landet vil også den demografiske utviklingen påvirke dette. Noen av disse aspektene, som forbrukernes holdninger til fisk, vil bli nærmere omtalt senere i kapittelet. Det er sannsynlig at disse faktorene også vil være med å påvirke forbruket av fisk fremover.

Vi vil gjøre et lite eksperiment der vi kun forholder oss til en av faktorene nevnt ovenfor som kan være med å påvirke forbruket av fisk i fremtiden, nemlig den demografiske utviklingen. Dagens forbruk av fisk innen ulike aldersgrupper, basert på Gfk Norge sine paneldata vist i tabell 7-5 ovenfor, viser at det samlede konsumet av fisk og fiskevarer blant norske husholdninger der husmor er ung er langt lavere enn det samlede konsumet i husholdninger der husmor er eldre. Ut fra denne fordelingen av totalt forbruk av fisk og fiskevarer i husholdninger i år 2000, kan man spekulere i to mulige scenarier med hensyn til fremtidig forbruk av fisk. Scenario 1) Også i fremtiden vil folks forbruk av fisk være lavt mens de er unge og øke etter hvert som de er eldre. Dette innebærer at forbruket av fisk er avhengig av livssyklusen til den enkelte. Scenario 2) Det forbruket de ulike aldersgruppene konsumerer i dag vil være det samme som disse gruppene vil konsumere i fremtiden. Dette er to tiltenkte muligheter som vil få stort utslag i det totale forbruket av fisk. Vi vil gå nærmere igjennom disse nedenfor.

Ut fra disse to mulige forbruksutviklingene for ulike aldersgrupper kan vi gjøre noen grove beregninger for fremtiden som kan indikere mulige utviklingstendenser. Vi må da først finne forbruket i de ulike aldersgruppene per person i 2000. For å få omregnet de totale forbrukstallene i de ulike aldersgruppene fra Gfk Norge til forbruk per person innen de ulike aldersgruppene har vi benyttet statistikk på faktisk antall personer i ulike aldersgrupper i 2000 (Statistisk årbok 2000, tabell 109 Folkemengde, etter alder pr. 1. januar. Registrert 2000. Framskrevet til 2050). Vi gjør oppmerksom på at disse ulike datakildene har ulikt utgangspunkt for aldersgrupperingene. Statistisk sentralbyrå viser det faktiske antallet personer i ulike aldersgrupper. Derimot viser Gfk Norge sine aldersgrupperinger forbruket i ulike grupper av husholdninger kategorisert etter husmors alder, og dette betyr at det innen hvert hushold kan være andre personer tilhørende husholdet, både voksne og barn, som ikke er i samme alderskategori som husmor. Dette tilsier at det ikke er korrekt å sammenligne denne statistikken med faktisk antall personer i ulike aldersgrupper. Vi har allikevel for dette grove estimatet av forbruk valgt å anta at forbruket av fisk i hushold etter husmors alder tilsvarer forbruket av fisk i ulike aldersgrupper, i mangel av bedre data. Vi mener at disse dataene kan brukes for å si noe om tendenser i forbruket, selv om de beregnede forbrukstallene per person ikke er pålitelige. For hushold uten hjemmeboende barn vil antagelig ikke denne antagelsen være radikalt feil. For husholdsgrupper med hjemmeværende barn, det vil si hovedsakelig aldersgruppene 20-29 år, 30-39 år og 40-49 år, vil det omregnede forbruket per person være noe høyere enn faktisk forbruk for personer i disse aldersgruppene på grunn av at barnas forbruk også er regnet med. Ut fra antall personer og forbruk i ulike aldersgrupper får vi da følgende forbruk per person i 2000.

**Tabell 7-6 Estimert forbruk per person i ulike aldersgrupper, 2000**

2000			
År	Antall personer	Totalt forbruk i kg	Forbruk i kg pr. person
15-29	877000	5116690 <sup>1</sup>	5,83
30-39	678000	10112650	14,92
40-49	622000	14092830	22,66
50-59	540000	11900530	22,04
60 +	867000	27862400	32,14
sum	3584000	69085100	19,28

<sup>1</sup> Dette forbruket er hentet fra Gfk Norges inndeling i husholdninger der husmor er fra 16-29 år, mens antall personer gjelder for 15-29 år. Antagelig vil dette innebære et lite avvik (en liten undervurdering) fra et tilsvarende forbruk i husholdninger der husmor er fra 15-29 år.

Ut fra disse grove beregningene ser vi at de yngste aldersgruppene i tabellen har langt lavere forbruk enn den aller eldste aldersgruppen. Vi ser at det vektete gjennomsnittlige forbruket av hele befolkningen per person er etter denne grove beregningen ca 1 kg høyere enn vist i tabell 7-1 - som viser gjennomsnittet for 1996-1998 fra forbrukerundersøkelsen til Statistisk sentralbyrå. Vi har desverre ikke mulighet til å si om dette avviket mellom datakildene på forbruk av fisk skyldes svakheter ved forbruksmålingene eller om det indikerer en reell økning i forbruket, noe som Gfk Norges estimerte forbruk på landsnivå som vist i tabell 7-3 indikerer. Vi minner igjen om usikkerheten i Gfk Norges estimerte landsgjennomsnitt som omtalt tidligere. Vi vil påpeke at denne beregningen ikke må tas som reelle forbrukstall per person, men skal kun benyttes til å antyde tendenser i fremtidig utvikling i forbruk av fisk.

*Scenario 1: Antar at forbruket av fisk vil holdes stabilt som i dag i ulike aldersgrupper, det vil si at forbruket per person øker med alder.*

Her antar vi at fiskekonsumet vil øke etter som vi blir eldre. Kanskje skjer det en økt bevissthet rundt helse og mat jo eldre man blir. Dette kan forklares med at forbrukerne blir mer opp-tatt av sin egen helse eller på grunn av at de har fått barn som de ønsker at skal ha et sunt kosthold. Forbruket av fisk vil dermed øke jo eldre man blir. I et estimat over fremtidig forbruk i ulike aldre tar vi utgangspunkt i hva forbruket var per person i 2000 som vist i tabell 7-6 over, og holder dette fast innen tilsvarende aldersgrupper i fremtiden. Antall personer for 2010 og 2030 er fra fremskrivninger av befolkningen (Statistisk årbok 2000, tabell 109 Folkemengde, etter alder pr. 1. januar. Registrert 2000. Framskrevet til 2050). Vi kan da beregne et totalforbruk i tilsvarende aldersgrupper for 2010 og 2030.<sup>56</sup>

**Tabell 7-7 Estimert forbruk per person i ulike aldersgrupper, 2010**

2010			
År	Antall personer	Totalt forbruk i kg	Forbruk i kg pr. person
15-29	886000	5169199	5,83
30-39	639000	9530949	14,92
40-49	683000	15474924	22,66
50-59	608000	13399115	22,04
60 +	996000	32008017	32,14
sum	3812000	75582204	19,83

<sup>56</sup> Barn og ungdom vil i år 2000 inngå som en del av de husholdningene som vi ser på, men vi kjenner selvfølgelig ikke til hvordan forbruket til disse vil være når de selv danner husholdninger i fremtiden. Dessuten vil vi ha en inn- og utvandring fremover som påvirker sammensetningen av mennesker innen hver aldersgruppe, og det vil trolig påvirke forbruket av fisk per person i ulike aldersgrupper. Dette har vi ikke mulighet til å innberegne i disse enkle modellene.

**Tabell 7-8 Estimert forbruk per person i ulike aldersgrupper, 2030**

2030			
År	Antall personer	Totalt forbruk i kg	Forbruk i kg pr. person
15-29	869000	5070016	5,83
30-39	668000	9963496	14,92
40-49	607000	13752971	22,66
50-59	632000	13928028	22,04
60 +	1397000	44894778	32,14
sum	4173000	87609288	20,99

Vi vet at i tiårene som kommer vil Norge, i likhet med svært mange andre land, oppleve en eldrebølge<sup>57</sup>. Ut fra antagelsene her om at forbruket av fisk i ulike aldre vil i fremtiden være likt dagens nivå per person, vil økningen i antallet eldre medføre en sterk økning i det totale forbruket av fisk i Norge fremover. Dettens skyldes at selv om de yngre gruppene (som vi antar vil spise lite fisk også i fremtiden) øker i antall personer i fremtiden, vil økningen i personer i de eldre aldersgruppene (som vi antar spiser langt mer fisk også i fremtiden) øke sterkere i antall. Derfor får vi en økning i det totale forbruket av fisk i disse aldersgruppene både sammenlagt og per person. Ut fra scenario 1 øker det totale forbruket med ca 9% i løpet av det første tiåret, og økningen er på ca 27% fra 2000 til 2030. Vi minner om at disse prognosene er høyst usikre og bygger på flere usikre grunndata og forenklinger.

*Scenario 2: Antar at forbruket av fisk som folk i ulike aldre har i dag vil være det samme som disse menneskene har i fremtiden.*

Her antar vi at dagens yngre befolkningsgrupper vil fortsette å spise sammen mengder fisk som de gjør i dag, også etter hvert som de blir eldre. Tilsvarende vil de andre aldersgruppene også spise like store mengder fisk i fremtiden som de gjorde i 2000. Det totale forbruket vil da kun bestemmes ut fra hvordan alderssammensetningen utvikler seg. Vi tar fortsatt utgangspunkt i beregnet forbruk per person i 2000 for ulike aldersgrupper og fremskrivningene av ulike aldersgrupper i befolkningen. I denne beregningen følger vi kun samme kohorter som i 2000 for tiårene fremover. Ut fra denne antagelsen kan vi ikke si noe om hva nye kommende yngre grupper vil konsumere per person. Derfor vil det totale antallet personer i de kohortene (de aldersgruppene) vi følger bli stadig mindre, på grunn av økt dødelighet desto høyere alder.

**Tabell 7-9 Estimert forbruk per person i ulike aldersgrupper, 2010**

2010			
År	Antall personer	Totalt forbruk i kg	Forbruk i kg pr. person
25-39	919000	5361731	5,83
40-49	683000	10187227	14,92
50-59	608000	13775628	22,66
60-69	503000	11085123	22,04
70 +	493000	15843325	32,14
sum	3206000	56253035	17,55

<sup>57</sup> Fremskrivninger av befolkningens mengden i Norge viser en prognose der den totale befolkningen øker fra 4 474 000 i 2000 til 5 220 000 i 2050. Når vi ser på størrelsen av ulike aldersgrupper for årene frem til 2050, ser vi at den andelen av befolkningen som er fra 60 år og over utgjør en stadig større andel av den totale befolkningen. I denne prognosen vil aldersgruppen fra 15-29 år reduseres fra å utgjøre 19,6% av befolkningen i 2000, til 18,9% i 2010, 17,6% i 2030, for så at andelen øker svakt til 17,8% av befolkningen i 2050. Aldersgruppen 30-39 år utgjorde 15,2% av befolkningen i 2000, og andelen antas å gå ned til 13,6% i 2010, 13,1% i 2030 og til 12,1% i 2050. Aldersgruppen 40-49 år utgjorde 13,9% av befolkningen i 2000, og denne andelen antas å øke til 14,6% i 2010, for så å gå ned til 11,9% i 2030, for så igjen å øke til 12,3% av befolkningen i 2050. Aldersgruppen 50-59 år utgjorde 12,1% av befolkningen i 2000, og andelen antas å øke til 13% i 2010, gå noe ned igjen til 12,4% i 2030 og deretter øke svakt igjen til 12,7% i 2050. I den eldste aldersgruppen, fra 60 år og over, ser man en drastisk utvikling i fremskrivningen. Fra å utgjøre 19,4% av befolkningen i 2000, vil andelen øke til 21,2% i 2010, til hele 27,5% i 2030 og videre øke til 28,4% av befolkningen i 2050 (Tabell 109. Folkemengde, etter alder pr 1. januar. Registrert 2000. Framskrevet til 2050. Statistisk Årbok 2000).

**Tabell 7-10 Estimat over forbruk per person i ulike aldersgrupper, 2030**

2030			
År	Antall personer	Totalt forbruk i kg	Forbruk i kg pr. person
45-59	926000	5402571	5,83
60-69	627000	9351964	14,92
70-79	478000	10830181	22,66
80 +	292000	6435101	22,04
Sum	2323000	32019818	13,78

Ut fra disse beregningene ser vi at i likhet med at befolkningen reduseres, så reduseres også det totale forbruket. Det totale forbruket av fisk vil reduseres med ca 19% fra 2000 til 2010 for de kohortene vi følger. I et 30 års perspektiv viser disse beregningene at det totale forbruket halveres innen de kohortene vi følger fra 2000 til 2030. Det vektete gjennomsnittlige forbruket for alle aldersgruppene samlet viser også at forbruket går ned, fordi at de eldste aldersgruppene som spiser mest fisk er de som har høyest dødelighet. Dermed vil forbruket i de yngste alderskohortene vi følger relativt sett slå sterkere ut i det vektete gjennomsnittet. Vi minner om at dette ikke er snakk om det totale forbruket til hele landets befolkning, men at vi i scenario 2 kun ser på utviklingen innen aldersgrupper som var fra 15 år og over i 2000, og som da vil være fra 45 år og over i 2030.

Vi har nå sett på to mulige utviklingstendenser – der det i scenario 1 innebærer et økt konsum av fisk, mens det i scenario 2 vil være en reduksjon i forbruket (dette gjelder kun de alderskohortene vi ser på over tid). Disse prognosene (scenario 1 og 2) er ment kun som indikatorer på mulige utviklingstendenser innen forbruk av fisk blant den norske befolkning, og må ikke forveksles med faktiske forbrukstall.<sup>58</sup>

Som vi nevnte innledningsvis til dette avsnittet så vil det trolig være mange andre eksterne faktorer som også er med på å endre strukturen i dagens forbruksmønster av fisk. Her spiller både økonomiske forhold, tilgjengelighet av fisk og fiskens status blant forbrukerne en stor rolle. Endringer i forbrukernes holdninger til fisk kan få stor betydning for konsumet. Det stabile forbruket av fisk i de siste ca 20 årene indikerer ikke noen tendens til nedgang i forbruket i nær fremtid. Vi kjenner også til fra annen forskning (Døving 1997, Bugge og Døving 2000) at forbruket av fisk typisk er lavest blant unge og øker når folk etablerer seg med barn. Forbruket av fisk kan med andre ord se ut til å være relativt stabilt avhengig av ulike livsfaser. Dette peker sterkest mot scenario 1 ovenfor. Det er flere faktorer som ser ut til å medvirke til at forbruket av fisk vil holdes stabilt også i fremtiden og muligens føre til økt forbruk. Det har i flere år periodevis vært stor publisitet vedrørende sykdommer og andre giftige fremmedstoffer som har blitt knyttet til husdyr. Det har lenge vært et sterkt offentlig fokus på fiskens helsemessig gunstige effekter, og det er en sterk oppfatning blant folk flest om at det er sunt å spise fisk (Døving 1997, Olsen 1989). Vi ser nå også at fisk i ny drakt, i form av sushi, har blitt svært populært, kanskje spesielt blant unge aldersgrupper. Dette kan være med å danne grunnlaget for et generelt høyere forbruk av fisk. Vi vil utdype dette nærmere i neste avsnitt.

### **Fiskens "sunnhet" som konkurransefortrinn**

Forskning på forbrukernes holdninger til fisk viser, som vi har nevnt tidligere, at det er en vanlig oppfatning at fisk er sunn kost (Døving 1997, Olsen 1989). Dette er kanskje ikke så veldig overraskende, tatt i betraktning at det har vært, og er, mye informasjon/kampanjer rettet mot forbrukerne om fiskens gode egenskaper. Dette er både i form av kommersielle reklamer fra produsenter av ulike fiskeprodukter (særlig tran produkter), og informasjon fra ulike institusjo-

<sup>58</sup> Beregningene baserer seg som nevnt tidligere på forbruksdata fra Gfk Norge for år 2000, og disse forbruksdataene er usikre på landsgjennomsnittsnivå. Videre så vil forbruket per person i ulike aldersgrupper ikke være korrekt da vi har sammenlignet grupperinger av husholdskonsum ut fra husmors alder med faktisk antall personer i Norge i ulike aldersgrupper.

ner ut fra rene ernæringsinteresser. Budskapet er at fiskefett har svært gunstig effekt på helsen med tanke på å motvirke hjerte- og karsykdommer og for å senke kolesterolet m.m. Forbrukerne blir oppfordret til å øke forbruket av fisk, da dette anses å være på et for lavt nivå (Mat & mosjon 3/99, Stortingsmelding nr. 37, 1992-93).

Det har ikke utelukkende vært positiv fokus på fisk som trygg og sunn mat. Det er en stadig pågående debatt rundt oppdrett av fisk med hensyn til bruk av antibiotika i foret, sykdommer m.m. Det skrives også fra tid til annen om at fisk får i seg tungmetaller og annen forurensning i havet, og disse vil videre tas opp når vi spiser fisken.

Til tross for dette så er det grunn til å anta at svært mange uansett har mer positive assosiasjoner med tanke på helse og sunnhet, når det gjelder fisk sammenlignet med kjøtt. Mange anser nok fisk, både den ville og den i oppdrett, for å være i et mer naturlig miljø enn dyrene som står på bås i en industrialisert kjøttproduksjon (Hågå 1998, Døving 1997).

Norske familier anser det som viktig at det serveres fisk i hjemmet minst en dag i uka (Døving 1997). Døving påpeker derfor at dette vil tilsi at det er et stort potensiale i markedet. Han går så langt som til å hevde at det høye forbruket av fisk i Norge i dag er mer på tross av, enn på grunn av bransjens tilrettelegging av fisk. Dette støttes delvis av Olsen og Kristoffersen (1999) som skiller på forbruket av fersk og frossen fisk, der de hevder at forbrukerne spiser fersk fisk ut fra at de synes at det er godt og at den har god kvalitet. Derimot spiser mange husholdninger frossen fisk ut fra motiver som helse og sunnhet, og for å få variasjon i kosten.

Ut fra disse perspektivene må man kunne si at fisk burde ha et fortrinn som substitutt for både rødt og hvitt kjøtt i konkurransen om forbrukernes valg av hovedingrediens i middagen, men også som pålegg til frokost og lunsj. Med andre ord, her ligger det et stort potensiale for ekspansjon i markedet for fisk og fiskeprodukter.

### **Er fersk fisk alltid best?**

Forskerne Skjerdal, Esaiassen og Løkken (1999) ved Fiskeriforskning har gjort undersøkelser av holdbarheten på fersk torskefilet kontra torskefilet som er fryst ved ulike temperaturer og tint opp. Sensoriske og kjemiske analyser utført på Fiskeriforskning viste at ved god kvalitet på torskefileten som fryses og ved mest optimale fryselagring, på - 20 °C i 8-11 uker, før fileten tines og pakkes, vil denne fisken ha 3-5 dager lengre holdbarhet enn ferskpakket fileten<sup>59</sup>. Dette skyldes at forråtnelsesbakterier i fisken drepes på denne temperaturen etter et par uker. Undersøkelsen viste at den ferske fileten var å foretrekke i de tre første dagene etter fangst, sammenlignet med de tre første dagene etter lagring på den optinte torskefileten. Utover dette var det den optinte torskefileten som var best. I følge Skjerdal, Esaiassen og Løkken vil denne teknikken med nedfrysing kunne fjerne de forråtnelsesbakteriene som ellers bedriver torsk som er islagret, vakuumpakket og modifisert atmosfærepakket. På denne måten vil man forlenge holdbarheten uten å tilføre konserveringsmidler. De påpeker også at teknikken med frysing på - 20 °C vil medføre en enklere distribusjon av fisken enn for fersk fisk, da den først tines opp i butikken. For butikken betyr dette også at den tinte fisken har en lengre salgstid enn fersk fisk, både fordi fisken ikke forringes under transport og fordi fryseprosessen har drept forråtnelsesbakterier og den holder seg dermed lengre. På denne måten reduseres svinnet også.

Skjerdal, Esaiassen og Løkken hevder at grunnen til at det er så lite fersk fisk i kjøledisk i supermarkedene er at fisk har meget begrenset holdbarhet. Det brukes noe tid på distribusjonen av fisk frem til butikk, og da har mange dyrebare dager av fiskens levetid som fersk gått til spille. Dermed blir det kun få dager som fisken kan selges som fersk i butikkene. De hevder at fersk fisk vanligvis er lagret i minst fem dager på is før den kommer i kjøledisken i butikkene. Ut fra sine undersøkelser av kvaliteten på tint torskefilet og fersk torskefilet, og ut fra hvor gammel fersk fisk vanligvis er når den selges i kjøledisken på supermarkedet, konk-

<sup>59</sup> Det ble gjort sensoriske og kjemiske analyser på flere frysetemperaturer. Det viste seg at torskefilet som var fryselagret på - 30 °C ved 8-11 uker ikke hadde oppnådd samme gunstige effekt med hensyn til å drepe forråtnelsesbakterier som torskefilet som var fryselagret på - 20 °C.

luderer de med at tint fisk hadde vært en forbedring for forbrukerne. Hvis butikkene hadde kunnet tilby tint fiskefilet<sup>60</sup>, som var lagret under ideel frysetemperatur, ville denne være av bedre spisekvalitet og dermed et bedre tilbud til forbrukerne mange steder i landet enn den ferske fisken som blir tilbudt i dag. Forskerne hevder at i blant annet USA og Storbritannia har tint fiskefilet blitt en vellykket satsing og selges som "refreshed", "previously frozen" eller lignende.

Magnussen og Torstveit (2000) fra Institutt for klima- og kuldeteknikk, NTNU, mener at det er for enkelt å skyldte kun på at det er butikkene som ikke er bra nok på kjøling av fisk og andre matvarer. Også resten av kjølekjeden fra fisker/produsent til forbruker må forbedre seg. Artikkelforfatterne påpeker at det er mer krevende å kjøle matvarer ut fra et teknisk synspunkt, enn å fryse matvarer. Årsaken er at kjøling av matvarer krever små temperaturdifferanser, som krever lang kjøletid. Sammenlignet med situasjonen på 60-tallet ser man en forbedring både i fiskeri og oppdrett med hensyn til at lagringstemperaturene ved produksjonsanlegg, lager og transport har blitt forbedret i form av lavere temperaturer. Denne positive trenden har dessverre ikke funnet sted for salgsleddet, snarere tvert i mot – noe som hevdes i hovedsak å være et resultat av en bedre eksponering av varene og bruk av store åpne diskere. Men de påpeker at det meste av lagringstiden og kvalitetstapet er på produsent-, foredlings- og transportleddene, og at disse leddene må forbedre seg med tanke på å oppnå jevn og riktig kjøletemperatur uten avbrudd. Uten riktig kjøletemperatur på matvarene, så blir også holdbarhetsdatoen helt misvisende. For å forbedre kjølekjedene mener artikkelforfatterne at også offentlig kontrollmyndigheter må komme sterkere på banen, og slå ned på for høye temperaturer.

#### *Dårlig kvalitet på fisk i Norge?*

Det verserer mange rykter om salg av dårlig kvalitet på fisken innenlands, mens den fineste fisken eksporteres. En oppdretter og foredler av røkelaks uttalte til Aftenposten at hun "...mener ikke vi nordmenn er bortskjemt med god laks: Dessverre har vi ødelagt mye for oss selv ved å eksportere den beste laksen, mens det som ikke har vært så bra er blitt solgt i Norge." (*Aftenposten morgen* 2000. Gullår i oppdrett. Av Ragnild Moy og Per Annar Holm, 18. desember 2000). Hvis disse påstandene skulle være korrekte, må en slik oppførsel fra fiskeleverandørenes side trolig begrunnes i at de mener at nordmenn har så dårlig kunnskap om fisk at de ikke kan se forskjell på kvaliteten. Alternativ forklaring kan være at det norske markedet er av så liten betydning sammenlignet med eksportmarkedet at det ikke spiller noen rolle om de skulle "ødelegge" innenlandsmarkedet for fisk.

Næringsmiddeltilsynet og teknisk hygiene, i Bergen kommune, har tatt sensorisk og mikrobiologisk kontroll av fersk fisk i perioden juli-desember 1999 på grossistledd i Bergen. Når det gjelder hygieneaspektet ser dette ut til å være tilfredsstillende ved bearbeidningen. Derimot viste undersøkelsen at den ville fisken ofte var for gammel, hele 32% av fiskeprøvene var 6 dager gammel fisk eller eldre, og dette betyr at fisken blir enda eldre før den havner i fiske-disken i butikken. Tilsynet mener at fisken bør nå forbrukerne innen den har blitt 6 dager – regnet fra fangst. Oppdrettslaksen var derimot tilstrekkelig fersk. Det ble særlig lagt vekt på at det var manglende merking av fangsttidspunkt og holdbarhet på fisken samt fangstmetode. Dette medførte at grossistene, og dermed også sluttledet, i svært mange tilfeller ikke kjenner til hvor fersk/gammel fisken er og hvordan den er fanget. Næringsmiddeltilsynet krever at grossistene på fisk følger merkeforskriftens krav til holdbarhetsmerking (Næringsmiddeltilsynet i Bergen, rapport 1/2000).

#### **Bransjens syn på fremtidig produktutvikling og forbruk**

Vi fant at blant de butikkene som vi har undersøkt, så har et stort flertall av de ansvarlige for fersk fisk i butikkene stor tro på at omsetningen vil øke fremover.<sup>61</sup> Av ulike tiltak for å fremme omsetningen av fersk fisk, hadde de sterk tro på en forbedring av servicen med flinkere betjening. Et stort flertall av de ansvarlige for fersk fisk trodde også at omsetningen ville øke hvis de satt ned prisen på fersk fisk. Det kom frem blant flere av informantene at de vurdere

<sup>60</sup> Det er ikke tillatt å selge tint fiskefilet i Norge. Derimot selges det, ifølge Skjerdal, Esaiassen og Løkken, store mengder tint kjøtt.

<sup>61</sup> Jamfør kapittel 5.



at det er på mangel av kvalifiserte ansatte at "skoen trykker", og at de ikke har tilstrekkelig høye lønninger til å tiltrekke seg kompetente folk til ferskvareavdelingen.

#### *Fremtidstro*

Aktører både på fiskeledd, foredlingsledd, grossistledd og detaljistledd uttrykker håp og tro på at fiskeforbruket vil øke, både på grunn av alle positive helsemessige gevinster og på grunn av all negativ omtale av kjøtt i forbindelse med sykdommer på dyr. Salgsdirektør Øivind Moen i Findus tror på sterk vekst innen bearbejdede fiskeprodukter. Han mener at folk bruker mindre tid til å tilberede middagen i dag enn tidligere, og at folk har mindre kunnskap om å lage mat. "Dersom vi kan utvikle nye spennende produkter hvor fisk er en ingrediens sammen med noe annet, vil vi oppnå vekst ved å bruke mindre råstoff" sier Moen (Ukeavisen FK. nr.4-2001, s.12).

Administrerende direktør Paul Birger Torgnes i Fjord Seafood mener at bransjen ikke har vært flinke nok til å satse på det norske markedet og at det ligger store forbedringspotensialer. "Vi har vært veldig flinke til å eksportere produktene våre, men vi ha ikke vært bra nok i hjemmemarkedet" sier Torgnes (Ukeavisen FK. nr.4-2001, s.14). Fjord Seafood vil i fremtiden satse på konsumentklare ferske fiskeprodukter. Torgnes mener at produktutviklingen har vært for dårlig innen fiskeforedlingen, noe han tror skyldes at bransjen har satset kun på ubearbejdede varer til eksport, på grunn av høy toll ved eksport av bearbejdede varer. Dette har ført til at det ikke har utviklet seg et stort miljø for fordeling og produktutvikling mener Torgnes. Fjord Seafood har derfor kjøpt seg inn som deleier i et av Europas største sjømat-selskaper på fisk, som har mange ansatte på produktutvikling. Torgnes mener at kunnskapsnivået om fisk er for dårlig i mange butikker, men at en del butikker har skjerpet seg betraktelig de siste 3-4 årene. Den manglende kunnskapen på salgsløddet mener han at også leverandørleddet må ta ansvar for, på grunn av for dårlig kommunikasjon med betjeningen og med forbrukerne.

#### *Pakking av fisk i modifisert atmosfære*

Ved å pakke fisk i modifisert atmosfære, der man har en forhøyet CO<sub>2</sub>-konsentrasjon og dermed bremser bakterieveksten, forlenges holdbarheten på fisk med inntil 10 dager. Denne teknikken har vært kjent i lang tid. Teknikken med å pakke fisk i modifisert atmosfære åpner mulighet for å frakte fisk sammen med andre matvarer, og vil også øke tilgjengeligheten i butikkene ved at den kan selges i selvbetjente kjøledisker. Teknikken gir god kvalitet og vellykket resultat forutsatt at fisken som brukes er fersk, at fisken kjøles ned til nesten frysepunktet og at alle ledd også i distribusjon og salg har kjøletemperatur, og at alle produksjonstrinnene er nøye med hygienen (Prytz og Østli 1997, Sørensen 1988)

#### *Sterk tro på atmosfærepakket fisk*

Atmosfærepakket fisk er noe som har blitt testet ut og mislykket på det norske markedet flere ganger på 90-tallet. Nå prøver flere foredlingsbedrifter igjen å lansere dette produktet.

En aktør innen bearbejding av fisk, Administrerende direktør Frode Eimot i Enghav, vedkjenner at bransjen har tenkt for tradisjonelt og har vært for tregt på banen, og dermed tapt terreng ovenfor hvitt kjøtt – som anses å være en konkurrent innenfor magre og sunne mid-dagsalternativer. Han har likevel stor tro på at de kan ta igjen forspranget. "Vi har tapt en del til hvitt kjøtt, ettersom de har vært flinke med produktutvikling, mens vi har vært for tradisjonelle. Det begynner å endre seg nå, så det er helt klart mer å hente." (Ukeavisen FK. nr.4-2001, s.13). Eimot mener at det er viktig å øke tilgjengeligheten av fersk fisk gjennom å satse på atmosfærepakking av fisk. Han mener at bare dagligvarekjedene gir fiskebransjen noe lengre tid til å prøve ut produktet i butikkene og viser samarbeidsvilje, enn det som er gjort ved tidligere forsøk med salg av atmosfærepakket fisk, så vil dette bli populært innen fisk – slik som det har blitt innen fjærfe. Eimot tror at en forbedring av kommunikasjonen gjennom tettere samarbeid mellom fiskeforedlingsleddet og butikkene, opplæring og informasjon om fiskeproduktet, vil øke omsetningen. I tillegg til atmosfærepakket fisk, tror han at ferdig tilberedt fersk fisk, som for eksempel sushi, kan komme i butikkene i fremover. Dette vil trolig appellere til et smalere kundesegment, og vil derfor være produkter med mer begrenset omfang. Han mener at slike produkter kun vil overleve i større byer, mens det i mer spredtbygde strøk vil også i fremtiden kun tilbys mer tradisjonelt tilberedt fisk. Eimot ser det som gunstig at

mange produsenter satser på atmosfærepakking samtidig, da dette vil gi større oppmerksomhet rundt produktet og vil da øke sjansene for å lykkes (Ukeavisen FK. nr.4-2001, s.13).

I første kvartal av 2001 har flere fiskeleverandører satset på lansering av atmosfærepakket fisk, og flere dagligvarekjeder tester nå ut produktet. Findus er av foredlingsbedriftene som nå satser på atmosfærepakket fisk og disse prøves ut innen NorgesGruppen. Markedsdirektøren Øyvind Moen i Findus mener at det sentrale for suksess er at logistikken fungerer bra, slik at produktene kommer ut i butikk godt innen for dens begrensede holdbarhet. Han tror at dette produktet har særlig potensiale innen butikker uten ferskvaredisk. I tillegg til logistikk, må butikkene også følge nøye opp produktene med tanke på rullering med mer. Blir denne lanseringen av atmosfærepakket fisk vellykket, vil de utvide sortimentet av fiskevarianter samt også av komplementære produkter. De vil da også satse på å levere til flere kjeder, i første rekke de uten ferskvaredisk (Ukeavisen FK. nr.4-2001, s.15).

Fjord Norsk Sjømat satser også på atmosfærepakket fisk, og tester ut produktet gjennom et fåtall av Rema butikker. Asbjørn Misund som har startet opp firmaet sier at "Dette er et utrolig spennende marked med et stort potensiale. Vi har løst de tekniske problemene frem til butikk. Den største usikkerheten når det gjelder kvalitet og holdbarhet nå er kjølekjeden inne i butikken. Så snart vi har løst dette i samarbeid med handelen ser jeg få problemer" (Dagligvarehandelen, nr.01-2001, s.6). Innkjøper Arne Tyssnes i Rema 1000 er enig i at den store utfordringen nå ligger i følge opp produktet i butikk. Misund hevder at hans produkter har en pris som kan konkurrere med ferskvarediskenes priser, med kr. 35 for 250 gram (kr. 140 per kg).

### **Hva kan så gjøres for å øke omsetningen/forbruket av fisk i Norge?**

Vi har ovenfor trukket frem en rekke forhold som anses å være aspekter som påvirker omsetningen og forbruket av fersk fisk i Norge. Vi tar en rask oppsummering av poenger:

- Folk spiser fisk til tross for dårlig tilrettelegging av fisk fra bransjen, fordi det anses som viktig/en "plikt" å spise fisk minst en gang i uka.
- Forbrukerne anser det som tungvint å få tak i fersk fisk (vanskelig tilgjengelig). Forbrukere er misfornøyde med matvarebutikkens manglende eller lave satsing på fersk fisk.
- Mange forbrukere har et utilfredsstillt behov for fersk fisk i praktiske porsjonskakinger. Dette lover i utgangspunktet godt for atmosfærepakket fisk. Det tyder også på at det burde være et potensiale for langt flere matvarebutikker å satse på fersk fisk.
- Mange synes at det er vanskelig å tilberede fersk fisk. Dette kan tyde på at det er behov for mer opplæring av hvordan man behandler og tilbereder fisk.
- Ansvarlige for fersk fisk i butikker som vi har intervjuet sier at kunnskapsnivået blant de ansatte som jobber med fersk fisk i butikkene er for dårlig, og tror at en bedre service med flink og hjelpsom betjening trolig vil øke omsetningen.
- Mange forbrukere synes at fisk er for dyrt.
- Ansvarlige for fersk fisk i butikker som vi har intervjuet tror at omsetningen hadde økt hvis prisene ble redusert.
- Alle ledd i distribusjonskanalen på fisk - både foredlere, distribusjon og detaljleddet - må bli flinkere til å holde høy standard hygienemessig, jevn og riktig kjøletemperatur, og få fiskeproduktene raskere ut til forbrukerne.

Alle disse punktene indikerer at leddene i distribusjonskanalen på fersk fisk må bli flinkere både rettet mot forbrukerne med kommunikasjon og opplæring, service, priser og ikke minst bedre tilgjengelighet. Distribusjonskanalen på fisk må også forbedre seg med hensyn til kvalitet, riktig kjøling av fisken, og øke effektiviteten for å få fisken ut raskt. Vi vil gå nærmere inn på en del tiltak som kan gjøres for å forbedre disse "problemområdene".

Olsen og Kristoffersen (1999) hevder at det ligger et stort forbedringspotensiale i å øke omsetningen av både fersk og frossen fisk gjennom de tradisjonelle distribusjonskanalene for dagligvarer, ved å øke faktisk kvalitet, opplevd kvalitet og tilfredshet. De mener at det særlig er produktet frossen fisk som har det største potensiale for økt salg, da produktet i dag har en veldig lav kvalitetsprofil og anses som et "reserveprodukt". Her kan det satses på frosne produkter med høyere kvalitet, noe som også må kommuniseres til forbrukeren. Dessuten bør

det fokuseres mer på bekvemmeligheten vedrørende frossen fisk. Også fersk fisk i butikk har et stort forbedringspotensiale med tanke på å øke omsetningen, ved å forbedre kvaliteten og posisjonen. Olsen og Kristoffersen hevder at mange forbrukere tror at fisken har en langt kortere holdbarhet enn det den faktisk har, derfor vil det være viktig å øke kunnskapen til forbrukerne med tanke på hvor lenge fersk fisk har tilfredsstillende kvalitet. Særlig vil dette være vesentlig hvis butikkene ønsker å satse på ubetjente kjøledisker med ferdigpakket og merket fisk. Forskerne hevder også at det bør satses sterkt på et større omfang av prepak- kede fiskeprodukter i betjente disk, særlig i større byer og på Østlandet. Dessuten mener de at det burde være et stort potensiale i å satse på tinte produkter av fisk av høy og stabil kvalitet. Men som vi har vært inne på<sup>62</sup> krever dette en ny teknologi og kunnskap om kjøle- teknikk som disse aktørene ikke innehar i dag, og som dessuten ikke er lovlig på fisk i Norge.

I våre intervjuer av aktører innen distribusjonskanaler for fisk kom det klart frem at en rekke butikksjefer og også mange grossister/leverandører ser det som et problem at det er for lite kvalifisert personale i butikkene. Oftest er det ufaglærte "skoleungdom" som står i ferskvare- disken. Det tar lang tid å lære opp betjening i kunnskap om fisk og behandling av fisk. Når det i tillegg er stort gjennomtrekk av folk som skal besette disse stillingene, medfører dette at det ofte er få kvalifisert personale i fiskedisken. En ansvarlig for fersk fisk sa at de ønsket å tilset- te folk med kokk/matrelatert utdanning, men at de rett og slett ikke fikk tak i disse til den lønnen som dagligvarekjeden var villige til å betale – det vil si at hans budsjetter til rådighet satte grenser for lønnsnivået til de ansatte. Det kan virke som en negativ sirkel der forbruket er lavere enn det kunne ha vært fordi butikkene har dårlig service/ukompetente ansatte, og muligens også på grunn av for høye priser, mens kjedeledelse og butikksjefer for fiskebutik- kene ikke ønsker/ikke har mulighet til å lønne ansatte bedre (noe som ville tiltrekke mer kom- petente personer) og heller ikke sette ned prisene på fisk – to aspekter som både hver for seg og sammen sannsynligvis vil øke omsetningen av fersk fisk.

I følge Olsen og Kristoffersen (1999) er en mulig løsning på dagens situasjon der betjeningen i butikkene ikke klarer å formidle tillit og produktkvalitet til forbrukerne, å satse sterkt på å ut- vikle alternative kommunikasjonskanaler. Med dette mener de at det bør satses på kvalitets- merker, garantier og generell opplæring for å øke kundenes kunnskap om fisk.

Dette rådet er i tråd med Døving (1997) som hevder at potensialet for å øke fiskeforbruket er enormt i Norge, og at det generelt bør satses på kvalitet, tilgjengelighet og pris. Han hevder at det ser ut til at fersk kjøtt fra slakter til forbrukerpakkede enheter har blitt normen for mid- dag i moderne hushold. Derfor er fiskebransjen nødt til å ta opp konkurransen med kjøtt på samme arena - ved å selge fisk i forbrukerpakkede enheter, filetert eller i kotelettform, helt gryteferdig. Fisken kan være enten atmosfærepakket eller bare ferskpakket. Døving (1998) mener at det må satses sterkere på volum istedenfor eksklusivitet for å øke omsetningen av fisk blant norske husholdninger. Laks er et eksempel på fisk som har endret status fra å være høytidsmat til hverdagsmat, og den selges nå som rimelig hverdagsmat med stort volum i forbrukerpakkede enheter.

Døving (1997) påpeker også at det går tre ganger så mange markedsføringskroner på kjøtt sammenlignet med fisk. Dette må fiskebransjen ta konsekvensene av, og de bør derfor øke markedsføringen – både i form av reklame, men også ved å satse sterkere på produkttilven- ning hos forbrukerne, for eksempel på skolenivå.

Vi har flere ganger vært inne på faktorer som holdbarhet og smak. Blant annet refererte vi ovenfor til en undersøkelse utført av Næringsmiddeltilsynet i Bergen (2000) på om fersk fisk var tilstrekkelig fersk, og om informasjon om når fisken ble landet fulgte fisken i gjennom dist- ribusjonskanalen. Næringsmiddeltilsynet konkluderte med at disse forholdene ikke var til- fredsstillende ivarettatt, og krever at bransjen følger merkeforskriftene om holdbarhets- merking. Den manglende informasjonen om hvor gammel fisken er, må anses å være svært uheldig for bransjen – særlig når man tar i betraktning at vanlige forbrukere har liten kunn- skap til å vurdere ferskhetsgrad ut fra utseende på fisken, samt at betjeningen i ferskvare- diskene ofte ikke er flinke nok til å formidle kunnskap og tillit til fisk. En bedre merkeordning på fisk med dato for fangst, fangstmetode og gjerne også hvor fisken er fanget, vil trolig øke forbru-

<sup>62</sup> Jamfør kapittel 7, s. 125 avsnittet Er fersk fisk alltid best?

kernes tillit til at fersk fisk har tilfredsstillende kvalitet. Dessuten vil dette kunne bidra til at forbrukerne få et mer positivt inntrykk av fiskebransjen, og hele distribusjonskanalen på fisk, som seriøse. Blant annet kan det tenkes at en god merkeordning vil ha gunstig effekt på omsetning av fisk – ved at rykter om at det er mye gammel og dårlig fisk ute i butikkene da kan tilbakevises og dementeres. Dette vil nok også øke incentivet til alle impliserte aktører i distribusjon av fersk fisk til å effektivisere og redusere tiden fra fisken fanges til den ligger i ferskvarerdisken i butikken, på en helt annen måte en dagens situasjon.

Tilfredsstillende temperatur og uavbrutt kjølekjede gjennom alle ledd er svært viktig for kvaliteten. Det kan virke som at dette i mange tilfeller svikter/ikke er godt nok, og kanskje særlig på butikkledet. Det må være en førsteprioritet innen distribusjon og omsetning av fisk at det er ubrutt kjølekjede, ellers vil det verken hjelpe at fisken er svært fersk eller er av en høy kvalitetskategori. Magnussen og Torstveit (2000) fremhever at alle ledd må ha kontroll over kjølekjeden og at også det offentlige burde i sterkere grad påse at disse forholdene er tilfredsstillende.

Det er gjennom mange undersøkelser kartlagt et behov for bedre tilgjengelighet til fersk fisk, og for fersk fisk i mindre porsjonspakker og gjerne "gryteklar". Både forskere og fiskebransjen tror at atmosfærepakket fisk vil være et kjærkomment produkt i matvarebutikker som ikke har ferskvarerisk, og vil øke tilgjengeligheten av fersk fisk for forbrukerne. Små porsjonspakker av fersk fisk burde ha all mulighet til å bli like populært som å kjøpe tilsvarende for kyllingfileter. Her vil vi tilføye at pris er en viktig faktor med hensyn til om dette produktkonseptet vil slå i gjennom i markedet. Om forbrukerne finner atmosfærepakket fisk til kr. 37 for 250 gram<sup>63</sup> som en akseptabel pris gjenstår å se, det vil si at produktet testes ut i flere kjeder i skrivende stund. De små pakningene tilsvarer omtrentlig fisk til en person. Tar vi prisen i betraktning, er det ikke usannsynlig at mange flerpersongshushold, og da særlig barnefamilier, finner dette produktet for dyrt. Ut fra dette argumentet vil trolig produktet være mest interessant blant enpersongshushold. Som vi har omtalt tidligere, så er det eldre personer som spiser mest fersk fisk sammenlignet med yngre personer. I den grad yngre personer spiser fisk, så er det i hovedsak fiskemat. Det er vanskelig å spå om atmosfærepakket fisk vil bli et populært produkt blant eldre og yngre forbrukere. Det avhenger av forbrukernes oppfattelse av om produktet er "praktisk" både med hensyn til tilgjengelighet sammenlignet med annen fersk og frossen fisk og fiskevarer, samt om det oppfattes å være lettvinnt å tilberede. Dessuten er det avgjørende om forbrukerne oppfatter dette som et kvalitetsprodukt, samt om prisen er tilpasset hva forbrukerne oppfatter produktet som. Hvis produktet skal være et substitutt for fersk fisk i butikker med ubetjente ferskvarerisk/kjøledisker vil trolig forbrukerne forvente at produktet burde være rimeligere enn tilsvarende fiskeslag i ferskfisk disk. Når atmosfærepakket fisk har en høyere kilopris enn fersk fisk, så har trolig produsentene og butikkene som tilbyr dette produktet et forklaringsproblem ovenfor pris- og kvalitetsbevisste forbrukere. Så oppsummert tror vi at atmosfærepakket fisk vil bety en økt tilgjengelighet på "fersk" fisk i passende porsjoner, men vil trolig kun slå igjennom blant et mindre kundesegment. Da gjenstår det å se om det blir en tilstrekkelig etterspørsel til å ha en lønnsom omsetning og for å oppnå den om-løpshastigheten som er nødvendig for et ferskt produkt med begrenset holdbarhet.

I en artikkel i Forbruker-rapporten (10/2000) skildrer journalisten hvordan hun som forbruker flere ganger har latt seg friste av løfterike reklamekampanjer fra ulike dagligvarekjeder, der fisk brukes som lokkevare. Når hun så har reist til butikken for å kjøpe produktet, viser det seg at den er av en langt dårligere kvalitet enn forventet eller at den ferske fisken viste seg å være dypfrosset. Med andre ord kildrer dette en situasjon der det virker som at dagligvarekjedene kynisk bruker fisk som lokkevare ovenfor forbrukerne uten å innfri sine løfter, og forbrukerne ender med å føle seg lurt. Hvis dette er en situasjon som mange forbrukere kjenner igjen i, er dette et mer generelt problem for hele fiskebransjen – hvis målsetningen er å øke omsetningen av fersk fisk. Det kan tenkes at dagligvarekjedenes mål ikke er fullt i overensstemmelse med resten av fiskebransjen, hvis dagligvarekjedene bruker fisk som lokkemiddel for å få forbrukerne til å handle i butikkene. Hvis kjedene ikke sørger for at løftene i tilbudene innfris, med tanke på både kvalitet og at forbrukerne faktisk får akkurat det som blir lovet, er dette en svært dårlig strategi fra kjedenes side. Skuffer de forbrukerne for mange ganger vil det trolig føre til at forbrukerne mister tilliten til kvaliteten på fisken i disse kjedene.

<sup>63</sup> Denne prisen (kr. 148 per kg) observerte forfatteren på atmosfærepakket fisk (både torsk, laks og steinbitt) fra Fjord Norsk Sjømat i en lavprisbutikk i Oslo 26.3.01.

Fersk fisk vil da ikke fungere som lokkevare ovenfor forbrukerne lenger, og på sikt vil det muligens føre til at ikke forbrukerne lenger lar seg friste til å handle i disse kjedene. Derfor blir oppfordringen til kjedene at de må være bevisst på å ha god kvalitet. Fernsk fisk skal ikke i realiteten være opptint eller frosset fisk, ei heller for gammel – så derfor må kjedene sørge for å holde det de lover forbrukerne.

Oppsummert så må hele dagligvarekanalen ivareta fiskens kvalitet på en tilfredsstillende måte, og det må tilrettelegges for god tilgjengelighet av fisk i for eksempel praktiske porsjonspakninger til en overkommelig pris. Det må samtidig satses på mer informasjon om tilberedning av fisk ovenfor forbrukerne. Klarer distribusjonskanalen på fisk å ivareta disse nevnte faktorene på en god måte, så er det ingenting som tyder på at fiskebransjen vil se en nedgang i forbruket av fisk i tiårene som kommer – tvert i mot ser det ut til at det vil føre til økt omsetning av fisk.



## Litteratur

Aas, E. A. og Strand, M. M. 2000. *Prispåslag for meierivarer 1983-1999*. Statens institutt for forbruksforskning, Arbeidsnotat nr.12-2000.

Aasbrenn, K. 1985. Jordbruk, skogbruk, fiske og fangst. I Gjessing, J., Myklebost, H. & Sole-rød, H. (Red.) *NORGE*. Cappelen, Oslo. 163-223.

*Aftenposten morgen*. 2000. Gullår i oppdrett. Av Moy, R. og Holm A. P., 18. desember 2000.

Bugge, A. og Døving, R. 2000. *Det norske måltidsmønsteret – ideal og praksis*. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr. 2-2000.

Christensen, P. og Hallenstvedt, A. 1990. *På første hånd. Norges Råfisklag gjennom 50 år*, Norges Råfisklag, Tromsø.

*Dagligvarehandelen*, 2001. Endelig! Nr. 01, 9. januar 2001, s.6.

Døving, R. 1997. *Fisk. En studie av holdninger, vurderinger og forbruk av fisk i Norge*. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr. 12-1997.

Døving, R. 1998. "Oppdrett er som svenskekongen som skyter halvtamme fasaner i parken": en analyse av norske kognitive intervallkategorier for spiselighet". *Norsk antropologisk tidskrift*, Universitetsforlaget 9:48-68.

*Eksportutvalget for fisk*. 2000. Resultater fra omnibus-undersøkelse. Bates Rådgivning, 07.03.2000.

*Eksportutvalget for fisk*. 2000. Gfk Norge paneldata på forbruk.

Fagerli, R. A. 1999. *Endringer i nordmenns matvaner på 80- og 90-tallet*. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr. 1-1999.

Fagsenteret for kjøtt. 2000. *Kjøttets tilstand 2000, Rapport om status i norsk kjøttproduksjon*.

Næringsmiddeltilsynet og teknisk hygiene, Bergen kommune. 2000. *Fersk fisk. Sensorisk og mikrobiologisk kontroll av fersk fisk fra grossister i Bergen*. Rapport 1/2000.

Flaaten, O. and Isaksen, J. R. 1998. Governmental Financial Transfers to the Norwegian Fishing Industry: 1977-1996. Fiskeriforskning, Report 7/1998.

*Forbruker-rapporten*. 2000. Fast fisk. Av Midtvåge, S. 10/2000, s.44-45.

*Forskrift om førstehåndsomsetning av råfisk*, fastsatt ved Kronprisnreg.res. 29. juni 1990  
*Lov om omsetning av råfisk* av 14. desember 1951

*Hva du bør vite om norsk fiskerinæring – 2000*. Brosjyre utgitt av Norges Råfisklag og Fiske-ridepartementet, juni 2000, 15. utgave.

Hågå, M. 1998. *Fiskens plass i våre hjerter. En studie av fiskeforbruk, spisemønster og holdninger til fisk den norske befolkning*. Cand.Scient. oppgave i Samfunnsnærings, Institutt for Ernæringsforskning, Universitetet i Oslo.

Isaksen, J. R. og Dreyer, B. 1999. *Effekter av fiskerisubsidier*. Fiskeriforskning, Rapport 18/1999.

Isaksen, J. R. 2000. *Subsidies to the Norwegian Fishing Industry. An Update*. Fiskeriforskning, Report 13/2000.

*Kjøttssamvirket i tall 1999*

*Landbrukssamvirket*. 1999. Aktuelle tall i landbruket 1999.

*Landbrukssamvirket*. 1994. Aktuelle tall i landbruket 1994.

Lien, M., Bjørkum, E., og Bye, E. 1998. *Kjøtt, holdninger og endringer*. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr. 4-1998.

Magnussen, O. M. og Torstveit, A. K. 2000. Kuldekjeden for ferskvarer – hvilke temperaturer har varene, og hvordan kan kvaliteten forbedres? Fagartikkel i *Næringsmiddelindustrien*., 5-2000, s.32-34.

*Mat & mosjon*. Statens råd for ernæring og fysisk aktivitet, 3/99.

Nersten, N. K. (red.). 2000. *Utsyn over norsk landbruk. Tilstand og utviklingstrekk 2000*. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning.

*Norges Fiskarlag*. Internettadresse 8.9.00: <http://www.fiskarlaget.no/omoss.html>

Olsen, S. O. 1989. *Sjømat i norske husholdninger - Forskjeller i holdninger og forbruk*. Fiskeriforskning, Rapport A-57, Tromsø.

Olsen, S. O. og Kristoffersen, E. M. 1999. *Sjømat i norske husholdninger. Forbruk, anskaffelse og holdninger til fersk versus frosset fisk*. Fiskeriforskning, Rapport 19/1999.

Prytz, K. og Østli, J. 1997. *Teknologisk status for fisk pakket i modifisert atmosfære*. Fiskeriforskning, Rapport 15/1997.

Reve, T. og Jakobsen, E. W. (Eds.). 2001. Kapittel 5. Sjømat – den lovende næringen. *Et verdiskapende Norge*. Universitetsforlaget.

Skjerdal, O. T., Esaiassen, M. og Løkken G. B. 1999. Tinte torskefileter i butikkens ferskvarerisk. *Næringsmiddelindustrien*, 10-1999, s. 28-29.

*Statistisk sentralbyrå*. Fiskeri. Førebelse tal, 2000. Stabil fiskefangst. Frigitt 15. februar 2001. Internettadresse: <http://www.ssb.no/fiskeri/main.html>

*Statistisk Sentralbyrå*. 1999. Fiskeristatistikk 1995-1996.

*Statistisk sentralbyrå*. 2001. Notat Forbrukerundersøkelsen 1996-1998. Tabell 18. Mengde per person per år av mat- og drikkevarer, etter varegruppe. Internettadresse: [http://www.ssb.no/emne/05/02/notat\\_200122/notat\\_200122.pdf](http://www.ssb.no/emne/05/02/notat_200122/notat_200122.pdf)

*Statistisk sentralbyrå*. Statistisk Årbok 1999.

*Statistisk sentralbyrå*. Statistisk årbok 2000.

*Stortingsmelding nr. 37. 1992-93*. Ufordringer i helsefremmende og forebyggende arbeid, s. 137.



Strand, M. M. 1996. *Matvarepriser i endring. Meieri-, kjøtt- og grøntvarer*. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr. 3-1996.

Strand, M. M. og Aas, E. A. 2001. *Prismarginer for kjøtt 1989-1999*. Statens institutt for forbruksforskning, Rapport nr. 1-2001.

*Supermarket*. 2000. Kampen om tallriken. Kjøtt, fågel eller fisk? nr.5 2000.

*Supermarked, Dagens Konsument*. 2000. Mange etterlyser ett bättere fisksortiment. Mai 2000, s. 5.

Sørensen, N. K. 1988. *Transport og distribusjon av fersk fisk i modifisert atmosfære. En oversikt om kvalitet og forlenget holdbarhet*. Fiskeriforskning, Rapport U 46.

*Teknisk jordbruksavtale for perioden 01.07.2000-30.06.2001*. Internettadresse:  
<http://odin.dep.no/archive/mdvedlegg/01/01/Tekni033.doc>

*Ukeavisen FK*. 2001. Tema: Fisk-/havprodukter. Av Dehlin, C., nr. 4 - 31. januar 2001, s.12-15.



## Vedlegg A – Prispåslag for ferske reker

### Forklaring til tabellene:

Prispåslagene (marginene) vises først i kroner. Summen av marginene i kroner viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 1 kg ferske reker.

Prispåslagene i prosent av innkjøpsprisen til hvert ledd viser hvor mange prosent hvert ledd legger på innkjøpsprisen.

Prispåslagene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift viser hvor mye hvert ledd får av "kaka" - det vil si av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift. Sammenlagt vil alle marginene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift summere seg til 100%.

For hver av byene er det i hovedsak noen få store grossister som forsyner butikkene. Derfor har flere butikker samme grossist. Butikk A og B har benyttet samme grossist på reker. Butikk C og D har benyttet samme grossist på reker. Butikk F og G har benyttet samme grossist på reker. Butikk J og K har benyttet samme grossist på reker. Grossistene har i flere av tilfellene kjøpt fra samme leverandør for å forsyne sine kunder, derfor vil flere av kronepåsлагene bli like.

### Prispåslag for reker solgt i Oslo:

Prispåslag:	Butikk A-O Reker	Grossist	Leverandør	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 32,40	kr 18,34	kr 11,00	kr 20,00	kr 32,00	kr 113,74
i % av innkjøpspris	40 %	29 %	21 %	63 %		
i % av salgspris u/mva	28 %	16 %	10 %	18 %	28 %	100 %

Prispåslag:	Butikk B-O Reker	Grossist	Leverandør	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 39,80	kr 18,34	kr 11,00	kr 20,00	kr 32,00	kr 121,14
i % av innkjøpspris	49 %	29 %	21 %	63 %		
i % av salgspris u/mva	33 %	15 %	9 %	17 %	26 %	100 %

Prispåslag:	Butikk C-O Reker	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 17,79	kr 21,96	kr 4,00	Kr 53,00	kr 96,75
i % av innkjøpspris	23 %	39 %	8 %		
i % av salgspris u/mva	18 %	23 %	4 %	55 %	100 %

Prispåslag:	Butikk D-O Reker	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 28,22	kr 14,78	kr 4,00	Kr 53,00	kr 100,00
i % av innkjøpspris	39 %	26 %	8 %		
i % av salgspris u/mva	28 %	15 %	4 %	53 %	100 %

Prispåslag:	Butikk E-O Reker	Grossist	Fiske- mottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 44,20	kr 4,00	kr 11,00	kr 53,00	kr 112,20
i % av innkjøpspris	65 %	6 %	21 %		
i % av salgspris u/mva	39 %	4 %	10 %	47 %	100 %

### Prispåslag for reker solgt i Bergen:

Kanal F utgår pga butikken ikke hadde reker på tidspunktet.

Prispåslag:	Butikk G-B Reker	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 19,35	kr 10,00	kr 17,54	Kr 42,46	kr 89,35
i % av innkjøpspris	28 %	17 %	41 %		
i % av salgspris u/mva	22 %	11 %	20 %	48 %	100 %

Prispåslag:	Butikk H-B Reker	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 29,88	kr 16,00	kr 10,00	Kr 49,00	kr 104,88
i % av innkjøpspris	40 %	27 %	20 %		
i % av salgspris u/mva	28 %	15 %	10 %	47 %	100 %

Prispåslag:	Butikk I-B Reker	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum Marginer
i kroner	kr 39,76	kr 27,54	kr 42,46	Kr 109,76
i % av innkjøpspris	57 %	65 %		
i % av salgspris u/mva	36 %	25 %	39 %	100 %

### Prispåslag for reker solgt i Tromsø

Prispåslag:	Butikk J-T Reker	Fiskemottak	Fisker/ salgslag	Sum Marginer
i kroner	kr 12,10	Kr 12,00	kr 32,00	Kr 56,10
i % av innkjøpspris	27 %	38 %		
i % av salgspris u/mva	22 %	21 %	57 %	100 %

Prispåslag:	Butikk K-T Reker	Fiskemottak	Fisker/ salgslag	Sum Marginer
i kroner	kr 20,96	kr 12,00	kr 32,00	Kr 64,96
i % av innkjøpspris	48 %	38 %		
i % av salgspris u/mva	32 %	18 %	49 %	100 %

Prispåslag:	Butikk L-T Reker	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner	kr 34,23	kr 30,00	kr 64,23
i % av innkjøpspris	114 %		
i % av salgspris u/mva	53 %	47 %	100 %

## Vedlegg B – Prispåslag for filetert sei

### **Forklaring til tabellene:**

*Prispåslagene (marginene) i kroner* blir vist på to måter, som henholdsvis baserer seg på to ulike måter å justere for svinnet ved filetering (såkalt metode 1 og 2 som diskutert i metodekapittelet). Svinnet ved filetering av sløyd sei uten hode antas å være på 48%.

- Summen av marginene i kroner, ut fra metode 1 for justering av svinnet, viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 1 kg filet. Pris frem til filetering er for 1,92 kg., og pris fra fileteringsleddet er for 1 kg.
- Summen av marginene i kroner, ut fra metode 2 for justering av svinnet, viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 0,52 kg filet. Pris frem til filetering er for 1 kg., og pris fra fileteringsleddet er for 0,52 kg.

*Prispåslagene i prosent av innkjøpsprisen* til hvert ledd viser hvor mange prosent hvert ledd legger på innkjøpsprisen.

*Prispåslagene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift* viser hvor mye hvert ledd får av "kaka" - det vil si av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift. Sammenlagt vil alle marginene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift summere seg til 100%.

For hver av byene er det i hovedsak noen få store grossister som forsyner butikkene. Derfor har flere butikker samme grossist. Butikk A og B har benyttet samme grossist på sei filet. Butikk C og D har benyttet samme grossist på sei filet. Butikk F, G og I har benyttet samme grossist på sei filet. Butikk J og K har benyttet samme grossist på sei filet. Grossistene har i flere av tilfellene kjøpt fra samme leverandør for å forsyne sine kunder, derfor vil flere av kro- nepåslagene bli like.

### **Prispåslag for sei filet solgt i Oslo:**

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk A- O Sei filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner - metode 1	kr 12,44	kr 16,76	kr 6,88	kr 12,62	kr 48,70
i kroner - metode 2	kr 6,47	kr 8,72	kr 3,58	kr 6,56	kr 25,32
i % av innkjøpspris	34 %	86 %	55 %		
i % av salgspris u/mva	26 %	34 %	14 %	26 %	100 %

Mottaket fileterte

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk B-O Sei filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum margi- ner</b>
i kroner - metode 1	kr 14,40	kr 14,80	kr 6,88	kr 12,62	kr 48,70
i kroner - metode 2	kr 7,49	kr 7,70	kr 3,58	kr 6,56	kr 25,32
i % av innkjøpspris	42 %	76 %	55 %		
i % av salgspris u/mva	30 %	30 %	14 %	26 %	100 %

Mottaket fileterte

Tilbud i butikk C på sei filet.

Prispåslag:	Butikk C-O Sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum margi- ner
i kroner - metode 1	kr 8,94	kr 1,50	kr 12,17	kr 9,83	kr 32,44
i kroner - metode 2	kr 4,65	kr 0,78	kr 6,33	kr 5,11	kr 16,87
i % av innkjøpspris	38 %	7 %	124 %		
i % av salgspris u/mva	28 %	5 %	38 %	30 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk D-O Sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 23,75	kr 6,25	kr 7,90	kr 10,10	kr 48,00
i kroner - metode 2	kr 12,35	kr 3,25	kr 4,11	kr 5,25	kr 24,96
i % av innkjøpspris	98 %	35 %	78 %		
i % av salgspris u/mva	49 %	13 %	16 %	21 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk E-O Sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 15,34	kr 23,08	kr 11,54	kr 13,46	kr 63,41
i kroner - metode 2	kr 7,98	kr 12,00	kr 6,00	kr 7,00	kr 32,98
i % av innkjøpspris	32 %	92 %	86 %		
i % av salgspris u/mva	24 %	36 %	18 %	21 %	100 %

Butikken fileterte

**Prispåslag for sei filet solgt i Bergen:**

Prispåslag:	Butikk F-B sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 14,74	kr 11,00	kr 9,54	kr 13,46	kr 48,74
i kroner - metode 2	kr 7,66	kr 5,72	kr 4,96	kr 7,00	kr 25,34
i % av innkjøpspris	43 %	48 %	71 %		
i % av salgspris u/mva	30 %	23 %	20 %	28 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk G-B Sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum margi- ner
i kroner - metode 1	kr 14,70	kr 11,00	kr 9,54	kr 13,46	kr 48,70
i kroner - metode 2	kr 7,64	kr 5,72	kr 4,96	kr 7,00	kr 25,32
i % av innkjøpspris	43 %	48 %	71 %		
i % av salgspris u/mva	30 %	23 %	20 %	28 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk H-B sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 14,70	kr 10,00	kr 11,50	kr 12,50	kr 48,70
i kroner - metode 2	kr 7,64	kr 5,20	kr 5,98	kr 6,50	kr 25,32
i % av innkjøpspris	43 %	42 %	92 %		
i % av salgspris u/mva	30 %	21 %	24 %	26 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk I-B sei filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/Salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 13,98	kr 10,58	kr 14,42	kr 13,46	kr 52,44
i kroner - metode 2	kr 7,27	kr 5,50	kr 7,50	kr 7,00	kr 27,27
i % av innkjøpspris	36 %	38 %	107 %		
i % av salgspris u/mva	27 %	20 %	28 %	26 %	100 %

Butikken fileterte

**Prispåslag for sei filet solgt i Tromsø:**

Prispåslag:	Butikk J-T sei filet	Grossist	Leverandør	Fiskemottak	Fisker/salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 11,00	kr 17,00	kr 3,50	kr 6,58	kr 11,92	kr 50,00
i kroner - metode 2	kr 5,72	kr 8,84	kr 1,82	kr 3,42	kr 6,20	kr 26,00
i % av innkjøpspris	28 %	77 %	19 %	55 %		
i % av salgspris u/mva	22 %	34 %	7 %	13 %	24 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk K-T sei filet	Grossist	Leverandør	Fiskemottak	Fisker/salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 17,83	kr 17,00	kr 3,50	kr 6,58	kr 11,92	kr 56,83
i kroner - metode 2	kr 9,27	kr 8,84	kr 1,82	kr 3,42	kr 6,20	kr 29,55
i % av innkjøpspris	46 %	77 %	19 %	55 %		
i % av salgspris u/mva	31 %	30 %	6 %	12 %	21 %	100 %

Mottaket fileterte

## Kanal L-1 (butikk L kjøper sei filet direkte fra fisker)

Prispåslag:	Butikk L-T sei filet	Fisker/salgslag	Sum Marginer
i kroner - metode 1	kr 28,52	kr 15,38	kr 43,90
i kroner - metode 2	kr 14,83	kr 8,00	kr 22,83
i % av innkjøpspris	185 %		
i % av salgspris u/mva	65 %	35 %	100 %

Butikken fileterte

## Kanal L-2 (butikk L kjøper sei filet gjennom grossist)

Prispåslag:	Butikk L-T sei filet	Grossist	Fisker/Salgslag	Sum marginer
i kroner - metode 1	kr 26,59	kr 5,38	kr 11,92	kr 43,90
i kroner - metode 2	kr 13,83	kr 2,80	kr 6,20	kr 22,83
i % av innkjøpspris	154 %	45 %		
i % av salgspris u/mva	61 %	12 %	27 %	100 %

Butikken fileterte





## Vedlegg C – Prispåslag for sløyd torsk

### **Forklaring til tabellene:**

*Prispåslagene (marginene)* vises først i kroner. Summen av marginene i kroner viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 1 kg sløyd torsk uten hode.

*Prispåslagene i prosent av innkjøpsprisen* til hvert ledd viser hvor mange prosent hvert ledd legger på innkjøpsprisen.

*Prispåslagene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift* viser hvor mye hvert ledd får av "kaka" - det vil si av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift. Sammenlagt vil alle marginene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift summere seg til 100%.

For hver av byene er det i hovedsak noen få store grossister som forsyner butikkene. Derfor har flere butikker samme grossist. Butikk A og B har benyttet samme grossist på sløyd torsk. Butikk C og D har benyttet samme grossist på sløyd torsk. Butikk F, G og I har benyttet samme grossist på sløyd torsk. Grossistene har i flere av tilfellene kjøpt fra samme leverandør for å forsyne sine kunder, derfor vil flere av kronepåslagene bli like.

### **Prispåslag for torsk sløyd uten hode solgt i Oslo:**

Fiskeslag - Torsk hel, 2-4kg

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk A-O Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiske- mottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 14,69	kr 7,14	kr 2,50	kr 16,90	kr 15,60	kr 56,83
i % av innkjøpspris	35 %	20 %	8 %	108 %		
i % av butikkpris u/mva	26 %	13 %	4 %	30 %	27 %	100 %

Fiskeslag - Torsk hel, 2-4kg

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk B-O Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiske- mottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 24,29	kr 5,67	kr 2,50	kr 16,90	kr 15,60	kr 64,96
i % av innkjøpspris	60 %	16 %	8 %	108 %		
i % av butikkpris u/mva	37 %	9 %	4 %	26 %	24 %	100 %

Fiskeslag - Torsk hel

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk C-O Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 23,90	kr 10,12	kr 15,00	kr 20,00	kr 69,02
i % av innkjøpspris	53 %	29 %	75 %		
i % av butikkpris u/mva	35 %	15 %	22 %	29 %	100 %

Butikk D-O hadde ikke sløyd torsk.

## Fiskeslag - Torsk hel, 2-4kg

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk E-O Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 17,97	kr -5,05	kr 2,49	kr 8,70	kr 23,86	kr 47,97
i % av innkjøpspris	60 %	-14 %	8 %	36 %		
i % av butikkpris u/mva	37 %	-11 %	5 %	18 %	50 %	100 %

**Prispåslag for torsk sløyd uten hode solgt i Bergen:**

## Fiskeslag - Torsk hel

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk F-B Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 22,31	kr 27,95	kr 9,00	kr 22,00	kr 81,26
i % av innkjøpspris	38 %	90 %	41 %		
i % av butikkpris u/mva	27 %	34 %	11 %	27 %	100 %

## Fiskeslag - Torsk hel

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk G-B Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 16,96	kr 17,00	kr 9,00	kr 22,00	kr 64,96
i % av innkjøpspris	35 %	55 %	41 %		
i % av butikkpris u/mva	26 %	26 %	14 %	34 %	100 %

## Fiskeslag - Torsk hel, levende

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk H-B Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 11,89	kr 21,00	kr 6,50	kr 21,50	kr 60,89
i % av innkjøpspris	24 %	75 %	30 %		
i % av butikkpris u/mva	20 %	34 %	11 %	35 %	100 %

## Fiskeslag - Torsk hel, dagsfersk

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk I-B Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 32,11	kr 6,00	kr 9,00	kr 22,00	kr 69,11
i % av innkjøpspris	87 %	19 %	41 %		
i % av butikkpris u/mva	46 %	9 %	13 %	32 %	100 %

**Prispåslag for torsk sløyd uten hode solgt i Tromsø:**

Fiskeslag - Torsk hel, over 2,5kg

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk J-T Torsk hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 5,72	kr 11,50	kr 7,50	kr 20,00	kr 44,72
i % av innkjøpspris	15 %	42 %	38 %		
i % av butikkpris u/mva	13 %	26 %	17 %	45 %	100 %

Butikk K-T hadde ikke sløyd torsk.

Fiskeslag - Torsk hel

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk L-T Torsk hel</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 13,27	kr 6,25	kr 19,50	kr 39,02
i % av innkjøpspris	52 %	32 %		
i % av butikkpris u/mva	34 %	16 %	50 %	100 %



## Vedlegg D – Prispåslag for filetert torsk

### Forklaring til tabellene:

*Prispåslagene (marginene) i kroner* blir vist på to måter, som henholdsvis baserer seg på to ulike måter å justere for svinnet ved filetering (såkalt metode 1 og 2 som diskutert i metodekapittelet). Svinnet ved filetering av sløyd torsk uten hode antas å være på 48%.

- Summen av marginene i kroner, ut fra metode 1 for justering av svinnet, viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 1 kg filet. Pris frem til filetering er for 1,92 kg., og pris fra fileteringsleddet er for 1 kg.
- Summen av marginene i kroner, ut fra metode 2 for justering av svinnet, viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 0,52 kg filet. Pris frem til filetering er for 1 kg., og pris fra fileteringsleddet er for 0,52 kg.

*Prispåslagene i prosent av innkjøpsprisen* til hvert ledd viser hvor mange prosent hvert ledd legger på innkjøpsprisen.

*Prispåslagene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift* viser hvor mye hvert ledd får av "kaka" - det vil si av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift. Sammenlagt vil alle marginene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift summere seg til 100%.

For hver av byene er det i hovedsak noen få store grossister som forsyner butikkene. Derfor har flere butikker samme grossist. Butikk A og B har benyttet samme grossist på torsk filet. Butikk C og D har benyttet samme grossist på torsk filet. Butikk F, G og I har benyttet samme grossist på torsk filet. Butikk J og K har benyttet samme grossist på torsk filet. Grossistene har i flere av tilfellene kjøpt fra samme leverandør for å forsyne sine kunder, derfor vil flere av kronepåslagene bli like.

### Prispåslag for torsk filet solgt i Oslo:

Prispåslag:	Butikk A-O Torsk filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
I kroner, metode 1	kr 33,05	kr 23,70	Kr -0,87	kr 40,87	kr 96,75
I kroner, metode 2	kr 17,18	kr 12,32	Kr -0,45	kr 21,25	kr 50,31
I % av innkjøpspris	52 %	59 %	-2 %		
I % av butikkpris u/mva	34 %	24 %	-1 %	42 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk B-O Torsk filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
I kroner, metode 1	kr 25,65	kr 23,70	Kr -0,87	kr 40,87	kr 89,35
I kroner, metode 2	kr 13,34	kr 12,32	Kr -0,45	kr 21,25	kr 46,46
I % av innkjøpspris	40 %	59 %	-2 %		
I % av butikkpris u/mva	29 %	27 %	-1 %	46 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk C-O Torsk filet	Grossist	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
l kroner, metode 1	kr 25,64	kr 14,98	Kr 26,58	kr 21,42	kr 88,62
l kroner, metode 2	kr 13,33	kr 7,79	Kr 13,82	kr 11,14	kr 46,08
l % av innkjøpspris	41 %	31 %	124 %		
l % av butikkpris u/mva	29 %	17 %	30 %	24 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk D-O Torsk filet	Grossist	Fiske- mottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
l kroner, metode 1	kr 16,62	kr 4,38	Kr 26,58	kr 21,42	kr 69,00
l kroner, metode 2	kr 8,64	kr 2,28	Kr 13,82	kr 11,14	kr 35,88
l % av innkjøpspris	32 %	9 %	124 %		
l % av butikkpris u/mva	24 %	6 %	39 %	31 %	100 %

Mottaket fileterte

Prispåslag:	Butikk E-O Torsk filet	Grossist	Leverandør	Fiskemottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
l kroner, metode 1	kr 38,24	kr -9,72	Kr 4,79	kr 16,73	kr 45,89	kr 95,93
l kroner, metode 2	kr 19,89	kr -5,05	Kr 2,49	kr 8,70	kr 23,86	kr 49,89
l % av innkjøpspris	66 %	-14 %	8 %	36 %		
i % av butikkpris u/mva	40 %	-10 %	5 %	17 %	48 %	100 %

Butikken fileterte

### Prispåslag for torsk filet solgt i Bergen:

Prispåslag:	Butikk F-B Torsk filet	Grossist	Fiske- mottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 19,20	kr -1,62	Kr 17,31	kr 42,31	kr 77,20
i kroner, metode 2	kr 9,98	kr -0,84	Kr 9,00	kr 22,00	kr 40,14
i % av innkjøpspris	33 %	-3 %	41 %		
i % av butikkpris u/mva	25 %	-2 %	22 %	55 %	100 %

Grossisten fileterte

Prispåslag:	Butikk G-B Torsk filet	Grossist	Fiske- mottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 14,36	kr -1,62	Kr 17,31	kr 42,31	kr 72,36
i kroner, metode 2	kr 7,47	kr -0,84	Kr 9,00	kr 22,00	kr 37,63
i % av innkjøpspris	25 %	-3 %	41 %		
i % av butikkpris u/mva	20 %	-2 %	24 %	58 %	100 %

Grossisten fileterte

Prispåslag:	Butikk H-B Torsk filet	Grossist	Fiske- mottak	Fisker/ Salgslag	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 17,22	kr 16,80	Kr 3,93	kr 43,27	kr 81,22
i kroner, metode 2	kr 8,95	kr 8,74	Kr 2,04	kr 22,50	kr 42,23
i % av innkjøpspris	27 %	36 %	9 %		
i % av butikkpris u/mva	21 %	21 %	5 %	53 %	100 %

Mottaket fileterte

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk I-B Torsk filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 30,62	kr -1,62	kr 17,31	kr 42,31	kr 88,62
i kroner, metode 2	kr 15,92	kr -0,84	kr 9,00	kr 22,00	kr 46,08
i % av innkjøpspris	53 %	-3 %	41 %		
i % av butikkpris u/mva	35 %	-2 %	20 %	48 %	100 %

Grossisten fileterte

**Prispåslag for torsk filet solgt i Tromsø:**

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk J-T Torsk filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 14,09	kr 16,00	kr 6,46	kr 36,54	kr 73,09
i kroner, metode 2	kr 7,33	kr 8,32	kr 3,36	kr 19,00	kr 38,01
i % av innkjøpspris	24 %	37 %	18 %		
i % av butikkpris u/mva	19 %	22 %	9 %	50 %	100 %

Mottaket fileterte

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk K-T Torsk filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskemottak</b>	<b>Fisker/ salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 21,33	kr 16,00	kr 6,46	kr 36,54	kr 80,33
i kroner, metode 2	kr 11,09	kr 8,32	kr 3,36	kr 19,00	kr 41,77
i % av innkjøpspris	36 %	37 %	18 %		
i % av butikkpris u/mva	27 %	20 %	8 %	45 %	100 %

Mottaket fileterte

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk L-T Torsk hel</b>	<b>Fiske- mottak</b>	<b>Fisker/ Salgslag</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 16,33	kr 12,02	kr 37,50	kr 65,85
i kroner, metode 2	kr 8,49	kr 6,25	kr 19,50	kr 34,24
i % av innkjøpspris	33 %	32 %		
i % av butikkpris u/mva	25 %	18 %	57 %	100 %

Butikken fileterte





## Vedlegg E – Prispåslag for sløyd laks

### Forklaring til tabellene:

*Prispåslagene (marginene)* vises først i kroner. Summen av marginene i kroner viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 1 kg sløyd laks med hode.

*Prispåslagene i prosent av innkjøpsprisen* til hvert ledd viser hvor mange prosent hvert ledd legger på innkjøpsprisen.

*Prispåslagene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift* viser hvor mye hvert ledd får av "kaka" - det vil si av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift. Sammenlagt vil alle marginene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift summere seg til 100%.

For hver av byene er det i hovedsak noen få store grossister som forsyner butikkene. Derfor har flere butikker samme grossist. Butikk A og B har benyttet samme grossist på sløyd laks. Butikk F og G har benyttet samme grossist på sløyd laks. Butikk J og K har benyttet samme grossist på sløyd laks. Grossistene har i flere av tilfellene kjøpt fra samme leverandør for å forsyne sine kunder, derfor vil flere av kronepåslagene bli like.

### Prispåslag for laks hel solgt i Oslo:

Fiskeslag - Laks hel, 2-3kg, Superior. På tilbud i butikken.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk A-O Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner	kr 1,22	kr 8,78	kr 2,50	kr 24,00	kr 36,50
i % av innkjøpspris	3 %	33 %	10 %		
i % av salgspris u/mva	3 %	24 %	7 %	66 %	100 %

Fiskeslag - Laks hel, 2-3kg, Superior.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk B-O Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 35,16	kr 19,56	kr 2,50	kr 24,00	kr 81,22
i % av innkjøpspris	76 %	74 %	10 %		
i % av salgspris u/mva	43 %	24 %	3 %	30 %	100 %

Fiskeslag - Laks hel, 2-3kg, Superior.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk C-O Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner	kr 28,30	kr 10,66	kr 2,00	kr 24,00	kr 64,96
i % av innkjøpspris	77 %	41 %	8 %		
i % av salgspris u/mva	44 %	16 %	3 %	37 %	100 %

Fiskeslag - Laks hel, 4-5kg, ukjent kvalitetskategori. Mangler informasjon om prispåslag for leddene oppstrøms for butikk.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk D-O Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner	kr 22,05				kr 56,00
i % av innkjøpspris	65 %				
i % av salgspris u/mva	39 %				

Fiskeslag - Laks hel, 4-5kg, ukjent kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk E-O Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner	kr 33,54	kr 10,00	kr 3,19	kr 24,81	kr 71,54
i % av innkjøpspris	88 %	36 %	13 %		
i % av salgspris u/mva	47 %	14 %	4 %	35 %	100 %

### Prispåslag for laks hel solgt i Bergen:

Fiskeslag - Laks hel, 2-3 kg, ukjent kvalitet. På tilbud i butikken.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk F-B Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner	kr 11,74	kr 10,50	kr 1,25	kr 25,25	kr 48,74
i % av innkjøpspris	32 %	40 %	5 %		
i % av salgspris u/mva	24 %	22 %	3 %	52 %	100 %

Fiskeslag - Laks hel, 2-3 kg, ukjent kvalitet.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk G-B Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Leverandør</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner	kr 16,83	kr 13,50	kr 1,25	kr 25,25	kr 56,83
i % av innkjøpspris	42 %	51 %	5 %		
i % av salgspris u/mva	30 %	24 %	2 %	44 %	100 %

Fiskeslag - Laks i skiver uten hode og uten hale, ukjent vekt og kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk H-B Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 29,12	kr 34,50	kr 25,00	kr 88,62
i % av innkjøpspris	49 %	138 %		
i % av salgspris u/mva	33 %	39 %	28 %	100 %

Fiskeslag - Laks, produksjonslaks i skiver.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk I-B Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	28,23	9,00	27,00	64,23
i % av innkjøpspris	78 %	33 %		
i % av salgspris u/mva	44 %	14 %	42 %	100 %

**Prispåslag for laks hel solgt i Tromsø:**

Fiskeslag - Laks hel, ukjent vekt og kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk J-T Laks hel</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum margi- ner</b>
i kroner	kr 12,83	kr 9,00	kr 35,00	kr 56,83
i % av innkjøpspris	29 %	26 %		
i % av salgspris u/mva	23 %	16 %	62 %	100 %

Fiskeslag - Laks hel, ukjent vekt og kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk K-T Laks filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner	kr 12,83	kr 9,00	kr 35,00	kr 56,83
i % av innkjøpspris	29 %	26 %		
i % av salgspris u/mva	23 %	16 %	62 %	100 %

Fiskeslag - Laks hel, ukjent vekt og kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk L-T Laks filet</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum margi- ner</b>
i kroner	kr 20,10	kr 36,00	kr 56,10
i % av innkjøpspris	56 %		
i % av salgspris u/mva	36 %	64 %	100 %



## Vedlegg F – Prispåslag for filetert laks

### Forklaring til tabellene:

Prispåslagene (marginene) i kroner blir vist på to måter, som henholdsvis baserer seg på to ulike måter å justere for svinnet ved filetering (såkalt metode 1 og 2 som diskutert i metodekapittelet). Svinnet ved filetering av sløyd laks med hode antas å være på 35%.

- Summen av marginene i kroner, ut fra metode 1 for justering av svinnet, viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 1 kg filet. Pris frem til filetering er for 1,54 kg., og pris fra fileteringsleddet er for 1 kg.
- Summen av marginene i kroner, ut fra metode 2 for justering av svinnet, viser butikkens utsalgspris uten merverdiavgift for 0,65 kg filet. Pris frem til filetering er for 1 kg., og pris fra fileteringsleddet er for 0,65 kg.

Prispåslagene i prosent av innkjøpsprisen til hvert ledd viser hvor mange prosent hvert ledd legger på innkjøpsprisen.

Prispåslagene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift viser hvor mye hvert ledd får av "kaka" - det vil si av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift. Sammenlagt vil alle marginene i prosent av butikkens utsalgspris uten merverdiavgift summere seg til 100%.

For hver av byene er det i hovedsak noen få store grossister som forsyner butikkene. Derfor har flere butikker samme grossist. Butikk A og B har benyttet samme grossist på filetert laks. Grossistene har i flere av tilfellene kjøpt fra samme leverandør for å forsyne sine kunder, derfor vil flere av kronepåslagene bli like.

### Prispåslag for laks filet solgt i Oslo:

Fiskeslag - laks filet, produsert fra laks hel 3-6kg, ukjent kvalitetskategori.

Prispåslag:	Butikk A-O Laks filet	Grossist	Leverandør	Fiskeopp- dretter	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 40,38	kr 32,80	kr 3,85	kr 40,77	kr 117,80
i kroner, metode 2	kr 26,25	kr 21,32	kr 2,50	kr 26,50	kr 76,57
i % av innkjøpspris	52 %	74 %	9 %		
i % av salgspris u/mva	34 %	28 %	3 %	35 %	100 %

Grossisten fileterte

Fiskeslag - laks filet, produsert fra laks hel 3-6kg, ukjent kvalitetskategori.

Prispåslag:	Butikk B-O Laks filet	Grossist	Leverandør	Fiskeopp- dretter	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 35,59	kr 32,80	kr 3,85	kr 40,77	kr 113,01
i kroner, metode 2	kr 23,13	kr 21,32	kr 2,50	kr 26,50	kr 73,46
i % av innkjøpspris	46 %	74 %	9 %		
i % av salgspris u/mva	31 %	29 %	3 %	36 %	100 %

Grossisten fileterte

Fiskeslag - Laks filet, B-filet, produsert fra ukjent vekt, produksjonslaks.

Prispåslag:	Butikk C-O Laks filet	Grossist	Leverandør	Fiskeopp- dretter	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 15,41	kr 24,31	kr 1,92	kr 38,85	kr 80,49
i kroner, metode 2	kr 10,02	kr 15,80	kr 1,25	kr 25,25	kr 52,32
i % av innkjøpspris	24 %	60 %	5 %		
i % av salgspris u/mva	19 %	30 %	2 %	48 %	100 %

Butikken fileterte

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra ukjent vekt og kvalitetskategori. Mangler informasjon om prispåslag for leddene oppstrøms for butikk.

Prispåslag:	Butikk D-O Laks filet	Grossist	Leverandør	Fiskeopp- dretter	Sum margi- ner
i kroner, metode 1	kr 25,44				kr 72,00
i kroner, metode 2	kr 16,54				kr 46,80
i % av innkjøpspris	55 %				
i % av salgspris u/mva	35 %				

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra 4-5kg hel laks, ukjent kvalitetskategori.

Prispåslag:	Butikk E-O Laks filet	Grossist	Leverandør	Fiskeopp- dretter	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 61,86	kr 15,38	kr 4,91	kr 38,17	kr 120,33
i kroner, metode 2	kr 40,21	kr 10,00	kr 3,19	kr 24,81	kr 78,21
i % av innkjøpspris	106 %	36 %	13 %		
i % av salgspris u/mva	51 %	13 %	4 %	32 %	100 %

Butikken fileterte

### Prispåslag for laks filet solgt i Bergen:

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra sløyd hodekappet produksjonslaks. På tilbud i butikken.

Prispåslag:	Butikk F-B Laks filet	Grossist	Leverandør	Fiskeopp- dretter	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 5,10	kr 16,90	kr 8,23	kr 34,77	kr 65,00
i kroner, metode 2	kr 3,31	kr 10,99	kr 5,35	kr 22,60	kr 42,25
i % av innkjøpspris	9 %	39 %	24 %		
i % av salgspris u/mva	8 %	26 %	13 %	53 %	100 %

Leverandøren fileterte

Butikk G hadde ikke laks filet på undersøkelsestidspunktet.

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra sløyd laks av ukjent vekt og kvalitetskategori. På tilbud i butikken.

Prispåslag:	Butikk H-B Laks filet	Grossist	Fiskeopp- dretter/ Foredler	Sum marginer
i kroner, metode 1	kr 9,22	kr 22,00	kr 50,00	kr 81,22
i kroner, metode 2	kr 5,99	kr 14,30	kr 32,50	kr 52,79
i % av innkjøpspris	13 %	44 %		
i % av salgspris u/mva	11 %	27 %	62 %	100 %

Oppdretteren/foredleren fileterte

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra produksjonslaks, ukjent vektkategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk I-B Laks filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 38,11	kr 13,85	kr 41,54	kr 93,50
i kroner, metode 2	kr 24,77	kr 9,00	kr 27,00	kr 60,77
i % av innkjøpspris	69 %	33 %		
i % av salgspris u/mva	41 %	15 %	44 %	100 %

Butikken fileterte

### Prispåslag for laks filet solgt i Tromsø:

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra sløyd laks av ukjent vekt og kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk J-T Laks filet</b>	<b>Grossist</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 16,67	kr 5,00	kr 58,00	kr 79,67
i kroner, metode 2	kr 10,84	kr 3,25	kr 37,70	kr 51,79
i % av innkjøpspris	26 %	9 %		
i % av salgspris u/mva	21 %	6 %	73 %	100 %

Oppdretter fileterte

Butikk K hadde ikke laks filet på undersøkelsestidspunktet.

Fiskeslag - Laks filet, produsert fra sløyd laks av ukjent vekt og kvalitetskategori.

<b>Prispåslag:</b>	<b>Butikk L-T Laks filet</b>	<b>Fiskeopp- dretter</b>	<b>Sum Marginer</b>
i kroner, metode 1	kr 25,92	kr 55,38	kr 81,30
i kroner, metode 2	kr 16,85	kr 36,00	kr 52,85
i % av innkjøpspris	47 %		
i % av salgspris u/mva	32 %	68 %	100 %

Butikken fileterte





## Vedlegg G – Nasjonale og regionale prispåslag

### Vedlegg G.1. Sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat (vare 161)

#### Nasjonale prispåslag for sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat, 1 kg

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	6,49	31,67	25,18
1996	6,33	33,62	27,28
1997	6,05	35,05	29,00
1998	7,26	35,74	28,48
1999	7,60	42,25	34,65

#### Prispåslag for sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat, 1 kg – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	6,48	40,33	33,85
1996	6,40	39,19	32,79
1997	5,99	36,26	30,27
1998	7,19	41,95	34,76
1999	7,57	51,06	43,49

#### Prispåslag for sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat, 1 kg – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	6,55	28,86	22,31
1996	5,74	29,59	23,85
1997	6,36	33,98	27,63
1998	7,84	33,98	26,14
1999	7,73	26,18	18,45

#### Prispåslag for sei, stor (over 1,5 kg), uten hode og innmat, 1 kg – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	6,48	24,07	17,59
1996	6,40	24,47	18,08
1997	5,98	26,42	20,44
1998	7,14	30,33	23,18
1999	7,57	30,41	22,84

## Vedlegg G.2. Sei, fersk, renskåret filet (vare 10)

### Nasjonale prispåslag for sei, fersk, renskåret filet, 1 kg

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	4,37	33,53	29,16
1990	5,70	33,84	28,14
1991	5,35	35,80	30,45
1992	5,01	36,42	31,41
1993	4,36	36,57	32,21
1994	4,53	36,72	32,19
1995	5,10	35,98	30,88
1996	5,12	36,85	31,72
1997	5,11	38,04	32,93
1998	6,37	41,24	34,88
1999	6,73	43,54	36,82

### Prispåslag for sei, fersk, renskåret filet, 1 kg – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	4,11	36,58	32,47
1990	5,57	37,67	32,10
1991	5,20	39,08	33,89
1992	4,90	40,33	35,44
1993	4,27	38,93	34,67
1994	4,43	38,77	34,34
1995	5,07	38,94	33,87
1996	5,11	38,05	32,94
1997	5,02	39,51	34,50
1998	6,33	44,15	37,82
1999	6,69	46,50	39,81

### Prispåslag for sei, fersk, renskåret filet, 1 kg – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	5,66	34,17	28,50
1990	6,48	33,67	27,19
1991	6,37	35,58	29,21
1992	6,15	34,42	28,26
1993	5,33	35,57	30,25
1994	5,48	34,51	29,03
1995	5,70	34,31	28,61
1996	5,57	36,02	30,45
1997	5,90	38,46	32,55
1998	7,17	41,06	33,89
1999	7,15	45,04	37,89

## Prispåslag for sei, fersk, renskåret filet, 1 kg – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	4,00	33,50	29,50
1990	5,48	33,92	28,44
1991	5,07	35,08	30,01
1992	4,77	38,17	33,40
1993	4,15	37,70	33,55
1994	4,33	41,15	36,82
1995	4,98	40,08	35,10
1996	5,04	40,16	35,12
1997	4,91	36,75	31,84
1998	6,16	37,15	30,99
1999	6,61	38,37	31,76

### Vedlegg G.3. Torsk med hode og innmat (koketorsk), (vare 1)

#### Nasjonale prispåslag for koketorsk, 1 kg

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag til mellom- og butikkledd
1989	10,93	33,85	22,92
1990	12,61	35,38	22,77
1991	12,22	37,00	24,78
1992	11,01	38,79	27,78
1993	9,48	40,09	30,61
1994	9,50	41,26	31,76
1995	9,34	41,83	32,49
1996	8,75	43,11	34,37
1997	8,86	45,32	36,46
1998	9,17	48,08	38,91
1999	9,74	54,66	44,92

#### Prispåslag for koketorsk, 1 kg – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag til mellom- og butikkledd
1989	10,52	36,42	25,90
1990	11,95	35,75	23,80
1991	11,71	37,42	25,70
1992	9,97	41,83	31,87
1993	8,02	43,85	35,83
1994	8,37	45,33	36,95
1995	8,59	46,10	37,51
1996	8,30	44,96	36,66
1997	8,27	45,93	37,67
1998	8,37	49,67	41,31
1999	9,09	51,06	41,97

#### Prispåslag for koketorsk, 1 kg – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten Mva	Påslag til mellom- og butikkledd
1989	12,36	38,33	25,97
1990	13,60	39,58	25,98
1991	13,11	37,42	24,30
1992	13,55	38,67	25,12
1993	12,27	41,72	29,45
1994	12,15	43,69	31,54
1995	11,07	41,30	30,23
1996	10,01	42,44	32,43
1997	10,94	45,45	34,51
1998	12,25	48,46	36,20
1999	12,35	50,16	37,82

## Prispåslag for koketorsk, 1 kg – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag til mellom- og butikkledd
1989	10,61	28,17	17,56
1990	12,17	31,92	19,75
1991	11,89	36,00	24,11
1992	10,05	32,83	22,78
1993	8,13	30,66	22,52
1994	8,43	36,07	27,63
1995	8,63	28,37	19,74
1996	8,38	29,51	21,13
1997	8,36	28,46	20,10
1998	8,40	29,11	20,71
1999	8,96	36,18	27,22

## Vedlegg G.4. Torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat (vare 160)

### Nasjonale prispåslag for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, 1kg

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	13,36	40,80	27,44
1996	12,34	43,13	30,79
1997	12,09	43,59	31,49
1998	15,34	45,21	29,87
1999	18,88	53,55	34,68

### Prispåslag for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, 1kg – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (På- slag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	12,50	40,81	28,32
1996	11,42	43,17	31,75
1997	11,10	43,82	32,72
1998	14,91	47,32	32,41
1999	18,95	54,88	35,92

### Prispåslag for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, 1kg – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (På- slag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	15,55	44,15	28,59
1996	16,21	44,96	28,75
1997	14,83	46,02	31,19
1998	16,28	51,46	35,18
1999	18,85	62,36	43,51

### Prispåslag for torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat, 1kg – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (På- slag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1995	12,50	31,79	19,29
1996	11,42	33,33	21,92
1997	11,05	29,84	18,78
1998	14,80	31,95	17,15
1999	18,86	43,01	24,15

## Vedlegg G.5. Torsk, fersk, renskåret filet (vare 165)

## Nasjonale prispåslag for torsk, fersk, renskåret filet, 1 kg

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	8,85	47,75	38,90
1990	11,19	49,64	38,46
1991	11,82	52,52	40,70
1992	11,27	52,76	41,49
1993	9,77	52,66	42,89
1994	10,11	52,41	42,30
1995	10,50	52,67	42,16
1996	9,79	54,76	44,98
1997	9,84	57,13	47,29
1998	13,36	59,72	46,36
1999	16,29	68,00	51,71

## Prispåslag for torsk, fersk, renskåret filet, 1 kg – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	8,13	48,75	40,62
1990	10,63	51,17	40,54
1991	11,14	53,08	41,94
1992	10,56	55,75	45,19
1993	9,18	54,84	45,65
1994	9,55	53,20	43,65
1995	10,02	56,34	46,32
1996	9,13	58,46	49,33
1997	9,17	60,98	51,81
1998	12,96	66,26	53,30
1999	16,02	77,48	61,46

## Prispåslag for torsk, fersk, renskåret filet, 1 kg – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	12,39	47,67	35,28
1990	13,77	49,08	35,31
1991	14,36	51,42	37,05
1992	14,25	52,50	38,25
1993	12,26	51,56	39,29
1994	12,83	52,79	39,96
1995	13,02	49,67	36,65
1996	12,95	52,28	39,33
1997	12,64	56,02	43,37
1998	15,07	59,92	44,85
1999	17,46	64,15	46,69

## Prispåslag for torsk, fersk, renskåret filet, 1 kg – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	8,00	46,17	38,17
1990	10,53	47,25	36,72
1991	10,99	48,83	37,84
1992	10,45	47,42	36,96
1993	9,12	46,72	37,60
1994	9,42	46,89	37,47
1995	9,90	46,83	36,92
1996	9,04	47,97	38,93
1997	9,04	47,48	38,44
1998	12,72	50,08	37,36
1999	15,81	56,75	40,94



## Vedlegg G.6. Torsk, dypfrost filet, pakke (vare 6)

## Nasjonale prispåslag for torsk, dypfrost filet, pakke, ca 400 gram

År	Pris til fisker for 400g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	3,54	26,84	23,30
1990	4,47	27,91	23,43
1991	4,73	28,03	23,30
1992	4,51	26,00	21,49
1993	3,91	25,25	21,34
1994	4,04	24,63	20,59
1995	4,20	23,51	19,31
1996	3,92	22,33	18,41
1997	3,94	22,09	18,15
1998	5,34	24,61	19,27
1999	6,52	28,10	21,58

## Prispåslag for torsk, dypfrost filet, pakke, ca 400 gram – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	3,25	27,00	23,75
1990	4,25	28,08	23,83
1991	4,46	28,42	23,96
1992	4,22	25,92	21,69
1993	3,67	24,84	21,16
1994	3,82	23,93	20,11
1995	4,01	22,68	18,68
1996	3,65	21,06	17,41
1997	3,67	21,79	18,12
1998	5,18	23,98	18,80
1999	6,41	27,40	20,99

## Prispåslag for torsk, dypfrost filet, pakke, ca 400 gram – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	4,96	26,17	21,21
1990	5,51	27,42	21,91
1991	5,75	26,92	21,17
1992	5,70	25,08	19,38
1993	4,91	24,75	19,85
1994	5,13	24,02	18,88
1995	5,21	22,36	17,15
1996	5,18	22,28	17,10
1997	5,06	22,28	17,22
1998	6,03	24,96	18,93
1999	6,98	27,89	20,90

## Prispåslag for torsk, dypfryst filet, pakke, ca 400 gram – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	3,20	24,83	21,63
1990	4,21	24,67	20,46
1991	4,40	25,92	21,52
1992	4,18	24,75	20,57
1993	3,65	24,10	20,45
1994	3,77	24,51	20,74
1995	3,96	24,15	20,18
1996	3,62	24,31	20,69
1997	3,62	23,82	20,20
1998	5,09	27,80	22,72
1999	6,32	28,54	22,21

## Vedlegg G.7. Torsk, panetter, dypfryst, pakke (vare 166)

## Nasjonale prispåslag for torsk, panetter, dypfryst, pakke, 400g

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	3,54	24,88	21,34
1990	4,47	25,78	21,30
1991	4,73	25,07	20,34
1992	4,51	23,39	18,88
1993	3,91	21,15	17,24
1994	4,04	20,22	16,18
1995	4,20	18,85	14,65
1996	3,92	18,42	14,51
1997	3,94	18,02	14,09
1998	5,34	19,30	13,96
1999	6,52	20,83	14,31

## Prispåslag for torsk, panetter, dypfryst, pakke, 400 g – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	3,25	26,92	23,66
1990	4,25	28,67	24,41
1991	4,46	27,08	22,63
1992	4,22	24,42	20,19
1993	3,67	21,23	17,56
1994	3,82	20,16	16,34
1995	4,01	18,62	14,61
1996	3,65	18,21	14,56
1997	3,67	18,21	14,54
1998	5,18	18,70	13,52
1999	6,41	18,54	12,13

## Prispåslag for torsk, panetter, dypfryst, pakke, 400 g – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	4,96	25,33	20,38
1990	5,51	25,00	19,49
1991	5,75	24,75	19,00
1992	5,70	23,42	17,72
1993	4,91	22,05	17,14
1994	5,13	20,49	15,36
1995	5,21	20,08	14,87
1996	5,18	20,24	15,07
1997	5,06	18,78	13,72
1998	6,03	20,49	14,46
1999	6,98	22,03	15,05

## Prispåslag for torsk, panetter, dypfryst, pakke, 400 g – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker for 400 g (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva for 400 g	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	3,20	22,17	18,97
1990	4,21	23,17	18,96
1991	4,40	24,00	19,60
1992	4,18	23,75	19,57
1993	3,65	21,31	17,66
1994	3,77	20,00	16,23
1995	3,96	18,21	14,25
1996	3,62	17,07	13,46
1997	3,62	17,56	13,94
1998	5,09	18,21	13,12
1999	6,32	19,51	13,19

## Vedlegg G.8. Laks, 2-3 kg, oppskåret (vare 5)

## Nasjonale prispåslag for laks, 2-3 kg, oppskåret, 1 kg

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1992	35,00	60,06	25,06
1993	32,89	60,15	27,26
1994	31,95	60,75	28,79
1995	27,67	59,86	32,19
1996	21,69	57,99	36,30
1997	22,74	58,46	35,73
1998	*24,53	60,85	36,31

\* Pris til fiskeoppdretter i 1998 er kun for januar-juni.

## Prispåslag for laks, 2-3 kg, oppskåret, 1 kg – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1992	35,00	76,42	41,42
1993	32,89	76,80	43,92
1994	31,95	72,79	40,84
1995	27,67	67,40	39,72
1996	21,69	62,60	40,91
1997	22,74	60,73	37,99
1998	*24,53	66,26	41,73

\* Pris til fiskeoppdretter i 1998 er kun for januar-juni.

## Prispåslag for laks, 2-3 kg, oppskåret, 1 kg – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1992	35,00	63,58	28,58
1993	32,89	62,79	29,90
1994	31,95	60,90	28,95
1995	27,67	63,58	35,90
1996	21,69	59,84	38,14
1997	22,74	61,95	39,21
1998	*24,53	61,06	36,53

\* Pris til fiskeoppdretter i 1998 er kun for januar-juni.

## Prispåslag for laks, 2-3 kg, oppskåret, 1 kg – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1992	35,00	55,83	20,83
1993	32,89	59,18	26,29
1994	31,95	62,13	30,18
1995	27,67	58,94	31,27
1996	21,69	54,96	33,27
1997	22,74	54,72	31,98
1998	*24,53	44,80	20,27

\* Pris til fiskeoppdretter i 1998 er kun for januar-juni.

## Vedlegg G.9. Reker (90-120 stk. per kg), (vare 174)

## Nasjonale prispåslag for reker (90-120 stk. per kg)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	27,14	48,20	21,06
1990	28,80	48,08	19,29
1991	30,18	49,28	19,11
1992	30,81	48,95	18,14
1993	26,68	44,19	17,50
1994	26,83	45,79	18,96
1995	31,26	48,10	16,84
1996	29,50	51,45	21,95
1997	27,61	54,06	26,45
1998	31,17	55,72	24,56
1999	33,93	58,41	24,48

## Prispåslag for reker (90-120 stk. per kg) – Østlandsområdet (region 1)

År	Pris til fisker (På- slag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	27,14	44,92	17,78
1990	28,80	45,33	16,54
1991	30,18	46,75	16,57
1992	30,92	45,42	14,50
1993	26,80	37,95	11,15
1994	26,95	39,59	12,64
1995	31,27	42,44	11,17
1996	29,84	45,20	15,36
1997	27,71	50,16	22,45
1998	31,20	50,98	19,78
1999	34,09	53,25	19,16

## Prispåslag for reker (90-120 stk. per kg) – Sør- og Vestlandet (region 2)

År	Pris til fisker (På- slag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	27,14	47,50	20,36
1990	28,80	46,83	18,04
1991	30,18	47,67	17,49
1992	30,81	48,00	17,19
1993	26,68	47,13	20,45
1994	26,83	47,21	20,38
1995	31,26	48,29	17,04
1996	29,50	55,61	26,11
1997	27,61	59,11	31,50
1998	31,17	61,63	30,46
1999	33,93	62,93	29,00

## Prispåslag for reker (90-120 stk. per kg) – Nord-Norge (region 3)

År	Pris til fisker (Påslag til fisker)	Butikkpris uten mva	Påslag for mellom- og butikkledd
1989	27,14	44,75	17,61
1990	28,80	45,75	16,95
1991	30,20	45,83	15,63
1992	30,92	47,50	16,58
1993	26,80	43,11	16,32
1994	26,95	47,95	21,00
1995	31,27	60,65	29,38
1996	29,84	63,41	33,58
1997	27,71	56,99	29,28
1998	31,20	54,31	23,11
1999	34,09	43,09	9,00