

Handlingsplan for forskningsaktiviteter innen marked, handel og konkurranse

2009–2012

Styringsgruppe:

Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening (FHL)
Norges Fiskarlag
Norske Sjømatbedrifters Landsforening (NSL)
Landsorganisasjonen i Norge (LO)
Eksportutvalget for fisk (EFF)

Sekretariat:

Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening (FHL)
på vegne av forskningsfondet FHF

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	4
1.1. Formål	4
1.2. Næringsforankring	5
1.3. Organisering av rapporten	5
<hr/>	
2. Etterspørselsforhold	5
2.1. Relevante tema og problemstillinger	6
<hr/>	
3. Handelsbetingelser	7
3.1. Relevante tema og problemstillinger	7
<hr/>	
4. Konkurransen og strategi	8
4.1. Relevante tema og problemstillinger	8
<hr/>	
5. Prosjektorganisering og forskningsformidling	9
<hr/>	
6. Fremdriftsplan	10
<hr/>	
7. Kobling mot andre finansieringskilder	10
<hr/>	
Vedlegg 1: Spørreskjema	11
Vedlegg 2: Antall svar og responsrate	13
Vedlegg 3: Deltagere på arbeidsseminar om "Marknadsretta FOU"	14

Forord

En styringsgruppe med representanter fra Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening (FHL), Norges Fiskarlag, Norske Sjømatbedrifters Landsforening (NSL), LO og Eksportutvalget for fisk har på vegne av Fiskeri og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) utarbeidet denne handlingsplanen som be-

skriver behovet for forsknings- og utviklingsaktiviteter på områdene handel, marked og konkurranse de neste fire årene (2009-2012). Målet med handlingsplanen er å bidra til høy verdiskapning, god konkurranseevne og lønnsomhet, samt stabile arbeidsplasser innen norsk sjømatnæring.

Handlingsplan for forskningsaktiviteter for sjømatnæringen innen områdene marked, handel og konkurranse for perioden 2009–2012

1. Innledning

Norge har gjennom sin nærhet til fruktbare havområder og sin langstrakte kyst med beskyttede fjorder svært gode naturgitte betingelser for en sjømatnæring basert på høsting og foredling av vill og oppdrettet fisk av høy kvalitet. Sjømatnæringen bidrar med sysselsetting og næringsaktivitet i store deler av landet, i tillegg til betydelige eksportinntekter. Norge er en av de ledende nasjonene i det globale sjømatmarkedet og produktene selges i alle verdensdeler.

Næringen møter imidlertid økt konkurranse fra nye oppdrettsarter, andre sjømatnasjoner og andre proteinkilder som rødt og hvitt kjøtt. De norske bedriftene møter også ulike handelshindringer og konkurrerer ofte under mindre gunstige forhold sammenlignet med konkurrenter fra andre viktige sjømatnasjoner. Dette kombinert med nye krav fra distribusjonskanaler og forbrukere bidrar til at bedriftene må jobbe kontinuerlig for å vedlikeholde og forbedre sine posisjoner i markedet. Det blir stadig viktigere å identifisere unike konkurransefortrinn og å omsette disse til etterspurte høyverdiprodukter som konkurrentene ikke kan matche. Nye og bedre produkter og nye levedyktige sektorer basert på oppdrett av "nye" arter bør også utvikles for å vinne frem i konkurransen.

En viktig premisse for at sjømatnæringen skal lykkes i fremtiden er kunnskap om sentrale forhold, inkludert hva forbrukere ønsker og konkurrentene foretar seg, handelsbetingelser i ulike markeder, hvordan distribusjonskanalene utvikler seg og hvilke konkurransestrategier som er mest lønnsomme. Til en viss grad skaffer bedriftene seg slik kunnskap på egen hånd men de har ofte verken tid, ressurser eller kompetanse til å gjennomføre systematiske studier og analyser som kan gi den pålitelige informasjonen de trenger. Det er her forskningsinstituttene og universitetene kan bidra. Men for at forskningen som utføres skal komme næringen til nytte trengs det innspill og styring av innsatsen.

1.1. Formål

Hovedmålet med denne handlingsplanen er å bidra til høy verdiskapning, god konkurranseevne og lønnsomhet, samt stabile arbeidsplasser innen norsk sjømatnæring. Dette søkes oppnådd gjennom følgende delmål:

- Målrette forskningsinnsatsen gjennom Fiskeri og havbruksnæringens forskningsfond innen områdene marked, handel og konkurranse.
- Kunnskapen som fremkommer skal bistå bedriftene i deres strategiske beslutninger.
- Bidra til å bygge opp og vedlikeholde sterke fagmil-

jører ved forskningsinstitusjonene.

- Øke midlene til forskning innen marked, handel og konkurranse gjennom samfinansiering med Norges forskningsråd.
- Styrke den samlede forskningsinnsatsen innen marked, handel og konkurranse.

Det må påpekes at sjømatnæringen er en kompleks næring i den forstand at den består av en rekke ulike sektorer og bedrifter som opererer på ulike nivå i verdikjeden og i ulike markeder. Dette innebærer mange ulike utfordringer og forskningsbehov. Men sjømatnæringen står også overfor utfordringer og problemstillinger som er felles for de fleste aktørene, slik som det økende fokuset på miljø ute i markedene. Både sektorspesifikke og sektorovergrepene utfordringer og forskningsbehov diskuteres.

Fordi sjømatnæringen med ujevne mellomrom opplever nye utfordringer og muligheter er det viktig at planen er fleksibel og ikke "låser" midler kun til forhåndsbestemte tema, men at den også gir rom for bevilgninger til å belyse nye uforutsette problemstillinger.

1.2. Næringsforankring

Arbeidet har vært ledet av en styringsgruppe som representerer de fleste sjømatbedriftene i Norge gjennom flere av de viktigste bransjeorganisasjonene i tillegg til LO og Eksportutvalget for fisk. Planen som foreligger er et resultat av en arbeidsprosess hvor næringsmessig relevans og forankring har vært sterkt vektlagt. Styringsgruppen har hatt en rekke arbeidsmøter. I tillegg har det vært gjennomført en spørreundersøkelse og det har vært avholdt et heldags arbeidsmøte med bred invitasjon til ulike aktører i sjømatnæringen.

2. Etterspørselsforhold

For at sjømatbedriftene skal lykkes med lønnsomme høyverdiprodukter i markedet, både nasjonalt og internasjonalt, er kunnskap om hvilke produkter og produkttegenskaper ulike kundegrupper foretrekker helt avgjørende. Dette inkluderer kunnskap om hvordan ulike forbrukersegmenter i ulike markeder tenker og opptrer i kjøpesituasjoner, inkludert hva som får de til å velge et produkt fremfor et annet. For å nå frem til forbrukerne må sjømatbedriftene oppnå salgskontrakter med supermarkedskjeder, grossister, og andre

Formålet med spørreundersøkelsen var å få en indikasjon på hvordan næringsaktørene vurderte viktigheten av ulike forskningstema (se vedlegg 1). Dette ble sendt ut til 79 personer som representerer bedrifter både innen ulike sektorer og ledd i verdikjeden, FOU-institusjoner, organisasjoner og myndigheter (se vedlegg 2 for oversikt over utvalg og responsrate). Det må påpekes at på grunn av relativt lav responsrate (39 svar) og ulik fordeling av svar på tvers av sektorer og aktører gir ikke nødvendigvis denne undersøkelsen et representativt bilde av hva hele sjømatnæringen mener. Undersøkelsen gir imidlertid en indikasjon på hvordan ulike tema vurderes opp mot hverandre.

Et heldags arbeidsmøte ble arrangert på Gardermoen i slutten av juni. Medlemsbedriftene i FHL, Norges Fiskerlag og NSL ble invitert i tillegg til organisasjoner, forskere, forskningsråd og myndigheter (Se vedlegg 3 for deltagerliste). På dette møtet ga inviterte foredragsholdere sine innspill til forskningstema og problemstillinger.

1.3. Organisering av rapporten

Resten av rapporten er organisert som følger. I kapitlene 2, 3 og 4 drøftes sentrale utfordringer og problemstillinger innenfor de tre temaområdene marked (etterspørselsforhold), handel (handelsbetingelser) og konkurranse (konkurranse og strategi). Det er svært viktig at forskningen som gjennomføres virkelig kommer til nytte for bedriftene og andre aktører i næringen. I kapittel 5 diskuteres derfor hvordan forskningen kan gjøres mest mulig relevant, pålitelig og tilgjengelig. I kapittel 6 oppsummeres forskningstema og problemstillinger og forslag til prioriteringer de neste fire årene angis. Det siste kapitlet (7) tar opp kobling mot andre finansieringskilder.

mellomledd. Det er derfor også viktig å opparbeide innsikt i hvilke innkjøpsstrategier de har, samt hvordan de vil utvikle seg i fremtiden. Herunder også forhold som påvirker strategiene til de store matvaredistributørene.

Et svært tidsaktuelt tema er det økte fokuset på åpenhet, miljøvennlig og etisk riktig produksjon av mat langs hele verdikjeden. Dette vises blant annet gjennom medieomtalen som vies til bærekraftig forvalt-

ning av fiskeriene, miljøvennlige fangstmetoder, dyrevelferd både innen fangst og oppdrett, og behovet for trygg mat i kjølvannet av en rekke matskandaler. Sjømatnæringen basert på villfisk blir i økende grad utfordret på om fiskeslagene de foredler er sertifiserte som bærekraftige. I butikkhyllene finner vi stadig flere økologiske matvarer og sjømatprodukter basert på bærekraftig forvaltning. Dette gjelder ikke minst i de store og ledende supermarkedskjedene i sentrale markedsland som Storbritannia, Frankrike og Tyskland. For å tilfredsstille kravene som stilles er sjømatnæringen avhengig av tredjepartssertifisering både for økologiske og bærekraftige produkter.

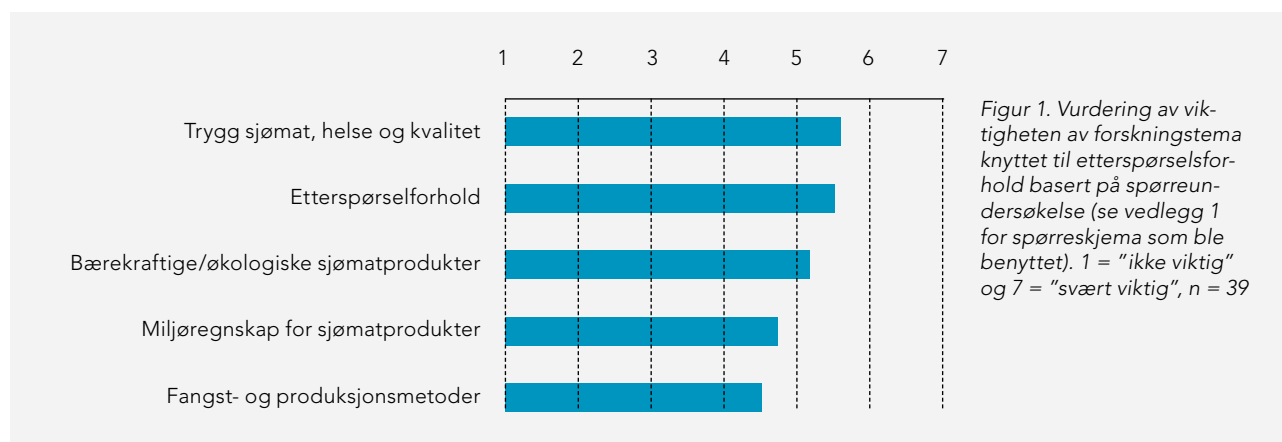
Et interessant spørsmål er imidlertid i hvilken grad forbrukere er opptatt av miljøvennlige og etiske (sjø) matprodukter. Når forbrukere blir spurt om deres engasjement for miljøet svarer de gjerne positivt, men forskning viser at dette ikke bestandig gjenspeiler seg i deres valg i butikken. For eksempel viste en studie blant norske forbrukere at selv om 70 prosent mente at kylling ikke har akseptable levevilkår, var det kun 15 prosent som oppga at de ikke spiser kylling. Dette indikerer at det er behov for studier som fanger opp hva forbrukerne virkelig gjør og ikke bare hva de mener.

En annen utfordring er produktutvikling. Utvikling og introduksjon av nye produkter og videreutvikling av eksisterende produkter er et viktig middel i kampen om kundene. Som et resultat av dette utsettes forbrukerne for stadig økende produktassortiment og produkter med svært mange egenskaper. En sterk trend som ikke ser ut til å bli mindre viktig i årene som kommer er produktegenskaper som er antatt bra for helse

og sunnhet. Forskning viser imidlertid at forbrukerne ikke er spesielt involvert i sine innkjøp av dagligvarer og at vaner derfor spiller en viktig rolle. Utfordringen for næringen blir dermed å tilpasse seg forbrukernes vaner eller å få de til å forandre vaner. En annen viktig utfordring er å fange opp nye trender i forbrukernes atferdsmønster som kan bli viktige i fremtiden, selv om de kanskje ikke er så tydelige i dag.

2.1. Relevante tema og problemstillinger

- Miljø, bærekraftighet, trygg sjømat, etikk og fiskevelferd
 - Sertifisering av fiskerier
 - Klimaspor
 - NGO'er og påvirkning på supermarkedskjeder og forbrukere
 - Etikk og dyrevelferd
- Globalisering og konkurranseforhold
 - Kunnskap om "nye" markeder
 - Prisdannelse i spotmarkedet
 - Konkurranse fra nye oppdrettsarter og andre proteinkilder
 - Makrofaktorer som innvirker på etterspørselen
- Distribusjonssystemer
 - Kjedenes innkjøpskrav og strategier
 - Logistikk for å bevare høy kvalitet frem til forbruker
 - Sporbarhetssystemer
- Forbruker
 - Avdekke megatrender. Sunn mat. Eksotisk mat. Ferdigmat. Enkel og billig. "Grab'n go". Berikede matprodukter
 - Hvordan brukes ressurser for å påvirke hvordan samfunnet ser på ulike produktgrupper som frukt, grønt, kjøtt og sjømat?



3. Handelsbetingelser

Om lag 95 prosent av all norsk sjømat eksporters. God markedsadgang er derfor avgjørende for at norske sjømatbedrifter skal kunne lykkes internasjonalt. Handelspolitiske forhold har imidlertid gjort at norske bedrifter har blitt utestengt fra en rekke markeder. Dette innebærer at bedrifter mister verdifulle kontrakter og kundekjennskap/lojalitet til sine produkter. Samtidig overtar gjerne andre leverandører eller produkter plassen til de norske, noe som gjør det vanskelig å gjenvinne markedsandeler.

Norsk sjømat møter også handelshindringer i form av tariffære og ikke-tariffære forhold som toll og importkvoter. Både toll og begrensninger på eksportvolum til et marked kan innebære store ulemper for norske bedrifter. EU har for eksempel en handelspolitikk som søker å beskytte egen industri mot konkurranse. Det er derfor relativt høy toll på videreforedlede sjømatprodukter inn til EU, noe som har bidratt til at det i svært liten grad eksporteres slike produkter fra Norge til EU. I videreforedlingsprosessen ligger det i mange tilfeller en betydelig merverdi som norsk sjømatnæring dermed går glipp av. Norsk sjømatnæring utsettes også for "skjulte" handelshindringer, ved at myndighetene i markedsland iverksetter ulike tiltak som reduserer norske bedrifters muligheter i disse markedene.

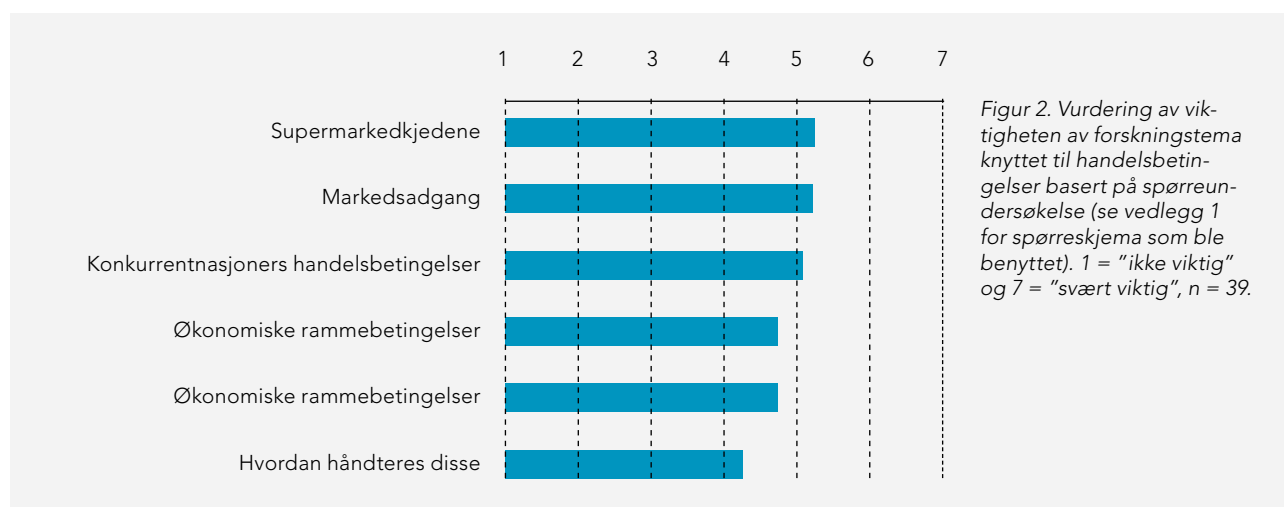
Norsk sjømatnæring kan oppnå bedre handelsbetin-

gelses gjennom WTO og EFTA og gjennom bedre bilaterale og regionale handelsavtaler. Det er viktig å avdekke effektene av ulike handelsavtaler for sjømatnæringen og ikke minst hvordan ulike handelshindre kan reduseres.

Konkurrentene har andre og noen ganger mer gunstige rammebetingelser slik som billigere arbeidskraft, lettere regulering av virksomheter og bedre markedsadgang i form av lavere toll. Det er derfor viktig å avdekke konkurransebetingelsene til våre konkurrenter slik at norske bedrifter kan foreta velbegrunnede valg med hensyn til hvem de bør konkurrere med, samt hvilke strategier de bør benytte. Nye bilaterale og regionale handelsavtaler hvor viktige konkurrentland er involvert inngås stadig vekk. For norske bedrifter er det viktig med tidlig kjennskap til disse slik at bedriftene kan være i forkant av utviklingen.

3.1. Relevante tema og problemstillinger

- Effekter av ulike handelsavtaler for sjømatnæringen
- Strategier for å unngå handelshindringer
 - Tariffære handelshindringer
 - Ikke-tariffære handelshindringer
- Andre lands handelspolitiske forhold
 - Konkurrentnasjoners bilaterale og regionale handelsavtaler
- Avdekke og håndtere skulte handelshindringer



4. Konkurransen og strategi

Norsk sjømat opplever sterk konkurranse i mange markeder hvor tilbudet av både spennende og billige sjømatprodukter stadig forbedres. Konkurransen fra andre matvarer er også betydelig. Sjømatbedriftene har dessuten i mange tilfeller konkurranseulempen i forhold til viktige konkurrenter i form av høye arbeidskraftkostnader og handelshindre.

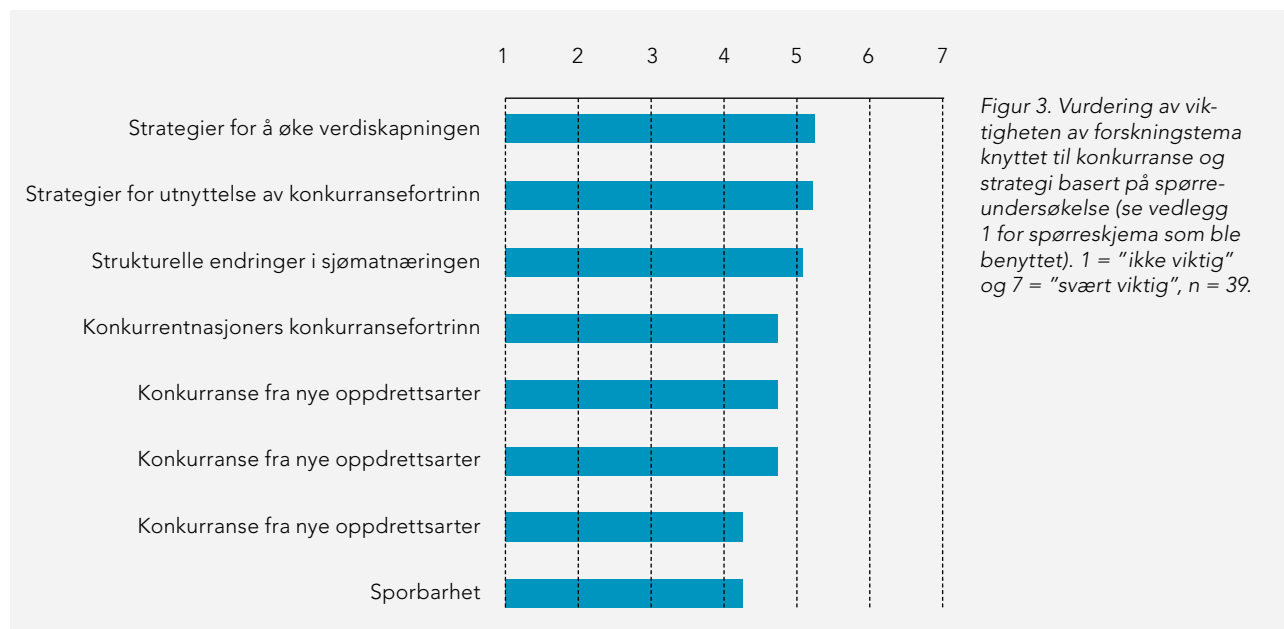
Det betyr at sjømatnæringen kontinuerlig må utvikle sine konkurransefortrinn og strategiske kompetanse slik at de vinner frem i konkurransen. Differensieringsstrategier hvor formålet er å skille seg fra konkurrentene på produkttegenskaper som etterspørres av kundene er hensiktsmessig i så måte. Dette strategiarbeidet må primært skje hos bedriftene som må utvikle interne ressurser og egenskaper som bidrar til markedsorientert og konkurransedyktig utvikling og tilpasning av produktene. En utfordring her er det sterke fokuset på kostnadsreduksjon og effektivitet som har preget deler av sjømatnæringen i mange år. Kostnadseffektiv produksjon er nyttig men økt fokus på produktutvikling og markedstilpassning krever omstillingsevne og en annen type kompetanse hvor bedriftene i større grad må fokusere på innova-

sjon basert på forbrukeres ønsker og preferanser for høykvalitetsprodukter.

Konkurransafortinn vil særlig være knyttet til utvikling av råstoffkvalitet og ferskhets som er vanskelig å konkurrere mot for lavkostland i Asia som ofte er basert på frosset råstoff og ferdigprodukter. Etterspurte produkttegenskaper må også kommuniseres og de "rette" markedssegmentene må identifiseres og nås. Nye oppdrettsarter med fortrinn knyttet til kvalitet og leveringsdyktighet kan også bidra til å bedre sjømatnæringens konkurransedyktighet.

4.1. Relevante tema og problemstillinger

- Konkurransafortinn som kan bidra til å øke verdiskaping og lønnsomhet.
- Utvikle og kommunisere nye produkttegenskaper til forbruker
- Nye oppdrettsarter
 - Hvilke strategier og produkttegenskaper bør vektlegges for ulike arter og markeder?
 - Hvordan møte konkurransen fra lavprisararter som pangasius, cobia og tilapia?



5. Prosjektorganisering og forskningsformidling

Det er en utbredt oppfatning at forskere og næringsutøvere har ulike målsettinger og behov når det gjelder forskning og forskningsformidling. Mens næringsutøvere ønsker konkrete innspill som umiddelbart kan bidra til å redusere bedriftens kostnader eller øke dens inntjening, ønsker forskere å publisere artikler i internasjonale tidsskrifter. Slik publisering tar lang tid og artiklene er ofte skrevet i et språk som ikke nødvendigvis er lett å forstå for næringsutøvere. Dessuten leser praktikere sjelden slike fagtidsskrifter.

Et viktig krav ved publisering er at forskningen som rapporteres gir bidrag til å utvikle og forbedre teori. Det trenger imidlertid ikke å være en motsetning mellom teoretisk forskning/publisering og praktisk nytte og anvendelse av forskningen. Forskere (og praktiskere) med god kjennskap til og bruk av teori har gode muligheter til å belyse praktiske problemstillinger på en måte som gir økt innsikt for næringsutøvere. Men for at forskningen skal komme til praktisk nytte stilles det en rekke krav både til forskere og brukerne av forskningsresultatene.

For det første er det viktig at forskningsspørsmålene som stilles har næringsmessig relevans. Dette innebærer at forskerne må ha god kunnskap om hvilke utfordringer næringsutøverne står overfor. Dette sikres best gjennom nær kontakt og dialog med bedriftsledere og andre næringsaktører. Det er i tillegg viktig at næringsutøvere er involvert i prosjektutformingen i en tidlig fase slik at de kan påvirke fokuset i prosjektet. Videre kan dialog underveis i prosjektet bidra til nyttige justeringer av fokus og tolking av resultater. Når

forskningsresultater foreligger er spørsmålet hvordan disse best kan kommuniseres til potensielle brukere. Forskningsresultater spres i dag på mange måter som for eksempel artikler i bransjeblader og aviser, rapporter, foredrag på bransjemøter, bransjeseminarer, undervisning ved universiteter og høyskoler, og gjennom direkte kontakt mellom forskere og næringsutøvere. Alle disse metodene kan være nyttige på sin måte men har ulike fordeler og ulemper. Skriftlig rapportering slik som rapporter og avisartikler kan være nyttig fordi de kan leses nøye og fordi de kan lagres og tas frem ved en senere anledning. De gir imidlertid ikke samme mulighet for oppklaring og diskusjon som møter og seminarer. Diskusjoner mellom forskere og brukere har den fordel at det kan lede til økt forståelse for hvordan resultatene kan anvendes for den enkelte bedrift eller bruker.

Forskningsformidling innebærer alltid to parter. For at forskningsresultater skal nå frem til relevante brukere er det helt avgjørende at disse er interessert og motivert slik at de virkelig forsøker å forstå budskapet. Mye kan imidlertid gjøres for å både motivere brukere og å gjøre det lettere å forstå og anvende resultatene. Vi tror at en tett dialog mellom forskere og brukere er helt avgjørende i så måte. Vi anbefaler derfor at prosjektene alltid har en referansegruppe som inkluderer en eller flere tiltenkte brukere av forskningen. Det er og viktig at brukerne tas med i planleggingen av prosjektene. Vi anbefaler at det arrangeres arbeidsmøter underveis i prosjektene og at disse møtene også kan inkludere flere brukere enn de som sitter i referansegruppen.

6. Fremdriftsplan

Tema	2009	2010	2011	2012
Miljø, bærekraftighet, trygg sjømat, etikk og dyrevelferd	•••	•••	••	••
Globalisering og konkurranseforhold	••	••	••	••
Distribusjonssystemer	••	••	••	••
Forbruker	••	••	••	••
Effekter av ulike handelsavtaler for sjømatnæringen	•	•	•	•
Strategier for å unngå handelshindringer	•	•	•	•
Andre lands handelspolitiske forhold	•	•	•	•
Avdekke og håndtere skulte handelshindringer	•	•	•	•
Konkurransesfortrinn som kan bidra til å øke verdiskaping og lønnsomhet	•••	•••	••	•
Utvikle og kommunisere nye produkttegenskaper til forbruker	•••	•••	••	••
Nye oppdrettsarter	•	•	••	••

I tabellen over er det foretatt en prioritering av forslagene til forskningstema for programperioden de neste fire årene.

Det er viktig å understreke at de foreslåtte prioriteringene bare er retningsgivende og at styringsgruppen til en hver tid må vurdere hvilke forskningstema som bør prioriteres. Det er og viktig at styringsgruppen

kan bevilge midler til andre relevante tema dersom det skulle være aktuelt. Erfaringsmessig dukker det alltid opp nye utfordringer og muligheter som for eksempel konkurranse fra nye oppdrettsarter og endrede handelsbetingelser. Det er da viktig at det kan bevilges midler til forskning som relativt hurtig kan belyse slike forhold slik at næringen kan være i forkant av utviklingen.

7. Kobling mot andre finansieringskilder

For at delmålene om å få mest mulig forskning ut av FHF's midler er det viktig at medfinansiering søkes gjennom forskningsrådets ulike programmer, samt andre mulige finansieringskilder slik som EU. Hos forskningsrådet er det særlig Matprogrammet (Norsk mat fra sjø og land) som er aktuelt. To søknadstyper er relevante for medfinansiering. Dette er Brukerstyrte innovasjonsprosjekter (BIP) og Kompetanseprosjekter med brukermedvirkning (KMB). BIPer skal utløse FoU-aktivitet i næringslivet som spesielt bidrar til innovasjon og bærekraftig verdiskaping. KMBer skal bidra til langsiktig næringsrettet forskerutdanning og kompetanseoppbygging i forskningsmiljøene. Mer

informasjon om søknadsfrister og krav til søknader og brukermedvirkning finnes på forskningsrådet hjemmeside (www.forskningsradet.no). I tillegg bør handlingsplanen sees opp mot Marint verdiskapningsprogram i regi av Innovasjon Norge, som har som mål å styrke sjømatnæringens evne til å utnytte konkurransefortrinn.

Det er viktig at styringsgruppen for denne handlingsplanen gir innspill til forskningsrådets årlige prioriteringer av forskningsmidler slik at næringsaktuelle tema og problemstillinger kan få prioritet her.

Vedlegg 1: Spørreskjema

Norsk fiskerinæring opererer i internasjonale sjømatmarkeder med sterk konkurranse fra nye oppdrettsarter og produkter fra andre sjømatnasjoner i tillegg til andre proteinkilder som rødt og hvitt kjøtt. Dette kombinert med ulike handelshindringer og endringer i etterspørselsforhold bidrar til at sjømatbedriftene må jobbe kontinuerlig for å vedlikeholde og utvikle sine konkurransefortrinn.

En styringsgruppe bestående av representanter for FHL, Fiskarlaget, NSL, EFF og LO skal på vegne av FHF lage en handlingsplan for målrettet forskning

innen områdene marked, handel og konkurranse. Handlingsplanen vil bidra til å styre forskningsinnsatsen innen disse områdene de neste fire årene. For at forskningen skal bli best mulig forankret i sjømatnæringens behov ønskes det innspill med hensyn til hvilke tema som anses som sentrale innen de nevnte områdene. Vi håper derfor at du/dere kan svare på spørsmålene under.

Spørsmålene besvares på en skala fra 1 til 7 – hvor 1 er "ikke viktig" og 7 er "svært viktig" – etter hvor viktig du synes det er at det forskes på følgende tema:

Etterspørselsforhold

1. Forhold som påvirker etterspørselen i markedene

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

2. Forbrukeres oppfatninger og holdninger til bærekraftige og økologiske sjømatprodukter

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

3. Forbrukeres oppfatninger og holdninger til fangst- og produksjonsmetoder (oppdrett vs vill)

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

4. Miljøregnskap for sjømatprodukter

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

5. Trygg sjømat, helse og kvalitet

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

6. Supermarkedskjedenes strategier og innkjøpskriterier

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

7. Er det noen markeder du mener det er spesielt viktig å forske på?

Handelsbetingelser

8. Markedsadgang inkludert tariffære og ikke tariffære handelshindringer

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

9. Konkurrentnasjoners handelsbetingelser

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

10. Hvordan håndterer bedriftene i konkurrentnasjonene sine handelsbetingelser

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

11. Kampanjer mot norsk sjømat (WWF, Greenpeace, etc): Hvordan drives de frem og hvordan kan de best håndteres?

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

12. Økonomiske rammebetingelser herunder usikkerhet knyttet til valuta og rentenivå

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

Konkurransen og strategi

13. Strategier for å øke verdiskapningen i næringen

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

14. Strategier som ivaretar og utnytter næringens konkurransefortrinn og reduserer konkurranseulemper

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

15. Hvilke konkurransefortrinn har konkurrentnasjoner og hvordan utnyttes disse?

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

16. Konkurransen fra nye oppdrettsarter (Pangasius, Tilapia, etc.)

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

17. Hva som skal til for å utvikle nye levedyktige sektorer innen sjømatindustrien (for eksempel utvikling av nye oppdrettsarter)

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

18. Sporbarhet av innsatsfaktorer, prosesser og produkter

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

19. Strukturelle endringer i sjømatnæringen: Utviklingstrekk, konsekvenser og muligheter

	1	2	3	4	5	6	7	
Ikke viktig								Svært viktig

Er det andre områder som ikke er nevnt over som du mener er viktig at det forskes på?

1. _____

2. _____

3. _____

Gi gjerne en begrunnelse for svarene du gir.

Vedlegg 2: Antall svar og responsrate

	Antall svar (spurte)	Responsrate
Laks	6 (26)	23 %
Hvitfisk	8 (19)	42 %
Andre	9 (15)	60 %
Organisasjoner	8 (11)	73 %
Forskning	8 (8)	100 %
Sum	39 (79)	49 %

Vedlegg 3: Deltagere arbeidsseminar om "Marknadsretta FOU" Gardermoen 19. juni 2008

Kristin Alnes	<i>Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening</i>
Henrik Andersen	<i>Codfarmers AS</i>
Viggo Andreassen	<i>Innovasjon Norge</i>
Trond Davidsen	<i>Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening</i>
Atle Guttormsen	<i>Universitet for miljø og biovitenskap</i>
Jarle Hansen	<i>Norges Sildesalgslag</i>
Svein Haukebø	<i>Ytterstad Fiskeriselskap</i>
Erling Holmeset jr	<i>Norges Fiskarlag</i>
Morten Hylborg-Jensen	<i>Aker Seafood ASA</i>
Håvard Jørgensen	<i>Norske Sjømatbedrifters landsforening</i>
Tor Edgar Ripman	<i>Norges Råfisklag</i>
Arne Melchior	<i>NUPI</i>
Frode Nilssen	<i>Nofima Marked</i>
Bjørn Eirik Olsen	<i>Nofima Marked</i>
Svein Ottar Olsen	<i>Norges Fiskerihøgskule</i>
Inger Beate Pettersen	<i>SNF- Samfunns- og næringslivsforskning</i>
Ingelill Eskildsen Pleym	<i>Nofima Marked</i>
Roger Richardsen	<i>Rubio AS</i>
Unni Røst	<i>Norges Forskningsråd</i>
Edgar Sandanger	<i>Sandanger AS</i>
Kåre Skallerud	<i>Norges Fiskerihøgskole</i>
Geir Sogn-Grundvåg	<i>Nofima Marked</i>
Egil Sundheim	<i>Eksportutvalget for fisk</i>
Jan Trollvik	<i>Eksportutvalget for fisk</i>
Marta Valdes	<i>LO</i>
Henrik Weisser	<i>Fiskeri- og kystdepartementet</i>
Elisabeth Wilmann	<i>Fiskeri- og kystdepartementet</i>

