

Distribusjonssystemet for pelagisk fisk i Nizhny Novgorod, Samara og Krasnodar

Inger Marethe Egeland, markedsstipendiat i Moskva

Stipendiatorordningen

Ordningen er et samarbeid mellom Eksportutvalget for Fisk, Fiskeri- og havbruksnæringens Landsforening, og Fiskeriforskning. Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond finansierer ordningen. I tillegg til å jobbe med egne markedsprosjekter, produserer stipendiatene et månedlig nyhetsbrev som distribueres til alle interesserte eksportører. Formålet med den nyetablerte ordningen er kompetanseheving på markedssiden i fiskerinæringen. Foreløpig er det ansatt 3 markedsstipendiater som holder til i henholdsvis Moskva, Miami og Paris.



Fiskeri- og
havbruksnæringens
forskningsfond



RAPPORT

Tilgjengelighet:

Åpen

Rapportnr:

1/2005

ISBN:

82-7251-549-0

Tittel:

Distribusjonssystemet for pelagisk fisk i Nizhny Novgorod, Samara og Krasnodar

Dato:

24.01.05

Antall sider og bilag:

35

Forskningsjef:

Bjørn Eirik Olsen

Forfatter(e):

Inger Marethe Egeland, markedsstipendiat i Moskva

Prosjektnr.:

9439

Oppdragsgiver:

Fiskeriforskning, Eksportutvalget for fisk, Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening, og Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond

Oppdragsgivers ref.:

3 stikkord:

Marked, sild, Russland

Sammendrag: (maks 200 ord)

Denne rapporten er den siste av i alt tre rapporter om det russiske markedet for pelagisk fisk, som i første rekke tar sikte på å kartlegge distribusjonsstrukturer og rammebetingelser for norsk sild i Russland. Den første rapporten som ble publisert i mars 2004 beskriver distribusjonssystemet slik det fremstår i Moskva, den andre beskriver distribusjonssystemene i de to andre hovedinnfallsporene for sild og pelagisk fisk i Russland; Murmansk og St. Petersburg, og den tredje og siste rapporten omhandler distribusjonssystemet for pelagisk fisk i Nizhny Novgorod, Samara og Krasnodar.

FORORD

Inger Marethe Egeland er ansatt som markedsstipendiat i Moskva og skal i løpet av 18 måneder frem til februar 2005 arbeide med et prosjekt som omhandler markedssituasjonen for pelagisk fisk i Russland. Prosjektet har som overordnet mål å bidra til økt kunnskap om Russland som marked for pelagisk fisk og er et samarbeid mellom Eksportutvalget for fisk, Norsk institutt for fiskeri- og havbruksforskning (Fiskeriforskning), Fiskeri- og havbruksnæringens Landsforening/Pelagisk Forum (FHL), Fiskeri- og havbruksnæringens Forskningsfond (FHF), og Norske Sjømatbedrifters Landsforening (NSL).

Denne rapporten er den siste av i alt tre rapporter om det russiske markedet for pelagisk fisk, som i første rekke tar sikte på å kartlegge distribusjonsstrukturer og rammebetingelser for norsk sild i Russland. Den første rapporten som ble publisert i mars 2004 beskriver distribusjonssystemet slik det fremstår i Moskva, den andre beskriver distribusjonssystemene i de to andre hovedinnfallsporene for sild og pelagisk fisk i Russland; Murmansk og St. Petersburg, og den tredje og siste rapporten omhandler distribusjonssystemet for pelagisk fisk i Nizhny Novgorod, Samara og Krasnodar.

Moskva, 1. januar 2005

Inger Marethe Egeland

Ved spørsmål, kontakt: inger.marethe.egeland@invanor.no eller Tlf: 007 095 9331410

INNHOOLD

1	INNLEDNING.....	1
1.1	Bakgrunn	1
1.2	Formål og problemstillinger	2
2	METODE.....	4
2.1	Begrepsdefinisjoner	4
2.2	Utvalg	5
3	NIZHNY NOVGOROD	7
3.1	Respondenter	7
3.2	Markedet i Nizhny Novgorod.....	9
3.3	Produksjon og produktspekter.....	9
3.4	Kjøpsmønster, betingelser og frekvens	11
3.5	Logistikk og fryselagerkapasitet	12
3.6	Detaljstledet i Nizhny Novgorod.....	13
4	SAMARA	14
4.1	Respondenter	14
4.2	Markedet i Samara.....	14
4.3	Produksjon og produktspekter.....	15
4.4	Kjøpsmønster, betingelser og frekvens	16
4.5	Logistikk og fryselagerkapasitet	17
4.6	Detaljstledet i Samara.....	18
5	KRASNODAR.....	20
5.1	Respondenter	20
5.2	Markedet i Krasnodar	21
5.3	Produksjon og produktspekter.....	22
5.4	Kjøpsmønster, betingelser og frekvens	23
5.5	Logistikk og fryselagerkapasitet	24
5.6	Detaljstledet i Krasnodar	25
6	DE REGIONALE DISTRIBUTJONSSYSTEMENE – EN OPPSUMMERING	26
7	PROBLEMER	28
8	FREMTIDIGE TENDENSER.....	29
9	REFERANSER.....	31

1 INNLEDNING

Dette er den tredje og siste rapporten om distribusjonssystemet i Russland fra Markedsstipendiaten i Moskva. De to forrige rapportene har omhandlet distribusjonssystemet for fisk, da i første rekke sild, i Moskva, St. Petersburg og Murmansk. I denne rapporten utvides studien til å inkludere tre andre viktige byer og regioner i Russland hvor norsk sild utgjør et viktig råstoff og næringsmiddel. I løpet av en de siste årene har Russland utviklet seg fra å være et marginalt marked for norsk fiskerinæring til å bli ett av de to viktigste enkeltmarkedene for norsk sjømat. Bakgrunnen for at studien også utvides til å gjelde et utvalg russiske byer i regionene er at nærmere 70 prosent av fisken som importeres til Russland havner i regionene, det vil si til byer og regioner utenfor Moskva og St. Petersburg. Dette innebærer at det er viktig å skaffe kunnskap om hvordan de regionale markedene er strukturert, hvilke aktører som betjener disse markedene, samt hvilke produkter man etterspør og fremstiller.

1.1 Bakgrunn

I dag finnes det et titalls importører av norsk sild i Moskva og St. Petersburg. Disse fungerer også som tradere og grossister. Noen av importørene videreforedler også fisk for salg til detaljistledet og til produsenter. En del av produsentene importerer råstoff direkte fra Norge. De to sistnevnte typer selskaper er i tidligere rapporter referert til som verdikjedebedrifter og det er konkludert med at disse selskapene har en fordel ovenfor sine konkurrenter i markedet. Verdikjedebedrifter kjøper råvarer direkte fra eksportør og kan således operere med bedre marginer enn sine konkurrenter som på sin side er avhengig av å kjøpe fisk fra disse. I dag kontrolleres det russiske markedet av forholdsvis få selskaper som importerer fisk til Russland, og disse selskapene er hovedsakelig konsentrert i landets to største byer. Det er mange årsaker til at Moskva og St. Petersburg fremstår som hovedinnfallsporene for norsk sild. For det første er det i disse to byene at 80 prosent av kapitalen er samlet. Gitt krav om forskuddsbetaling fra norske eksportører, har aktører i de øvrige regionene som oftest ikke kapital til å importere direkte fra Norge. For det andre pålegger russisk tollvgivning importører å bruke en statsautorisert mekler til å organisere innfortollingene av fisk til Russland. Meklerne er avhengige av gode kontakter med tollerne og må ha detaljkunnskaper om lovverket. Noen av de store importørene har dyrket frem egne meklere som de gjerne har hentet fra en stilling innen tollvesenet. Disse meklerne har en sentral posisjon da de kjenner reglene, systemet og personene fra innsiden. Regionale og mindre bedrifter har verken ressurser til å forskuddsbetale for råvarene eller de nødvendige kontakter innenfor tollvesenet.

Som et resultat av disse to forholdene er det i dag få, om noen, regionale produsenter som har evne og mulighet til å importere fisk og sjømat til Russland. De velger i stor grad å kjøpe råvarene de trenger via importør/trader eller grossist i Moskva og St. Petersburg. Gitt utgiftene, kontaktnettverket og ressursene man må ha for å importere direkte fra Norge blir prisforskjellene på råvarer for små bedrifter ikke så store dersom man importerer direkte eller kjøper via importør. Fortollingspraksisen med dobbelfakturerer fører til at det i noen tilfeller er rimeligere å kjøpe fra russisk importør enn å importere og fortolle i henhold til regelverket og varens reelle verdi. Vinnerne er de store selskapene og verdikjedebedrifter som har ressurser til å kjøpe store volumer og importere varene på det mest fordelaktige vis. Aktører som supermarkedskjeder ønsker generelt ikke å importere direkte, så lenge systemet fungerer slik som det gjør i dag.

Et annet problem i henhold til import av fisk til regionene beror på logistikksystemet i Russland. Mens det finnes gode transportforbindelser mellom Moskva og St. Petersburg, og fra disse byene til andre regioner, er logistikkforholdene mellom de øvrige regioner og byer i Russland i dårlig forfatning. Tilsvarende er frysekapasiteten bedre utbygget i de to store byene.

1.2 Formål og problemstillinger

Basert på denne bakgrunnsinformasjonen og de to forrige rapportene om distribusjonssystemene i Moskva, St. Petersburg og Murmansk har denne rapporten som et av sine hovedformål å kartlegge situasjonen i et utvalg andre russiske byer og regioner for således å kunne si noe om hvilke aktører som opererer i de ulike markedene og hvilke funksjoner disse ivaretar. Målet er å bli i stand til å forklare hvordan distribusjonssystemene fungerer og oppleves av de lokale aktørene, samtidig som man ønsker å samle informasjon som gjør det mulig å si noe om de fremtidige tendensene i disse markedene.

For å være i stand til å beskrive distribusjonssystemet for fisk i regionene forsøkes følgende spørsmål besvart.

- Hvilke typer aktører finner man innenfor markedet for fisk i regionene?
- Hvilke volumer selges og bearbeides i de ulike regionene?
- Hvilke kjøpsbetingelser er gjeldende?
- Hva slags produkter fremstilles i regionene og hvilke kunder har de ulike aktørene?
- Hvilken form for transport benyttes?
- I hvilken forfatning er produksjonslokaler og fryseler?
- Hvordan ser detaljistsystemet ut?

Gjennom presentasjon og analyse av den innsamlede informasjon vil man kunne danne seg et bilde av distribusjonssystemet, og derigjennom ha en forutsetning for å mene noe om fremtidige tendenser. Et viktig spørsmål i dette henseende er om import av fisk til Russland også i fremtiden vil skje via Moskva og St. Petersburg, eller om utviklingen går i retning av at regionale aktører etter hvert vil være i stand til å samarbeide direkte med norske eksportører?

Et annet aspekt som man vil forsøke å få belyst gjennom denne studien er regionenes rolle ovenfor sentrum. Det finnes to åpenbare kontraster i Russland. Den første kontrasten finnes mellom de store byene, Moskva og St. Petersburg og Russland for øvrig. Det andre skillet går på tvers av byer og regioner, mellom de aktører som stiller store krav til kvalitet og de som er mer opptatt av pris enn kvalitet. Denne forskjellen kommer tydelig til uttrykk i Moskva og St. Petersburg, men er den like tydelig i regionene?

I løpet av det siste året har fremveksten av super- og hypermarkedskjeder i regionene vært stor, og et viktig spørsmål blir således hvilke effekter denne utviklingen har for produksjon, etterspørsel og salg av fisk og sjømat i regionene? Man kan anta at om utenlandske og russiske kjeder etablerer seg i regionene får innbyggerne et nytt tilbud. Nye tilbud og økt utvalg genererer igjen etterspørselen etter mer bearbejdede produkter samt produkter av høyere kvalitet. Er det konsumentenes etterspørsel i utgangspunktet som fører til at kjedene etablerer seg, eller dannes etterspørselen i det øyeblikk kjedene etablerer seg?

For produsenter i Moskva og St. Petersburg fremstår de største kjedene som deres viktigste kunder. Vil disse produsentene som i dag har store markedsandeler i Moskva og St. Petersburg bli foretrukket som leverandører også til kjedenes butikker i regionene, eller finnes det lokale aktører som kan ta opp konkurransen? Et annet spørsmål er om kjedenes ekspansjon til regionene vil gi vesentlig bedre logistikkforhold i og inn til regionsentraene.

2 METODE

Rapporten bygger på resultatene fra intervjuer med sentrale aktører i de utvalgte byer og regioner. Intervju er en datainnsamlingsteknikk som det knytter seg en del potensielle feilkilder til. Blant annet kan det oppstå feilformuleringer av spørsmål og feiltolkninger av svarene. Dette er særlig problematisk ved intervjuer på et språk som intervjueren ikke behersker fullstendig. Ved intervjuene i Samara var en russisk representant fra Innovasjon Norge til stede. Under intervjuene i Nizhny Novgorod og Krasnodar var en tolk til stede. Representanten fra Innovasjon Norge og tolken oppklarte eventuelle misforståelser både underveis og i etterkant. Tidsrammen for vært intervju varierte fra 30 minutt til to timer. Hensikten med studien er ikke å generalisere resultatene, men å skaffe en viss oversikt over hvordan de ulike distribusjonssystemene fungerer.

2.1 Begrepsdefinisjoner

Distribusjonssystem er en felles betegnelse for de gjensidig avhengige organisasjoner og aktører som via ulike prosesser og samhandlinger sørger for å forsyne befolkningen med et produkt for konsum eller forbruk. Distribusjonssystemet kan gjerne betraktes som en kjede av funksjoner som må ivaretas innen et marked for at konsumentenes etterspørsel skal dekkes.

Blant de viktigste funksjonene i distribusjonssystemet for fisk er import, trading, grossist og foredlingsvirksomhet. Begrepet import vil i denne sammenheng forstås som kjøp av fiskeprodukter fra utlandet for innførsel på det russiske marked. Trading refererer til funksjonen som ivaretas under kjøp og salg av råvare. Trading er som regel en funksjon som ivaretas av importører. Det finnes dog importører som ikke er tradere og derfor synes det hensiktsmessig å definere disse to funksjonene som uavhengige av hverandre. Tradere fungerer vanligvis som mellomledd mellom importør og kunde, enten denne kunden er produsent eller grossist. I motsetning til grossister flytter tradere hovedsakelig kun penger, i den forstand at de forsøker å selge fisken til relativt store kunder direkte fra havn og dermed unngår utgifter i forbindelse med transport og lagring. Grossist-1-funksjonen kjennetegnes derimot av at råvaren gjerne selges til mindre kunder fra grossistens lager. De aktørene som ivaretar grossist-1-funksjonene leverer i noen tilfeller råvarer til kundene, som enten er produsenter eller regionale grossister. I andre tilfeller sørger aktører som ivaretar grossist-1-funksjonen for direkte leveranser til detaljistledet, men dette gjelder hovedsakelig for fersk fisk, deriblant laks og ørret. Produksjons- eller foredlingsfunksjonen forstås som den prosessen hvor råvarene videreforedles og pakkes. Begrepet grossist-2-funksjon brukes til å definere funksjonen som innebærer salg og levering av bearbejdede produkter til detaljist. Grossist-2-funksjonen kan ivaretas både av produsenter og grossister. Detaljist vil heretter benyttes som et samlebegrep for butikker og diverse utsalgssteder som gjennom innkjøp og videresalg sørger for at produktet når konsumenten. I denne rapporten vil de mest sentrale aktørene og rollene således være:

Tabell 1 Aktører, funksjoner og roller

Funksjoner	Aktører/roller
Kjøp av fisk fra utlandet for innførsel på det russiske marked	Importør
Spedisjon, deriblant fortolling lasting, lossing og frakt.	Spedisjonsfirma, spedisjonsavd.
Trading, kjøp, salg av råvarer.	Trader
Distibusjon-1, leveranse av råvarer til produsent og grossist ledd.	Distributør-1
Grossistvirksomhet, kjøp og salg av råvarer fra lager	Grossist-1
Produksjon, videreforedling	Produsent
Grossistvirksomhet av produkter for salg hos detaljist	Grossist-2
Detaljisthandel, salg til konsument	Detaljist

2.2 Utvalg

Russland har i dag over 140 millioner innbyggere. Russerne er et urbant folkeslag og en stor andel av befolkningen bor i byer vest for Ural. I tillegg til de to største byene, Moskva med nærmere 15 millioner innbyggere og St. Petersburg med nærmere fem millioner, finnes det i dag 11 andre millionbyer i Russland vest for Ural fjellene.

Tabell 2 Millionbyer i Russland foruten Moskva og St. Petersburg

By	Antall innbyggere
Nizhnii Novgorod	1,918,800
Samara	1,478,300
Novosibirsk	1,429,100
Jekaterinburg	1,389,400
Rostov-na-Donu	1,248,600
Celabinsk	1,211,600
Omsk	1,148,300
Kazan	1,109,500
Ufa	1,094,900
Perm	1,028,400
Volgograd	1,012,800

I følge en av respondentene i utvalget som rapporten fra St. Petersburg bygger på, selges omtrent 30 prosent av fisken dette selskapet importerer fra Norge til fiskeprodusenter og grossister fra Volgaområdet og Ural, hvor byene Nizhny Novgorod, Samara, Cheljabrinsk og Jekaterinburg fungerer som distribusjonssentre. Siden Nizhny Novgorod og Samara er henholdsvis den tredje og fjerde største byen i Russland valgte jeg å konsentrere meg om disse to byene. Både Samara og Nizhny Novgorod ligger sørøst for Moskva. Sør-Russland er også et viktig område for salg av norsk fisk, og med tanke på å få et mer representativt utvalg var det hensiktsmessig å foreta en tilsvarende studie også i en av de sørlige regionene. I følge respondenten fra St. Petersburg er Krasnodar distribusjonssentrum for områdene i Sør-Russland, og dermed valgte jeg å samle inn data også her.

Data fra tre av disse byene, Nizhny Novgorod, Samara og Krasnodar, utgjør informasjonen som denne rapporten bygger på. Respondentene er lokale aktører som alle har blitt stilt de samme spørsmålene. Innledningsvis vil resultatene for hver enkelt by bli presentert hver for

seg. Deretter vil datagrunnlaget diskuteres med utgangspunkt i problemstillingene nevnt ovenfor.

3 NIZHNY NOVGOROD



Nizhny Novgorod er den tredje største byen i Russland og blant de byene hvor markedet er mest velutviklet. Byen ligger 439 kilometer øst for Moskva ved bredden til Volga og Okaelvene. Nizhny Novgorod er et av de markedene med størst vekst og potensial i Russland i dag. I følge avisen Business Week er Nizhny Novgorod "City of the Future"¹

I selve byen, som fungerer som administrativt senter i regionen Nizhny Novgorod, er antall innbyggere ca 1,4 millioner. Antall innbyggere i hele regionen er ca 3,5 millioner, hvorav 300.000 bor i byen Dzerzhinsk, 100.000 i byen Arzamas, mens det er 80.000 innbyggere i Sarov. Tradisjonelt har Nizhny Novgorod, som følge av sin geografiske plassering, fungert som handelsknutepunkt. Denne rollen har bidratt til at infrastrukturen og logistikknettverket er

velutviklet, med både vei -, jernbane -, fly- og elveforbindelser til de fleste russiske regioner, så vel som land utenfor Russlands grenser.²

Det gjennomsnittlige marked for fisk og sjømat beregnes til 1.509 millioner tonn/år, noe som tilsier et gjennomsnittskonsum på 10,5 kilo per innbygger. Videreforedlet fisk utgjør 17 prosent (265.000 tonn) – ca 42 prosent av dette er preserver, hovedsakelig fra sild. Forbruket per innbygger var på 14 kilo i 1991. I 1996 sank forbruket til 8 kilo, men i 2000 økte forbruket igjen til 10 kilo. Det forventes at forbruket vil nå 11,5 kilo i 2004 og 12,5 kilo i 2005.³

3.1 Respondenter

Det ble foretatt intervjuer med åtte selskaper i Nizhny Novgorod. To av disse velger jeg å utelukke fra undersøkelsen med bakgrunn i at de ikke kjøper, selger eller videreforedler norsk sild. Blant de seks respondentene som gjenstår i utvalget, er det kun en aktør som kan karakteriseres som importør, men da kun av laks og ørret. Ingen av selskapene i Nizhny Novgorod importerte sild og makrell, derimot kjøpte de gjennom importører i Moskva og St. Petersburg.

Nedenfor følger en tabell hvor respondentene forsøkes klassifisert etter hvilke roller og funksjoner de ivaretar innenfor distribusjonssystemet, samt volumer av norsk sild de gjennomsnittlig kjøper hver måned.

¹ Sergei Zhiltsov, "Nizhny Novgorod, A Rebirth of Capitalism" A Regional Profile of Nizhny Novgorod, (Russian Commerce news, <http://www.russianamericanchamber.org>)

² EFF rapport, 2004 The Russian market for Norwegian salmon – challenges and opportunities.

³ Fra "Overview of the meat, poultry and fish processing market of Nizhny Novgorod region" August- september 2003, Roman Vvedensky, BISNIS representative in the Upper Volga region.

Tabell 3 Respondenter Nizhny Novgorod

Selskap	Grossist 1	Produsent	Grossist 2	Volum norsk råstoff av sild	
				Rund	Filet
E				(480/hel/år) ⁴	240t/år
A				900t/år	400t/år
C				7,000t/år	600t/år
B				5,000t/år	250t/år
D				1,500t/år	15t/år
F				8,000t/år	250t/år

Til sammen kjøper selskapene i undersøkelsen omtrent 21.500 tonn rund norsk sild per år fra importører i Moskva og St. Petersburg. Tilsvarende volum for fileten er omtrent 1.115 tonn. Generelt kjøper selskapene norsk, eventuelt islandsk råstoff i vinterhalvåret, mens man i sommerhalvåret benytter russisk råstoff. I henhold til de opplysningene som kom frem gjennom intervjuene vil det være sannsynlig å anta at selskapene samlet kjøper det dobbelte i løpet av et år, dersom man inkluderer sild og sildefilet fra Russland, EU og Island. De to variablene som vektlegges i forbindelse med kjøp er kvalitet og pris. Selv om Island og Norge er foretrukne opphavsland oppleves islandsk sild som dårligere i forhold til den norske. Det legges relativt stor vekt på kvaliteten på råvarene. Ferskhets og fettinnhold er viktigst samt det eksteriørmessige – det vil si at det ikke er transportskader på skinnet til silda. Grunnen er at en del av silda selges hel røkt, og da er det eksteriørmessige utseendet kritisk. Når det gjelder makrell oppgav alle respondentene at norsk makrell for tiden er for dyr, og at de derfor velger å kjøpe makrell produsert på Shetland.

Tabell 4 Islandsk eksport av sild til Russland

	2003		2002		Endring i % 02-03		2004 jan.-sept.		2003 jan.-sept.		Endring i % 03-04	
	Vol.	Pris	Vol.	Pris	Vol.	Pris	Vol.	Pris	Vol.	Pris	Vol.	Pris
Sild, fryst	53	50,4	245	56,8	-78	-11	61	20,9	53	50,4	15	-58
Sild, landfryste fileter	27	61,9	0				0	107,6				
Sild, sjøfryste fileter	96	69,5	0				151	61,5	96	69,5	57	-12
Sildelapper, fryste							2035	66,8				
Totalt	175	62,6	245	56,8	-28	10	2247	65,2	149	62,8	1408	4

Tabell 4 viser den totale eksporten av sild og sildefilet fra Island til Russland i perioden januar til september. Mens Island ikke eksporterte sildelapper til Russland i 2002 og 2003, ble det eksportert 2.035 tonn i perioden januar til september 2004. Tabell 5 viser at all eksport av sildelapper i denne perioden foregikk i juli til september.

Tabell 5 Islandsk eksport av sildelapper til Russland

		Tonn	Tonn	Verdi i	Verdi i	Pris	Pris
		2003	2004	1000 ISK	1000 ISK	2003	2004
03049026	Sildelapper, fryste	Jul.	660	46801		70,9	
03049026	Sildelapper, fryste	Aug.	587	37445		63,8	
03049026	Sildelapper, fryste	Sep.	788	51353		65,51	

⁴ Det varierer avhengig av pris og tilgjengelighet om selskapet produserer produktene på basis av rund sild som de fileterer for hånd, eller om de velger å benytte fileten som innsatsfaktor i produksjonen.

Volumene er relativt små, men det er allikevel interessant at Island i 2004 begynte å eksportere sildelapper til Russland, når de ikke har gjort det de to siste årene. Økningen kan kanskje forklares med at det i 2004 ble stadig flere selskaper som gjorde seg avhengig av lapper og filet i produksjonen, og at det i denne perioden var lite norsk sildefilet på markedet. Tallene for oktober-desember foreligger ikke per dags dato og det er derfor vanskelig å si noe om i hvilken grad russerne vil fortsette å kjøpe russisk filet når den norske er tilbake på markedet.

3.2 Markedet i Nizhny Novgorod

Markedet i Nizhny Novgorod består av en rekke aktører. Ingen av disse importerer sild direkte fra norske eksportører, men kjøper norsk sild og filet fra russisk importør i Moskva og St. Petersburg. Det finnes i følge respondentene opp mot 50 små aktører i Nizhny Novgorod. Disse ivaretar funksjonene som produsenter og grossister. I Nizhny Novgorod har man i dag mellom fem og seks store aktører på foredlingssiden. Alle kjøper råstoff fra Moskva og St. Petersburg. Disse produserer både lettsaltede, røykte produkter, samt preserver. I tillegg til disse finnes det seks-syv grossistforetak som leier kapasitet i det statlige fryselageret. Noen av disse driver også med videreforedling, og da i hovedsak produksjon av lettsaltet og røykt sild og makrell.

3.3 Produksjon og produktspekter

To av produksjonsselskapene i utvalget kan karakteriseres som relativt betydelige. De har forholdsvis velfungerende og velutstyrte produksjonsfasiliteter, hvor de produserer et bredt utvalg av produkter, deriblant preserver av sild.

Den ene bedriften er del av et større selskap, som valgte å satse på fiskeforedling for fire år siden. I tillegg til sildeproduktene, foredler de ca fem tonn laks per måned og mellom ett og tre tonn ørret per måned. Produktene av laks og ørret er i første rekke røykte og saltede produkter. Totalt har de et produktspekter som teller 150 artikler. Blant disse kan det nevnes røykte og saltede vakuumpakkede produkter av sild, sildefilet og makrell, vakuumpakkede preserver av sildefilet, laks, ørret- og makrellfilet i ulike marinader og sauser, samt preserver av sild, laks, ørret- og makrellfilet i ulike marinader og sauser på plastboks med lokk. Hovedproduktspekteret er basert på sild. De har eget laboratorium og en kyndig teknolog som stadig utvikler nye produkter. Produktene er økologisk ren og uten tilsetningsstoffer. Selskapet var i følge dem selv, den første fiskeforedlingsbedriften i Nizhny Novgorod til å ta i bruk en ny termopakningslinje av typen "Cixie Vac 2003". De arbeider under strenge kvalitets- og sanitetsregler. Salting av fisk foregår i et lokale på over 300 kvadratmeter, mens røyking av fisk foregår i et lokale på 200 kvadratmeter. I tillegg har de avdelinger for filetering, vakuumpakking, delikatessfisk (laks/ørret) og preserver. De har også satt opp en avdeling hvor de produserer tørket fisk og tørket/røykt fisk.

Den andre bedriften holder til i et eldre lokale, hvor de har pusset opp et rom der de produserer vakuumpakkede produkter ved hjelp av en relativt ny pakningslinje. De har planer om å utbedre de øvrige lokalene, men selve bygningen er slik den fremstår lite egnet for matproduksjon. Et annet rom på ca 30 kvadratmeter bruker de til pakking av marinert sild i runde plastbokser - et av de vanligste produktene i Nizhnii Novgorod. Her arbeider ca 25 kvinner per skift. Utelukkende manuelle operasjoner der silda legges ned i begrene for hand

og marinaden helles i med en øse. I tillegg produserer de røykte produkter, hel røkt makrell og sild, som vakuumpakkes.

Begge produsentene har opparbeidet egne varemerker, og har imponerende vareutvalg. Den sistnevnte bedriften har konsentrert seg om produkter av sild og produkter av havsalater. Havsalater er basert på havtare og har blitt et veldig populært produkt hos de russiske konsumentene. Bedriften deltar aktivt på varemesser og bruker utelukkende naturlige råvarer og unngår tilsetningsstoffer. En av grossistene karakteriserte produksjon av preserver for markedet i Nizhny Novgorod ved å bruke analogien ”Som å kaste perler for svin”. En beskrivelse som trolig er utdatert. Til tross for at det største markedet i dag er for rund sild og makrell, er det nærliggende å anta at markedet for preserver i Nizhny Novgorod vil øke kraftig i tiden fremover, og da vil faktorer som kvalitet og innpakning få betydning.

På begge disse produksjonsbedriftene foregår alt arbeidet, unntatt vakuumpakkingen utelukkende for hånd. Produksjonen foregår på bestilling og disse forholdene utgjør hovedårsakene til at de velger å bruke filet fremfor rund sild. Dersom prisen på filet er meget høy, eller det ikke finnes filet på markedet kjøper de rund sild og fileterer denne for hånd. Arbeidskostnadene er lave, men det vil i de fleste tilfeller lønne seg å basere produksjonen på filet. Produksjon til den første bedriften er på ca 30 til 40 tonn filet per måned, mens den andre bedriften produserer opp mot 100 tonn filet per måned. Den sistnevnte produsenten oppgir at 80 prosent av produksjonen baseres på filet. Dersom de selv fileterer må de kjøpe dobbelt så mye råvarer, da ett tonn rund sild gir ca 500 kilo filet. De kjøper norsk vintersild og benytter utelukkende denne i vinterhalvåret, på sommeren går de over til russisk sild som de kjøper fra Kaliningrad. Den russiske silden fileterer de selv.

”Smaken blir best om man fileterer for hånd”, men produksjons- og konkurranseforholdene krever at man bruker filet som innsatsfaktor. De er opptatt av produktkvaliteten og tar alltid prøve på produktene før de kjøper større parti.

Kvalitet er viktigere enn pris, men siden de er produsenter er pris viktig, de kan ikke sette opp prisen på produktene til kundene avhengig av prisen for råvarene. De to produsentene som ble intervjuet i Nizhny Novgorod hevder at de ofte samarbeider både med tanke på innkjøp og med tanke på at de har blitt enige om en fordeling av kundekretsen. Den ene bedriften konsentrerer seg om lokalmarkedet, mens den andre er mer rettet mot det nasjonale markedet.

De to andre bedriftene som kan karakteriseres som produsenter, fremstiller produkter av lavere foredlingsgrad, hovedsakelig saltet og røykt sild. Et av disse selskapene svarer at foretakets hovedbeskjeftigelse er grossistsalg av fisk til lokale produsenter og mindre grossister, men i den senere tiden har de begynt å selge til supermarkeder. Som svar på denne utviklingen har de kjøpt ny vakuumpakkemaskin (Skin-pack). De har også planer om å lansere produksjon av sildefilet på boks, i vakuumpakninger under merkevare navnene ”Vladitel More” (Havets Herre) og ”Okean Fantastic” (det fantastiske hav).

Hos den andre produsenten utgjør sild omtrent 90 prosent av produksjonen, som også består av preserver. Til produksjon av preservene bruker de ca 20 tonn filet per måned. Preservene består av sildefilet i ulike sauser og marinader på plastboks med lokk. Direktøren for selskapet mener at det er mest effektivt å produsere for hånd. Siden hans produksjon retter seg mot lavinntektsgrupper i samfunnet er det mest fornuftig å lage produkter som selges i plastbokser, da vakuumpakning blir for dyrt.

En av respondentene, som kan karakteriseres som grossist hadde merket en økning i etterspørsel etter sildefilet i Nizhny Novgorod. Han mente årsaken var at prisen for rund har steget kraftig. Per november 2004 koster rund sild 29 rubler/kg, filet 45 rubler/kg. Dersom man velger å filetere selv vil prisen på fileten bli dyrere per kilo ($2 \times 29 = 58$), enn å kjøpe ferdig filet.

3.4 Kjøpsmønster, betingelser og frekvens

Aktørene kjøper både direkte av importør i Moskva og St. Petersburg og fra lokale grossister. Generelt gjelder det at de selskapene som kjøper store volumer kjøper fra importør, mens mindre selskaper kjøper sitt råstoff fra lokale grossister. Det ene selskapet importerer laks og ørret direkte fra Norge, men kjøper sild fra St. Petersburg. Grunnen til at de ikke importerer sild selv er at de ikke har kapasitet til å forskuddsbetale eller lagre en hel båtlast med sild. Også de aktørene som kjøper fra de lokale grossistene oppgir at de kjøper både etter behov og etter pris. Når markedet tilbyr en god pris slår man til og kjøper. Siden mange av disse leier fryselager må man selvsagt gjøre en avveining mellom hvor mye man sparer i henhold til økte lagringsutgifter.

En av respondentene som kjøper via St. Petersburg fortalte at de foretrekker filet fra Domstein og Global, men siden denne for tiden er dyr og vanskelig å få tak i bruker de islandsk filet. De venter dog på en ny forsyning med 40 tonn filet, denne gang norsk.

Kjøpsbetingelsene, og da i første rekke tilgang på kreditt, varierer. Dersom kjøperen har et godt forhold til leverandøren får man som regel innvilget kreditt. Kreditt-tiden varierer fra en uke til 30 dager. Når tilbudet av fisk på markedet er stort er det lettere å få kreditt. Er etterspørselen større enn tilbudet må de som regel betale kontant. Mindre produsenter og grossister som kjøper råstoff fra lokale grossister er avhengig av å få kreditt. Markedet i Nizhny Novgorod er til en viss grad konsentrert omkring det statlige fryselageret, og de aktørene som opererer derfra kjenner hverandre og gir derfor gjerne kreditt fra ett kjøp til neste, eller når vedkommende har penger. Betalingen foregår som oftest kontant. Bank benyttes kun ved større transaksjoner.

Mange av selskapene i Nizhny Novgorod oppgav at de kjøper råstoff relativt hyppig. Flere fortalte at de kjøper hver uke. De kjøper sild etter behov, etterspørsel og pris. Selskaper som har eget fryselager har dermed en fordel, da disse kan kjøpe større volumer når prisen er gunstig. Et kjøp av større volumer krever for øvrig ikke bare god tilgang på lagringskapasitet, men også relativt stor tilgang på kapital. I Nizhny Novgorod finnes det, som i de andre byene, noen selskaper med stor tilgang på kapital, mens andre selskaper ikke har mulighet til å gjøre store investeringer.

Det største markedet for aktørene i Nizhny Novgorod er det lokale markedet. En av produsentene oppgav at det lokale markedet tar opp mot 80 prosent av deres produkter. De øvrige 20-30 prosentene omsettes via regionale salgsgenter med agentur på deres produkter. Selskapet opererer med en avkastning på 40 til 60 prosent. Det øvrige markedet er byer i Volgaregionen, deriblant Kazan, Kirov, Jaroslav og Samara.

En av produsentene i utvalget har salgsgenter over store deler av det vestlige Russland, fra Orel til Novosibirsk og fra Stavropol til Syktulvkar. Agentene opererer med 15 prosents fortjeneste. Ved direktesalg til detaljistledet tar selskapet ca 20 prosent fortjeneste. I Moskva er selskapet representert med en rekke små grossister/agenter. Det er problematisk å komme inn og betjene detaljistsektoren i Moskva, man må ofte betale for hylleplass og kjedene krever

opp mot 90 dagers kreditt. Prisen på produktene som selges i butikkene er faste, men i Sibir foretar de individuell prising for å dekke de økte transportutgiftene.

I Nizhny Novgorod omsettes store volumer gjennom grossister som holder til i det kommunale fryselageret. De fleste kundene som kjøper fisk via disse grossistene sørger selv for å hente varene fra lager. Det er trolig innarbeidet et grossistsystem rundt det statlige fryselageret, hvor både små og store kunder, enten de er grossister eller produsenter, kan komme å kjøpe de råvarene de til enhver tid trenger. Grossistene selger råstoff til lokale grossister og produsenter i byer som Nizhny Novgorod, Uljanovsk, Tjevaksal, Saransk og Nizhnykamskii. For å nå ut i Ural-regionen (Volga, Olianovsk, Tsjebaksinsk) bruker de lokale agenter. De selger hovedsakelig bulk. En av respondentene, som kjøper fisk hos lokale grossister, selger deler av denne ubehandlet videre til andre lokale grossister, da hovedsakelig til grossister som betjener boder på det åpne markedet, samt til grossister i byer som Tjuvasi, Tjibaksaki og Kazan. De foredlede produktene selges hovedsakelig til butikker og kiosker. Han selger til alle som vil kjøpe.

I tillegg til grossistene som leier kapasitet på det lokale fryselageret, finnes det en aktør som eier eget fryselager. Denne aktør selger hovedsakelig til grossister og produsenter i hele Volgadistriktet. Eksempelvis til Pensa, Syktyvar, Kirov, Samara, Omsk, Perm og Jekaterinenburg.

En annen grossist som utelukkende selger bulk kan fortelle at ca 30 prosent av kundene er regionale grossister og produsenter til regionene, 10 til 15 prosent av produktene selges til supermarkeder, 5 prosent av omsetningen kommer fra salg til boder på åpne markeder og de resterende 50 til 55 prosentene til lokale produsenter. De har eget grossistlager ved fryselageret hvor de små kundene kommer og henter varer. Kundene har reklamasjonsrett!

Mens mindre uavhengige butikker i noen tilfeller betaler på forskudd, krever kjedene stadig flere dager kreditt. Produksjonsbedriftene som lot seg intervjuet i Nizhny Novgorod sa at de innvilger kundene sine mellom en uke og 30 dagers kreditt.

En av grossistene som ble intervjuet i Nizhny Novgorod sa at de foretrekker 100 prosent forskuddsbetaling, men har innført et kredittsystem som gir de faste kundene kreditt fra ett kjøp til neste. Generelt gjelder det at noen kunder innvilges kreditt, mens andre må betale på forskudd. En av de mindre produsentene i utvalget fortalte at han foretrekker å jobbe mot mindre butikker, da de store kjedene er dårlige betalere. Små butikker betaler ofte kontant.

3.5 Logistikk og fryselagerkapasitet

Det varierer i hvilken grad respondentene selv sørger for å frakte fisk fra leverandør til lager ved hjelp av egne biler, eller om de foretrekker å leie spedisjonstjenester.

I de fleste tilfeller valgte respondentene i Nizhny Novgorod å leie spedisjonstjenester. Fisk levert fra Moskva og St. Petersburg fraktes til Nizhny Novgorod med lastebil. Årsaken til at man velger å bruke lastebil fremfor jernbane er at frakten er både raskere og billigere, enn med jernbane. Råvarer fra Kaliningrad, Murmansk og det fjerne Østen fraktes via jernbane. Fra Vladivostok tar frakten 15 dager med jernbane.

En respondent kunne fortelle at fraktprisen fra St. Petersburg til Nizhny Novgorod er 2.200 rubler per 20 tonn, ca 500 NOK per bil. En annen respondent fastslo at prisen for transport

utgjør ca 10 prosent av varens verdi. Frakt av fisk fra St. Petersburg til Nizhny Novgorod tar omtrent ett døgn. Fra Moskva er tiden 12 timer.

Produsentene disponerer stort sett egne biler og leverer derfor til sine kunder, både lokale og regionale. En av respondentene har hele 90 biler som leverer produkter til det lokale markedet, mens en annen respondent oppgir at de har 10 biler som sørger for å levere varer til lokale salgsagenter. Videreforedlede produkter selges hovedsakelig til super- og hypermarkeder, mindre butikker og små kiosker, som ikke selv har distribusjonssystemer. Noen oppgir at leveranser av produkter til det lokale markedet er inkludert i prisen.

En av bedriftene opplyser at det varierer om de leverer, eller om kundene selv velger å hente produktene/råstoffet. I halvparten av tilfellene leverer de, i den andre halvparten av tilfellene kommer kundene selv og henter. De har egne biler som distribuerer varene ut til egne sentral-lagre i Oblastet, der små kunder (butikker mv) selv kjøper og henter. Når de selger til sine kunder kommer de mindre foretakene selv og henter.

Et av selskapene i undersøkelsen eier et fryselager som ble bygget på 1980-tallet med 12.000 tonns kapasitet. Her lagrer de utelukkende sine egne varer på en temperatur mellom 18 og 25 kuldegrader. Begge produksjonsselskapene i undersøkelsen disponerer egne fryselager i tilknytning til fabrikkene. Mens den ene av de to største produsentene har et fryseanlegg på 150 tonn (bufferlager med -24c), og et kjølelager som holder fire minusgrader, har den andre produsenten et fryselager med temperaturer mellom 20 og 24 minus som rommer 600 tonn.

Tre av selskapene som ble intervjuet leide frysekapasitet i det statlige fryselageret. Den største grossisten i utvalget disponerer 6.000 kvadratmeter, noe som utgjør omtrent halvparten av den totale kapasiteten i lageret. Lageret er på 5 etasjer og det har lavest temperatur i de nederste etasjene. Generelt gjelder det at hvert selskap til enhver tid kun betaler for de kvadratmeterne de utnytter. Dit kommer småkundene og henter/kjøper varene selv.

3.6 Detaljistledet i Nizhny Novgorod

De to største supermarkedskjedene i Nizhny Novgorod er Ekonta med 65 butikker og Euro Spar med 8 butikker. Disse får fersk laks direkte tilsendt fra Moskva, og Euro Spar omsetter rundt 40 tonn fersk laks/ørret per måned, Ekonta selger rundt 5 tonn fersk laks og ørret per måned. Ramstore åpnet sitt første supermarked i byen i desember 2003. Perekrestok, Metro og Paterson har også etablert seg sammen med en rekke lokale kjeder, som Andrejevitsj. Andrejevitsjkjeden fremstår som en nærbutikkjede og har tre supermarkeder og fem minimarkeder.

Når det gjelder utvalg av sildepreserver i supermarkedene finner man både produktene til de lokale produsentene som deltar i denne undersøkelsen, samt produkter fra de store aktørene som har sin produksjon i Moskva, St. Petersburg, Hviterussland, Litauen og Sverige. For vakuumpakkede produkter er utvalget likt det man finner overalt, lettsaltede og røykte produkter av sild, makrell, laks og ørret. I ferskvaredisken gjelder det samme. Produktene av sild og makrell, var i hovedsak fremstilt lokalt, mens produktene av delikatessefisk gjerne hadde sitt opphav fra produsenter i Moskva. Prisen på fersk laks og ørret, samt de produktene som hadde blitt fremstilt i andre byer, syntes å ligge noen få prosent over prisen på tilsvarende produkter i Moskva, men det er vanskelig å bedømme, da det i de fleste tilfeller er snakk om ulike kjeder.

4 SAMARA



Samara ligger 1.049 kilometer sørøst for Moskva og teller 1,2 millioner innbyggere. Byen er administrativt sentrum for regionen med samme navn. Samararegion ligger langs Volgas bredder og har til sammen ca 3,3 millioner innbyggere. Av disse bor 2.662.000 i byer, mens 643.000 bor på landsbygda. I tillegg til Samara er byene Togliatti, Syzran og Novokuibyshevsk å regne som storbyer med sine henholdsvis 721.100, 187.300, 117.600 innbyggere. Som Nizhny Novgorod er også Samara et distribusjonssenter med forbindelser mellom Europa på den ene side og Sibir, Midt Østen og Kasakhstan på den andre siden (EFF rapport, 2004).

4.1 Respondenter

Utvalget av aktører i Samara består av seks respondenter. Som for Nizhny Novgorod, var det heller ingen selskaper i Samara som importerte fisk. Dermed er heller ikke kategorien importør med i tabellen nedenfor, hvor de ulike selskapene er presentert i henhold til hvilke funksjoner de ivaretar og hvor mye norsk råstoff de kjøper på årsbasis.

Tabell 6 Respondenter i Samara

Selskap	Grossist 1	Produsent	Grossist 2	Volumer sild/år	
				Rund	Filet
A				1,200t/år	750t/år
B				1,000t/år	60t/år
C				(340t/år) ⁵	140t/år
D				2,400t/år	360t/år
E				1,500t/år	-
F				5,000t/år	-

Til sammen kjøper disse seks aktørene omtrent 11.100 tonn rund sild og 1.920 tonn filet fra importører i Moskva og St. Petersburg. I tillegg til norsk råstoff oppgir de at de kjøper store volumer fra Russland og Island. Norsk makrell er generelt for dyrt for markedet i Samara, aktørene kjøper derfor i stor grad russisk og shetlandsk makrell.

4.2 Markedet i Samara

Markedet i Samara kan beskrives som relativt primitivt. Både infrastrukturen og teknologien er lite utviklet. Til tross for at det finnes aktører som har investert i nytt utstyr og bygget

⁵ Selskapet oppgir at de fortrinnsvis benytter sildefilet i produksjonen, men at de på grunn av dårlig tilbud hos lokale grossister av og til tvinges til å kjøpe rund sild og filetere denne selv. De får dermed 400 kilo fileten for hvert tonn rund sild.

fryselagre, mangler de lokale grossistene og produsentene den nødvendige kunnskap og teknologi om oppbevaring og foredling av fisk. Brorparten av fisken som selges i Samara er derfor rund frossen fisk. Sild og makrell er populære arter som de fleste aktørene på markedet selger og bearbeider. I den siste tiden har også markedet tatt imot stadig større volumer av laks og ørret. Ingen av selskapene i Samara driver med import av fisk. En av årsakene er at de ikke har penger til å forskuddsbetale for så store volumer som et slikt kjøp forutsetter. Videre kunne respondentene fortelle at de ikke hadde ressurser, ønske eller mulighet til å fortolle fisken selv. For å importere må man gå via meklere og det stiller store krav både hva angår tid, innsikt og ressurser. Utgiftene forbundet med fortollingsprosessen er derfor ofte høye og sluttprisen for fisken er gjerne lik den man får fra importører i Moskva og St. Petersburg.

Markedet betjenes derfor hovedsakelig av grossister som kjøper fisk fra importører i Moskva og St. Petersburg. Ingen av respondentene kunne oppgi de eksakte volumene for hvor mye norsk sild de kjøpte, men de antok at mellom 60 og 70 prosent av silden var norsk. Dette ble i stor grad bekreftet ved et besøk på det lokale grossistmarkedet. Den beste størrelsen er 300+, men det selges også en del 350+.

Tre av aktørene i Samara svarte at de i tillegg til rund sild kjøper fileten av sild. Til sammen kjøper de 1.200 tonn fileten per år fra importør i Moskva og St. Petersburg. Volumene varierer fra 120 til 720 tonn fileten per år. Filetene er gjerne av typen 6/10 eller 5/8.

Alle respondentene oppgav at de anser pris som viktigere enn kvalitet. Til tider velger man dog å kjøpe fisk med litt bedre kvalitet enn hva konkurrenten har, selv om den er litt dyrere. Når det gjelder sild, vil de lokale aktørene gjerne ha hel rund sild i kartonger, da det er mest praktisk å selge fisken fra kartongene på markedene. Plastpakkene er i følge respondentene upraktiske, særlig dersom det skulle gå hull på posen. Selv om alle var enig om at den norske silden var å foretrekke, mente både grossistene og produsentene at konsumenten ikke var bevisst forskjellene. Generelt gjelder det at de kjøper norsk sild når denne er tilgjengelig på markedet til en rimelig pris. Utenfor sesongen kjøper de en del russisk sild. En av respondentene mente at norsk sild var lettere å selge, da de lå finere og jevnere i pakningene.

Som i andre markeder er det også et problem i Samara at det innimellom dukker opp enkeltaktører som kjøper fisk når de har penger og selger dette på markedet i Samara til en veldig lav pris. Slike selskaper ødelegger markedet for de mer seriøse aktørene.

4.3 Produksjon og produktspekter

I Samara er det fire produsenter som fremstiller preserver av sildefilet og to av disse lot seg intervjuet. Et av selskapene hadde startet med produksjon av fisk for et år tilbake og bygget fasiliteter, deriblant egen fabrikk og fryselager, på området hvor de fra før driver produksjon av pølser. De produserer preserver av sild, både i vakuumpakninger og i plastbokser. Antall sildepreserver teller 20 produsenter. I tillegg har de røkeri og produserer ulike typer røykt og lettsaltet fisk. Sildefilet er foretrukket som råstoff i produksjonen, da denne utelukkende skjer for hånd. De kjøper råstoffet hos lokale grossister på en daglig basis. Tilgangen på sildefilet er ustabil, noe som medfører at de i perioder må benytte rund sild og fileter denne for hånd. Fabrikken produserer i to skift per dag, og antall arbeidere i produksjon av sildefilet er mellom 30 og 40 personer per skift. I følge direktørene vurderte de å kjøpe produksjonsutstyr for å mekanisere driften, men gitt at arbeidskraften er så billig, er det per dags dato lønnsomt å bruke menneskelig arbeidskraft. Respondenten kunne opplyse at de daglig bruker ca 1 tonn

rund sild, eller 400 kg filet i produksjonen som de selv kjører til grossistmarkedet for hente. Selskapet eier to butikkutsalg og fire restauranter som selger deres produkter.

Den andre produsenten som ble intervjuet fortalte at de bruker et spedisjonsfirma til å hente fisk fra Moskva og St. Petersburg, hvor de kjøper ca 100 tonn sild i måneden. Deler av dette volumet selger de videre til andre lokale produsenter og grossister, mens det øvrige benyttes i egen produksjon. Videre kjøper de 10 tonn sildefilet per måned som de bruker som innsatsfaktor i produksjonen. De produserer ulike typer preserver av sild og makrell, samt vakuumpakket lettsaltet og røykt sild, makrell og filet av laks og ørret. De er en av få som bruker fersk laks og ørret i produksjon av fileten.

De andre respondentene fungerer med ett unntak utelukkende som grossister, og mange av disse driver sin virksomhet fra det statlige fryselageret, hvor de leier frysekapasitet. En av respondentene kunne stolt opplyse at selv om de hovedsakelig var grossister, hadde de i den siste tiden startet produksjon av plastbokser som de solgte til sine kunder, slik at de kunne lettsalte silden og legge den rett i boksen. Selskapet hadde så smått begynt å gjøre det samme i egen produksjon.

Grossistene selger utelukkende bulkvarer, hvor rundfrossen sild er det mest solgte produktet. Kjøperne er både produsenter og andre grossister, HoReCa-segmentet og eiere av små boder på åpne markeder. Den sistnevnte gruppen salter gjerne silden på kjøkkenet hjemme, hvorpå de selger den på markedet.

4.4 Kjøpsmønster, betingelser og frekvens

Også i Samara kjøper aktørene sild fra importører i Moskva og St. Petersburg. Noen mindre aktører foretrekker å kjøpe råstoff hos lokale grossister. En av disse kunne opplyse at de hadde tatt kontakt med importører i Moskva, men fått avslag på sin henvendelse om direkte kjøp.

Aktørene i Samara oppgav at i de fleste tilfeller kjøpte de fisk på kreditt fra Moskva og St. Petersburg. Tilgangen på kreditt avhenger av relasjoner til leverandøren og markeds-situasjonen. I tider med stort tilbud fikk de tilbud om kreditt, mens det i tider hvor det var lite fisk på markedet ikke var mulig å få kreditt. Kun et av grossistselskapene oppgav at de utelukkende måtte betale kontant. Kreditt-tiden varierer fra to-tre dager opptil 14 virkedager. Vanligvis forlater lasten Moskva eller St. Petersburg på tirsdag og ankommer Samara på torsdag, hvorpå aktøren i Samara betaler importøren i Moskva eller St. Petersburg innen fredag samme uke. En av respondentene oppgav at han tidligere måtte betale kontant til importør, men at han den siste tiden har fått en avtale hvor han betaler 50 prosent av kjøpesummen kontant, og de andre 50 prosentene i løpet av syv til ti dager.

Kjøpsfrekvensen varierer. På grunn av dårlig kvalitet på fryselagrene, må grossistene øke frekvensen på kjøpene i sommerhalvåret. Mens noen av respondentene oppgav at de kjøpte fisk en gang hver dag, oppgav andre at de fikk sine leveranser en gang per uke. En av produsentene foretrakk å kjøpe fisk hos de lokale grossistene, og derigjennom regulere lageret basert på produksjonsordrer. For de som eier fryselager med bra kapasitet gjelder det at de kjøper råvarer basert på behov og når det er prisgunstig, eller når man forventer en prisøkning i markedet.

For grossistene består kundekretsen av andre produsenter og grossister både lokalt og i andre byer og regioner, som Tatarstan, Kaukasus, Orenburg, Orel og Tolijatti.

Grossistene og produsentene i Samara oppgir at de gir kreditt til noen av kundene, mens andre kunder betaler kontant. Generelt gis kreditt til butikker, supermarkeder, samt de kundene som grossistene og produsentene har kjent lenge og stoler på. Kredittiden varierer mellom en og tretti dager. Paterson krever hele 40 dagers kreditt, mens Perekrestok nøyer seg med 21 dager. Enkelte ganger gis det kreditt fra ett kjøp til neste, noe som i praksis betyr en dag kreditt, da en rekke av kundene kjøper fisk daglig. Kunder som driver salg av fisk på åpne markeder betaler som regel kontant.

4.5 Logistikk og fryselagerkapasitet

Mens noen selskaper har biler som de bruker til å hente fisk i St. Petersburg, velger andre å kjøpe spedisjonstjenester, enten fra uavhengige firma, eller via leverandør. Grossister som selger til omliggende regioner sørger gjerne for at fisken kunden har bestilt leveres direkte. Den øvrige fisken leveres til fryselageret hvor den selges til de lokale kundene.

Tidligere var det billigst å frakte fisk via jernbane, men de to siste årene har det vært mer lønnsomt å bruke lastebiler. Sistnevnte form for transport er dessuten raskest. Deler av volumene kjøres direkte til kundene som er grossister og produsenter i ulike deler av Samararegion, samt Uljanovsk, Penza, Orenburg, Ufa og Saratov. De fleste respondentene oppgav at de hadde egne biler som betjente de største kundene. Kundene som tar små volumer må i de fleste tilfeller selv sørge for transport.

Et par av grossistene oppgav at de har egne biler som leverer fisk til kunder i andre regioner. Et av selskapene har 13 egne utsalgssteder i Samara, Orenburg og Olijansk, som forsynes med fisk etter behov. Til dette formålet bruker de firmaets egne biler. Lokale kunder kommer selv og henter. I tillegg betjener grossistene boder på markedene, små butikker og kiosker, samt HoReCa-segmentet

Når det gjelder ferdige produkter leverer produsenten til de fleste av sine kunder, mens noen av de små kundene selv må komme og hente varene. Også produsentene har kunder i de omliggende byene og regionene. Grossister og produsenter leverer kunder som holder til i en radius på 500 kilometer fra Samara sentrum. En av respondentene kunne fortelle at kunder i HoReCa-segmentet foretrekker å komme til markedet utenfor fryselageret og kjøpe fisken selv, for slik å kunne sikre seg den beste kvaliteten.

I Samara finnes det tre statlige fryselagre. To av disse er i bruk, mens det tredje ligger 20 kilometer utenfor sentrum og derfor er mindre attraktivt. Fryselager nummer 1 ligger i et område hvor en rekke aktører innenfor kjøp, salg og produksjon av fisk er lokalisert. Den totale kapasiteten til fryselageret er på 16.000 tonn. Leie av lagerkapasitet koster 21 rubler per tonn i døgnet. Problemet er at fryselageret er gammelt og om sommeren stiger temperaturen til -11 grader, samtidig er de sanitære forholdene på markedet dårlig. Det samme gjelder for de to andre statlige fryselagrene. Dette innebærer at grossistene daglig arrangerer leveranser av fisk fra St. Petersburg og Moskva.

En rekke lokale grossister leier plass i dette fryselageret og på plassen utenfor er det satt opp ca 70 boder, hvor disse selger fisk fra lageret. Noen av aktørene har to-tre boder på samme marked, og tilsvarende antall boder på andre markeder omkring byen.

Prisene på grossistmarkedet er lav. Russisk sild av typen stor og fet kostet i oktober 2004 mellom 26 rubler (200-300) og 33,50 rubler (300+). Norsk sild kostet henholdsvis 28 rubler (250+), mellom 33,00 og 33,50 rubler (300+) og mellom 35,00 og 39,00 rubler (350+ og 400+). Makrell koster mellom 40 og 55 rubler per kilo. Laks og ørret var priset til mellom 130,00 og 173,00 rubler per kilo. Det fantes både norsk og russisk sild, samt norsk laks og ørret. Så godt som alle norske produsenter av sild og laks var representert på markedet. Fisken ble presentert i kasser og på paller hvor den lå og tinte i løpet av dagen. Kundene er små grossister, aktører inne HoReCa-sektoren og produsenter som selger fisken videre på små markeder eller bruker den i produksjon. Kundene kommer for å kjøpe fisk som de legger i bagasjerommet på sine biler av typen Lada, eller i lasterommet på de små lastebilene. Eldre kvinner er også trofaste kunder som velger å handle på grossistmarkedet for å spare en rubel eller to i forhold til prisen på de andre åpne markedene.

Andre aktører har bygget egne fryselager som holder mellom -20 og -25 grader hele året. Kapasiteten til disse variere mellom 400 og 4.000 tonn. Man velger å holde temperaturen på rundt -20 grader, da det blir langt høyere utgifter dersom man skal presse temperaturen ned mot 25 minusgrader. Begge produksjonsbedriftene som ble intervjuet hadde investert i egne fryselager i tilknytning til fabrikkene. Tre av grossistene hadde gjort det samme.

4.6 Detaljistledet i Samara

Det finnes rundt 5.000 matbutikker. Av de største nasjonale aktørene finner man Metro, Pjaterotska, Paterson, Perekrestok, Kopeika og Magnit. Av lokale supermarkedskjeder finner man Samara Produkt med over 20 butikker, Ostal med 10 butikker, Merkurii-Produkt med 12 butikker og Bereg Produkt med tre butikker. Ramstore åpnet sitt første supermarked i desember 2004. Pjaterotska og det volgogradske selskapet Tamerlan har underskrevet en franchisekontrakt. Avtalen innebærer at Tamerlan, som i år har bygget 32 supermarkeder i Volgograd oblast skal utvikle Pjaterotska i Samararegionen. Den første Pjaterotskabutikken åpnet i Samara 25. november 2004, og innen utgangen av 2004 ble ytterligere fem butikker åpnet i Samararegionen (byene Samara, Toljatti, Sizpan, Tsjapajevsk og Novokuibishevsk). Innen utgangen av 2005 vil det være 56 utsalg. I løpet av de nærmeste årene er planen å etablere så mange som 150 supermarkeder i regionen. (Kommersant, www.retail.ru, 17.11.2004).

De lokale kjedene frykter ikke konkurransen, de nye kjedene møter problemer som mangel på lokaler og det vil ta minst fem år før markedet kan karakteriseres som mettet. Metro har planer om å åpne en butikk i Toljatti, den nest største byen i regionen, mens Ramstore planlegger å åpne minst tre supermarkeder i Samara og ett i Toljatti. Pjaterotska er virkelig optimistiske og planlegger å åpne mellom 70 og 90 butikker i regionen. Pjaterotska har en franchiseavtale med selskapet Tamerlan i Samara. Paterson har tre supermarkeder i regionen, og skal innen 2007 ha økt dette antallet til ti, fordelt på byene Samara, Toljatti, Sizarin og Novokuibishevsk (Vedomosti, www.retail.ru, 20.12.2004).

Tabell 7 Supermarkedskjeder i Samara

<i>Supermarked kjede i Samara</i>	<i>Antall butikker</i>
Samara Produkt*	Ca 20
Merkurii Produkt*	12
Ostap*	7
Ekonom Produkt*	7
Atlant*	7
Perekrestok	4
Bereg Produkt*	3
Paterson	3
Pjaterotska	3
Metro	1
Ramstore	1

* Lokale kjeder

Et besøk på Paterson viste at utvalget av fisk var stort og likt det tilsvarende butikker i Moskva har. I ferskvaredisken finner man fryst norsk laks og ørret – ikke fersk. Kiloprisen for laks (1 kg) var 193,90 rubler, mens ørreten (1-2kg) kostet 203,90 rubler per kilo. Kaldrøyt filet av laks kostet 395,90 rubler per kilo. I ferskvaredisken fantes det videre både varmrøyt makrell med hode og kaldrøyt makrell uten hode med kilopriser på henholdsvis 131,90 og 119,90 rubler.

Når det gjelder utvalget av sildepreserver er omtrent 30 prosent av produktene i hyllene lokale, og resterende er fra produsenter i Moskva, St. Petersburg, Murmansk, Sverige og Hviterussland. De mest fremtredende merkevarene er Russkoje More, Alax og Santa Bremor.

I tillegg fantes det vakuumpakkede produkter av lettsaltet sild til en pris som varierte mellom 57,90 og 87,90 rubler per kilo. Vakuumpakket kaldrøyt makrell uten hode kostet 131,90 rubler per kilo.

5 KRASNODAR



Krasnodarregion ligger i Sør-Russland, 1.500 kilometer fra Moskva. Samlet har regionen i overkant av fem millioner innbyggere, og er dermed den fjerde største regionen i Russland. De største byene, foruten Krasnodar som er den regionale hovedstaden, er Sochi, Novorossiysk, Armavir og Jeisk. Det finnes tre flypasser i regionen, en i Krasnodar, en i Sochi og en i Anapa. Antall innbyggere i Krasnodar er ca 660.000. Krasnodar er regionens distribusjons-sentrum, den ligger langs hovedtransittrutene mellom Europa, Ukraina og det sentrale Russland på den ene siden, og Kaukasus og de transasiatiske områdene sør for Kaukasus. I Krasnodarregionen er inntekten per capita godt over det nasjonale gjennomsnittet. Over 43 prosent av maten som blir produsert i Russland,

produseres nettopp i Krasnodar. De viktigste varene er vin, alkohol, grønnsaksoljer, frukt, kjøtt og fjørkre, fisk (både fersk og saltvannsfisk), juice, grønnsaker med mer. I følge informasjon fra The Krasnodar Business Development Agency og Daily Test Enterprise Limited⁶ er regionen blant de ti regionene med best investeringsklima. I mars 1999 ble en ny lov om statsintroduserte investeringer vedtatt. Loven skal legge forholdene til rette for utenlandske investeringer ved å gi dem visse fordeler som lokale skattereduksjoner, fordelaktige betingelser for leie/eie av land med mer. I følge rapporten finnes det blant annet store muligheter innen produksjon av matvarer, deriblant fisk og sjømat, samtidig som det er et stort behov for å bygge ut spedisjons- og terminalfasilitetene i havneområdene og logistikksystemet forøvrig. Generelt kan man si at mulighetene for vekst er stor, men man mangler fremdeles de nødvendige logistikk-løsningene for import av fisk direkte til Krasnodar fra Norge. "It is yet an unsung jewel in the national crown of Russia"

Etterspørselen etter laks og ørret er stor. Det skyldes hovedsakelig regionens geografiske beliggenhet og dens rolle som et populært ferie- og kursted, og som har stor tilstrømning av turister i sommerhalvåret. Krasnodarregionen har en viktig rolle i Russland som importhavn for varer, da havnene er isfrie året rundt. Det har ikke utviklet seg noe system for landing og import av norsk fisk via disse havnene og tollstasjonene.

5.1 Respondenter

I alt fem selskaper og foretak sa seg villig til å la seg intervju i Krasnodar. Ett av selskapene drev utelukkende med foredling av laks og ørret, og vil derfor ikke bli omtalt nedenfor. Av de øvrige fire drev tre med foredling av produkter basert på sild, den fjerde fungerte som grossist.

⁶ Russian Commerce news, <http://www.russianamericanchamber.org>

Tabell 8 Respondenter i Krasnodar

Selskap	Grossist 1	Produsent	Grossist 2	Volum sild/år	
				Rund	Filet
B				1,200t/år	240t/år
D				2,400t/år	720t/år
A				48t/år	-
C				600t/år	120t/år

Til sammen kjøper de fire aktørene 3.600 tonn rund sild fra importører i Moskva og St. Petersburg, og tilsvarende 960 tonn filet. Det finnes flere selskaper som kjøper råstoff via Moskva og St. Petersburg og selger dette på markedet i Krasnodar. Respondentene i vårt utvalg kjøper også russisk og islandsk sild, man kan dermed anta at det totale volumet norsk råstoff som omsettes i Krasnodar ikke er så veldig mye høyere enn tallene i Tabell 8.

5.2 Markedet i Krasnodar

Generelt gjelder det at bedriftene i Krasnodar ble etablert i kjølvannet av krisen i 1998. Selskapene er derfor relativt nye. Årsaken til at man valgte å starte med foredling av fisk er i følge to av respondentene at dette markedet var ledig og relativt lukrativt. I Krasnodar er markedet i stor grad bygd opp omkring to til tre såkalte grossistbaser. Dette er gjerne enkeltmannsforetak hvor man driver grossistsalg av fisk ut fra egne private fryselagre. Disse grossistforetakene har i den senere tid møtt konkurranse fra et import-, grossist- og produksjonsselskap i Moskva, som har opprettet sitt eget grossistutsalg i byen. Selskapet opererer med en fortjeneste på kun tre prosent og dette skaper visse problemer for de øvrige grossistene. De leier et gammelt fryselager og er kun representert med en eller to salgsagenter. Det er allikevel mulig å konkurrere, gjennom å tilby bedre service og flere tjenester, som salgsformidling av kundenes produkter, levering, kreditt og personlig oppfølging.

De fleste lokale produsentene har sine fabrikker i små byer utenfor selve Krasnodar. To av disse foretakene er med i denne undersøkelsen. Det største problemet for aktørene i Krasnodar er mangel på råstoff, og dermed ustabile leveranser. Prisene er også ustabile, noe som gjør det vanskelig for produsenter å produsere med god margin. Dette betyr også at selv om aktørene foretrekker råstoff fra Norge, tvinges de ofte til å kjøpe annet råstoff.

I Krasnodar er etterspørselen etter preserveer størst om sommeren, da er det så varmt at folk ikke orker å lage egne salater, dessuten er det upraktisk å ta med seg en rund sild og øvrige ingredienser på utflukter og på stranden. Dessverre er det også slik at nettopp i sommerhalvåret er tilgangen på norsk filet og råstoff mye lavere enn om høsten og vinteren.

Som i Samara er markedet i Krasnodar relativt primitivt. All produksjon skjer hovedsakelig for hånd. Sild og makrell er populære arter som de fleste aktørene på markedet selger og bearbeider. I den siste tiden har markedet tatt imot stadig større volumer av laks og ørret, også en del fersk laks og ørret. Ingen av selskapene importerer fisk fra eksportør. Ingen har erfaring med innfortolling av fisk, dessuten er det få selskaper som har kapital til å starte med import. For å importere må man gå via meklere og det stiller store krav både hva angår tid, innsikt og ressurser. Utgiftene forbundet med fortollingsprosessen er derfor ofte høye og sluttprisen for fisken er gjerne lik den man får fra importører i Moskva og St. Petersburg.

I likhet med Nizhny Novgorod og Samara, møter norsk sild konkurranse fra russisk og islandsk sild i Krasnodar. Russisk sild er ofte gunstigere å kjøpe enn norsk da denne er usortert, og selges som 300-500 gram. Produsenten kan dermed selv sortere og tjene mer penger på den største silden. Norsk sild derimot, er sortert, og det hender at man får mange sild under 350 gram, når man kjøper sild som er merket 350+, dette er uforståelig for russere. Kategorien 400+ er som regel bra sortert. Norsk sild koster mellom 35,70 rubler (300-500) og 40,50 rubler (400+) per kilo hos de lokale grossistene. Norsk makrell er for dyr, prisen har steget med ca 30 prosent i år, sammenliknet med i fjor. Makrell 600+ med hode koster ca 80 rubler/kg hos grossist (ca 18 nok), mens Makrell 400-600 koster ca 60 rubler/kg hos grossist (ca 13 nok). Norsk laks er også dyr. Kilopris fra lokal grossist ligger mellom 137,65 (laks 1-2kg) og 187,70 rubler (laks 9+). Norsk ørret koster mellom 170,60 rubler (1,8-2,7 kg uten hode) og 187,50 rubler (5,4-6,3 kg, uten hode) per kilo.

5.3 Produksjon og produktspekter

Fire av selskapene i undersøkelsen driver med videreforedling av sild og makrell. De mest populære produktene er røykt og lettsaltet, men i den senere tiden har stadig flere bedrifter startet med produksjon av preserver av sildefilet.

Et av selskapene venter på lisens til å starte produksjon av preserver og foredler derfor i dag kun lettsaltede og røykte produkter av sild, makrell, laks og ørret. Arbeidet foregår for hånd av ca. 40 ansatte. Selskapet har investert i en tysk vakuumpakkemaskin som gjør det lettere å selge produktene til supermarkeder. For alle respondentene gjelder det at de største volumene selges som bulkvarer, enten dette er til butikker, åpne markeder eller andre grossister og produsenter, men det er en økende etterspørsel etter vakuumpakkede produkter og preserver.

Produksjonslokalene til en av respondentene kan best karakteriseres som meget primitiv. Garasjen er innredet til fabrikk, hvor det arbeider 25 mennesker. All produksjon skjer manuelt, og de produserer hele 65 produkter, som i hovedsak er basert på råstoff av sild og makrell. I tillegg videreforedler de mellom ett og halvannet tonn laks per måned. Produktspekteret består av røykt, lettsaltet og vakuumpakket rund fisk, samt preserver av sild og makrell. Preservene er basert på filet i biter og selges i plastbokser med lokk. Selskapet har en vakuumpakkemaskin som de bruker til pakking av sild og makrell. Produktene blir best når man fileterer for hånd, fileten de kjøper blir ofte tørr, men siden de produserer på bestilling og produksjonen skjer manuelt er det mer kostnads- og tidseffektivt å benytte filet. Ett annet argument for å benytte filet, er at filet krever mindre lagringsplass.

Det tredje produksjonslokalet vi besøkte tilhørte et selskap som har drevet med videreforedling av fisk i syv år. De fremstiller både saltede og røykte produkter av sild og makrell, samt preserver. De fungerer både som produsenter og grossister og foredler omtrent halvparten av volumene med rund sild som de kjøper via Moskva og St. Petersburg, mens tilsvarende andel filet som benyttes i produksjonen er omtrent 30 prosent. Selskapet videreforedler også mindre volumer laks, bortimot ett tonn per måned. De har et bredt produktspekter som blant annet består av ni ulike typer lettsaltet rund sild, tre produkter av sildefilet og 20 ulike preserver av sildefilet. Når det gjelder grossistutvalg og priser, selger de norsk sild i størrelsene 300+, 350+ og 400+ til priser mellom 37,00 og 41,00 rubler. Russisk sild koster 33,00 rubler per kilo. Denne bedriften baserer også produksjonen på manuell arbeidskraft. Til preservene foretrekker de å bruke sildefilet, men det hender at de ikke får tak i filet, eller at prisen er for høy. I disse tilfellene fileterer de for hånd.

Grossisten som er med i dette utvalget selger bulkprodukter, sild, makrell, laks, ørret, lodde, hyse, stør og blåkveite, for å nevne noen. Selskapet har fine lokaler utstyrt som en forretning med vitriner hvor produktene til kundene hans stilles ut og salg videreformidles. I tillegg til å selge fisk, driver han med salg og distribusjon av blant annet boksmat, tørrmat og kjøtt, i alt 1.600 produkter. I tillegg til økt etterspørsel etter laks og ørret, har det den siste tiden også vært en stor økning i etterspørselen etter filet, særlig fra de lokale produsentene som både vil ha filet 6/10 og 4/8.

5.4 Kjøpsmønster, betingelser og frekvens

Aktørene i Krasnodar kjøper også via importør i Moskva og St. Petersburg, de kjøper med jevne mellomrom, minst en gang per uke, avhengig av etterspørsel og pris. Pris er viktigere enn kvalitet. I følge en respondent kan det lønne seg å kjøpe norsk, da man av erfaring vet at kvaliteten er bra, og man er dermed ikke avhengig av å få tilsendt vareprøver. Dersom prisene er lave kan kjøpsfrekvensen gjerne være opp mot tre ganger per uke. En av respondentene kjøper fersk laks og ørret, som han forsøker å selge direkte til kundene, for så å unngå å lagre den. Kundene ringes når en last er på vei fra Moskva, slik at fisken leveres direkte fra lasten.

Mens en av produsentene, hvis svar denne undersøkelsen bygger på, bestiller råstoff direkte fra importør i Moskva og St. Petersburg, kjøper de to andre produsentene via lokal grossist. Selskapet som kjøper direkte, bruker deler av råstoffet i egen produksjon og selger de øvrige volumene til andre lokale produsenter og mindre grossister i Krasnodar fylke, Stavropol, Sotsji og Rostov-na-Don. Årsaken til at noen produsenter velger å kjøpe fra lokal grossist, kan forklares ved at de har begrensede lagringsmuligheter, samt begrenset kapital. Et av disse små selskapene oppgir at de kjøper råvarer så ofte som fire ganger per uke.

Kjøp fra importør i St. Petersburg og Moskva betales gjerne kontant, men det hender at man får fem dagers kreditt. På det lokale markedet er man derimot avhengig av å gi de fleste av sine kunder kreditt. Selskapene som ivaretar grossist-1-funksjonen tilbyr sine faste kunder mellom to og tre ukers kreditt, mens andre får mellom fem og syv dager. Små kunder, som åpne markeder betaler som regel kontant. Kredittid avhenger av personlig forhold til kunden.

En av respondentene oppgav at han kun kjøper fisk hos lokale grossister, hvor han som regel får 15 dagers kreditt. Denne respondenten har begrenset lagringskapasitet og oppgir at han kjøper råstoff omtrent hver tredje dag. En annen respondent opplyser at de både kjøper fra grossist i Krasnodar, og fra en annen produsent i lokalområdet.

Både grossister og produsenter leverer varer til detaljistledet. Grossisten som er representert i denne undersøkelsen har bygd et eget grossistutsalg hvor han både selger råvarer til produsenter, andre grossister og detaljistledet, samtidig som han fungerer som en salgsagent for en del av produsentene i regionen. Produsentene kan med andre ord kjøpe råvarer hos denne grossisten, foredle disse og levere de ferdige produktene til grossisten, som igjen presenterer disse varene i vitrinene og formidler salg mellom produsent og kunde. Sannsynlige årsaker til dette systemet er at produsentene har få ressurser både med tanke på salgsapparat og kjølelager til oppbevaring av ferdige produkter. Han leverer til kjeder som Tabris, Perekrestok og Paterson, og skal levere til Metro som etablerte seg to måneder etter denne undersøkelsen ble gjort, nærmere bestemt i desember 2004. Totalt, med andre grossister, produsenter og mindre aktører som betjener de åpne markedene har grossistselskapet mellom 600 og 700 kunder i Krasnodar fylke. Viktigste byene er Sotsji og

Novorossisk. En annen respondent kan opplyse at de har en rekke kunder, nærmere 1.000, og deriblant også en egen butikkjede.

Produsentene oppgir blant annet supermarkedskjedene Magnit og Tabris som viktige kunder. I følge en av respondentene er Tabris en bra betaler. I følge en av produsentene selger han sine produkter til 200 supermarkeder og mindre butikker i Krasnodar. Andre viktige byer er Sotsji og Rostov-na-Don. Gitt systemet med videreformidling av salg gjennom grossistbaser selger en del produsenter produktene sine gjennom slike kanaler.

Mot detaljistleddet er kredittiden lengre enn mot grossist og produksjonsleddene. Kredittiden varierer fra syv til 90 dager. En av respondentene hevdet at han vanligvis inngår en avtale med kundene som tilsier at de betaler 50 prosent av prisen kontant, og de øvrige 50 prosentene når de får penger. Generelt gjelder det at små kunder, deriblant boder på åpne markeder og mindre grossister betaler kontant, mens større kunder og kunder leverandøren har et personlig forhold til gis kreditt.

5.5 Logistikk og fryselagerkapasitet

Alle respondentene oppgav at de transporterte fisk fra Moskva til Krasnodar ved hjelp av lastebil. Jernbane er for tidkrevende og lønner seg ikke økonomisk. Begge selskapene som kjøper fra importør i Moskva og St. Petersburg leier spedisjonstjenester. Bestillingen gjøres over telefon og man gjør i de fleste tilfeller selv avtale med spedisjonsfirma, eller lokale sjåfører om leie av transporttjenester. Prisen for frakt er mellom 1,60 og 1,70 rubler (35 til 40 øre) per kilo fra St. Petersburg og mellom 1,10 og 1,20 rubler (25 til 30 øre) per kilo fra Moskva. Transporten tar mellom to og tre døgn fra St. Petersburg til Krasnodar, mens transporttiden fra Moskva til Krasnodar er omtrent to døgn.

Både grossister og produsenter har egne biler som de benytter når de leverer varer og produkter ut til kundene. En av respondentene som fungerer som grossist-1, disponerer hele 20 lastebiler som brukes i leveranser til kunder, enten disse er produsenter, mindre grossister, eller aktører innenfor detaljistleddet. Også de produsentene som ikke selv kjøper råstoff fra importør i Moskva eller St. Petersburg opplyser at de har egne biler som benyttes til å hente råvarer hos grossist, og til å levere ferdige produkter til kunder. En av disse aktørene har fire lastebiler, samt en frysetrailer. Som i de andre byene, gjelder det at mindre kunder selv må hente varene på grossistlager, mens produsenter forsøker å levere varer til alle sine kunder.

I tillegg til fryselagrene på grossistbasene, har alle respondentene bygget egne fryselager. Kapasiteten på disse variere mellom 2 tonn og 2.000 tonn. Temperaturene variere mellom 18 og 22 minusgrader. En av respondentene bruker frysekontainere til lagring av råvarene, selskapet disponerer i dag fryselager med en kapasitet på 500 tonn, men har planer om å doble kapasiteten.

To av produsentene disponerer frysekapasiteter på henholdsvis to tonn og 30 tonn. Dette innebærer at kjøpsfrekvensen er meget høy, opp mot fire ganger per uke. Samtidig utgjør den begrensede tilgangen til fryselager og kundenes krav til kreditt det umulig å kjøpe råstoff fra importører i Moskva eller St. Petersburg. Dessuten fører situasjonen, med småskala produksjon til at det er umulig å skaffe kapital til å kjøpe større volumer.

5.6 Detaljistleddet i Krasnodar

Detaljistleddet i Krasnodar kan synes som mindre utviklet enn tilsvarende segment i Nizhny Novgorod og Samara, i den forstand at færre av de store nasjonale og internasjonale kjedene har etablert seg i området. I dag har de lokale kjedene Magnit med 65 butikker og Tabris med fem supermarkeder store andeler av markedet. Både Paterson, Metro og Perekrestok har åpnet et hypermarked hver. Et besøk i to av de lokale kjedene, nærbutikkjeden 555 og supermarkedskjeden Tabris, viste at produkter fra Moskva og hviterussiske produsenter er godt representert i hyllene. Lokale produsenter har også betydelig hylleplass, og en av respondentene kunne fortelle at det frem til nå hadde vært fordelaktig å levere til kjeder. Med tilveksten av nasjonale kjeder har det oppstått en mye større konkurranse og leverandørene opplever i mye større grad å bli presset på pris, samt tvunget til å inngå kontrakter som pålegger dem å levere produktene billigere til den ene kjeden fremfor enn den andre, noe som ikke blir godtatt av den konkurrerende kjeden.

6 DE REGIONALE DISTRIBUTJONSSYSTEMENE – EN OPPSUMMERING

Det finnes få, om noen, importører i de regionale byene. Lokale grossister og noen av de største produsentene kjøper fisk fra importører i Moskva og St. Petersburg. Årsakene til at de lokale aktørene ikke velger å importere direkte fra Norge er mange. For det første har de fleste regionale aktører ikke kapital til å importere direkte fra Norge så lenge norske eksportører stiller krav til forskuddsbetaling. For det andre pålegger russisk tollovgivning importører å bruke en statsautorisert mekler til å organisere innfortolling av fisk til Russland. For det tredje har man i de fleste regioner ikke noe etablert system for fortolling av fisk, samtidig som tariffene i byer som Krasnodar er betydelig høyere enn i Moskva og St. Petersburg. Prisforskjellen mellom å importere direkte og kjøpe fra russiske importører er små. Et annet problem i henhold til import av store volumer er begrensningene knyttet til transportsystem og fryselagerkapasitet.

Generelt får aktørene i regionene kjøpe fisk på kreditt fra leverandør i Moskva og St. Petersburg. De fleste oppgir at de kjøper råvarer så ofte som en gang per uke. Kjøpsfrekvensen avhenger av etterspørsel og pris. Kvalitet er viktig, men pris viktigst. Tilbud om kreditt fra leverandør avhenger som regel av personlige kontakter og forholdet mellom tilbud og etterspørsel i markedet. Dersom tilbudet er større enn etterspørselen er det enklere å få kreditt. Kredittiden varierer fra to-tre dager til tre uker.

I noen tilfeller arrangerer importøren i St. Petersburg og Moskva transporten til kunden i regionene, i andre tilfeller arrangerer kunden selv transport, enten via spedisjonsfirma eller ved hjelp av egne biler. All transport fra Moskva og St. Petersburg til Nizhny Novgorod, Samara og Krasnodar foregår med lastebil. Transport med lastebil er både raskere og billigere enn jernbane.

Brorparten av fisken som selges til regionale aktører er frossen rund fisk, men det distribueres også sildefilet og -lapper, samt mindre volumer med fersk laks og ørret. De regionale grossistene selger fisken på det lokale markedet, til produsenter, små grossister og til detaljisthandelen. Selv om det lokale markedet er det viktigste for de lokale grossister, oppgir mange at de har kunder i andre byer og regioner, da hovedsakelig i byene og regionene som ligger innenfor en avstand på 500 kilometer i radius. En del grossister sørger for å levere til kundene direkte fra Moskva og St. Petersburg.

De store produsentene kjøper i hovedsak råstoff som de bruker i egen produksjon. Det finnes, da særlig i Nizhny Novgorod, ett par lokale foredlingsbedrifter som kan betegnes som seriøse aktører med utviklingspotensial. For disse selskapene er kvalitet vel så viktig som pris, men de har en øvre grense med hensyn på pris som de må holde seg under for å kunne overleve. For øvrig preges de lokale markedene av høy fragmentering på foredlingsleddet, med mange små produsenter. Grossistene melder stadig om økende etterspørsel etter sildefilet, og til tross for at all produksjon utelukkende skjer manuelt fremstilles det en rekke ulike produkter med høy foredlingsgrad. Preserver basert på sildefilet er en populær artikkel, men fremdeles er det lettsaltede og røykte produkter av rund sild og makrell som dominerer. Kundene til de regionale produsentene er først og fremst det lokale detaljistleddet. Noen produsenter har salgsagenter og kunder i en rekke andre byer og regioner.

Det finnes en rekke aktører i regionene som har investert i private fryselager. De statseide fryselagrene holder generelt en dårlig kvalitet. Dette kom spesielt til uttrykk i Samara, hvor temperaturen kan komme opp mot 11 grader om sommeren. Under slike forhold er aktørene tvunget til å ha en høy kjøpsfrekvens.

Produsentene har i de fleste tilfeller egne biler som leverer varer til kundene, som både er super- og hypermarkedskjeder, butikker, kiosker og åpne markeder. De største kundene, samt de kundene produsentene har et godt personlig forhold til får kreditt. Kredittiden varierer fra fem dager til tre måneder.

I den siste tiden har stadig flere av produsentene i Moskva og St. Petersburg etablert salgskontorer og lagre i regionale byer, da hovedsakelig for distribusjon og salg av ferdige produkter. Selv om det finnes en del lokale produsenter i regionene, har produsentene i Moskva og St. Petersburg vært flink til å etablere lokale salgskontor med agenter, samt å følge kjedene ut i regionene for slik å sikre et større marked for sine produkter. Produktene til disse produsentene er godt representert på det lokale detaljistmarkedet.

Situasjonen på markedet i regionene, hvor det tidligere bare har vært tilbud som retter seg mot grupper med lav kjøpekraft, er i ferd med å endres. Innbyggerne, da særlig i de store regionale byene, stiller stadig større krav til kvalitet og utvalg. Når etterspørselen endrer seg følger tilbudet etter i form av flere supermarkeder av vestlig standard, produktutvikling hos produsentene og dermed også økt etterspørsel etter fisk av høyere kvalitet fra Norge. Detaljistledet i alle tre byene er under stor og rask utvikling. I løpet av neste år vil forholdene nok ha endret seg betydelig og man vil trolig finne at større kjeder kontrollerer detaljisthandelen med fisk i tilnærmet samme grad som man ser i Moskva i dag. Det er usikkert i hvilken grad de lokale produsentene vil være i stand til å vinne kampen om kjedene i konkurranse med de store etablerte produsentene fra Moskva, St. Petersburg og Hviterussland. Det som er sikkert er at en del av produsentene i regionene har investert i selskapet og vil ikke gi seg uten kamp. Problemet er at så lenge det er de samme selskapene fra Moskva og St. Petersburg som leverer ferdige produkter til kjedene, som også kontrollerer import av råstoff, er vilkårene for en rettferdig konkurranse fraværende.

Markedet for fisk i regionene er fremdeles relativt fragmentert med en rekke små aktører. Det finnes aktører som ønsker å videreutvikle markedet og har ressurser til å gjøre dette. Om et år er det stor sannsynlighet for at man vil finne lokale aktører som satser stort på produksjon av videreforedledede produkter av både sild, makrell, laks og ørret. I hvilken grad man vil få en situasjon hvor noen av de store lokale aktørene importerer direkte fra Norge er mer usikkert, tollregimet og kredittsituasjonen er store barrierer i denne sammenheng. De regionale markedene er markeder med store potensialer. Om norske eksportører har mulighet til å utnytte disse potensialene direkte er mer usikkert. De største importørene kontrollerer de regionale markedene og vil sannsynligvis ikke sette pris på konkurranse fra sine norske leverandører. Det som er sikkert er at russerne elsker norsk sild, også i regionene, og nå har stadig flere råd til å kjøpe mer sild, også produkter med høy foredlingsgrad. Dette gjør situasjonen lys for de lokale aktørene innenfor distribusjonssystemene, og bør derfor også være en gladmelding til norske eksportører.

7 PROBLEMER

Nesten alle respondentene i alle tre byene hadde vanskeligheter med å forstå sortering og merking av norsk sild. Når de kjøper 300+ er det ofte at silda er 280 gram eller mindre. Den russiske silda har den minst attraktive kvaliteten, men den er rimeligere og er derfor betraktet som en bra råvarekilde tidlig på høsten. Rund russisk sild foretrekkes av en del aktører fordi den har en annen sortering enn den norske. Russisk sild som er sortert som fisk mellom 300 og 500 gram gir kjøperen en mulighet til å ta ut større fortjenester på de største fiskene. Mange beklaget og hadde vanskelig for å skjønne at man, ved kjøp av norsk sild av kategorien 300+, gjerne fikk fisk som veide mindre enn 300 gram. ”Da burde man ikke kalle det 300+, men 300-.

I kommende år forventes det at silden som er fanget i det fjerne Østen vil påvirke prisen i Russland på grunn av store fangster der. Gitt at de nasjonale myndighetene satser på å utvikle både fiskerinæringen til havs og på land, må man anta at man vil få betydelige oppgraderinger i den landbaserte industrien. Dette kan føre til at kvaliteten på den russiskfanget silden vil bli bedre og dermed mer konkurransedyktig på markedet.

I Krasnodar og delvis også i Samara er mangel på råstoff og ujevne leveranser et problem. Det har forekommet tilfeller hvor fisken har fått slagskader under transport, samt at råstoffet har blitt forringet grunnet for høy temperatur.

For alle produsenter er det viktig at prisen er stabil, da de opererer med fast pris mot detaljistledet. Noen mener at det tidligere var mer fordelaktig å kjøpe norsk sild, da vekten gjerne oversteg 20 kilo og at kjøperen fikk omtrent en kilo ekstra.

Et annet stort problem er mangel på finansiering. For en rekke av respondentene er det vanskelig å skaffe kapital til å utbedre produksjonslokalene, kjøpe nytt utstyr og derigjennom øke produksjonen fordi man ikke har tilgang på billig finansiering gjennom lån i banker. Utlånsrenten i Krasnodar ligger på 23 prosent. Dette medfører at man må spare gjennom lang tid før man får råd til å bygge ut frysekapasiteten eller investere i nytt produksjonsutstyr.

8 FREMTIDIGE TENDENSER

Mens Russlands bruttonasjonalprodukt (BNP) steg med 7,3 prosent fra 2002 til 2003, er veksten i BNP i perioden januar-november 2004 på 6,9 prosent. Ministeren for økonomisk utvikling og handel, German Gref sa i et møte med regjeringen onsdag 22.12.2004 at veksten i BNP i Russland vil kunne minke til 4,5 prosent i 2005. Industriproduksjonsveksten var på 7 prosent i 2003, sammenliknet med 2002. I perioden januar til november 2004 var den på 6,2 prosent sammenliknet med samme periode i 2003 (Prime-Tass, 22.12.2004).

I perioden januar til november 2004 har den reelle disponible inntekten til russerne steget med 9 prosent. Dette innebærer at den gjennomsnittlige månedslønnen i Russland var 6.746 rubler i november 2004, noe som er en økning på 3,3 prosent fra oktober, og 22,5 prosent på årsbasis (Prime-Tass, 22.12.2004). Industriproduksjonsveksten i Russland sank til 6,2 prosent i perioden januar til november 2004. I samme periode i 2003 var veksten 6,8 prosent. Veksten i produksjon av mat var på 4,0 prosent (Prime-Tass, 17.12.2004). Selv om man ikke synes å nå de optimistiske målene for økonomisk vekst som regjeringen forventet i 2004, må man kunne karakterisere veksten som positiv. German Gref tror veksten i BNP for 2005 vil nå 6 prosent, samtidig som han forventer at inntektene vil stige med 10 prosent (Prime-Tass, 29.12.2004). Det gjenstår fremdeles mye før man kan kalle markedet og samfunnet i Russland stabilt, men det er lite som tyder på at man kan forvente en ny krise på linje med den man opplevde i 1998. Blant de forhold som peker i positiv retning kan man blant annet nevne at både infrastruktur, bankvesen og den sosiale og økonomiske politikken til regjeringen har gjennomgått store og positive endringer, sammenliknet med 1998. I motsetning til tiden frem til krisen i 1998, ser man i dag, over seks år senere at også andre byer enn Moskva og St. Petersburg nyter godt av utviklingen. Man har klart å bygge opp ny industri og utbedret infrastrukturen også i regionene. Selv om lønningene er høyere i Moskva, sammenliknet med landet for øvrig, er det i ferd med å vokse frem en middelklasse også i de mindre byene. Som en følge av Russlands tilpassingsprosess til WTO reglene, kan man sannsynligvis forvente at problemer knyttet til innfortolling av fisk og regler for veterinærsertifikater vil bli tilpasset de regler som gjelder i store deler av verden for øvrig. Russland er fremdeles en meget oljeavhengig nasjon, hvor korrupsjon er et stort problem. Det sivile samfunn og det private næringsliv har i den siste tiden lidd en del nederlag på bekostning av president Putins styre, men det er grunn til å anta at presidenten og hans administrasjon er lydøre både ovenfor næringslivets interesser og verdenssamfunnet.

Generelt er det vel ikke noe overdrivelse å påstå at Russland også i fremtiden vil være et av de viktigste eksportmarkedene for norsk fisk. Man har de siste årene, da hovedsakelig etter krisen i 1998 sett en oppblomstring av videreforedlingsbedrifter og en økning i import av fisk fra Norge. I motsetning til tidligere har det vokst frem en rekke store private foretak som er markedsrettet og opptatt av kvalitet. Det har også skjedd en konsolidering med tanke på antall bedrifter og antall funksjoner de ulike bedriftene ivaretar. Stadig flere selskaper fungerer både som importører, grossister og produsenter. Denne utviklingen er mest fremtredende i Moskva og St. Petersburg. En av årsakene til at aktørene i Moskva og St. Petersburg har hatt mulighet til å etablere seg så sterkt i markedet er at de kontrollerer importen av fisk og salget av denne til regionene. De er premissleverandører for de øvrige grossister og produsenter i Russland.

Sannsynligheten er stor for at denne maktfordelingen, hvor de kapitalsterke aktørene i Moskva og St. Petersburg kontrollerer importmarkedet for norsk fisk, vil fortsette også i fremtiden. Det finnes enkelte selskaper i regionene som fremstår som solide aktører med potensial for vekst. Disse selskapene fremstår i dag som sentrale aktører på de lokale

markedene, og har således mulighet til å kapre viktige markedsandeler også nasjonalt. Men så lenge import av fisk krever stor kapitaltilgang og ressurser i henhold til inngående kontakter og kunnskap omkring fortollingsprosessen, er det sannsynlig at det eksisterende distribusjonssystemet vil bli opprettholdt. Til tross for at man også de nærmeste årene vil finne de største aktørene og importørene av norsk fisk i byene Moskva og St. Petersburg, vil man se en konsolidering av fiskerinæringen i regionene. Jeg vil anta at de største regionale aktørene, både grossister og produsenter vil ta større markedsandeler fra de mindre aktørene. Man vil sannsynligvis få en reduksjon i antall grossister som forsyner det lokale markedet med fisk de har kjøpt gjennom importør, samtidig som de største produsentene vil ta stadig større andeler av det regionale markedet. Antakeligvis vil man også oppleve at noen av de største regionale grossistene vil starte egne videreforedlingsfabrikker, samtidig som de lokale produsentene som i dag kjøper fisk fra lokale grossister, vil kjøpe denne direkte fra importør. Denne utviklingen vil sannsynligvis i stor grad skje på bakgrunn av fremveksten av super- og hypermarkedskjeder i regionene. De små aktørene som i dag betjener åpne markeder, eller driver små videreforedlingsforetak vil ikke være i stand til å betjene kjedene, og vil således miste markedsandeler i takt med at kjedene øker sine markedsandeler fra de åpne markedene.

En rekke av de etablerte produsentene, hovedsakelig firma fra Hviterussland, Moskva og St. Petersburg, er allerede til stede med sine produkter, i første rekke preserveer og vakuumpakkede produkter av sild, makrell, laks og ørret, på de lokale markedene. Disse aktørene er sterke konkurrenter til de lokale produsentene, og har velutviklede logistikk-løsninger. De har både bra distribusjonssystemer og velfungerende salgskontorer i regionene. Jeg vil anta at de store produsentene som i dag også investerer masse penger i å utvikle en merkevare vil satse sterkt på å skaffe seg stadig større markedsandeler i regionene. Disse produsentene ønsker å levere produkter til alle butikkene innenfor de kjedene de selger produktene sine til. Etablerer for eksempel Perekrestok seg i regionene vil de leverandørene som allerede har kontrakter med kjeden sørge for at de kan levere også regionalt. Det som til en viss grad kjennetegner utvalget i butikkene i regionene er at de nasjonale produktene gjerne er dyrere og således produkter som henvender seg til folk med høyere inntekter, og de lokalt produserte produktene er gjerne rimeligere og et alternativ til de med lavere inntekt.

All den tid logistikkforholdene i regionene fremdeles er lite utviklet i henhold til veinett og distribusjonsnettverk, vil kjedene sannsynligvis foretrekke, eller bli tvunget til, å kjøpe en del lokale produkter. Først og fremst gjelder dette røykte produkter av sild, makrell, laks og ørret som selges i ferskvaredisker. Det samme gjelder til dels også vakuumpakkede produkter av lettsaltet og røykt makrell og sild.

Så lenge det finnes mange mennesker som kan karakteriseres som fattige og mange mennesker med lav inntekt, samt mennesker som er opptatt av det tradisjonelle russiske kjøkken vil det finnes et marked for rund sild. I dag er dette markedet enormt, kanskje mer i regionene enn i de to største byene. Man kan anta at tendensen vil gå mot større andeler filet, men det er usikkert om økt import av sildefilet vil gå på bekostning av import av rund sild. Et av de forholdene denne studien har avdekt er at produsenter, også i regionene foretrekker å bruke filet i produksjonen av preserveer, men at de med jevne mellomrom blir nødt til å bruke rund sild, da tilgangen på filet er begrenset. På samme vis som grossister og produsenter, som i utgangspunktet foretrekker norsk sild, blir tvunget til å kjøpe russisk og islandsk sild når det ikke finnes norsk sild eller sildefilet på markedet. Russland er et marked med enorme potensialer. Tendensene i markedet peker i retning av fortsatt vekst, men også i retning av høyere krav både til kvalitet, leveringsevne og lydhørhet ovenfor kundene og deres behov.

9 REFERANSER

Sergei Zhiltsov, "Nizhny Novgorod, A Rebirth of Capitalism" A Regional Profile of Nizhny Novgorod, (Russian Commerce news, <http://www.russianamericanchamber.org>)

EFF rapport (2004) "The Russian market for Norwegian salmon – challenges and opportunities".

Roman Vvedensky (2003) BISNIS "Overview of the meat, poultry and fish processing market of Nizhny Novgorod region" (August - september)

Kommersant, www.retail.ru, (17.11.2004)

Vedomosti, www.retail.ru, (20.12.2004)

Novosti Torgovli, no 8. (2004)

Russian Commerce news, <http://www.russianamericanchamber.org>

Prime – Tass, (22.12.2004)

Prime – Tass, (17.12.2004)

Prime - Tass, (09.07.2004)

Prime – Tass, (01.09.2004)

Prime – Tass, (29.12.2004)

www.retail.ru, (31.08.2004)

www.retail.ru, (22.07.2004)

Vedlegg: Tabell over hyper og supermarked kjeder i Russland

<i>Supermarkedskjede</i>	<i>Markeder</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2004</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2005</i>	<i>Planlagt antall butikker</i>	
Metro	Moskva	3	6	8	
	St.Petersburg	1	2		
	Nizhny Novgorod			1	
	Kazan		1	1	
	Jekaterinburg			2	
	Rostov-na- Don		1	1	
	Jaroslav		1		
	Samara		1	1	
	Volgograd		1	1	
	Tjeliabrinsk			1	
	Ufa			1	
	Krasnodar		1	1	
	Nabereshnie Chelnii			1	
	Tjumen			1	
Auchan	Moskva	2	5	10	
Ramstore	Moskva	16	30		
	Kazan		1	En i hver by med 1 million innbyggere.	
	Krasnajarsk		1		
	Pskov		1		
	Nizhny Novgorod		1		
	St. Petersburg		3		
	Rostov-na/Don		1	5	
	Volgograd		1		
Samara		1			
Dixi	Moskva	97			
Marktkauf	Moskva	1	2	6	
Spar ⁷ /Euro Spar	Moskva	9	8	16	
	Nizhny Novgorod		7		
	Andre		2		
Billa Russia	Moskva		20	20	
	Kazan		2		
	Tula		1		
Mosmart	Moskva		2	3	
O'key	St. Petersburg		3	6	
	Moskva			22	
Pjaterotska	Moskva	260 til sammen	121	1000 i løpet av 2013	
	St.Petersburg		109		
	Tsjelabinsk		23		500 i Moskva
	Voronezh		12		250 i St. Petersburg
	Perm		20		
	Ufa		27		
	Uljanovsk		25		
	Samara		2		
	Jekaterinburg		17		
	Saratov		13		
	Volgograd		35	56 innen 2005,	
	Omsk		10	150	
	Jaroslav				
	Kazan		1		
	Khrkov		2		
	Samara		2		

<i>Supermarkedskjede</i>	<i>Markeder</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2004</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2005</i>	<i>Planlagt antall butikker</i>
	Almati(Kasakhstan)		12 409 til sammen	30 i Jaroslav og 50 i Kazan innen utgangen av 2006.
Kopeika	Moskva	28	61 4 super kopeika	100
Sedmoi Kontinent	Moskva	31	77	95
Perekrestok	Moskva	46 til sammen	65	
	Samara		1	
	St.Petersburg		3	6
	Volgograd		1	
	Tolyatti		1	
	Nizhny Novgorod		1	
	Voronesh		1	
	Krasnodar			1
			+4	
Paterson	Moskva		22	100 butikker i
	St.Petersburg		23	hele Russland,
	Tver		1	samt flere dusin
	Samara		1	butikker i
	Ljubertsj		1	Ukraina.
	Ufa		1	10 i Samara
	Kazan		2	regionen hvor
	Sotsji		1	de største
	Toljatti		2	byene er
	Penza		3	Samara og
	Stavropol		1	Toljatti
	Novosibirsk		1	
	Tjeljabinsk		2	
	Krasnodar		1	
	Novosibirsk			
				1 (3-5)
Stockman	Moskva	1	2	6-8 innen 5 år
Azboka vkosa	Moskva		5	
ABK supermarked	Moskva	30	23	27
Alije Parosa	Moskva	3		
Camokhval	Moskva		45	70
Proviant	Moskva	16		
Aromatnii Mir	Moskva	80		
Tsezar Park	Moskva			
BIN/Petrovskii	Moskva	25	20 ⁸	X
Rubin	Moskva		20+	
Dieta 38	Moskva	5		
Stolitsa	Moskva	5		
Planet Management	Moskva		12	
12 måneder	Moskva	13	13	

<i>Supermarkedskjede</i>	<i>Markeder</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2004</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2005</i>	<i>Planlagt antall butikker</i>
Podmak	Moskva	16	16	
Ostrov	Moskva	9		
Lenta	St. Petersburg		6	
Megamart	St. Petersburg		5	
Riomag	St. Petersburg		2	4 innen 2006
SuperSiwa	St. Petersburg		2	3
Maks Miks	St. Petersburg	9		
Dixi				
Dalport	St. Petersburg Krasnodar	20? 7	Mulig de blir oppkjøpt av Perekrestok	
GK Viktoria	Kaliningrad	?	30	Plan innen 2008
Deshevo og Kvartal	Moskva	?	57	4
	St. Petersburg	?	15	supermarkeder i Moskva og to i St. Petersburg
Alt'in. Kjede med supermarkeder med base i Kaliningrad	Kaliningrad		30	
	Moskva		4	
Semja	Kaliningrad	?	?	
Vester	Kaliningrad	34		
Tabris	Krasnodar	6		
Magnit	Krasnodar + en rekke andre regioner, deriblant Samara	800	65 i Krasnodar	
555	Krasnodar		2	
Torgovli Aljans	Nizhny Novgorod	54		
Rai Tsenter	Nizhny Novgorod	19		
Ekonta	Nizhny Novgorod		60	
XXI Vek	Nizhny Novgorod		4	
Andrejevitsj	Nizhny Novgorod		8	
Kirovskii	Jekaterinburg	42		
Kupets	Jekaterinburg	32		
Sberegaika	Orel	70		
Jedelbreis	Kazan	150		
Bakhetle	Kazan	4		
Vivat	Perm		24	
Norma	Perm	56		
Semja	Perm	26		
Ja Jabloko	Saratov			
Marija-Ra	Barnaol	46		
Kholidei/Klassik	Novosibirsk	13		
Kvaral	Novosibirsk	19		
Tovarish	Penza	28		

<i>Supermarkedskjede</i>	<i>Markeder</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2004</i>	<i>Antall butikker per 1.1 2005</i>	<i>Planlagt antall butikker</i>
Kora	Kemerovo	13		
Prodtort	Ishevsk	74		
Radesh	Volgograd	33		
Karabaii	Krasnojarsk	17		
Krasnii Jar	Krasnojarsk Lesosibirsk	? 1		
Alpi	Kasnojarsk	6		
	Sheleznogoborsk	1		
	Sosnoborsk	1		
	Kansk	1		
	Atsinsk	1		
Hezabudka	Tjeljabinsk	17		
Samara Produkt	Samara	16	20+	
Mekrurii - Produkt	Samara		12	
Ostap	Samara		7	
Market-M	Samara		7	
Bereg Produkt	Samara		3	20
Massa	Rostov – na- Don	12		
Sibirskaja Gubernija	Sibir	3		
Lotos	Petrosavodsk			

¹ Det russisk-tyske jointventure selskapet Billa Russia planlegger å åpne 20 supermarkeder i Moskva under navnet Billa innen utgangen av 2004. Selskapene bak dette samarbeidet er den tyske Rewe-gruppen og Marta-selskapet. Marta som opprinnelig var en møbelprodusent opererer i dag 20 supermarkeder. De hadde blant annet sublisensen på å drive 15 av de 17 SPAR-supermarkedene i Moskva. Fra 1 oktober 2004 vil de fleste av disse butikkene endre navn til Billa. REWE-gruppen vil etter avtalen som ble undertegnet i juli 2004 eie 75 prosent av aksjene i det nye selskapet, mens russiske Marta vil ha 25 prosent. Frem mot år 2009 vil selskapet investere 500 millioner USD og satser på å nå 1 milliard USD i omsetning. SPAR retail har i følge ledelsen ikke lidd noe tap i forbindelse med at Marta gruppen nå går over til å samarbeide med REWE gruppen. SPAR planlegger å åpne fire nye supermarkeder innen utgangen av 2004 og har inngått avtaler med aktører i regionene som er interessert i å drive butikk etter avtale med SPAR-kjeden (sublisensiering). I april 2004 inngikk selskapet SVA Trading en avtale med SPAR og driver nå to butikker i Moskva regionen under navnet Spar. SVA planlegger å åpne ytterligere en SPAR-butikk i løpet av 2004 og regner med at de i løpet av 2006 vil ha så mange som syv butikker. (Prime-Tass, 09.07.2004, www.retail.ru, 22.07.2004 og Novosti Torgovli, no 8. 2004).

² I følge www.retail.ru stengte Petrovskii to av sine 22 supermarkeder i august 2004, og man regner med at kjeden innen kort tid vil stenge ytterligere fem butikker. Dette tyder på at kjedens butikker kan bli leaset til andre konkurrerende kjeder. Prime-Tass meldte 1. september 2004 at Sedmooi Kontinent har overtatt alle Petrovskii supermarkedene som tidligere tilhørte selskapet PFK BIN, foruten supermarkedet i Petrovskii Passasje. Sedmooi Kontinent skal etter avtalen lease supermarkedene og drive disse som Sedmooi Kontinent butikker. Sedmooi overtar dermed alle rettigheter og forpliktelser i forbindelse med driften av disse supermarkedene. Av de 26 Petrovskii butikkene som opererer i dag vil Sedmooi umiddelbart starte drift av 17 og vil om kort tid, etter at BIN har foretatt de nødvendige renovasjonene, overta ytterligere ni butikker (Prime-Tass, 01.09.2004). Årsaken til at ledelsen i PKF BIN har valgt å legge ned driften av Petrovskii supermarkedene er usikkert, men i følge en kilde Retail.ru (31.08.2004) har snakket med har Petrovskii hatt problemer med å innfri sine økonomiske forpliktelser til sine leverandører de siste månedene.



Fiskeriforskning

Hovedkontor Tromsø:

Muninbakken 9-13

Postboks 6122

N-9291 Tromsø

Telefon: 77 62 90 00

Telefaks: 77 62 91 00

E-post: post@fiskeriforskning.no

Avdelingskontor Bergen:

Kjerreidviken 16

N-5141 Fyllingsdalen

Telefon: 55 50 12 00

Telefaks: 55 50 12 99

E-post: office@fiskeriforskning.no

Internett: www.fiskeriforskning.no

ISBN 82-7251-549-0

ISSN 0806-6221