



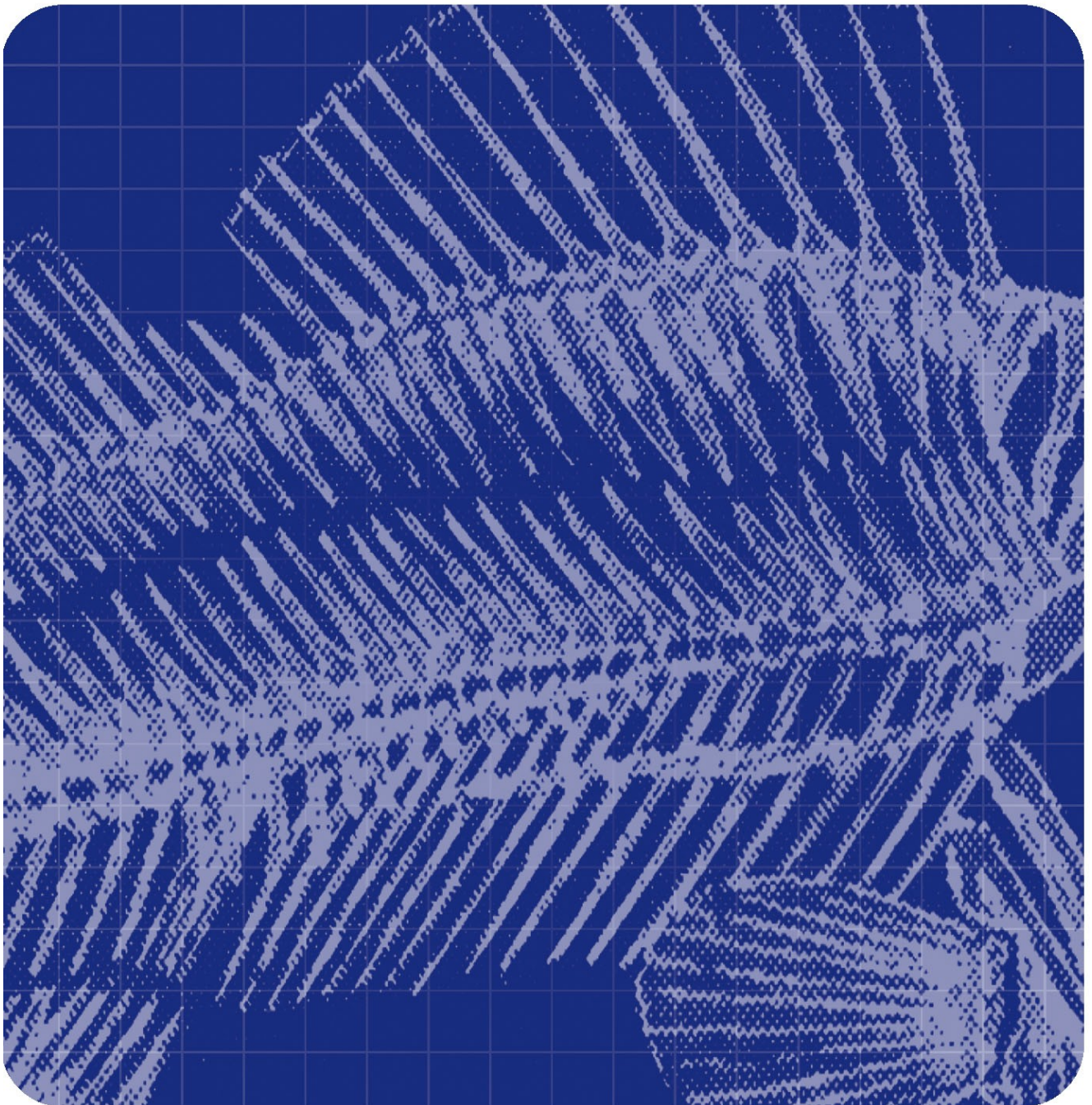
# Fiskeriforskning

RAPPORT 2/2000 • Utgitt februar 2000

## **Markedskanaler for næringsmidler i Russland**

Status og mulige utviklingsbaner

Frode Nilssen





Norut Gruppen er et konsern for anvendt forskning og utvikling og består av morselskap og seks datterselskaper. Konsernet ble etablert i 1992 – fundamentert på daværende FORUTs fire avdelinger og Fiskeriforskning.

Konsernet består i dag av følgende selskaper:

Fiskeriforskning, Tromsø

Norut IT, Tromsø

Norut Samfunnsforskning, Tromsø

Norut Medisin og Helse, Tromsø

Norut Teknologi, Narvik

Norut NIBR Finnmark, Alta

Konsernet har til sammen vel 240 ansatte.



Fiskeriforskning (Norsk institutt for fiskeri- og havbruksforskning AS) utfører forskning og utvikling for fiskeri- og havbruksnæringen innen

sjømat og industriell foredling  
marin bioteknologi og fiskehelse  
fôrutvikling og marin prosessering  
havbruk  
økonomi og marked

Fiskeriforskning har ca. 160 ansatte fordelt på Tromsø (110) og Bergen (50). Fiskeriforskning har velutstyrte laboratorier og forsøksanlegg i Tromsø og Bergen.

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](mailto: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](mailto:office@fiskeriforskning.no)

Internett: [www.fiskeriforskning.no](http://www.fiskeriforskning.no)

# RAPPORT

Tilgjengelighet:

**Åpen**

Rapportnr:

2/2000

ISBN-nr:

82-7251-439-7

Tittel:

**Markedskanaler for næringsmidler i Russland  
Status og mulige utviklingsbaner**

Dato:

21. februar 2000

Antall sider og bilag:

28

Forfatter(e):

Frode Nilssen

Forskningssjef:

Roger Richardsen

Senter:

Senter for økonomi og marked

Prosjektnr.:

935201

Oppdragsgiver:

Norges forskningsråd og Norges sildesalgslag

Oppdragsgivers ref.:

113150/112

3 stikkord:

Russland, markedskanaler, pelagisk fisk

Sammendrag:

Formålet med dette arbeidet er å gi en status for strukturen i markedskanalene for fisk i Russland, med vekt på pelagisk fisk. Hovedvekten er lagt på å beskrive de strukturelle endringene i markedskanalene og de bakenforliggende faktorene som styrer tempoet og retningen i utviklingen. Avslutningsvis drøftes sannsynlige fremtidige utviklingstrekk.

Under planøkonomien utgjorde fiskeprodukter en viktig del av dietten til forbrukerne. Frem til 1992 var fordeling og distribusjon av næringsmidler fortsatt basert på plansystemet med sentral kontroll og fordeling av varene, såkalte "føderale ressurser". Staten tok ansvaret og stod således for planleggingen og samordningen av produksjon og fordelingen av varene på sentralt nivå. Da planøkonomien forsvant i 1992 forsvant koblingen mellom de ulike enhetene i markedskanalene. For bedriftene var overgangen fra plansystemet til det nye regimet dramatisk. To kritiske faktorer i denne sammenhengen er imperfeksjonene i kapitalmarkedet og foretaksorganiseringen.

## FORORD

Foreliggende rapport er skrevet på innenfor rammen av det brukerstyrte prosjektet: Eksport av sild til Øst-Europa. Et mål med denne utredningen er å bidra med informasjon som et ledd i forståelsen av utviklingen i det russiske markedet for matvarer generelt og for sild og andre fiskeslag spesielt.

I dagens Russland er situasjonen en ganske annen enn i vestlige markeder med en markedsbasert økonomi. Tradisjonelle problemstillinger i tilknytning til valg av markedskanaler og håndtering av makt og maktbalansen i forholdet mellom kjøpere og tilbydere gir derfor etter vårt syn lite mening. I dette arbeidet har vi derfor valgt å fokusere på utviklingstrekk og de forholdene som antas å ha sterk innvirkning på den fremtidige utviklingen i markedet. Prosjektet har avfødt flere rapporter og arbeidsnotat. Foreliggende rapport må således ses i sammenheng med rapporten disse.

I og med at dette prosjektet har en anvendt profil er det ikke brukt plass på å rapportere metodiske og underliggende faglige betraktninger som har vært tatt gjennom arbeidet. Undersøkelsen i første rekke basert på kvalitativ informasjon som er samlet inn i form av semistrukturerte intervju gjennom 1998 og 1999. Det er foretatt mindre oppdateringer og innsamling av en del saksspesifikke data senhøsten 1999 og vinteren 2000. Det ble gjennomført intervjuer i Murmansk, St. Petersburg og Moskva av en rekke russiske næringsaktører, forskere og myndighetspersoner. I tillegg er det samlet inn annenhåndsinformasjon som har bidratt til å komplettere bildet.

Vi ønsker å takke alle de som har bidratt til å gjennomføre dette arbeidet. Spesielt vil vi takke Vjatsjeslav Zilanov for bidrag med faglige kunnskaper og assistanse med praktisk hjelp. Takk også til de representantene for fiskeriforvaltning, politiske myndigheter, næringsorganisasjoner og forskningsmiljøer som stilte opp i intervjuer. Avslutningsvis vil vi takke Norges forskningsråd, Norges Sildesalgslag, Norges Fiskarlag, FNL og Eksportutvalget for fisk for bidrag til prosjektet. Mine kollegaer, forskerne Pirjo Honkanen og Jens Østli, fortjener også en takk for å ha bidratt med kommentarer og korrekturlesing.

## INNHold

1	BAKGRUNN.....	1
2	FRA PLANØKONOMI TIL EN "RUSSISK MARKEDSØKONOMI" .....	2
3	FAGLIG UTGANGSPUNKT .....	7
4	STATUS FOR FORSYNING OG DISTRIBUTJON.....	11
	4.1 Butikker/detaljistutsalg.....	14
	4.2 Åpne markeder .....	14
	4.3 Små kiosker .....	15
	4.4 Små butikker.....	15
	4.5 Finere butikker (supermarkeder).....	15
	4.6 Forventet utvikling .....	16
	4.7 Foretaksorganisering, betalingsformer og kapitaltilgang.....	19
5	FREMTIDIG UTVIKLING.....	23
6	REFERANSER.....	26

# **1 BAKGRUNN**

Formålet med dette arbeidet er å gi en status for strukturen i markedskanalene for fisk i Russland, med vekt på pelagisk fisk. Hovedvekten er lagt på å beskrive de strukturelle endringene i markedskanalene og de bakenforliggende faktorene som styrer tempoet og retningen i utviklingen. Bakgrunnen for dette er at de strukturelle endringene i markedskanalene i Russland har skapt økt risiko for norske aktører. I det følgende skal vi gi en oversikt over utviklingen av markedskanalene fra Sovjettiden og endringene inn i den russiske markedsøkonomiske tilpasningen. For å synliggjøre noen sentrale utfordringer som det russiske markedet som system står overfor vil diskusjonen vil bli holdt innenfor en konseptuell ramme med utgangspunkt i vestlige markedskanalers egenskaper og særtrekk. Avslutningsvis vil mulige fremtidige utviklingstrekk bli drøftet.

## **2 FRA PLANØKONOMI TIL EN "RUSSISK MARKEDSØKONOMI"<sup>1</sup>**

Helt siden midten av 1800-tallet, eller nærmere bestemt etter avskaffelsen av livegenskapen i 1861, har fisk vært betraktet som et viktig næringsmiddel i Russland. I likhet med dagens situasjon var to av de viktigste utfordringene for utviklingen av fiskerinæringen også på den tiden å forbedre transport- og lagersystemene. I datidens Russland var den fysiske transporten et hovedproblem ikke minst fordi transportnettene var dårlig utbygd. Dette la klare begrensninger på hvor varene kunne distribueres. Inntil slutten av 1800-tallet var det vannveiene som var den viktigste transportåren for transport over litt lengere avstander. Bruk av de store elvene som transportårer la naturlig nok sine klare begrensninger også på distribusjonen av fiskeproduktene. På den andre siden var befolkningskonsentrasjonen i det europeiske Russland størst. Tidlig på 1900-tallet var den største delen av befolkningen konsentrert om de sørlige og sentrale delene av det europeiske Russland. Infrastruktur i form av transport-systemer, produksjon og lagerfaciliteter ble også bygget ut for å møte behovene fortrinnsvis i disse områdene. Fiskeriene var hovedsakelig konsentrert om elver, innsjøer og havområder i denne delen av Russland. Innlandssjøene og de store elvene var de viktigste områdene, og fangstene her utgjorde nærmere 83% av totalfangstene.

Med den russiske revolusjonen og opprettelsen av Sovjetunionen fikk fiskeriene større betydning som matleverandør til det russiske hjemmemarkedet. Fisk ble etter hvert betraktet som en av de viktige kildene til næringsmidler for befolkningen.

Under planøkonomien utgjorde fiskeprodukter en viktig del av dietten med minimum 18,2 kg/år per innbygger. Selv om dette bare var 1/4-del av det normerte kjøttkonsumet (75 kg/år per innbygger) ser vi likevel at av fiskerinæringen hadde stor betydningen for matforsyningen til den sovjetiske befolkningen.

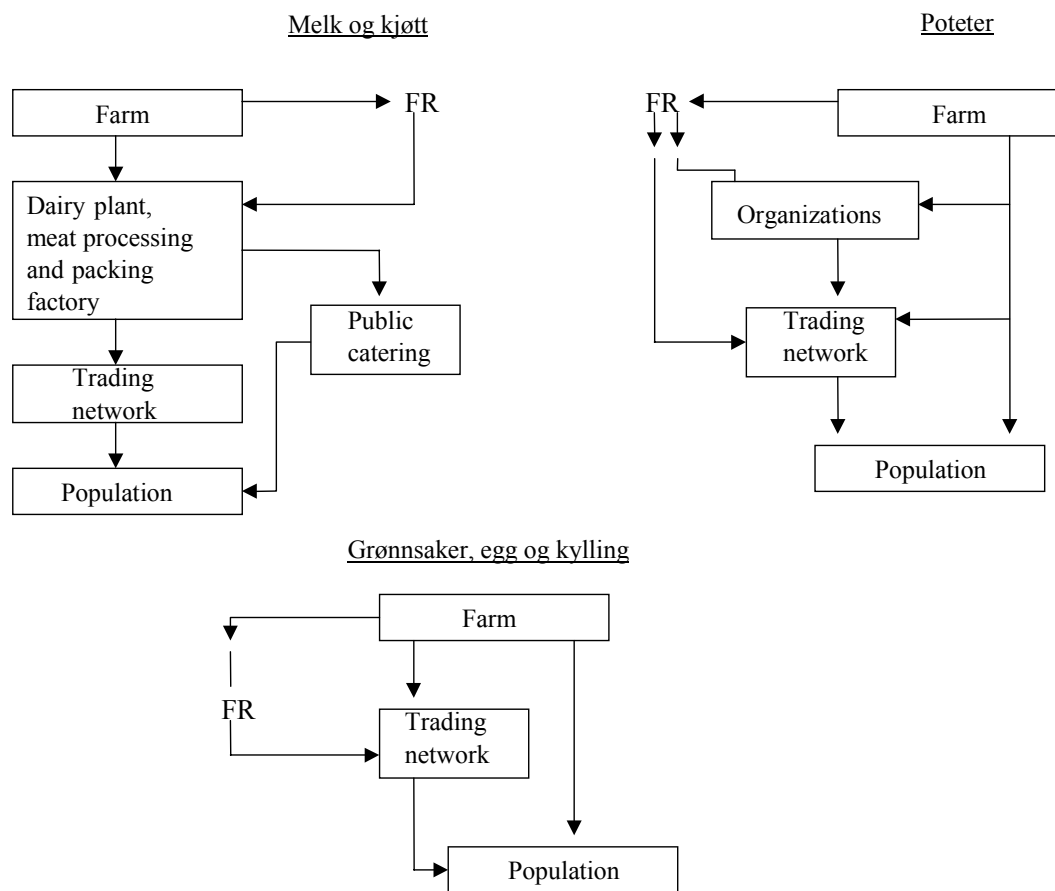
Den grunnleggende strategien for produksjon og fordeling av næringsmidler i Sovjetperioden var basert på at så mye som mulig skulle produseres lokalt. Derfor ble den lokale produksjonen oftest anlagt i tilknytning til de store byene, slik at bykommunene eller landkommunene ideelt sett kunne være selvforsynt med de mest basale næringsmidlene som poteter, kylling, svinekjøtt, melk og en del grønnsaker. Der nye byer ble etablert ble det samtidig bygget opp stats- eller kombineide landbruksforetak.

---

<sup>1</sup> Dette kapitlet er i hovedsak basert på Sysojev 1970, Nilssen 1993 og 1994 samt Zilanov 2000.

Figur 1 Skjematisk fremstilling av vareflyt for forskjellige produkter i Sovjetperioden

(FR = føderale ressurser)



Kilde: Nilssen 1994

Sett fra sovjetledernes synspunkt var fordelene ved en slik organisering av matproduksjonen, at de lokalt produserte matvarene i prinsippet fordret enklere markedskanaler enn de som ble importert til regionene i Sovjetunionen. I figur 1 ser vi hvordan markedskanalene for en del utvalgte landbruksprodukter var under Sovjetperioden.

Gjennom Sovjettiden utgjorde da også fjernfiske og fiske utenfor territorialgrensene en overveiende del av den totale fangsten. I denne erkjennelsen ble det derfor etablert et sett av hovedhavner for landinger av fisk og fiskeprodukter. Gjennom kollektiviseringsprosessen ble de viktigste fiskeriregionene bygget opp. Målet var å bygge en næring som kunne tilfredsstillende produksjonskravene for egenforsyning av befolkningen i hele unionen. I tråd med sovjetisk industriorganisering ble det såkalte "bassengprinsippet" etablert også i fiskerinæringen. Unionens industri ble organisert under fem assosiasjoner som skulle administrere og drive fiskerinæringen. Disse var ansvarlige for utnyttelsen av bioressursene, som det kalles i Russland, i hver sine respektive tildelte fiskeområder (basseng). Ved siden av aktivitetene knyttet til næringsutøvelsen hadde organisasjonene også en forvaltningsrolle som et slags direktorat for sin region. Havområdene inkluderte både de nære havområdene så vel som fjerne farvann. De fem administrative enhetene var "Sevryba" (Murmansk, Arkhangelsk, Karelen) "Dalryba" (Sakalin, Kamsjatka, Magadan, Okhotsk), "Zapryba" (Kaliningrad og Baltikum), "Azcherryba" (Krasnodar, Rostov, Georgia, Krim og Svartehavet) og "Kaspryba" (Gurjev, Turkmenistan, Aserbajdsjan og Astrakan).



Selv om disse administrative overbygningene har hatt flere organisasjonsformer i perioden fra 1965 og frem til 1991, har det overordnede ansvar og funksjon i store trekk vært den samme. På den ene siden var de tillagt det regionale forvaltningsansvaret som i Norge tilligger Fiskeridirektoratet og til dels også Fiskeridepartementet. På den andre siden var de næringsutøvere med egne støtte- og FoU-enheter<sup>2</sup>. Sett med et ”vestlig blikk” kan disse organisasjonene beskrives som store vertikalt integrerte næringsmiddelkonsern med utvidet ansvar og mandat. En viktig rolle for næringskonsernene var blant annet å samordne fangstaktivitetene (hvor og når skal det fiskes, og etter hvilke fiskeslag), behovene for råstoff til produksjon og distribusjon av halvfabrikata og ferdigvarer. Organisasjonene hadde også egne underselskaper som sørget for forsyninger av det meste som de enkelte bedriftene hadde behov for, samt en egen salgsorganisasjon som omsatte produktene som ble produsert i de ulike enhetene. Videre var det bygget opp et nett av egne fiskebutikker og andre næringsmiddelbutikker som sørget for at varene ble fordelt til og gjort tilgjengelig for den sivile befolkningen. Ved siden av dette hadde fiskerinæringen en viktig funksjon som leverandør av matvarer til militæret og til offentlige institusjoner som sykehus, skoler, pleiehjem mv.

Hovedhavnene ble i all hovedsak lokalisert i tilknytning til sentrene for de fem fiskerikonsernene. Eksempelvis var Murmansk hovedhavn i Nordvest-Russland. Her lå Murmansk fiskekombinat, som var den største fiskeforedlingsbedriften i Sovjetunionen. Kombinatet hadde to hermetikkfabrikker, et røykeri, en fabrikk for surimi- og farsebaserte produkter, samt to fryserier, en fiskemelfabrikk og et mindre foredlingsanlegg for fisk og reker. I tilknytning til fabrikkanleggene hadde Murmansk havn to store fryselager fortrinnsvis for mellomlagring av fiskeråstoff, men også for en del ferdigvarer. Herfra gikk det jernbanelinje sørover mot St. Petersburg, Moskva og østover mot det nordvestlige Sibir. I det russiske fjerne Østen var Vladivostok et nav i foredling og distribusjon der ”Dalmoreprodukt” produksjonsanlegg, sammen med administrasjonen for fiskerihavnene i Vladivostok og Nakhodia var sentrale aktører. Herfra gikk det og jernbaneforbindelse med forgreninger vestover inn i Sibir. Den transsibirske jernbanen åpnet også for fordeling av fiskeprodukter fra det russiske fjerne Østen til sentrale områder i den europeiske delen av Russland samt andre tidligere Sovjetstater.

I vest var Kaliningrad og Baltikum sentrale havner med foredlingsindustri og infrastruktur for videretransport inn til sentrale havner i Sovjetsamveldet. På samme måte var infrastruktur for mottak, foredling og transport lagt til rette ved de andre store fiskerihavnene i Sovjetunionen, samt i Moskva som hadde store egne foredlingsanlegg med tilstøtende kjøle- og frysefaciliteter<sup>3</sup>. Fiskeriaktivitetene i Moskva ”fylke” (Oblast) var under Sovjetperioden organisert under assosiasjonen ”Mosryba”. På slutten av 1980-tallet og inntil opphevelsen av Sovjetunionen hadde ”Mosryba” en omsetning på ca 420 tusen tonn fisk i Moskva fylke<sup>4</sup>. Her var det 8 fabrikker, hvorav 5 var lokalisert i Moskva by. Gjennomsnittlig var det 200 arbeidere per fabrikk, mens den største hadde hele 3.200 ansatte. Produksjonen ble distribuert til hele Moskva fylke fortrinnsvis til spesielle fiskebutikker (45 butikker) samt supermarkedene (ca 1.000) (Mokrenko 1998).

---

<sup>2</sup> Se vedlegg 1 for en skjematisk fremstilling av hvordan Assosiasjonen ”Sevryba” var organisert frem til oppløsningen av Sovjetunionen. For mer utdypende informasjon om organiseringen av fiskerinæringen i det tidligere Sovjetunionen se Davidsen 1992 eller Nilssen 1993

<sup>3</sup> Den statlige oppbyggingen av fryse- og kjølelager var nært knyttet til befolkningsstørrelsen i regionen. Forenklet sagt var hovedregelen slik at lagerkapasiteten skulle være en funksjon av befolkningsmassen som det lokale planapparatet hadde ansvar for å betjene.

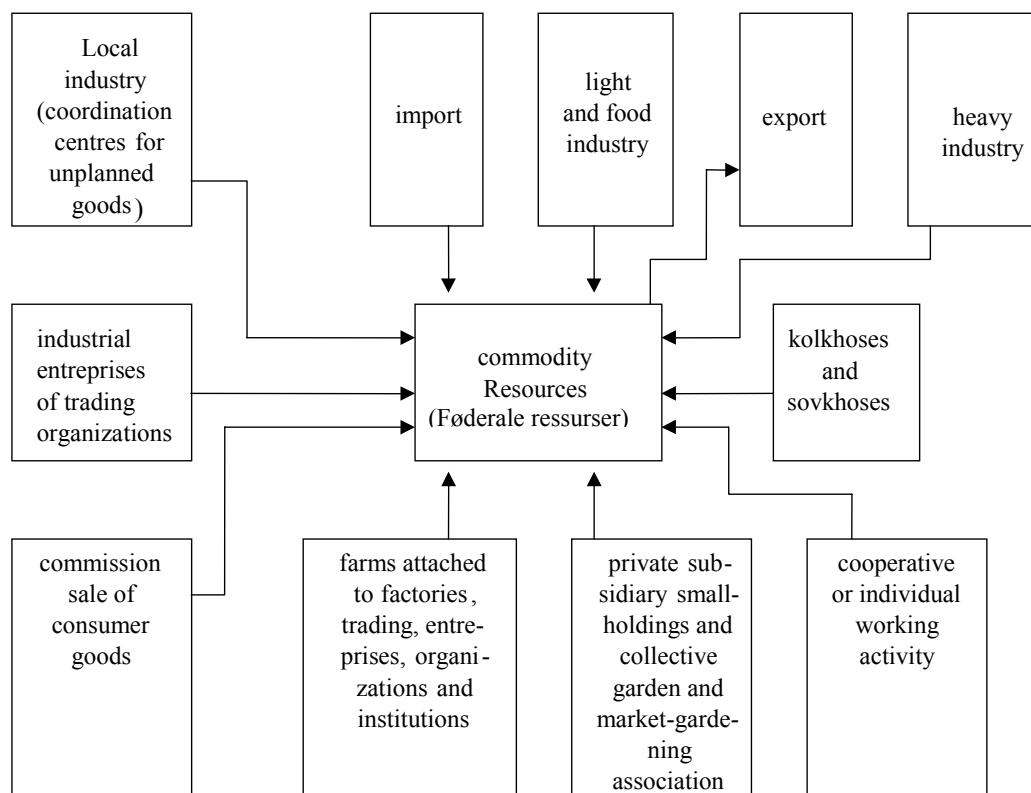
<sup>4</sup> ”Mosryba” kunne bare levere til sin egen region.

Som vi ser innebar næringsorganiseringen i praksis en etablering av et sammenhengende system av store fiskeflåter, havgående (fabrikkbåter/moderskip) og landbasert industri, lager og transportsystemer, butikknnett og bespisningssteder.

Frem til 1992 var fordeling og distribusjon av næringsmidler fortsatt basert på plansystemet med sentral kontroll og fordeling av varene, såkalte "føderale ressurser". Begrepet "føderale ressurser" er sentralt og viktig fordi dette er knyttet til plansystemet og har med hvordan distribusjonssystemet for næringsmidler var bygget opp. Forenklet kan man si at staten gjennom planorganisasjonene tok kontroll med all produksjon og fordeling av den totale produksjonen i Sovjetunionen. Denne totalproduksjonen ble kalt "føderale ressurser". Med dette utgangspunktet ble det laget et system for fordeling av varene rundt om i Sovjetunionen. "Føderale ressurser" omhandler altså om hvordan sovjetiske myndigheter etablerte kontroll med produksjonen gjennom plansystemet, samt hvordan distribusjonssystemet ble bygget opp for å fordele varene og gjøre dem tilgjengelig til befolkningen i hele unionen. I figur 2 er det vist en skjematisk fremstilling av prinsippene i systemet.

Staten, representert ved planleggingsorganisasjonen GOSPLAN, det sovjetiske ministeriet for handel, og den enkelte republikks plankomite, hadde ansvaret og stod således for planleggingen og samordningen av produksjon og fordelingen av varene på sentralt nivå. Under disse bidro komiteer for de enkelte sektorer i plansystemet, som for eksempel fiskerikomiteen. De laveste plannivåene var "fylkes"- og regionalnivå. Systemet innebar imidlertid ikke bare innsamling og behandling av informasjon og fordelingsordrer. Det planøkonomiske systemet innebar også at staten hadde ansvaret for den fysiske besittelse, oppbevaring og transport av varene slik at disse ble gjort tilgjengelig for forbrukerne rundt om i unionen. For å ivareta disse forpliktelsene ble det derfor blant annet etablert en rekke lagerbygg for både kort- og langtidslagring av næringsmidler i statlig regi.

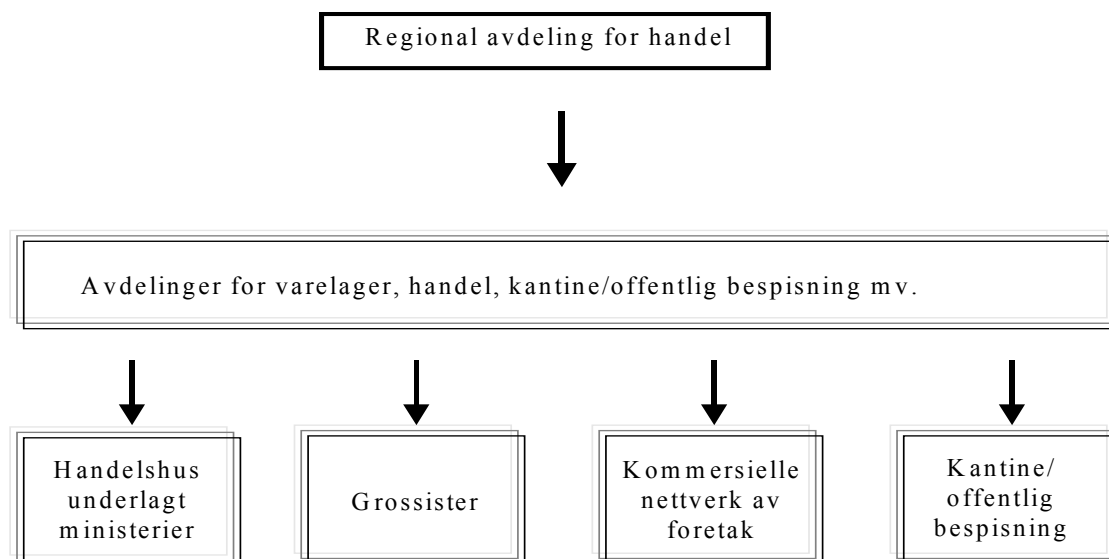
Figur 2 Skjematisk fremstilling av forsyningssystemet inn til "føderale ressurser"



Kilde: Nilssen 1994

Videre ble det bygget opp et nett av butikker og bespisningssteder (restauranter, kafeer, kantiner med videre). Fordeling og fysisk distribusjon av produktene ble utført av spesielt angitte avdelinger/kontor fra sentralt til regionalt nivå. På lokalt nivå var det hele administrert av ”regional avdeling for handel” med underkontorer for de ulike kategoriene av varer. Hovedprinsippet for fordelingsystemet på dette nivået er vist i figur 3.

Figur 3 Organiseringsstrukturen i den regionale handelen av matvarer frem til 1992<sup>5</sup>.



Kilde: Nilssen 1994

Som vi ser var det bygget opp et system for distribusjon av næringsmidler gjennom plansystemet, som på en måte motsvarer det vi har i Vesten. Det var imidlertid til dels betydelige forskjeller fra den mer markedsbaserte tilpasningen vi har hatt i Vest. For det første var produksjon og distribusjon av varene ikke drevet av forbrukernes etterspørsel, men snarere av planer for hva ”man” mente at befolkningen hadde behov for. For det andre var både vareflyten og betalingen administrert av eksterne organer, og reflekterte dermed ikke verken produksjonskostnader eller en balanse mellom tilbud og etterspørsel. Ikke desto mindre etterlot plansystemet, ved overgangen til det nye regimet i 1992, et vertikalt system med fysiske anlegg, installasjoner og lokaliteter langs hele den vertikale aksene fra primærprodusent til forbruker.

Da planøkonomien forsvant i 1992 forsvant også koblingen mellom de ulike enhetene i markedskanalene. Et hovedproblem ved overgangen til det nye regimet med en markedsbasert økonomi var at ”systemet” - de institusjonelle rammene i det nye Russland - ikke var tilpasset forutsetningene som skal til for at en markedsbasert økonomi skal fungere. Blant annet fungerer ikke kapitalmarkedet og bankvesenet, slik som forutsatt i en markedsbasert økonomi.

I tillegg er forståelsen i bedriftene av hvordan en bedrift opererer som en del av et ledd i et vertikalt system i en markedsbasert økonomi mangelfull (Kuznetsova og Kuznetsov, 1996). Med dette ble store deler av det tidligere næringsmiddelsystemet stående stille, mens nye aktører gjorde sin entré med strukturer og adferd tilpasset de nye omgivelsene.

<sup>5</sup> Den overordnede ansvarsorganiseringen og strukturen i distribusjonssystemet i Sovjetunionen var svært kompleks. For den interesserte leser henvises det til vedlegg B1 for en prinsippsskisse over hvordan fordelingsystemet for føderale ressurser virket.

### 3 FAGLIG UTGANGSPUNKT

Markedskanaler defineres gjerne som et sett av gjensidig avhengige organisasjoner som sammen bidrar til å gjøre produkter tilgjengelige for konsum eller forbruk (fritt etter Stern og El-Ansary, 1982). I dette ligger det implisitt en forståelse av markedskanalen som en vertikalt sammensatt kjede av funksjoner som bidrar med tilretteleggingen av tilbudet til forbrukerne av ulike produkter. Selv om fysisk transport og lagerhold er sentralt i en markedskanal holdes disse aktørene utenom diskusjonen. Funksjonene er imidlertid tatt inn ettersom aktørene med ansvar og eierskap til produktene gjennom markedskanalen også må ta ansvar for de ulike funksjonene, heriblant transport og lager. Ved siden av vareflyten nedstrøms i kanalen er kommunikasjon, finansiering og betalingsproblematikk viktige elementer.

I Vesten møter forbrukerne gjerne tilbudet av næringsmidler hovedsakelig i supermarkeder, spesialbutikker, ferskvaremarkeder (i noen land), kiosker samt på forskjellige typer bespisningssteder og utsalg. Et særtrekk ved det vesteuropeiske næringsmiddelmarkedet er at det er relativt sofistikert og kjennetegnes av god tilgjengelighet. Videre er foredlingsgraden ofte høy og muligheten for begrenset tidsforbruk ved tilberedning og konsum er svært viktige egenskaper ved produktene. Det er også et økende fokus på den tekniske produktkvaliteten.

På den mer tekniske operasjonelle siden har strukturene i vestlige markeder endret seg mot færre og større aktører på sisteleddet, mens antallet mellommenn har blitt tilsvarende redusert. Motsvarende har antallet tilbydere blitt redusert (Nilssen, 1999; Huges og Ray, 1999). En viktig effekt (eller drivkraft), bak denne utviklingen, er at funksjonene til de mange aktørene som tidligere opererte i mellommarkedet er overtatt og fordelt mellom de store kjedene på sisteleddet og produsentene/foredlingsbedriftene. For norske leverandører i fiskerinæringen har en betydelig utfordring ligget i å finne en god tilpasning til de nye strukturene i markedskanalene. Én slik tilpasning har vært en økende grad av konsentrasjon, i form av horisontal og vertikal integrasjon eller formalisert samarbeid mellom produsenter i Norge.

For norske aktører er en av utfordringene å finne en god tilpasning til markedskanalene i Russland. En av de kompliserende faktorene er at landet har vært nødt til å etablere et system fra grunnen av etter at plansystemet ble avskaffet. I dag består derfor markedet av et stort antall små nyetablerte private foretak, samt noen større enheter som har sitt utspring i restene av strukturene fra plansystemet. Blant disse er omsetningsbedriftene "Dalrybsbyt", "Sevrybsbyt", "Kaliningradrybprom", "Kasprya", "Lenryba", "Novorossiyskrybprom", "Rosrybkhov" samt TPO "Rossija" (Zilanov 2000).

I det foregående er det gitt en forenklet beskrivelse av grunnprinsippene i markedskanalene for næringsmidler i Sovjetperioden. Her så vi at staten, gjennom plansystemet, tok på seg rollen med å koble sammen kjøpere og tilbydere i produksjons- og distribusjonsprosessen. Et av forholdene som gjorde dette mulig og nødvendig var at det var staten som i stor grad kontrollerte etterspørselen gjennom beregnede standarder i plansystemet. I dette lå det ikke bare krav om volumer, men også spesifisering på ulike produktkategorier og pakningsformer.

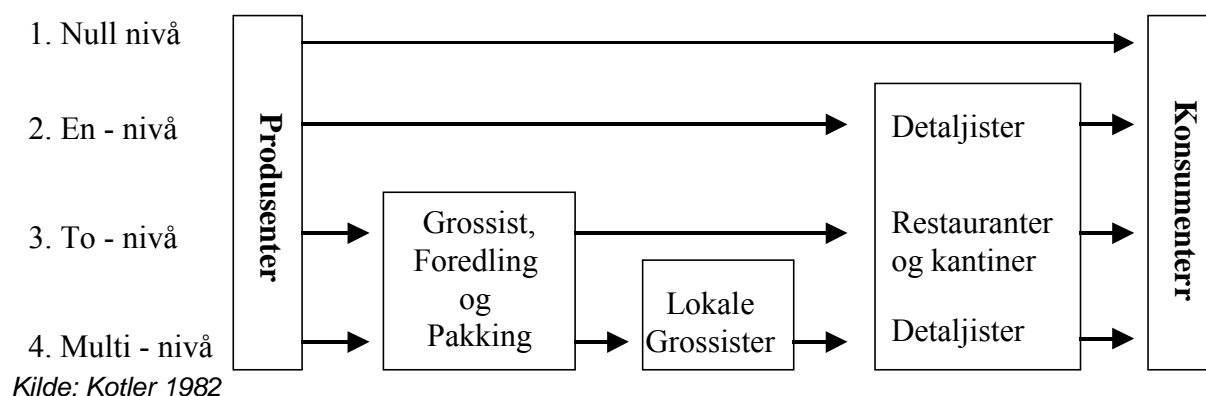
Beregnede standarder representerte altså en erstatning for det vi i vest betegner som etterspørsel fra forbrukerne. Videre er det et poeng at det, grovt sett, var staten som hadde eiendomsretten til produktene fra primærproduksjon og helt frem til sluttbrukeren. Derfor var

blant annet betalingsforhold og prissetting, som i en markedsbasert økonomi kan være problematiske, ikke et problem slik det kan oppleves i Vesten<sup>6</sup>.

Som alle systemer, er også markedskanalene påvirket av ytre institusjonelle rammer. Med institusjoner forstår vi de menneskeskapt restriksjonene som strukturerer politiske, økonomiske og sosiale samhandlinger (North, 1991:91). For markedskanaler har Stern og El-Ansary (1982:18) betraktet de økonomiske begrensningene som de viktigste institusjonelle rammene som legger grenser for de daglige aktivitetsområdene og utviklingen, både for den enkelte bedrift og dermed også for systemet som helhet. I tillegg er geografiske forhold i form av markedsområde, og menneskelige egenskaper viktige. I denne diskusjonen vil de økonomiske rammene være i fokus.

Som vi har vært inne på har det skjedd omfattende endringer i de institusjonelle rammene i det post-sovjetiske Russland i forhold til rammene under planøkonomien. Grunnprinsippene for hvordan markedskanaler fungerer er likevel de samme. Svært forenklet kan man betrakte markedskanaler som et system på fire nivå, der det laveste nivået kjennetegnes av at det ikke er noen mellomledd mellom primærprodusenten og forbrukeren. Det mest komplekse er den motsatte situasjonen der mange av funksjonene knyttet til det å gjøre produktet tilgjengelig for kjøp/forbruk ivaretas av ulike organisasjoner på veien fra primærprodusent til forbruker. I figur 4 ser vi en prinsippskisse som illustrerer dette poenget. Innenfor denne rammen vil de strukturelle trekkene ved markedskanalene for pelagisk fisk i dag og i den nære fremtiden belyses. Spørsmålet om hvordan markedskanalene påvirkes av de institusjonelle rammene blir trukket inn for å forklare hvorfor bildet er som det er, og hvorfor endringer uteblir eller inntreffer.

Figur 4 Prinsippskisse for distribusjon av næringsmidler, etter antall medlemmer i markedskanalen



Et hovedpoeng med å bruke prinsippskissen som utgangspunkt er at den er velegnet som ramme for å beskrive og forklare endringer i strukturen i en markedskanal. Et utgangspunkt her er at de ulike nivåene i prinsippskissen/modellen innebærer forskjellige tilpasninger for leverandørene både hva angår produktform men også volumer som kjøperne kan eller ønsker å handtere i hver enkelt transaksjon.

<sup>6</sup> For nærmere beskrivelse av og diskusjon omkring hvordan systemet virket i prinsippet, se blant annet Goldman, 1963.

På laveste nivået (null-nivået) foregår transaksjonen direkte mellom primærprodusenten og forbrukeren. I Vesten er denne formen kanskje mest vanlig for lagringsstabile produkter. Noen eksempler på dette er dør-til-dør-salg eller postordre. Innen næringsmiddelsektoren generelt og fiskerisektoren spesielt er dette lite vanlig, og i de tilfellene det kan være aktuelt er oftest foredlingsgraden svært lav. Et eksempel er direktesalg av fisk fra små kystfiskebåter til konsumenten. I internasjonale markeder vil dette i praksis være utelukket.

Man kan imidlertid betrakte importøren som primærprodusent i modellen, men også da er dette normalt lite utbredt i Vesten. I Russland har direkte omsetning fra primærprodusent til forbruker vært relativt vanlig, både før, under og etter Sovjetperioden. Spesielt innen landbrukssektoren er det ikke uvanlig at betydelige volum går direkte fra primærprodusenten til konsumenten, enten ved produksjonsstedet, på offisielle markedsplasser eller på andre mer "uautoriserte" steder (Nilssen, 1994). I disse tilfellene er produktene oftest lite bearbeidet. Eksempler er ferske egg, ferskt kjøtt av kylling, storfe eller svin, frukt og grønnsaker eller hermetisert frukt på glass. I noen grad er også sild, laks og annen fisk, og en bestemt type tørket fisk som benyttes som snacks ("vobla"), omsatt slik. Et særtrekk her er at det er svært mange transaksjoner, hver med små volumer og av relativt liten pengeverdi. I denne organiseringen er det primærprodusenten som ivaretar alle funksjonene i markedskanalen.

Neste nivå inneholder ett mellomledd mellom primærprodusenten og forbrukeren. Dette er normalt en enkeltbedrift eller en kjede av detaljistutsalg eller bespisningssteder. Etter hvert som man beveger seg videre på de neste nivåene finner vi flere og flere mellomledd i markedskanalen, der hver av aktørene har sin spesifikke funksjon i systemet som megler, agent, grossist, mellomlager, videreforedler eller annet. For primærprodusenten gir et økt antall mellomledd til en viss grad større fleksibilitet. En effekt av denne økte fleksibiliteten er muligheten for å velge mellom færre, men større transaksjoner, mange mindre transaksjoner, eller en kombinasjon av disse. Et økt antall mellomledd gir dermed mulighet for økt fleksibilitet blant aktørene nedover i markedskanalene. Variasjon av type kjøpere i markedskanalen, både horisontalt og vertikalt, gir muligheten for en tilpasning for den enkelte tilbyder ved å etablere et forhold til en, eller et sett av kjøpere, som passer for den enkelte tilbyder.

En forutsetning for å foreta en slik tilpasning er imidlertid at industristrukturen og rammebetingelsene i markedslandet er lagt til rette for forretningstransaksjoner og andre former for økonomisk samkvem. Nettopp dette ser ut til å være et nøkkelspørsmål i det russiske markedet. Etter prisløberiseringen i 1992 med en påfølgende markedsøkonomisk tilpasning av industri og næringsliv, samt det omfattende privatiseringsprogrammet for industri og næringsliv i Russland, har det skjedd en enorm fremvekst av nye private foretak. Fra 1993 og frem til utgangen av 1998 var det bare innenfor kategorien handel og offentlig bespisning registrert ca 43.000 privatiserte foretak pluss et stort antall nyetableringer (Goskomstat, 1999). Mange av de nye private foretakene kan være vanskelig tilgjengelige for norske tilbydere fordi de ofte er svært små enkeltstående organisasjoner som har svært liten omsetning. Tilpasningen for utenlandske tilbydere har dermed vært å forholde seg til mellomledd i den øvre delen av markedskanalene, som importører, agenter, grossister og til en viss grad også større foredlingsanlegg.

I og for seg kan dette betraktes som en naturlig tilpasning i en tidlig fase av utviklingen av et distribusjonssystem i en markedsbasert økonomi. I Vesten har vi sett mye av den samme prosessen fra direkte distribusjon mot et mer sammensatt system av aktører i markedskanalene (Webster, 1992). I dag ser vi at pendelen svinger den andre retningen i mange vestlige land med færre aktører i mellommarkedet, mens en økende andel av handelen håndteres av relativt få aktører på første og sisteleddet.

Utgangspunktet i dette arbeidet er at utviklingen av sentrale sider av de institusjonelle rammene vil være avgjørende for hvordan og hvor raskt strukturene i markedskanalene i det russiske markedet vil endre seg. Tidligere ble betydningen som de institusjonelle rammene har for strukturene i markedskanalene nevnt. Ett resultat av de omfattende endringene som har skjedd etter Sovjetunionens fall, er privatiseringen av en rekke bedrifter som tidligere var sentrale i det sovjetiske plansystemet (Radygin, 1995). De nye privatiserte bedriftene finner vi blant annet i fiskerinæringen og blant detaljistutsalgs- og bespisningssteder i Russland.

## 4 STATUS FOR FORSYNING OG DISTRIBUTJON

Norge har lange tradisjoner i samhandel med Russland/Sovjetunionen knyttet til fiskeri<sup>7</sup>. Ett eksempel på dette er Pomorhandelen, som vel er kjent for de fleste. Fra omkring midten av 1800-tallet drev russiske handelsmenn import av fisk fra Norge, blant annet torsk og sild. Denne omsetningen var ansett som viktig, ikke minst av forsyningshensyn, både for Norge og Russland, men handelen ble noe hemmet av en relativt høy toll fra russisk side. Da russiske myndigheter på slutten av det 19. århundret, fjernet tollbelastningen på importen av saltet torsk, resulterte dette i en kraftig vekst i handelen med hele 650%. Silda derimot, beholdt tollene, og oppnådde dermed en langt mer moderat popularitet blant konsumentene på grunn av den relativt høye prisen. Prisen til tross ble saltet sild etterhvert et svært så populært produkt i Russland og senere i Sovjetunionen (Nilssen, 1996). Selv om sild, historisk sett, ble introdusert til det russiske markedet på 1800-tallet (Mordal, 1998), er det riktig å si at sild har en sterk og historisk basert posisjon i det russiske kostholdet i dag (Honkanen, 1999).

Gjennom Sovjetperioden var det sterkt fokus på egenforsyning av befolkningen av blant annet Sild (Zilanov, 2000). Den sterke etterspørselen i Russland etter sild og makrell fra Norge fra 1992 av kan i stor grad tilskrives de omfattende politiske og økonomiske endringene i den russiske føderasjonen. Endringene i regimet fikk store, og sannsynligvis også uante, konsekvenser for så vel russiske myndigheter som næringsaktører og den vanlige borger i Russland. Svært forenklet kan man si at prisliberaliseringen sammen med avskaffelsen av planøkonomien bidro sterkt til å slå grunnlaget vekk under den landbaserte fiskeindustrien, som baserte seg på leveranser av pelagisk fisk fra den russiske fiskeflåten. Grunnen til dette er tosidig.

På den ene siden førte det økonomiske systemskiftet til dramatiske endringer i fangstmønsteret. I praksis opphørte store deler av fisket etter pelagisk fisk, både i nære og fjerne farvann. Årsaken til dette var at faktorkostnadene økte voldsomt. Blant annet økte drivstoffutgiftene 50 ganger i løpet av de første to månedene etter innføringen av en markedsbasert økonomi<sup>8</sup>. Det ble dermed direkte ulønnsomt å drive fjernfiske. Også fisket etter pelagiske fiskeslag i nære farvann ble redusert kraftig fordi økningen i faktorkostnadene gjorde fiske etter pelagisk fisk lite lønnsomt. Dermed ble fokus rettet mot mer lønnsomme fiskeslag som torskfisk, krabbe, laks osv<sup>9</sup>. Som en følge herav oppstod det et stort etterspørselsoverskudd etter pelagisk fisk i det russiske markedet. Dette ble søkt dekket av importert sild blant annet fra Norge. I figur 4 under ser vi sammenhengen mellom den russiske eksporten av torskfisk til Norge og importen av sild fra Norge.

---

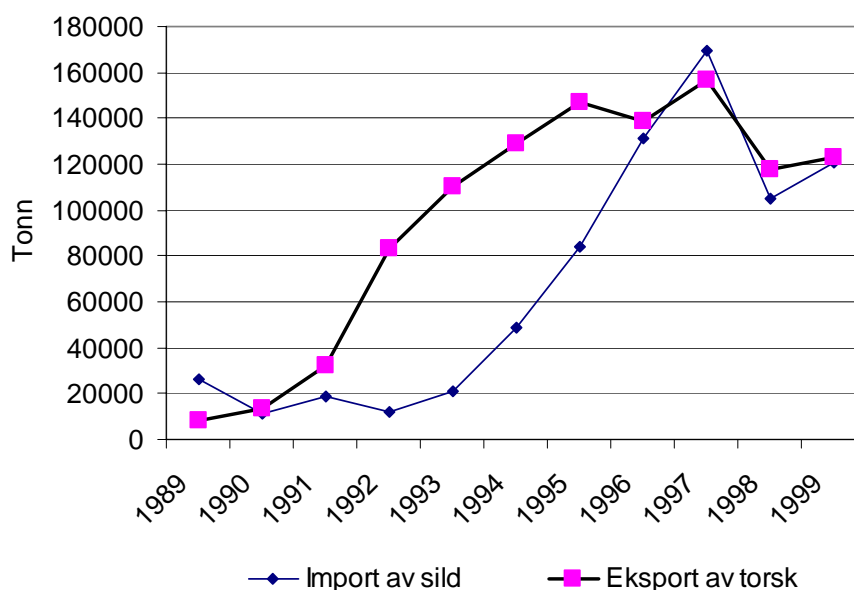
<sup>7</sup>Dette avsnittet er i stor grad basert på Sysojev 1970.

<sup>8</sup> For å synliggjøre effekten av en slik økning kan det nevnes at en tilsvarende prisøkning på 98 oktan bensin ville føre til en økning fra 10 kroner til 500 kroner literen over en to måneders periode.

<sup>9</sup> For en nærmere diskusjon omkring dette se for eksempel Nilssen, 1997.



Figur 4 Sammenhengen mellom russisk eksport av torsk til Norge og import av sild fra Norge til Russland



Kilde: Statistisk sentralbyrå

En annen faktor som medvirket til å forsterke dette forholdet var at Russlands industri og næringsliv møtte en helt ny økonomisk virkelighet etter overgangen til en markedsbasert økonomi. Under sovjetperioden var mange, for ikke å si de fleste, leddene i distribusjonskjeden sterkt subsidiert gjennom plansystemet. Den virkelige kostnaden forbundet med aktiviteten, det være seg foredling, pakking, frakt, butikkdrift eller annet, fremkom dermed ikke, og var heller ikke brukt som mål på bedriftens yteevne eller levedyktighet. I den nye hverdagen ble dette derimot svært synlig. I motsetning til under Sovjetperioden, da det viktigste var å nå - eller aller helst overstige - det planlagte produksjonsvolumet, ble nå økonomisk effektivitet viktig. Nå måtte utgiftene til kjøp av råvarer og andre innsatsfaktorer i sin helhet dekkes av inntektene fra salg av produktene som ble produsert. Dermed ble det blant annet viktig å finne en god tilpasning mellom produksjonskapasitet for det volumet som ble produsert, det være seg varer eller tjenester, og etterspørselen etter varene. Spesielt ble det viktig å minimalisere behovet for å holde varelager for importerte varer som for eksempel pelagisk fisk. Grunnen til dette er at de aller fleste bedriftene i det nye Russland har svært liten tilgang til fri kapital. Dette sammen med en kassakredittrente på opp mot 80% har gjort kjøp av større partier for foredling og videresalg vanskelig. Vi skal imidlertid komme nærmere inn på denne problematikken senere i diskusjonen omkring betalingsproblematikken.

En tredje faktor som har skapt problemer ved overgangen til det nye regimet er investerings- og oppgraderingsprogrammene i det tidligere Sovjetunionen. Som det meste annet i det tidligere Sovjetunionen var infrastruktur, fabrikanlegg med videre underlagt et system for oppbygging og fornying. Ettersom man i all hovedsak var opptatt av volum, og i mindre grad var opptatt av den tekniske produktkvaliteten på matvarene, ble fabrikker, anlegg og annen infrastruktur bygget med dette som utgangspunkt. Konsekvensen var at oppgradering av anlegg (fabrikk, kjøle- og fryseanlegg også videre) ikke uten videre ble foretatt så lenge man maktet å holde produktiviteten oppe i henhold til plankravene, selv om den tekniske kvaliteten på varene kunne være langt fra topp. Dette problemet kan blant annet illustreres ved at det i

1989 var beregnet et tap på innhøstede avlinger på ca 30% i markedskanalene<sup>10</sup> (Demanyenko 1991:285). Vi ser altså at nær en tredjedel av den totale produksjonen innen landbruket aldri nådde forbrukeren gjennom de offisielle markedskanalene. En av hovedårsakene til dette tapet var at store deler av de tekniske sidene ved markedskanalene var i relativt dårlig forfatning ved oppløsningen av Sovjetunionen. Eksempelvis var mange fabrikkannlegg lite egnet for næringsmiddelproduksjon samt at fryserier, frysecontainere med videre holdt alt for høye temperaturer. Dette kjennetegner også situasjonen i dag. Det er imidlertid viktig å understreke at tilgjengeligheten og kvaliteten på matvarer varierer relativt mye mellom regionene. Omkring 15% av Russlands landområder er egnet for landbruk. Forsyningene av landbruksprodukter i disse regionene er naturlig nok god. De geografiske avstandene fra disse områdene til regionene med dårligere forhold for landbruk gjør tilgangen på slike varer generelt dårligere, ikke minst på grunn av mangler ved infrastrukturen generelt (Severin 1995)<sup>11</sup>. En del av regionene med mindre gunstige klimatiske forhold er imidlertid begunstiget med andre naturressurser som fisk og skalldyr. Dette gjelder spesielt i Nordvest-Russland og i det russiske fjerne Østen, men også i de andre regionene der administrasjonen for de gamle produksjonsassosiasjonene ("Sevryba", "Dalryba" og så videre) for fiskeriene var lokalisert.

Overtakelsen av ansvaret for drift og vedlikehold av bedriftene, gjennom privatiseringsprosessen, har hatt sine konsekvenser på flere hold. Et betydelig problem i dag er at den tidligere statsfinansieringen av vedlikeholdsarbeider, nybygg samt at bortfallet av subsidier på eksisterende infrastruktur ble fjernet, eller i beste fall kraftig redusert. Som en følge av de omfattende endringene i rammebetingelser ble de tidligere store industrikolossene fra Sovjettiden i store trekk lagt ned i sin daværende form. Tilbake står store industrilokaler med tilsvarende stor produksjonskapasitet tomme, mens det gradvis vokser frem en betydelig underskog av små "enmanns"-bedrifter på forskjellige nivå markedskanalene. Ett eksempel på dette er de utallige små kioskene og gateutsalgene, plassert rundt om der det var praktisk mulig – på gatehjørner, i utkanten av parkanlegg, langs hovedferdselsårer og så videre. Hver av disse er operert av den enkelte uten noen kobling, til hverandre eller til leverandører.

Overgangen fra plansystemet til det nye regimet var derfor dramatisk, også for norske leverandører av fisk og fiskeprodukter. Med litt andre ord kan de strukturelle endringene beskrives ved at man har fått en overgang fra et fåtall store koordinerte enheter under Sovjetperioden, til dagens situasjon med en ekstrem fragmentering i alle ledd i markedskanalen. Dette gjør at bildet er svært lite oversiktlig for norske bedrifter som ønsker å eksportere til Russland. Selv om det er en ekstrem fragmentering langs alle leddene i markedskanalene som er sterkest kjennetegnet av denne situasjonen.

---

<sup>10</sup> Det må her legges til at det var to hovedårsaker til at nær 1/3-del av produksjonen forsvant på veien gjennom markedskanalene. Det meste av svinnet kan forklares av at produktene rett og slett ble ødelagt på ulike stadier i kjeden. Den andre, om enn noe mindre, hovedkilden til svinnet var at varepartiene ble utsatt for smånasking på ferden i markedskanalen frem til forbrukeren.

<sup>11</sup> I tillegg til dette finnes det en omfattende lokal produksjon av landbruksprodukter også i de klimatiske mindre gunstige områdene. Blant annet utgjør produksjonen i de russiske kjøkkenhagene et viktig supplement til forsyningen. Videre er det lokal produksjon av grønnsaker i drivhus, samt lokal kjøttproduksjon (både kylling, svin og storfe) som spiller en viktig rolle i forsyningen lokalt og regionalt.

## 4.1 Butikker/detaljistutsalg

Vi har tidligere nevnt en del av de ulike formene for utsalg i dagens Russland. For enkelhets skyld kan strukturen på detaljistnivået deles inn i fire typer utsalgssteder (Cooke og Zamkotowicz, 1998:169):

- Åpne markeder
- Små kiosker
- Små butikker
- Finere butikker (supermarkeder)

## 4.2 Åpne markeder

De små åpne markedene har alltid spilt en viktig rolle i omsetningen av fisk og andre matvarer i Russland. For forbrukerne har slike markeder fordelen ved at den reduserer antall mellomledd fra primærprodusent til forbruker, og at prisen dermed blir lavere (kfr. null eller en-nivået i figur 4). I Russland har denne omsetningsformen vært mulig på grunn av vektleggingen på lokal produksjon nært opp til markedet – der forbrukerne bor. En av drivkreftene bak dette har gjennom Sovjetperioden vært ønsket færrest mulig mellomledd mellom primærproduksjon og forbruker. Hovedeksponenten bak dette prinsippet var Karl Marx, som fremmet synet om at mellommenn var lite til gagn for samfunnet. I klare ordelag ble disse karakterisert som ”parasitter”, forklart ved at (komplekse) distribusjonssystemer var ”sosialt forkastelig” fordi det ikke gav noen ekstra verdi til produktene (Wills og Hayhurst, 1971). Grossister og private detaljister ble også beskyldt for å skape anarki på grunn av deres stadige jag etter profitt (Gogol og Bartels, 1963).

Det dogmatiske synet fra tidligere tider i Sovjetperioden ble imidlertid stadig mindre fremtredende. Men på tross av dette, og at systemet som avløste disse ”kritikkverdige strukturene” forsvant fra 1991 av, er det sannsynlig at en negativ holdning til de kommersielle aktørene i markedskanalene henger igjen i deler av den eldre befolkningen. En effekt er at denne forbrukergruppen er mer tilbøyelig til å handle på markedet heller enn i de nyere butikkene. Den viktigste begrunnelsen for dagens innkjøpsmønster finner vi dog forklart ved andre forhold. Det enkle faktum at mange av markedene ligger i boligområdene gjør dem attraktive på grunn av den fysiske nærheten<sup>12</sup>. Den sterkeste drivkraften for å handle på de åpne markedene er imidlertid at varene her har en til dels betydelig lavere pris enn i butikkene. Etter verdifallet i rubelen, som startet den 17. august 1998, har avstanden i prisnivået mellom markedet og butikken økt. Dersom vi tar lettsaltet rund sild har forbrukerne i Moskva-regionen opplevd en prisdifferanse på omkring 10 rubel per kilo mellom markedene og i butikken i butikkens disfavør. For den russiske forbrukeren er prisdifferansen ikke ubetydelig. Som et bilde på hva dette utgjør for den jevne russer kan vi vise hvordan prisdifferansen ville slått ut for en gjennomsnittlig industriarbeider i Norge. Oversatt til norske forhold ville det bety at et kilo sild koster ca 140 kroner mer i butikken enn på markedet<sup>13</sup>, hvilket man nok kan karakterisere som et godt argument for å velge markedet fremfor butikken. Spesielt siden kvaliteten på

---

<sup>12</sup> Dette gjelder ikke like ensidig for alle steder. Spesielt i de større byene; Moskva og St. Petersburg, der markeder gjerne ligger i utkanten av byen, men fortsatt i boligområdene.

<sup>13</sup> Utregningen er basert på en gjennomsnittlig månedslønn i Russland på 1.500 rubler og en gjennomsnittlig månedslønn i Norge på 20.000 NOK. Prisen på sild er tatt fra observasjoner i Moskva høsten 1999 og var da gjennomsnittlig 28 rubler per kg på markedet og 38 rubler per kg i butikken. Den relative prisen overført til norsk inntektsnivå gir kilopriser på henholdsvis 390 og 530 kroner per kilo.

produktene ikke nødvendigvis varierer mellom de to alternative utsalgsstedene. Det er selvsagt regionale variasjoner også her. Poenget er likevel viktig nok for forbrukerne.

### **4.3 Små kiosker**

Små kiosker og andre gateutsalg finnes i et stort antall i byene. Med prisliberaliseringen fra og med 1992 vokste de frem i stort antall inntil midten av 1990-tallet, mens de etter dette gradvis avtok i antall. Forklaringen på dette er fremveksten av mer tradisjonelle markedskanaler der varene i større grad ble gjort tilgjengelig for sluttbrukerne gjennom butikker og organiserte markeds plasser. Fallet i rubelen gjorde imidlertid at kioskene igjen dukket opp i stort antall. Kioskene er normalt ikke benyttet for omsetning av fiskeprodukter. De mest vanlige produktene i disse utsalgene er alkohol, sigaretter, mineralvann og til en viss grad sjokolade, snacks og frukt.

### **4.4 Små butikker**

De små butikkene som finnes rundt om i boligområdene så vel som i bysentrum har vært et tradisjonelt fenomen fra Sovjettiden. Butikkene var vanligvis til dels nokså spesialiserte. Innenfor næringsmidler fant man ofte egne butikker for kategoriene; frukt og grønnsaker, hermetikk og andre lagringsstabile varer, kjøtt og fisk. I dag finner man mange av de samme butikkene, men varespekteret er betydelig utvidet. Et ikke uvanlig fenomen er videre at de samme butikklokalene huser flere individuelle forretninger. De tradisjonelle fiskebutikkene ("Ryba", "Neptun" og "Okean") har i dag tapt sin tradisjonelt viktige rolle som utsalgssted av fisk til befolkningen. Ofte er produktene her av relativt dårlig kvalitet, og prisene ligger omtrent som i andre utvalg med bedre teknisk kvalitet på varene. En mulig forklaring på dette kan være at ledelsen i butikkene ikke har evnet å omstille seg til de nye forholdene. Det finnes imidlertid andre typer småbutikker. Disse er gjerne kjennetegnet ved nytt interiør, bra vareutvalg, gode kjøle- og frysedisser og gjennomgående god teknisk kvalitet på produktene. Ofte finnes det både ferske, hermetiske eller vakumpakkede, og frysede fiskeprodukter. Prisnivået er omtrent som for de tradisjonelle fiskebutikkene.

### **4.5 Finere butikker (supermarkeder)**

I de større byene er det etter hvert kommet et utvalg av "finere" supermarkeder med et bredere vareutvalg enn de finere småbutikkene. Vareutvalget består gjerne av importerte varer. I første rekke finner vi disse butikkene i den europeiske delen av Russland. Her er det gjerne også lagt mer vekt på ferskvarer. Blant annet er det vanlig med egne ferskvardisser for fersk kjølt eller opptint fisk og egne avdelinger med et rikt utvalg av salater. Denne typen supermarkeder er et nytt fenomen i Russland. Selv om butikkene holder et langt høyere prisnivå enn andre, er det interessant å notere at prisen på sild og makrell ikke er vesentlig høyere enn i de andre butikkene. Dette til tross er den viktigste gruppen forbrukere som handler i disse butikkene mer velstående russerne samt utlendinger.

Ved siden av de ovenfor nevnte utsalgsstedene er det en del andre butikktyper som fortsatt finnes igjen som en del av arven fra Sovjettiden. Dette er butikker av typen "Univermag" eller "Universam". Her finner man imidlertid normalt ikke matvarer, og disse butikktypene er derfor ikke tatt med i diskusjonen her.

## 4.6 Forventet utvikling

Som vi har vært inne på tidligere er strukturene i markedet generelt lite oversiktlig. Dette gjør det vanskelig å gi en konkret tallfesting av antall enheter samt de ulike utsalgsstedenes relative betydning i omsatt volum. Det vil likevel bli gitt noen vurderinger omkring dette på grunnlag av de observasjonene og undersøkelsene som er foretatt i prosjektet samt annenhånds informasjon fra offentlig russisk statistikk og annet tilgjengelig materiale. I beskrivelsen av detaljistleddet ble det gitt et bilde av hvordan strukturen på sisteleddet i markedskanalen for næringsmidler er, med vekt på forholdene for pelagisk fisk.

Ett av forholdene som er interessant å følge er den relative betydningen med hensyn på omsatt volum som de ulike utsalgstypene har. Problemet er imidlertid, som ovenfor nevnt, at dette er vanskelig, fordi pålitelige tall for omsetningen ved de ulike utsalgene ikke er tilgjengelig. Resultatet er dermed at slike tall blir anslag heller enn faktiske tall. Et anslag som er gjort av Reuling i 1997/98 antyder at det relative volumet av omsetningen av matvarer fordeler seg som følger mellom de forskjellige utsalgskategoriene:

Tabell 1 Anslag over relativ fordeling av varer (FMCG<sup>14</sup>) omsatt i Moskva (volum)

Utsalgskategori	Relativ andel i 1997/98	
Åpne markeder	40-30%	
Butikker	60-70%	Herav:
Kiosker/minimarkeder		45%
Matbutikker (små)		50%
Finere butikker		2%
Universam/Univermag		3%

Kilde Reuling (1998:65)

I tabellen over ser vi et anslag over hvordan omsetningen av varer som omsettes gjennom de forskjellige utsalgskategoriene fordeler seg. Tallene er basert på et bredere varespekter som inkluderer hele kategorien av såkalte "fast moving consumer goods" som man finner i disse utsalgsstedene. Dersom man betrakter matvarer alene, eller enda mer spesifikt; pelagisk fisk, vil fordelingen sannsynligvis se noe annerledes ut. Som det er kommentert ovenfor er omsetningen av pelagisk fisk ved kioskene og Universam/Univermag-butikkene stort sett utelukket. De finere butikkene henvender seg til et meget smalt segment som i Moskva kanskje kan utgjøre et sted mellom 7-10% av befolkningen der. Dermed står vi igjen med de små matbutikkene samt de åpne markedene som de viktigste utsalgene, hvorav de åpne markedene antakelig vil stå for den klart største andelen av omsetningen. Bakgrunnen for at vi anser markedene som den viktigste omsetningskanalen er at det er knyttet til pris og tilgjengelighet. Dette samsvarer også med forbrukerprofilen til den typiske russiske sildekonsumenten som ikke er spesielt velstående, men likevel ønsker å bruke sild og makrell i forskjellige sammenhenger (Honkanen 1998).

Et annet forhold som bør påpekes er forskjellen mellom de ulike regionene i Russland både hva angår den personlige økonomien til forbrukerne, samt økonomien og infrastrukturen i de administrative enhetene (eller "objekter" som det heter) i Russland<sup>15</sup>. I denne sammenhengen

<sup>14</sup> FMCG er en mye benyttet engelsk forkortelse av betegnelsen "Fast Moving Consumer Goods" som er typiske forbruksvarer.

<sup>15</sup> I Russland er det flere forskjellige typer administrative regioner eller inndelinger: republikk, "Kraj" (territorier), "Oblast" (region), "Okrug" (autonome områder).

står Moskva i en særstilling som økonomisk og politisk maktsenter. Selv om det ikke finnes offisielle tall er det en allmen oppfatning at 60-70% av all *kapitalen* i Russland er samlet i Moskva. For å sette dette litt i perspektiv kan vi si at det totale antall innbyggere i Moskva, medregnet turister og andre med midlertidig oppholdsstatus, utgjør et sted mellom 12 og 15 millioner personer<sup>16</sup>. Dette er i underkant av 10% av Russlands innbyggertall.

Videre antydes det at ca 70% av *varevolumet* omsettes gjennom Moskva (Reuling 1998). Med litt andre ord betyr dette at det meste av kapitalen i Russland er samlet i Moskva. Den sterke kapitalkonsentrasjonen gir indikasjoner både om at Moskva er et nav i varedistribusjonen i Russland, samt at kjøpekraften der, på forbrukernivå, er høy. Det at den gjennomsnittlige kjøpekraften i Moskva generelt er *betydelig* høyere enn i noe annet område i Russland er viktig blant annet fordi det er dette bildet av Russlands som ofte møter vestlige aktører som ønsker å arbeide med eller etablere seg i det russiske markedet. Det er imidlertid viktig å understreke at det er høyinntektsgruppen som drar gjennomsnittet opp. Selv om høyinntektsgruppen bare utgjør en liten del av de russiske forbrukerne samt de vestlige som er der på midlertidig basis, er det samlede antallet kjøpesterke forbrukere i Moskva relativt mange. Ofte blir det antydnet at det finnes omkring som 1,5 – 2 millioner mennesker med sterk kjøpekraft i Moskva.

Et mål, eller respons, på den sterke kjøpekraften har vært fremveksten av de nye butikkene, med en kvalitetsprofil som minner mye om delikatesseforretningene man finner i Vesten. Videre finnes det et fåtall eksempler på at større kjeder fra vestlige land har etablert seg i Moskva med egne butikker. To eksempler på dette er det finske Stockman og butikken ”det Irske huset” på en av hovedgatene i Moskva (nye Arbat)<sup>17</sup>. Den høye kvalitetsprofilen på disse butikkene ligger fjernt fra det man ellers finner i mer perifere deler av Russland.

Fra sovjettiden har Russland ”arvet” noen kjeder av fiskebutikker, heriblant; ”Okean”, ”Neptun” og ”Ryba”. Disse tidligere kjedene består i dag av en rekke uavhengige utsalg. I motsetning til tidligere omsettes det relativt lite i dag, og kvaliteten på produktene er relativt dårlig sammenlignet med de andre nye butikkene. I Moskva finner vi en butikk-kjede kalt ”det syvende kontinent”. Dette er den største butikkjeden i byen og består av syv butikker. I tillegg finnes det en del supermarkeder med relativt høy kvalitetsprofil og tilsvarende prisnivå. Disse ”finere” butikkene er i første rekke rettet inn mot den utenlandske kjøpergruppen samt de nyrike russerne.

Selv om disse forbrukerne utgjør en meget kjøpekraftig gruppe representerer de samtidig et begrenset volum i den store sammenhengen. Begrensningen i volum som de enkelte butikkene i Moskva kan handtere kan ytterligere understrekes av antallet slike utsalg. I henhold til bladet ”Vitrina” var det i 1998 ca 160 supermarkeder og 4000 matbutikker der det ble omsatt merkevarer (sitert i Reuling 1998). I henhold til den samme kilden var det på det tidspunktet totalt ca 8.000 utsalg der man omsatte merkevarer og andre produkter. I tillegg til disse utsalgene kommer de åpne markedene med en anslått relativ andel av forbrukervarene i Moskva med ca 34-40% omsetningen i 1997/98.

---

<sup>16</sup> I følge GOSKOMSTAT var innbyggertallet i den russiske føderasjonen på 146.327.600 per 01. januar 1999, mens det offisielle tallet på registrerte fastboende i Moskva var på 8,4 millioner mennesker.

<sup>17</sup> Det er også bygget et fiskemarked med foredlingsfaciliteter, butikker og restaurantavdeling i Moskva sentrum ikke langt fra Kreml. Dette er ikke offisielt åpnet ennå, men vil etter all sannsynlighet kunne bli et utstillingsvindu av det beste og mest eksklusive innen fisk og fiskeprodukter som kan kjøpes i Russland. Prisnivået vil selvsagt bli tilsvarende høyt, noe som gjør det utilgjengelig for de aller fleste russerne.

Så langt har mye av diskusjonen og eksemplene vært knyttet til situasjonen i Moskva. Dette er bevisst valgt av to grunner. For det første er Moskva svært viktig med hensyn på handel med utlandet, nettopp fordi det er her mye av kapitalen sitter. Som et resultat av dette er det lange tradisjoner for at regionene kommer inn til Moskva for å kjøpe varer som de i sin tur selger på sitt hjemmemarked, det være seg butikk, restaurant, gatesalg eller marked. Et annet poeng er at Moskva i seg selv representerer et interessant marked for sjømat, både på grunn av befolkningsstørrelsen (3 ganger så stort som Norge), og kjøpekraften blant forbrukerne der. Russere selv sier ofte at man har Moskva (og til dels også St. Petersburg) og Russland. Implisitt i dette ligger det at Moskva skiller seg sterkt fra resten av den russiske føderasjonen. Det er nok ikke bare en dyp respekt for maktens sentrum som har ført til dette bildet. Snarere er det nettopp oppfatningen, og forståelsen av Moskva som det økonomiske sentrum som stiller området i en særstilling.

Den sterke kjøpekraften og kapitaltilgangen kjennetegner også bildet som møter vestlige besøkende på oppdrag i byen. På mange måter kan Moskva virke som en hvilken som helst storby i Europa med de fleste fasiliteter og tilbud man kan ha behov for. Sammenligner man med det øvrige Russland viser det seg snart at situasjonen der er svært forskjellig. Dersom man tar handelsbyen Arkhangelsk, med sine ca 400.000 innbyggere som eksempel, møter man snart kontrasten. Bildet av handelen med næringsmidler er dominert av de gamle butikktypene samt de åpne markedene. Av mer "euro-" type butikker, som russerne selv kaller de nye butikkene med moderne innredning har byen kun ett supermarked – eller "department store". Også i slike sammenligninger finner man variasjoner mellom ulike byer og regioner. Poenget med den store forskjellen mellom Moskva og de øvrige delene av Russland er likevel viktig.

Generelt er det et fremtredende trekk ved fremveksten av utsalgsstedene for fisk til forbrukerne at det er en ekstrem fragmentering med små uavhengige enheter. Spesielt har oppblomstringen av de mange småkioskene og andre gateutsalg vært et tydelig tegn på utviklingen. Frem mot midten av 1998 så man imidlertid en konsolidering av situasjonen der antallet enheter ble redusert. Dette gjaldt i første rekke kioskene og gateutsalgene, mens de mer etablerte matbutikkene så ut til å befeste sin situasjon. Sett fra Vesten er dette både en naturlig og ikke minst bra utvikling i markedet. Høsten 1998 stanset denne utviklingen opp, og man så igjen at kioskene og gateutsalgene blomstret opp. Mye taler for at det var det dramatiske fallet i rubelen og ringvirkningene av dette som forårsaket utviklingen. Litt spissformulert kan man si at fallet i rubelen satt utviklingen av mer effektive markedskanaler tilbake til situasjonen man opplevde omkring midten av 1990-tallet<sup>18</sup>.

En forklaring på dette fenomenet finner vi i hvordan funksjonene og transaksjonene i markedskanalene er organisert. I all enkelhet kan man si at betalingsflyten går i motsatt retning av vareflyten men med en liten forsinkelse bestemt blant annet på grunnlag av kredittiden. I tilfeller der kapitalmarkedet ikke fungerer som forutsatt i en markedsbasert

---

<sup>18</sup> I etterkant har man sett at endringen i rubelkursen også har gitt en betydelig økning i prisen på importert sild. Dersom man betrakter kursfallet isolert sett skulle endringen i valutakursforholdet tilsa at sildeprisen skulle bli tredoblet i forhold til prisen før "krakket" den 17. august 1998. Dersom man sammenligner noen priser på tilfeldig valgte butikker i Moskva og Murmansk fra høsten 1997 og vinteren 2000 ser vi at prisøkningen tilsvarer omtrent dette. Rund saltet sild kostet ca 12 rubler per kilo høsten 1997, mens prisen vinteren 2000 er ca 35 rubler per kilo. Nå er det ikke endringene i valutaforholdet alene som har vært avgjørende for denne endringen. Faktisk har det vist seg at en del av prisøkningen knyttet til valutaen har blitt absorbert i markedskanalene fra Norge til Russland. Selv om temaet er interessant er denne diskusjonen noe på siden av det som behandles her, så diskusjonen vil derfor ikke bli utdypet videre.

økonomi vil uregelmessigheter i markedet kunne gi utilsiktede og uønskede effekter. I det følgende vil sammenhengen mellom strukturen i markedskanalene og betydningen av betalingsform og kapitaltilgang for aktørene i markedskanalene bli belyst.

#### **4.7 Foretaksorganisering, betalingsformer og kapitaltilgang**

I den vestlige delen av verden er samfunnet i grove trekk organisert omkring en type markedsbasert økonomi. Riktig nok vil man finne mange ulike tilpasninger, der den kanskje mest utbredte er en slags blandingsøkonomi med en viss grad av offentlig styring eller regulering. Ikke desto mindre finner vi at en av de mest fundamentale forutsetningene for en markedsbasert økonomi er tilstede; at kapitalmarkedet fungerer.

Den første januar 1992 ble prisliberaliseringen offisielt introdusert i Russland, samtidig som planøkonomien i prinsippet ble forkastet til fordel for en markedsbasert økonomi. Senere har det vist seg at dette kunstgrepet ble gjennomført uten at de institusjonelle rammene fra Sovjetperioden ble vesentlig forandret. I praksis innebærer dette at det russiske samfunnet ikke er i stand til å tilpasse seg den nye økonomiske orden fordi en rekke forutsetninger som skal til for at en markedsbasert tilpasning skal fungere ikke er tilstede. Blant disse kan nevnes skattesystemet, eiendomsretten, privatiseringen, bankreformer og kapitalmarkedet. Vi skal ikke her gå inn på spissfindigheter og diskusjoner omkring de enkelte reformene, men kun kommentere noen sider ved reformene<sup>19</sup>.

På den ene siden så myndighetene i Russland det som viktig å gjennomføre privatiseringen av industri og næringsliv. Dette ble i stor grad gjort gjennom det som i dag refereres til som "voucher-programmet". I praksis innebar dette at en stor del av de tidligere statseide bedriftene ble privatisert gjennom utdeling av aksjer "vouchers" til de ansatte ved bedriften. Det som i korte trekk skjedde var at ledelsen i de tidligere statsbedriftene ervervet seg kontroll med aksjene for så å fortsette, utvide eller endre driften i foretaket i sin nye eierform (Horne 1995). Ved siden av disse kom det et stort antall nyetablerte bedrifter. Selv om få av de nye bedriftseierne hadde erfaring i å operere i en markedsbasert økonomi, representerer dette kanskje ikke det største problemet for den nye tilpasningen. Den sterke side- eller bytteøkonomien, som har lange tradisjoner i Russland, har på mange måter bidratt til en slags forståelse for en markedsbasert verdifastsettelse av varer og tjenester<sup>20</sup>.

Men selv om forståelsen av verdifastsettelsen av forskjellige produkter nok ikke er det største problemet er betalingsproblematikken en kritisk variabel. På den ene siden kan man oppleve at barter-økonomien fortsatt er viktig i Russland. Dette innebærer at mange foretak benytter til dels komplekse nettverk med bytte av ulike varer som betalingsmiddel (helt eller delvis). På den ene siden medfører dette store transaksjonskostnader for bedriftene. På den andre siden medfører transaksjonsformen ofte relativt lang tid før selgeren oppstrøms i markedskanalen (for eksempel norske eksportører) får betaling for varene fordi det tar tid før varebyttet kan realiseres i penger. Selv om barter-systemet eksisterer i den russiske økonomien er det normalt ikke dette som møter norske eksportører. En forklaring på det kan være at bytteforholdene skjer lengre ned i markedskanalen, eller at barter-transaksjonene skjer "bak teppet" men innenfor rammen av den avtalte kredittiden.

---

<sup>19</sup> Den interesserte leser kan finne disse temaene diskutert i for eksempel M. Lavigne 1995, J. Kornai 1997 samt i en bred base av artikler knyttet til ulike sider av privatiseringsprosessen.

<sup>20</sup> For de som ønsker en dyptpløyende analyse av den russiske "tjeneste"/bytteøkonomien anbefales Ledneva, A.V.: Russia's Economy of Favours.



En annen side ved betalingsforholdene som virker inn på strukturen i markedskanalene er banksystemet og kapitalmarkedet. En vanlig erfaring som norske eksportører gjør, er at russiske foretak har behov for lang kredittid. Grunnen til det er at russiske bedrifter har dårlig likviditet. Likviditetsproblemet skyldes at bedriftene har lite egenkapital samtidig som kassakredittrenten er så høy at mange bedrifter i praksis utelukker dette som et alternativ for å finansiere varekjøp. Selv om det på midten av 1990-tallet var hele 2.500 banker i Russland er det slik at eierforholdene i de nye kommersielle bankene favoriserer såkalte ”insider-lån”. Denne praksisen bidrar også til at tilgangen til kapitalressurser for bedriften begrenses (*Fan et. al.* 1996). Dermed blir importen av fisk finansiert ved lang kredittid, der leverandøren fungerer som kredittinstitusjon. Selv om kredittiden er avtalt mellom eksportør og importør vil likevel betalingstidspunktet fra den russiske importøren til eksportøren være avhengig av etterspørselen på forbrukernivå – som første ledd i betalingsstrømmen. Den enkelte butikken er avhengig av å selge sine varer til forbrukerne for å få inn penger slik at leverandørgjelden kan betales. Alle de små transaksjonene mellom forbrukerne og utsalgsstedene på sisteleddet summerer seg altså på veien oppstrøms i markedskanalen. Antall mellomledd vil selvsagt variere, men i slike markeder ser det ut til at kanalen er relativt kort i vertikalretningen; at det er få mellomledd med ulik rolle og funksjon mellom primærprodusenten og utsalget til forbrukerne. Derimot ser det ut til at det finnes et stort antall aktører på horisontalplanet på sisteleddet (utsalg) og førsteleddet (primærprodusent/importør). Strukturen oppover i markedskanalen avspeiler strukturen på sisteleddet: mange små uavhengige butikker, restauranter/kafeer gir en lignende tilpasning oppover.

I et system der fragmenteringen er så ekstrem som i Russland fører dette til at de mange små enkeltutalgene fysisk må hente sine varer enten mot kontant betaling eller på kreditt. Situasjonen forplanter seg oppover i markedskanalen til primærprodusenten. For primærprodusenten er dette lite gunstig fordi kostnadene forbundet med mange små transaksjoner fremfor færre store krever en høyere pris, noe som er vanskelig i dagens marked i Russland.

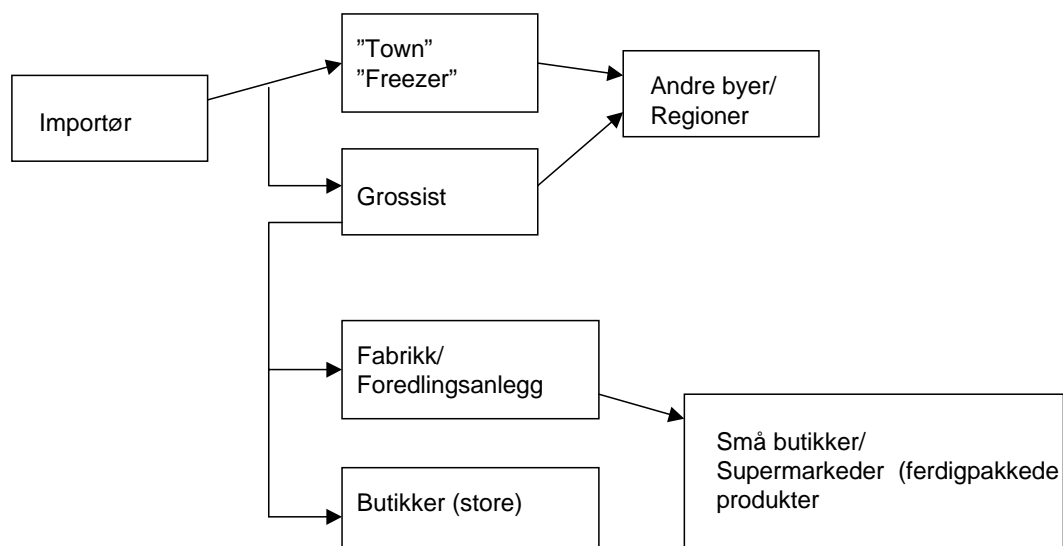
I det såkalte mellom-markedet, representert ved grossister, produsenter og meglere er situasjonen mye av den samme, selv om her finnes unntak. I henhold til VNIERX<sup>21</sup> eksisterer det ca 200 foretak som var knyttet til de tidligere fiskeriforsyningssystemene i den russiske føderasjonen. Videre er det ca 100 større foretak som har en slags grossistfunksjon i forsyningssystemet, samt ytterligere 100 frysebedrifter og ”grossistbaser” knyttet til det russiske kjøttomsetningssystemet (Rosmjasamoltorg). I tillegg til disse finnes det et stort antall små bedrifter som foredler og handler med fisk og andre varer. I henhold til Reuling (1998) er det ca 12.000 små grossister i Russland som tar ansvar for import og distribusjon.

Dersom vi igjen tar Moskva som eksempel kan en skisse over markedskanaler for pelagisk fisk i Russland beskrives omtrent som vist i figur 5. Det bør her understrekes at mange grossister også innehar rollen som importør.

---

<sup>21</sup> VNIERX er en forkortelse for det Allrussiske Vitenskapelige Forskningsinstituttet for Økonomi, Informasjon og automatiseringssystemer for Ledelse i Fiskeindustrien.

Figur 5 Prinsippskisse av markedskanalen (i Moskva)



Et interessant forhold ved grossist-nivået som vi ennå ikke har kommet inn på er frysekapasiteten. Dette er i dag en knapphet, og dermed en kritisk faktor. Per 1996 var den totale frysekapasiteten i Russland på ca 600.000 tonn, der den alt overveiende delen er knyttet til de store byene og i de tradisjonelle fiskerihavnene/produksjonsområdene. Eksempelvis er frysekapasiteten i byene Kaliningrad, Moskva og Murmansk på henholdsvis 30.000, 50.000 og 30.000 tonn (VNIERX 1997).

I andre regioner varierer kapasiteten fra 15.000 tonn ned til 2.000 tonn. Det er her viktig å understreke at disse tallene er teknisk frysekapasitet. I dette ligger den lille detalj at det etter planøkonomiens fall har vært heller sparsomt med vedlikehold og oppgraderinger av anleggene. Derfor kan det i en del tilfeller vise seg at fryseanleggene er til dels ute av funksjon, eller at de holder for høy temperatur.

Hvem som holder kontrollen med de ulike fryselagrene varierer. Det er ikke uvanlig at havneadministrasjonen eier og driver store deler av fryselagrene i havnene, mens det er private eller halvstatlige grupperinger med tilhørighet i regionen som eier/driver de såkalte by-fryserne. Betegnelsen by-fryser kommer av at byene i sin tid ble tilordnet frysekapasitet etter antall innbyggere i byen.

Ut fra et overordnet perspektiv er arbeidet for å bedre frysekapasiteten sentral for distribusjonen av fisk i Russland. For bedriftene som konkurrerer i dette markedet er det imidlertid en annen dimensjon som kanskje er viktigere enn dette. Kontrollen med frysekapasiteten i en region vil gi en nærmest unik konkurranseposisjon i markedet. For de store foretakene i Russland som arbeider innen handel med fiskeprodukter er det derfor et viktig poeng å etablere kontroll med eksisterende eller bygge nye fryseanlegg i kjerneområdene. I denne sammenhengen vil kjerneområdene i første rekke være de største handelssentraene og de viktigste innfallsportene i det russiske markedet. Rent logistikkmessig går de aller største volumene gjennom de etablerte havnene i det tidligere Sovjetunionen, der det er tre hovedinnfallspor til det russiske markedet: Murmansk, Baltikum og Kaliningrad. Dersom man nyanserer bildet noe mer er det havnene i Murmansk, St. Petersburg, Tallin, Riga, Klaipeda og Kaliningrad som er de viktigste i forsyningssystemet.

Disse ble bygget opp under Sovjetperioden for å ta i mot og videresende fisken ubearbeidet eller i foredlet stand til de aktuelle regionene. I disse havnebyene finnes det i dag etablert infrastruktur som havneanlegg, frysefaciliteter og transportsystemer til andre geografiske markeder i Russland. For transport videre er det to hovedalternativer: jernbane og veitransport. I grove trekk var det slik at leveransene fra Murmansk betjente nordområdene og byområdene østover. St. Petersburg betjente Leningrad fylke og andre byområder i konkurranse med Murmansk og Moskva. De øvrige havnene var transitthavner for Moskva. Det er her et poeng at Moskva har en svært dominerende rolle i handelen med pelagisk fisk.

I dag kontrollerer Moskvabaserte foretak ca 60-70% av sildeimporten, og en overveiende andel av sildeleveransene via Baltikum og Kaliningrad som er rettet inn mot det russiske markedet er finansiert og kontrollert fra Moskva. Videre er det en klar tendens at de næringsdrivende her ser ut til å styrke sin relative posisjon i forhold til de andre regionene. Slik sett er det riktig å si at Moskva er navet i distribusjonen av pelagisk fisk i Russland. Årsaken til dette er først og fremst at kapitaltilgangen er god, infrastrukturen er tilrettelagt mot Moskva og det er lange tradisjoner for at distriktene kommer inn til senteret for å handle, også for bedrifter.

## 5 FREMTIDIG UTVIKLING

Som vi har sett på den ene siden har det russiske systemet for distribusjonen lang historie. Gjennom Sovjetperioden ble markedskanaler og infrastruktur ytterligere segmentert i faste strukturer. På den andre siden har den nye økonomiske orden brukt opp koblingene mellom leddene i de gamle etablerte markedskanalene. Hovedforklaringen på dette finner vi i det økonomiske systemskiftet med overgang fra planøkonomi til en markedsbasert økonomisk tilpasning. Med regimeskiftet har det kommet dramatiske endringer i de institusjonelle rammene for næringsvirksomhet generelt og internasjonal handel spesielt. En av de kritiske faktorene i denne sammenhengen er imperfeksjonene i kapitalmarkedet.

De direkte virkningene av systemendringene på markedskanalene for matvarer har i første rekke vært at det har vokst frem en stor masse av små uavhengige bedrifter. Denne ekstreme fragmenteringen gir i sin tur implikasjoner oppover i markedskanalen som norske eksportører må tilpasse seg.

En diskusjon omkring fremtidige endringer i markedskanalene i næringsmiddelmarkedet i Russland er ikke uten videre enkel å foreta. Ofte blir man konfrontert med at Russland som land, ”system” og marked er totalt uforutsigbart, som for eksempel rubelfallet sommeren 1998. Selv om det spesifikke tidspunktet, den 17 august, ikke var mulig å forutsi hadde vestlige analytikere imidlertid pekt på at dette *måtte* komme før eller senere, og da helst før (Sutela 1999:7):

*...in the end, Russia both became dependent on foreign short-term capital flows, and the relative share of the ruble economy diminished. Though debt relative to GDP or export revenue remained seemingly manageable, debt relative to ruble M<sup>2</sup> was soon unsustainable: "Clearly the present stance of fiscal policy ...is unsustainable (Korhonen 1998:11)" **The totally predictable outcome was the August crisis leading to steep ruble devaluation, partial default and debt moratorium.** (egen utheving)*

Et annet syn på forutsigbarheten er det motsatte, der det noe spissformulerte spørsmålet om, eller i hvilken grad Russland kan endres råder (se for eksempel Dyker, 1997: Remnick, 1997). Selv om det kan stilles retoriske spørsmål, spissformulert i den ene eller andre retningen, synes det så langt åpenbart at endringer kan skje og fortsatt vil komme. Et av de mest tydelige eksemplene på dette var at ledelsen omtrent ”over natten” introduserte et nytt økonomisk regime til fordel for et som hele unionen var bygget opp omkring – både sosialt og økonomisk. Spørsmålet som stilles i denne sammenhengen er derfor heller; i hvilken retning og i hvilket tempo vil utviklingen gå, gitt noen grunnleggende forutsetninger.

Som blant annet Kolodko (1998) peker på er overgangen til en markedsbasert økonomi en lang prosess, der spørsmålet om man lykkes i endringene i stor grad er avhengig av nye tilpasninger i de institusjonelle rammene. Blant disse har vi, i denne diskusjonen, forsøkt å trekke oppmerksomheten mot resultatet av hvordan kapitalmarkedet og bankene fungerer som institusjoner i forhold til private bedrifter i dagens Russland. Det faktum at kapitalmarkedet ikke fungerer spesielt godt i dagens Russland bidrar i betydelig grad til å bibeholde den ekstreme fragmenteringen i matvaremarkedet. Det er i dag lite som tyder på at det kommer

endringer i Russland som vil stabilisere kapitalmarkedet på kort sikt<sup>22</sup>. Dersom vi utelukkende tar hensyn til dette vil man kunne si at fragmenteringen også vil vedvare i samme omfang i overskuelig fremtid. Slik vil det etter all sannsynlighet ikke være. På samme måte som man så tendensene til i tiden før rubelfallet vil det etter all sannsynlighet skje en langsom endring mot de type markedskanaler man i dag finner i Vesten.

Spørsmålet om tempoet i denne utviklingen er kanskje mer interessant, ikke minst fordi det er en rekke forhold som tilsier at en slik utvikling kan ta lang tid.

Ett forhold som ventelig vil bidra til å holde utviklingen igjen er eier- og ledelsesstrukturen i foretakene. Selv om den russiske privatiseringen har vært omfattende i kvantitative termer, med ca 70% av BNP (1996) fra privat sektor, er det et viktig poeng som skjuler seg bak disse tallene. Et stort flertall av de privatiserte foretakene i Russland eies i dag av de samme personene som ledet dem under Sovjetperioden (Dyker, 1997). Ifølge Dyker er det videre det samme nettet av "nomenklatura" relasjoner som utgjør basisen for det økonomiske kartellet og dermed indirekte i praksis utviklingen i den russiske økonomien. Det sosiale nettverket av de tidligere lederne fra sovjettiden sammen med eksisterende kulturelle verdier og den lærte og erfaringsbaserte ledelsesstilen vedlikeholder den gamle måten å fatte beslutninger og drive forretning på. Implisitt åpner dette for en uformell kontroll med utviklingen av markedskanalene til denne isolerte gruppen av økonomiske aktører. Det som kjennetegner denne situasjonen er at "insidere" har felles interesser, verdier og erfaringer. For "Outsidere" kjennetegnes situasjonen av begrenset tilgang til kapital og muligheter for eierskap (Dahab *et. al.* 1996). Denne situasjonen kalles i markedsføringsfaget for interessedomnans, og betraktes som en viktig variabel for å forutsi fremtidig utvikling av økonomisk organisering – så som utviklingen av markedskanaler i det russiske markedet.

Et annet forhold som også vil virke inn på tempoet i de strukturelle endringen fra fragmentering mot større konsentrasjon er kjøpekraften hos forbrukerne. Et av de forholdene som har preget det "nye Russland" etter det økonomiske regimeskiftet er at befolkningen har hatt lav kjøpekraft, ikke minst på grunn av prisreformen og den fallende rubelkursen. Markeder og direktedistribusjon har sammen med egenforsyningen fra kjøkkenhager alltid vært en viktig del av matvareforsyningen i Russland. Etter august 1998 har vi sett at forbrukerne i enda sterkere grad enn i mellomperioden frem til sommeren 1998 har foretrukket åpne markeder for kjøp av matvarer generelt men også pelagisk fisk spesielt (Cooke og Zamkotowicz 1998, Nikita og Egorov 1999). Den økonomiske drivkraften er en viktig forklaring på denne forbrukeradferden, men dette forholdet også betraktes som et mellomsteg i utviklingen av markedskanalene. Selv om handel på de åpne markedene har lange tradisjoner i Russland er ofte en ekstrem fragmentering, som dette blant annet er et uttrykk for, et mellomsteg i utviklingen fra de gamle Univermag/Universam og fiskebutikkene, mot en langsom konsolidering på butikksektoren.

Et tredje forhold som også vil virke inn på utviklingen av markedskanalene er dagens infrastruktur i Russland. En del av arven fra sovjetperioden var en nedslitt infrastruktur på de fleste områder, heriblant innenfor transport- og lagersystemer (Sutela 1999). For eksempel har Russland i dag bare igjen 18 av sine tidligere 37 havner som ble etablert i sovjetperioden (Byrne *et. al.* 1995). Selv om jernbanenettet ligger der som en grunnlagsinvestering har introduksjonen av transportkostnader i det "nye Russland" ført til betydelige kostnadsøkninger<sup>23</sup>, spesielt i de mer avsidesliggende delene av Russland. For

---

<sup>22</sup> For en diskusjon omkring dette temaet se for eksempel: Sutela, 1999; Yakovlev, 1999 eller Kolodko, 1998.

<sup>23</sup> Transportkostnader kan i praksis sies i ha vært mer eller mindre fraværende under sovjetperioden.

fiskeimportørene betyr avsidessliggende det som ligger fjernt fra importpunktene. Et annet punkt knyttet til jernbanen er at denne sammen med kjøle- og frysekapasiteten er en av flaskehalsene i distribusjonen av fisk og fiskeprodukter i Russland. Enkelt sagt er det alt for få fryse- og kjølevogner til å betjene transportbehovet. Spesielt blir dette synlig i ”peak-perioder” av fiskesesongen. Et eksempel på dette er at det tidligere i vinter var fullt på fryselageret i Murmansk fiskehavn slik at nye skipninger inn til Russland den veien ikke var mulig. En offisiell forklaring på fenomenet var at det skyldtes mangel på etterspørsel i markedet. En annen forklaring var at det hadde oppstått et akutt kapasitetsproblem på det russiske jernbanenettet. En annen side av kapasitetsproblemet er at mange av de etablerte fryse- og kjølelagrene i relativt dårlig forfatning, som for eksempel i Murmansk og andre hovedhavner fra det tidligere Sovjetunionen. Problemet for eksportører og importører i denne sammenhengen er kanskje først og fremst at kapasitetsproblemet eksisterer der og da. For utviklingen fremover er det imidlertid et større problem at det neppe finnes midler fra myndighetenes side til å foreta de nødvendige oppgraderingene av denne siden av infrastrukturen i føderasjonen i overskuelig fremtid. En annen diskusjon, som vi ikke går inn på her, blir da om, og eventuelt hvordan, vestlige aktører skal gå inn med slike investeringer.

I det ovenfor stående har vi berørt noen faktorer som vil være viktige for tempoet i utviklingen av markedskanalene for matvarer generelt og fiskeprodukter i spesielt. Det er selvsagt andre forhold som ikke er berørt som også er viktige. For eksempel foretaks- og skattelovgivning. Her er det blant annet slik at skattesystemet implisitt gjør at mange foretak oppløses og reorganiseres innen treårssyklus – av skattemessige hensyn. Videre har toll- og avgiftspolitikken også vært et interessant tema, samt den stadige strømmen av nye dekreter og forordninger. Dette siste er ikke noe nytt fenomen i Russland, og mange av disse kan sies å ha begrenset virkning i praksis på tross av at de faktisk i prinsippet representerer enn endring. Vi vil imidlertid hevde at de berørte faktorene vi har valgt å fokusere på er av mer overordnet art og vil være avgjørende for den langsiktige utviklingen.

Selv om det er argumentert med at den langsiktige utviklingen paradoksal nok kan være forutsigbar vil vi avstå fra å komme med konkrete tall eller datoer. Derimot vil vi understreke at det vanskelig kan forventes at det skal komme noen dramatiske endringer i strukturen i markedskanalene i Russland i overskuelig fremtid. I et forsøk på å sette utviklingen i perspektiv har Murphy (1997) antydnet at utviklingen av markedskanalene i Øst-Europa i dag ligger på det samme nivået som vi hadde i Vest-Europa på 1950-tallet. I samme sammenheng bør det også skytes inn at østblokklandene utenom Russland er kommet betydelig lengre i utviklingen enn hva som er tilfellet med Russland. Et forsiktig estimat på utviklingen i Russland vil, med utgangspunkt i dette samt diskusjonen over, være omkring 40-50 år før de når frem til vesteuropeisk nivå. Igjen må det presiseres at Moskva og St. Petersburg bør betraktes som separate markeder i denne sammenhengen.

## 6 REFERANSER

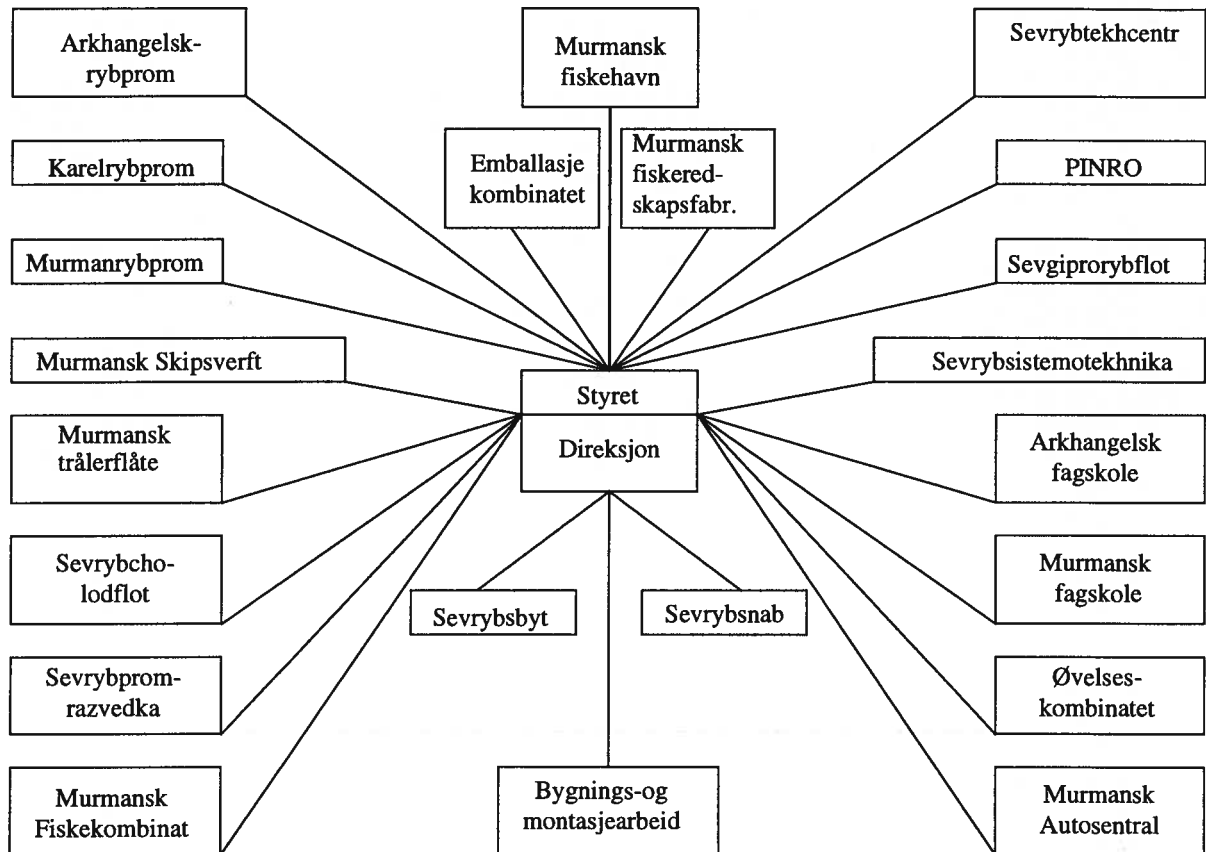
- Byrne, P.M, Paramonov, D. and N. Bouis (1995) "Shipping to Russia: What you must know" *Global Logistics* August, pp. 50-54.
- Cooke, T. and P. Zamkotowicz (1998) "Supply Chain Oogistics in Central and Eastern Europe. Challenges and Opportunities". In a *Rapidly Developing Market. Financial Times Retail & Consumer publishing*, London.
- Dahab, D.J., Gentry, J.W. and R.S. Sohi (1996) "Interest Domination as a Framework for Exploring Channel Changes in Transforming Industries", *Journal of Macromarketing* (Fall), pp. 8-23.
- Dyker, D.A (1997) "The Russian Economy – Will it Ever Recover", *The Business Economist*, 28 (3 ), pp. 15-23.
- Udaltsov, N.K. (1999) "Sjefsingeniør ved Murmansk fiskehavn." (pers meddelelse).
- Demanyenko, V.N. (1991) "Structure of the Soviet and US Food Systems – A comparative analysis", *Food Policy*, 16 (4), pp. 284-290.
- Fan, Q., Lee, U. og M.E. Shaffer (1996) "Firms, Banks and Credit in Russia". *CERT Discussinon Paper 96/9 Heriot-Watt University*, Edinburgh, UK.
- Gogol, V, og R. Bartels (1963) "Wholesaling in the USSR". I *Komparative Marketing*, R. Irving Inc. Homewood Il, pp. 7-11.
- Goldman, M.I. (1963) "Soviet Marketing. Distribution in a controlled economy". *The Free Press of Glencoe*, Collier Macmillan Ltd., London.
- Goskomstat (1999) "Russia in Figures. Consise Statistical Handbook", State Committee of the Russian Federation on Statistics, Moscow
- Honkanen, P. (1998) "Sild i Russiske husholdninger: En studie blant forbrukere i Murmansk, St. Petersburg og Moskva". Rapport nr 14, Fiskeriforskning, Tromsø
- Horne, M.K. (1995) "Political Origins of Corporatist Order: The Politics of Enterprise Reform" In McFaul, M and T. Perlmutter Privatization, Conversion, and Enterprise Reform in Russia, Westview Press, Oxford.
- Huges, D and D. Ray (1999) Developments in the GlobalFood Industry. A Twentyfirst Century View. *Food Management Group*, Wye College, University of London.
- Ledeneva, A.V.(1998) Russia's Economy of Favours: Blat, networking and informal exchange. *Cambridge University Press*, Cambridge, UK.
- Kolodko, G.W. (1998) "Transition, Policy Reforms and Sustainable Growth". Paper presented to the conference organised by the Foreign Affairs Ministry of Esonia and the OECD on: Economic Development in the Baltic Region: the Path Ahead.
- Korhoen, I. (1998) "Sustainability of Russian Federation's Fiscal Economy". *Review of Economies in Transition*. Bank of Finland.
- Kornai, J. (1997) "Struggle and Hope: Essays on Stabilisation and reform in a Post-Socialist", Economy Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham,UK.

- Kuznetsova, O. and A. Kuznetsov (1996) "From a Socialist Enterprise to a Capitalist Firm: The Hazards of the managerial Learning Curve". *Communist Economies & Economic Transformation*, 8 (4).
- Lavigne, M. (1995) "The Economics of Transition: From a Socialist Economy to Market", Economy Macmillan press Ltd., London
- Mokrenko, P. S. (1998) Personlig meddelelse (Mokrenko er tidligere leder for avdeling for fiskeriutvikling og prognoser i (på det tidspunktet) Fiskeriavdelingen i landbruksministeriet i Russland).
- Mordal, C.A. (1998) Konsum av Sild i Russland – et historisk perspektiv. Foredrag på seminaret: Global analyse av markedet for pelagisk fisk. Fokus på Russland, i regi av Kredittkassen, Eksportutvalget for fisk, Fiskeridepartementet, Norges Sildesalgslag og SND, holdt under Norfishing, Trondheim.
- Murphy, K. (1997) "Market Turbulence in Eastern Europe", *European Retail Digest*, (Autumn), pp. 4-10.
- Nikita, K. and M. Egorov (1999) "How to sell herring to a Russian? A research-study of the positioning of Norwegian Herring in St. Petersburg". Siviløkonomoppgave, Bodø Graduate School of Business, Bodø
- Nilssen, F. (1999) "Trender og fremtidsforskning i et samfunnsvitenskapelig perspektiv". Arbeidsnotat, Fiskeriforskning, Tromsø.
- Nilssen, F. (1997) "Det russiske markedet for fisk: Myter og muligheter", *Økonomisk fiskeforskning*, 7 (1-2), pp. 27-33.
- Nilssen, F. (1996) "Nordvest-russisk fiskerinæring: En fortsatt leverandør av råstoff til norsk fiskerinæring eller en fremtidig konkurrent", *Økonomisk fiskeriforskning*, 6 (1), pp. 17-25.
- Nilssen, F. (1994) "Distribusjonssystemet for næringsmidler på Kola-halvøya". Rapport, NORUT Samfunnsforskning, Tromsø.
- Nilssen, F. (1993) "Russland som aktør på hvitfiskmarkedet: Konkurrent eller samarbeidspartner?" Rapport, NORUT Samfunnsforskning, Tromsø.
- North, D. "Institutions", *Journal of Economic Perspectives*, 5 (Winter), pp. 97-112.
- Radygin, A. (1995) "The Russian Model of Mass Privatization: Governmental Policy and First Results". In McFaul, M. and T. Perlmutter Privatization, *Conversion, and Enterprise Reform in Russia*. Westview Press, Oxford, pp.3-18
- Remnick, D. (1997) "Can Russia Change?", *Foreign Affairs*, 76 (1), pp. 35-49.
- Reuling, E. (1998) "Russia; Goldmine or Food trap?" *Food International*, 1 (1), pp. 63-69.
- Stern, L.W. and A.I. El-Ansary (1982) *Marketing Channels*. 2.nd ed. Prentice Hall INC.
- Sutela, P. (1999) "Russia: The State and Future of the Economy". Report no.4, Bank of Finland, Institute for Economies in Transition. BOFIT, Helsinki, Finland.
- VNIERX (1998) "Belaja Kniga Ribnoje Khozajstva Rossii g.1997". (Hvitbok for fiskeindustrien i Russland 1997), Moskva.

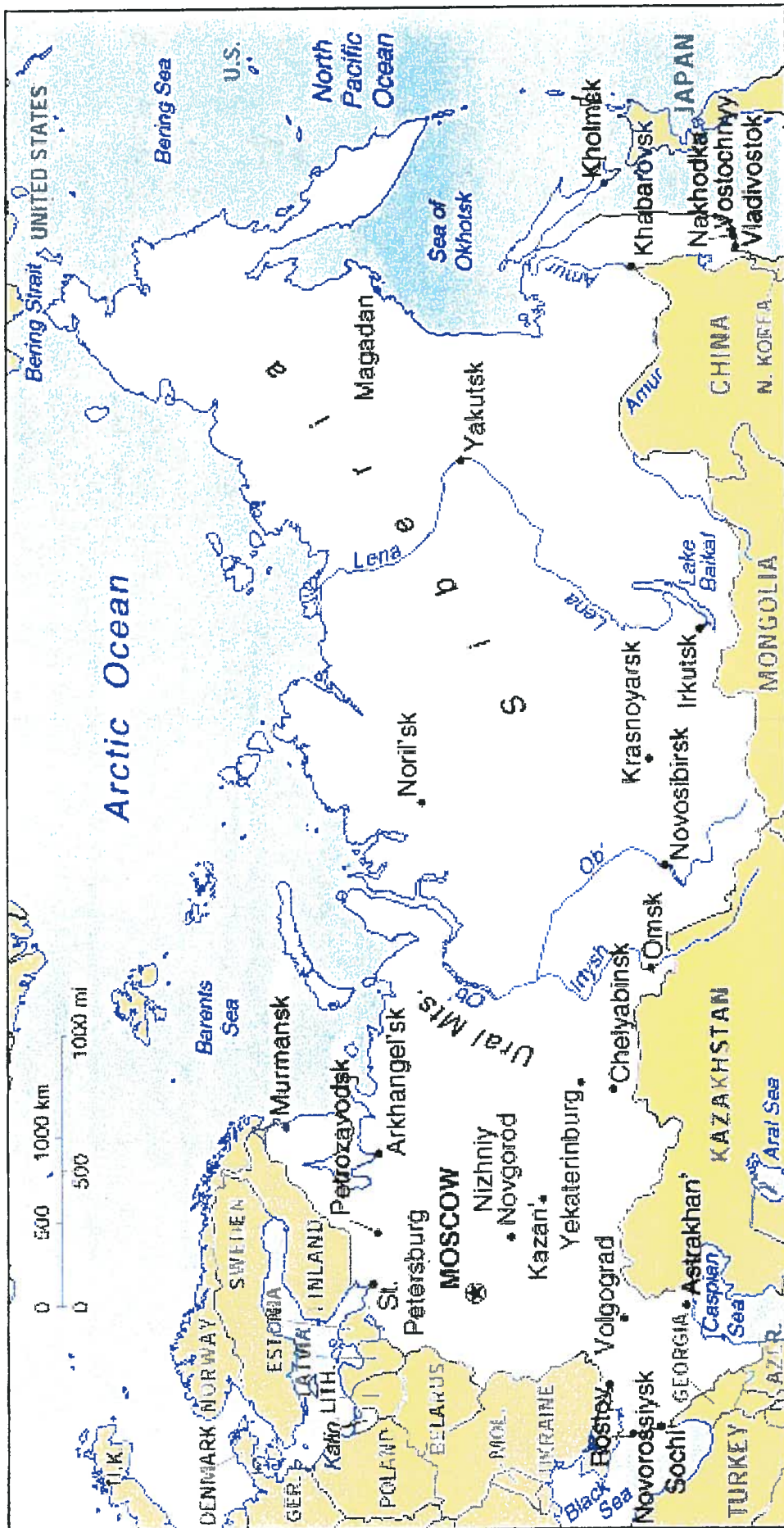


- Wills, G, og R. Hayhurst (1971) "Marketing on Socialist Societies", *European Journal of Marketing*, 5 (2), pp. 13-28.
- Yakovlev, A. (1999) "Black cash tax evasion in Russia: Its forms, incentives and consequences at firm level". Discussion paper no3, Bank of Finland, Institute for Economies in Transition. BOFIT, Helsinki, Finland.
- Zilanov, V.K. (2000) "Enkelte tendenser i utviklingen av markedet for fiskeprodukter laget av pelagiske fiskearter i Russland. Fortid, Nåtid og fremtidsperspektiver", *Økonomisk Fiskeriforskning*, 10 (1).

# Vedlegg 1



Vedlegg 2





# 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](mailto: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](mailto:office@fiskeriforskning.no)

Internett: [www.fiskeriforskning.no](http://www.fiskeriforskning.no)

ISBN 82-7251-439-7  
ISSN 0806-6221