

NOTAT MA 12-02

Bjørn Tore Nystrand

**KOTELETTER AV OMBORDFRYST,
LINEFANGET TORSK**

RESULTATPRESENTASJON

FORPROSJEKT VRI MØRE OG ROMSDAL

VRI MØRE OG ROMSDAL
Resultatpresentasjon forprosjekt

Koteletter av ombordfryst, linefanget torsk

**Notat MA 12-02
Januar 2012**

Bjørn Tore Nystrand
Møreforsking Marin

Innhold

Forord.....	7
Sammendrag	9
Om prosjektet	10
Materiale og metode	10
Vedlegg: Resultatpresentasjon	12

Forord

Prosjektet «Koteletter av ombordfryst, linefanget torsk» har hatt som en overordnet målsetting å bidra til å øke lønnsomheten i fiskerinæringen på Nordmøre. Utgangspunktet har vært en produktidé fra Husby-rederiet om mer bearbeiding av deres råstoff av linefanget og ombordfryst torsk. En klar ambisjon fra rederiets side har vært å skape et butikkerferdig frossenprodukt av linefanget torsk, og dette har vært et fokus i prosjektet.

Produktet «Torskekoteletter rett fra havet» har i prosjektperioden blitt produsert og distribuert til et utvalg butikker og storkjøkken i området fra Romsdal til Sør-Trøndelag. Produktet har blitt evaluert på ulike variabler og egenskaper ved hjelp av et evalueringsskjema tilsendt alle mottakerne av produktet. Resultatene fra dette er oppsummert og presentert i denne rapporten. I tillegg har fire butikker gjennomført ordinære salg av produktet. Disse mottok 50 kg frysede koteletter hver, pakket i emballasje á 500 gram.

Prosjekteier har vært Nordmøre Fiskebåt AS v/ Pål Farstad. Prosjektleder har vært forsker Bjørn Tore Nystrand v/ Møreforsking Marin. I tillegg har vitenskapelig konsulent Marianne Lindhjem Staurset (Møreforsking Marin) vært involvert i hele prosjektperioden. Jorunn Nekstad og Ingvald-John Husby (begge Husby-rederiet) har vært sentrale prosjektdeltakere som eiere av råstoffet, i tillegg til møtedeltakelse og diskusjonspartnere. Alle involverte har samarbeidet utmerket og hatt jevnlig dialog fra start til mål. Takk til dere!

Prosjektet er finansiert av Nordmøre Fiskebåt AS og VRI Møre og Romsdal.

Ålesund 5. januar 2012

Bjørn Tore Nystrand

Prosjektleder

Sammendrag

- 11 av 15 butikker (73 %) og ni av 14 storkjøkken (64 %) har evaluert og returnert spørreskjema.
- Det er gjennomgående positive tilbakemeldinger vedrørende produktemballasje (butikk) og produktegenskaper.
- Produktegenskaper i rå tilstand vurderes mer positive blant butikker enn blant storkjøkken.
- Linefanget fisk anses av flere å gi bedre kvalitet enn andre fangstredskaper.
- Produktet vurderes å ha større potensial som butikkferdig produkt heller enn i kartong til storkjøkken.
- Mindre viktig for butikker enn storkjøkken at kotelettene har jevn størrelse.
- Både butikker og storkjøkken var tilfredse med størrelsen på kotelettene.
- Butikker tillegger begrepet «ombordfryst» som relativt dyrere enn hva storkjøkken gjør.

Om prosjektet

På initiativ fra næringsaktørene O. Husby Fiskebåtrederi AS (Husby-rederiet) og Nordmøre Fisk AS ble Møreforskning Marin kontaktet av Nordmøre Fiskebåt AS v/ Pål Farstad våren 2011 om et potensielt prosjektsamarbeid. Det er en oppfatning at det innen markedsrettet innovasjon og utvikling er lite samarbeid mellom FoU-institusjoner og den marine næringen på Nordmøre. Potensialet for å øke bedriftenes markedsfortrinn kan utløses gjennom prosjekt hvor involverte parter forplikter seg til å legge tid og krefter i. Det omsøkte forprosjektet i VRI skal med bruk av forskningsmetoder utvikle markedsområdet for frysede torskekoteletter gjennom samarbeid i verdikjeden. Møreforskning Marin har lang erfaring med markedsforskning i hele verdikjeden for sjømat, og sammen med prosjektpartene vil det gjennomføres en markedsundersøkelse.

Allerede før prosjektet offisielt ble startet i september 2011 hadde Nordmøre Fisk AS avvirket sin virksomhet. Det medførte at prosjektets omfang og innhold måtte justeres, da bedriften i utgangspunktet skulle hatt en sentral rolle i prosjektsamarbeidet som produksjons- og pakkeansvarlig. Deres rolle som samarbeidspart fikk følgelig også konsekvenser for den opprinnelige verdikjedetankegangen, og i prosjektet har det derfor vært nødvendig å legge fra seg intensjonene om å utvikle et gjensidig godt samarbeid i verdikjeden fra fangst til marked. Som følge av at Nordmøre Fisk AS avsluttet sin virksomhet, ble produksjonsbedriften LM Trading i Kristiansund engasjert som samarbeidspart for saging og pakking av torskekotelettene.

Hovedfokus har på bakgrunn av disse faktorene blitt dreid mer mot marked, og dette notatet presenterer resultatene fra en markedsundersøkelse blant butikker og storkjøkken.

Materiale og metode

For å samle inn markedsdata og produktevalueringer ble det utarbeidet to evalueringsskjemaer tilpasset butikk og storkjøkken, samtidig som at begge skjemaene også inneholdt noen like spørsmål (Vedlegg I). I tillegg har substitutter i et utvalg butikker i Ålesund blitt kartlagt med hensikt å danne et grunnlag for posisjonering basert på faktorene emballasje, pris og type produkt (Vedlegg II).

Åtte ansatte ved Møreforskning Marin har også rangert pris per kilo basert på en kort produktbeskrivelse og bilde av etikett. Rangeringen foregikk ved at prisene fra 50 kr/kg til 150 kr/kg med intervall på 10 kr/kg skulle plasseres i fire kategorier; «for billig», «billig», «dyrt» og «for dyrt». I krysningspunktet mellom «billig» og «dyrt» er en indirekte pris villig til å betale for produktet (Vedlegg III).

Undersøkelsen omfatter åtte butikker som har evaluert produktet pakket i butikkferdig emballasje, ni storkjøkken som har evaluert produktet, også på sensoriske egenskaper,

samt fire ytterligere butikker som har gjennomført ordinært salg av produktet i butikkferdig emballasje. Fra sistnevnte gruppe butikker har tre besvart. Produktene ble distribuert 25. og 29. november 2011.

Innsamlet data er organisert og analysert i Excel (Windows Office) og PASW Statistics 18. Datamaterialet egner seg ikke til avanserte analyser, og resultatene baseres derfor på gjennomsnitt og sammenligninger av disse.

Utvalget bestod av 11 butikker (+4) og 14 storkjøkken i områdene Romsdal, Nordmøre og Sør-Trøndelag.

Vedlegg: Resultatpresentasjon



MØREFORSKING

Resultatpresentasjon fra prosjektet
*«Koteletter av ombordfryst, linefanget
torsk»*

Prosjektleder Bjørn Tore Nystrand

Prosjektmedarbeider Marianne Lindhjem Staurset

Forord

Prosjektet «Koteletter av ombordfrost, linefanget torsk» har hatt som en overordnet målsetting å bidra til å øke lønnsomheten i fiskerinæringen på Nordmøre. Utgangspunktet har vært en produktidé fra Husby-rederiet om mer bearbeiding av deres råstoff av linefanget og ombordfrost torsk. En klar ambisjon fra rederiets side har vært å skape et butikkferdig frossenprodukt av linefanget torsk, og dette har vært et fokus i prosjektet.

Produktet «Torskekoteletter rett fra havet» har i prosjektperioden blitt produsert og distribuert til et utvalg butikker og storkjøkken i området fra Romsdal til Sør-Trøndelag. Produktet har blitt evaluert på ulike variabler og egenskaper ved hjelp av et evalueringsskjema tilsendt alle mottakerne av produktet. Resultatene fra dette er oppsummert og presentert i denne rapporten. I tillegg har fire butikker gjennomført ordinære salg av produktet. Disse mottok 50 kg frysede koteletter hver, pakket i emballasje á 500 gram.

Prosjekteier har vært Nordmøre Fiskebåt AS v/ Pål Farstad. Prosjektleder har vært forsker Bjørn Tore Nystrand v/ Møreforskning Marin. I tillegg har vitenskapelig konsulent Marianne Lindhjem Staurset (Møreforskning Marin) vært involvert i hele prosjektperioden. Jorunn Nekstad og Ingvald-John Husby (begge Husby-rederiet) har vært sentrale prosjektdeltakere som eiere av råstoffet, i tillegg til møtedeltakelse og diskusjonspartnere. Alle involverte har samarbeidet utmerket og hatt jevnlig dialog fra start til mål. Takk til dere! Prosjektet er finansiert av Nordmøre Fiskebåt AS og VRI Møre og Romsdal.

Ålesund 5. januar 2012

Bjørn Tore Nystrand
Prosjektleder

Kort resultatsammendrag

- 11 av 15 butikker (73 %) har evaluert og returnert svarskjema.
- Ni av 14 storkjøkken (64 %) har evaluert og returnert svarskjema.
- Gjennomgående positive tilbakemeldinger vedrørende produktemballasje (butikk) og produktegenskaper.
 - Produktegenskaper i rå tilstand vurderes mer positive blant butikker enn blant storkjøkken.
- Linefanget fisk anses av flere å gi bedre kvalitet enn andre fangstredskaper.
- Produktet vurderes å ha større potensial som butikkferdig produkt heller enn i kartong til storkjøkken.
- Mindre viktig for butikker enn storkjøkken at kotelettene har jevn størrelse.
- Både butikker og storkjøkken var tilfredse med størrelsen på kotelettene.
- Butikker tillegger begrepet «ombordfryst» som relativt dyrere enn hva storkjøkken gjør.

Innhold

Forord	II
Kort resultatsammendrag	III
Innhold	IV
1. Om prosjektet	5
2. Materiale og metode	6
3. Resultater butikk	7
4. Resultater storkjøkken	13
5. Sammenlignbare resultater	19
6. Diskusjon / forslag til posisjonering	21
Vedlegg I	V
Vedlegg II	VIII
Vedlegg III	XII
	IV

1. Om prosjektet

På initiativ fra næringsaktørene O. Husby Fiskebåtrederi AS (Husby-rederiet) og Nordmøre Fisk AS ble Møreforskning Marin kontaktet av Nordmøre Fiskebåt AS v/ Pål Farstad våren 2011 om et potensielt prosjektsamarbeid. Det er en oppfatning at det innen markedsrettet innovasjon og utvikling er lite samarbeid mellom FoU-institusjoner og den marine næringen på Nordmøre. Potensialet for å øke bedriftenes markedsfortrinn kan utløses gjennom prosjekt hvor involverte parter forplikter seg til å legge tid og krefter i. Det omsøkte forprosjektet i VRI skal med bruk av forskningsmetoder utvikle markedsområdet for frysede torskekoteletter gjennom samarbeid i verdikjeden. Møreforskning Marin har lang erfaring med markedsforskning i hele verdikjeden for sjømat, og sammen med prosjektpartene vil det gjennomføres en markedsundersøkelse.

Allerede før prosjektet offisielt ble startet i september 2011 hadde Nordmøre Fisk AS avviklet sin virksomhet. Det medførte at prosjektets omfang og innhold måtte justeres, da bedriften i utgangspunktet skulle hatt en sentral rolle i prosjektsamarbeidet som produksjons- og pakkeansvarlig. Deres rolle som samarbeidspart fikk følgelig også konsekvenser for den opprinnelige verdikjedetankegangen, og i prosjektet har det derfor vært nødvendig å legge fra seg intensjonene om å utvikle et gjensidig godt samarbeid i verdikjeden fra fangst til marked. Som følge av at Nordmøre Fisk AS avsluttet sin virksomhet, ble produksjonsbedriften LM Trading i Kristiansund engasjert som samarbeidspart for saging og pakking av torskekotelettene. Hovedfokus har på bakgrunn av disse faktorene blitt dreid mer mot marked, og denne rapporten presenterer resultatene fra en markedsundersøkelse blant butikker og storkjøkken.

2. Materiale og metode

For å samle inn markedsdata og produktevalueringer ble det utarbeidet to evalueringsskjemaer tilpasset butikk og storkjøkken, samtidig som at begge skjemaene også inneholdt noen like spørsmål (Vedlegg I). I tillegg har substitutter i et utvalg butikker i Ålesund blitt kartlagt med hensikt å danne et grunnlag for posisjonering basert på faktorene emballasje, pris og type produkt (Vedlegg II).

Åtte ansatte ved Møreforskning Marin har også rangert pris per kilo basert på en kort produktbeskrivelse og bilde av etikett. Rangeringen foregikk ved at prisene fra 50 kr/kg til 150 kr/kg med intervall på 10 kr/kg skulle plasseres i fire kategorier; «for billig», «billig», «dyrt» og «for dyrt». I krysningspunktet mellom «billig» og «dyrt» er en indirekte pris villig til å betale for produktet (Vedlegg III).

Undersøkelsen omfatter åtte butikker som har evaluert produktet pakket i butikkferdig emballasje, ni storkjøkken som har evaluert produktet, også på sensoriske egenskaper, samt fire ytterligere butikker som har gjennomført ordinært salg av produktet i butikkferdig emballasje. Fra sistnevnte gruppe butikker har tre besvart. Produktene ble distribuert 25. og 29. november 2011.

Innsamlet data er organisert og analysert i Excel (Windows Office) og PASW Statistics 18. Datamaterialet egner seg ikke til avanserte analyser, og resultatene baseres derfor på gjennomsnitt og sammenligninger av disse.

Utvalget bestod av 11 butikker (+4) og 14 storkjøkken i områdene Romsdal, Nordmøre og Sør-Trøndelag.

3. Resultater butikk

- 11 butikker mottok 25. november 2011 én pakke fryste torskekoteletter (500 gram) hver, pakket i butikkferdig emballasje (bildet). I tillegg mottok fire butikker 100 pakker hver for ordinært salg.
- Samtidig ble det sendt ut et evalueringsskjema hvor den enkelte butikkansvarlig ble bedt om å vurdere produktet på ulike variabler, for så å returnere skjemaet ferdig utfyllt.
- Til sammen er 11 evalueringsskjemaer (73 %) returnert, og utgjør grunnlaget for resultatene som presenteres vedrørende *butikk*.
- Lettsaltet torsk og torskefilet fra Ole Løvold, lettsaltet torsk fra Lofoten, Findus torskefilet («Gourmet») og i blokk, First Price torskefilet, laksekoteletter og fryste porsjoner av laks, samt tilsvarende produkter fra større merkevarer pekes på som største konkurrenter blant butikkene.
- Vedrørende forpakningen har tre beskrevet nærmere hvordan den kan gjøres bedre. Den ene mener at det bør være mer fokus på produktet. Den andre beskriver at etiketten bør plasseres øverst på emballasjen og ikke over fisken. Den tredje forklarer at etiketten bør ha klarere farger, og at den dekker for mye av produktet. Det bemerkes også at det bør være lik avstand på informasjonsteksten, se illustrasjon:

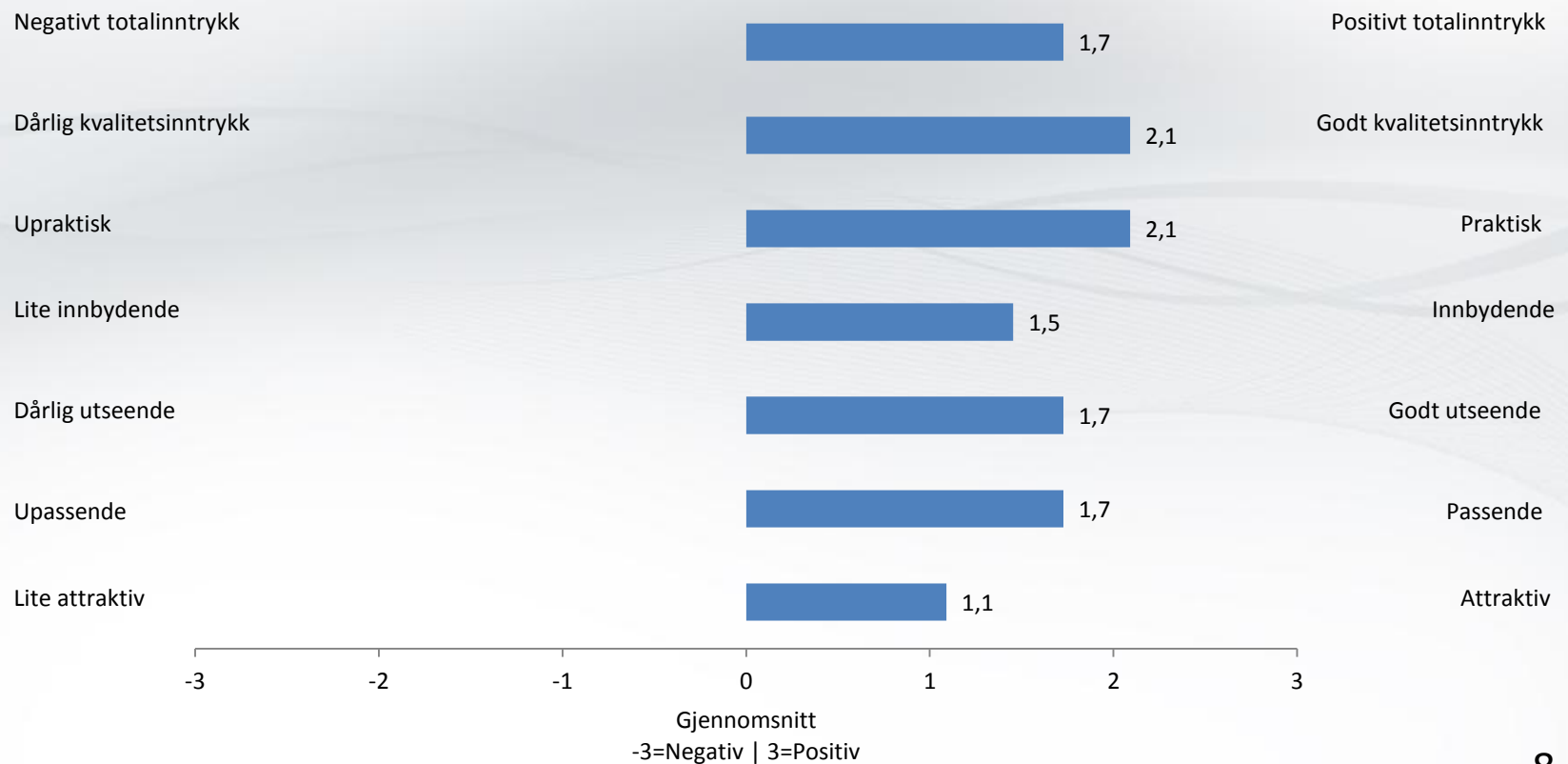


<u>Slik</u>	
Pris:	kr. 89,- pr kg.
Vekt:	ca 500 gram
Best før:	22.11.12
<u>Ikke slik</u>	
Pris:	kr. 89,- pr kg.
Vekt:	ca 500 gram
Best før:	22.11.12

3. Resultater butikk

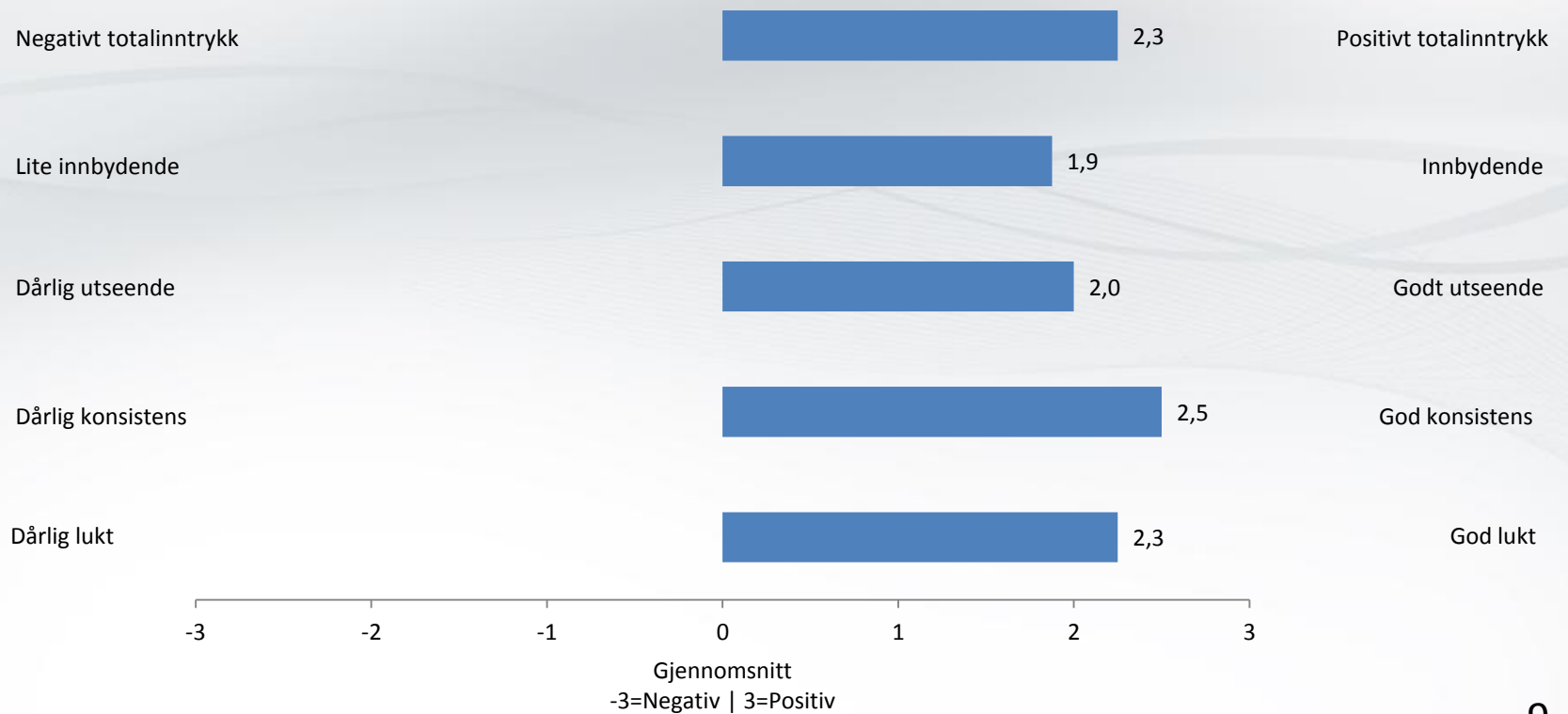


Evaluering av produktforpakning (n=10)



3. Resultater butikk

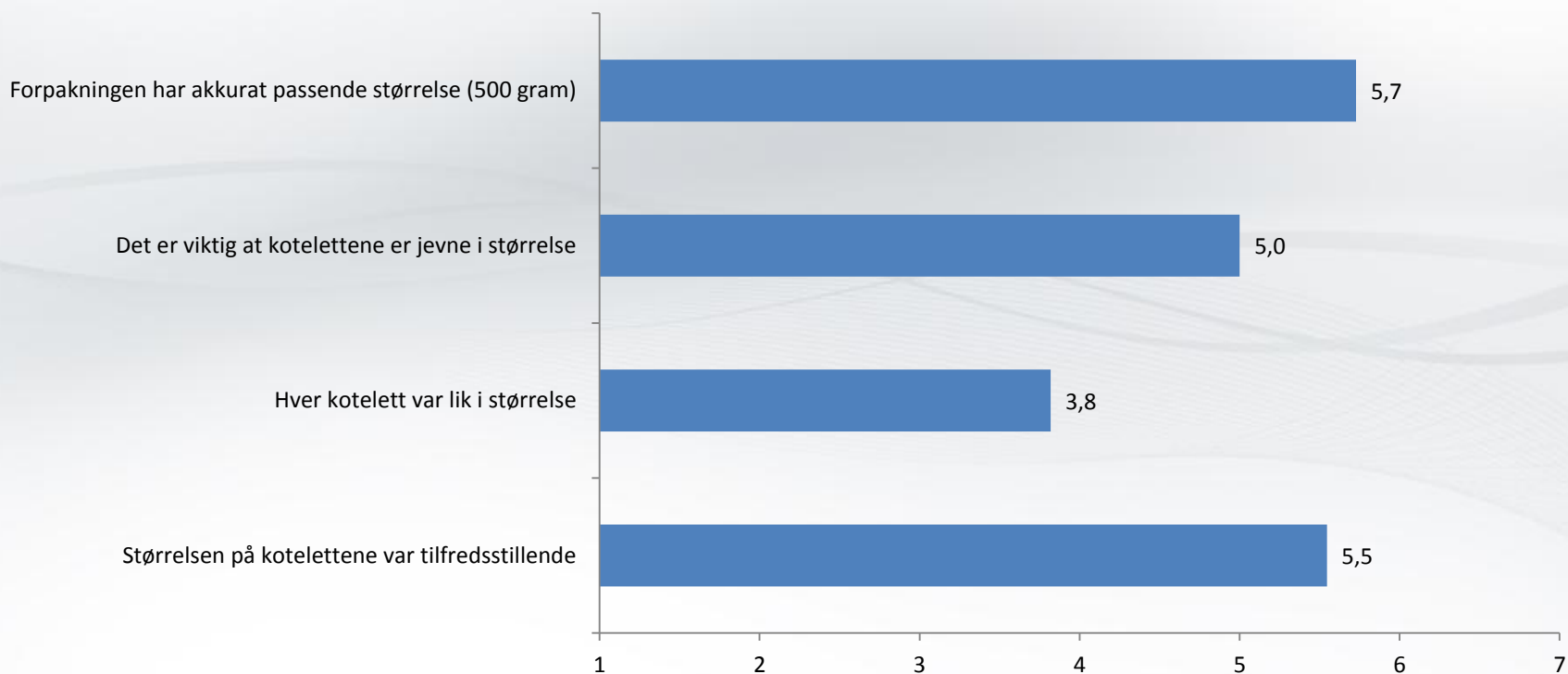
Egenskaper rå (n=8)



3. Resultater butikk

Butikkene mener forpakningen bør være **544 gram** (gjennomsnitt av ni svar), eller mellom 500 og 750 gram.

Påstander om størrelse (n=11)

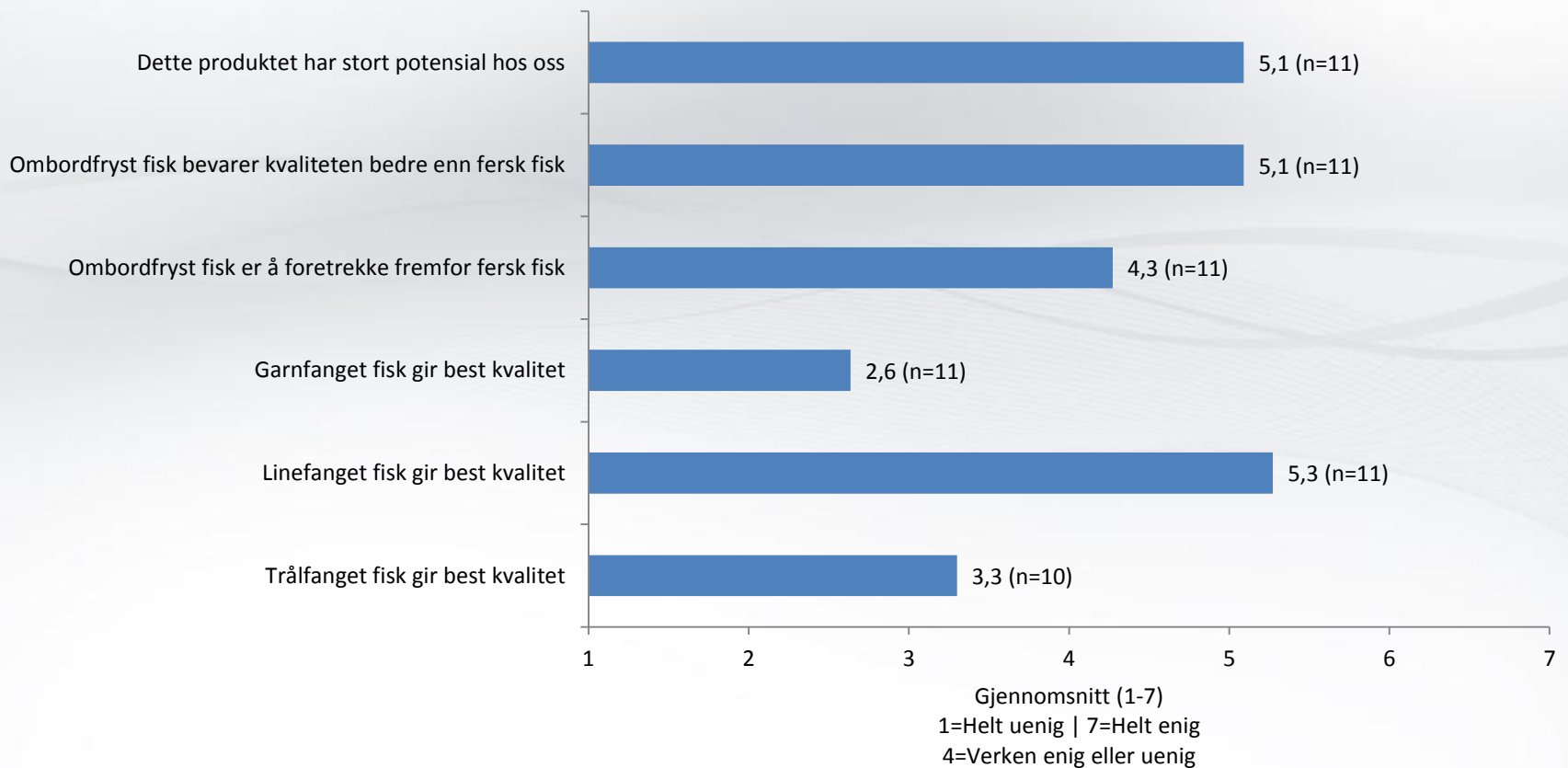


Kommentar: «...for liten for en stor familie».

Gjennomsnitt (1-7)
1=Helt uenig | 7=Helt enig
4=Verken enig eller uenig

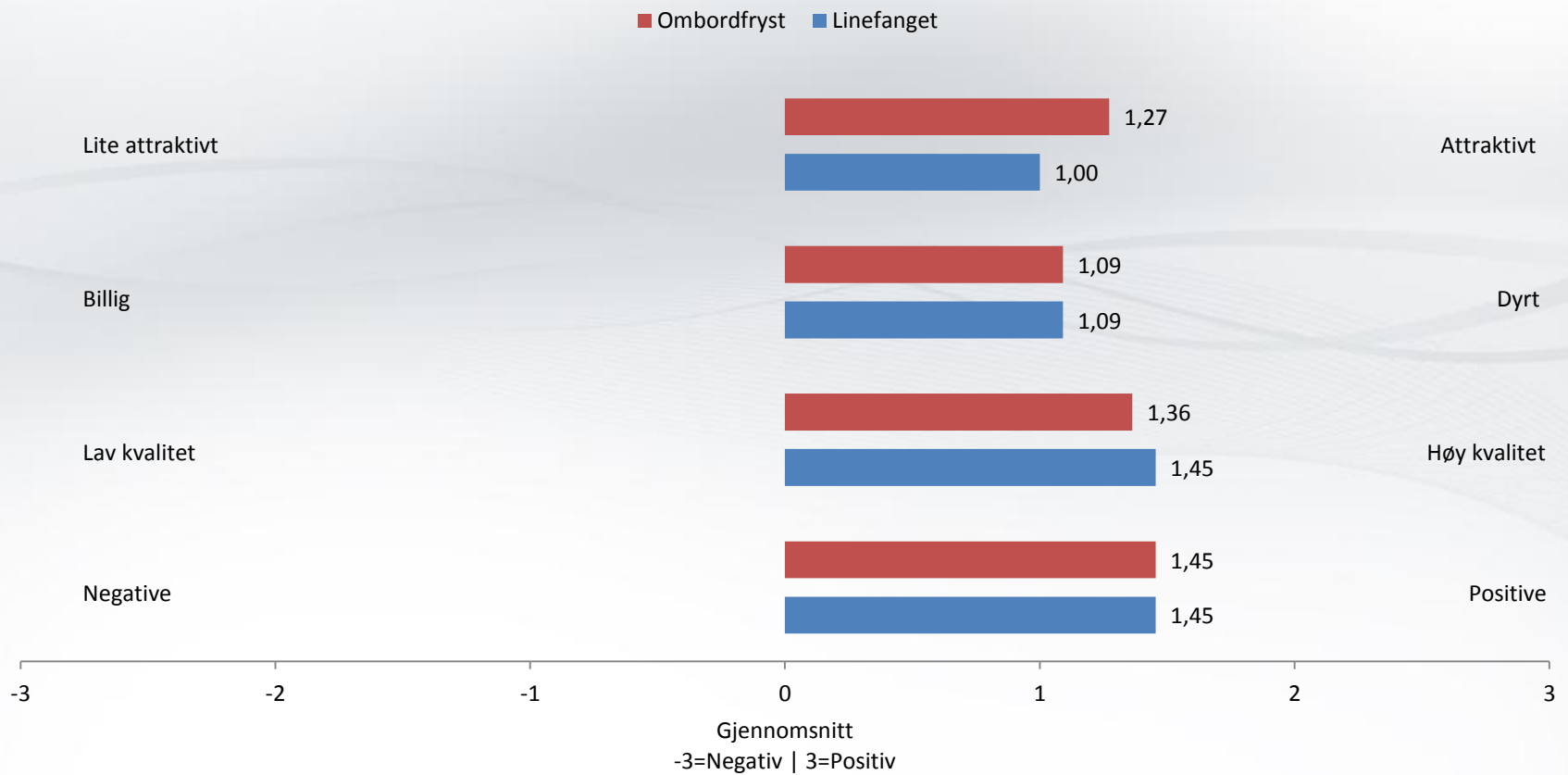
3. Resultater butikk

Påstander



3. Resultater butikk

Assosiasjoner til begrepene "ombordfryst" og "linefanget" (n=11)

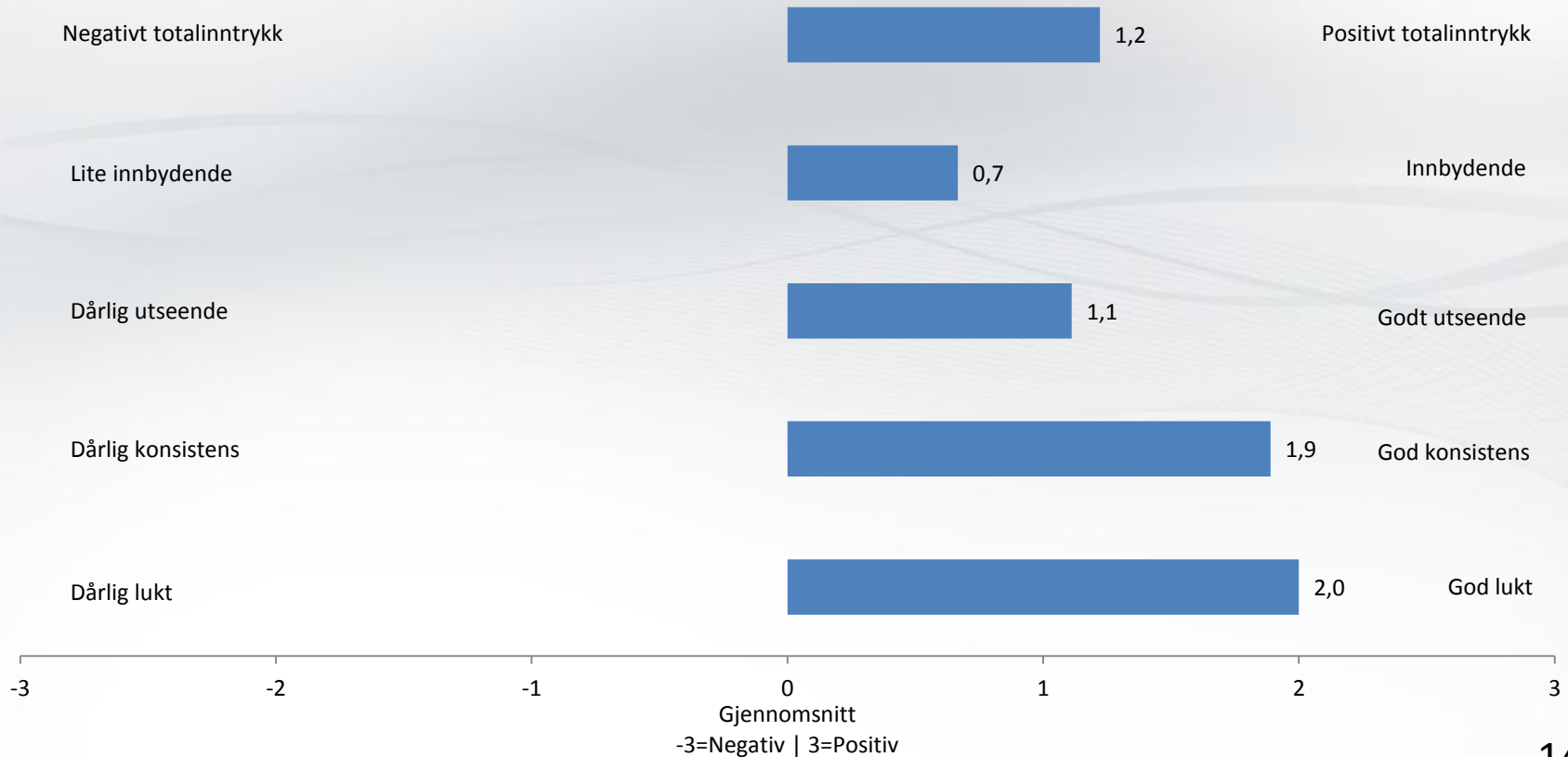


4. Resultater storkjøkken

- 25. og 29. november 2011 mottok 14 storkjøkken til sammen 75 kg frysede torskekoteletter. 13 av disse mottok én kartong á 5 kg, mens ett fikk levert to kartonger (10 kg).
- Evalueringsskjemaer ble sendt ut til alle som mottok fisk, og hvor den enkelte kjøkkenansvarlige ble bedt om å vurdere produktet.
- Til sammen ni evalueringsskjemaer (64 %) er returnert, og utgjør grunnlaget for resultatene som presenteres vedrørende *storkjøkken*.
- Torskeloins (skinn- og beinfri), fersk og fryst hel/filet av torsk, ferske torskekoteletter, fersk laks og andre kotelettprodukter pekes på som største konkurrenter blant storkjøkken.
- Kotelettene har blitt tilberedt med damping, steking, koking, grilling og posjert, og disse måtene anses som best egnede bruksområder.

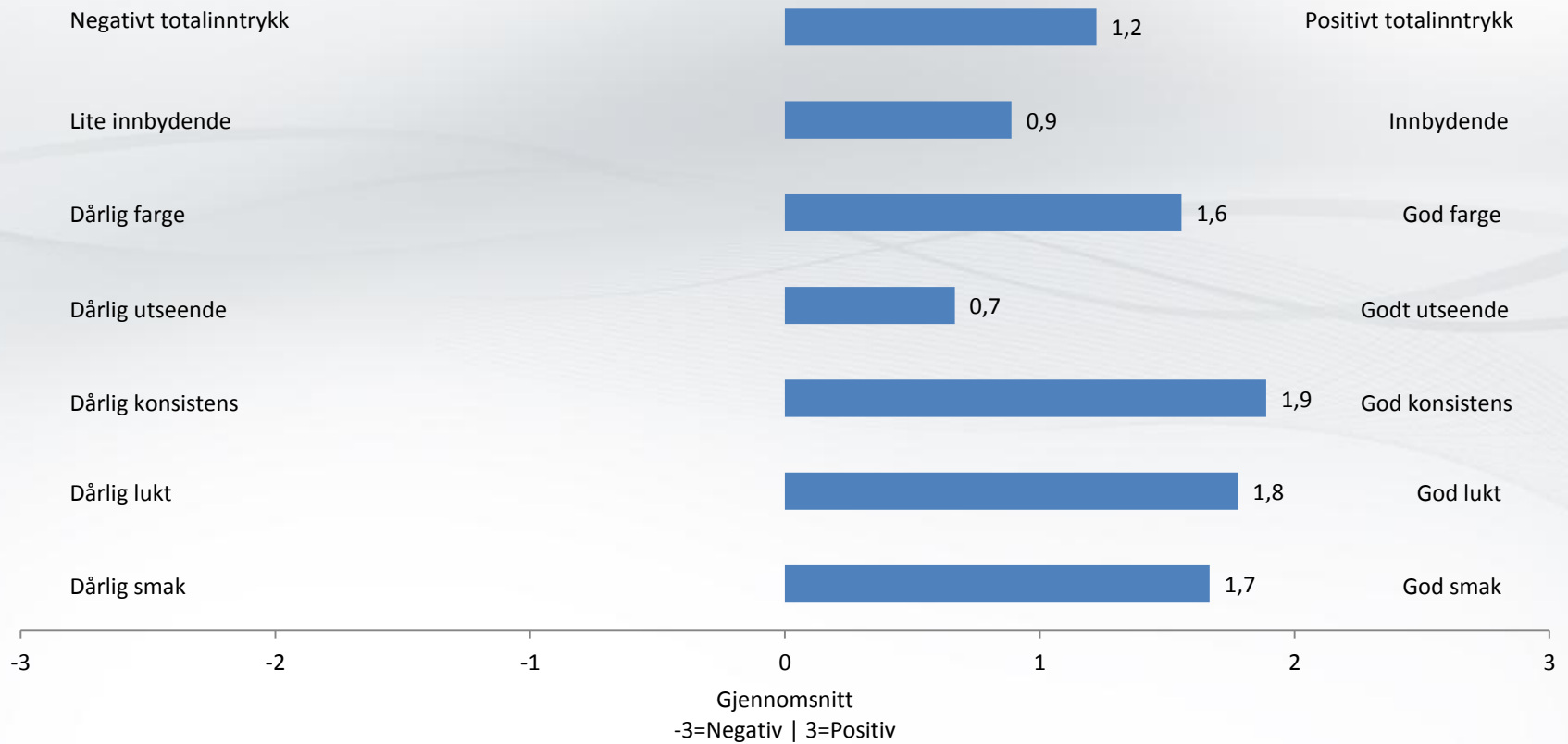
4. Resultater storkjøkken

Egenskaper rå (n=9)



4. Resultater storkjøkken

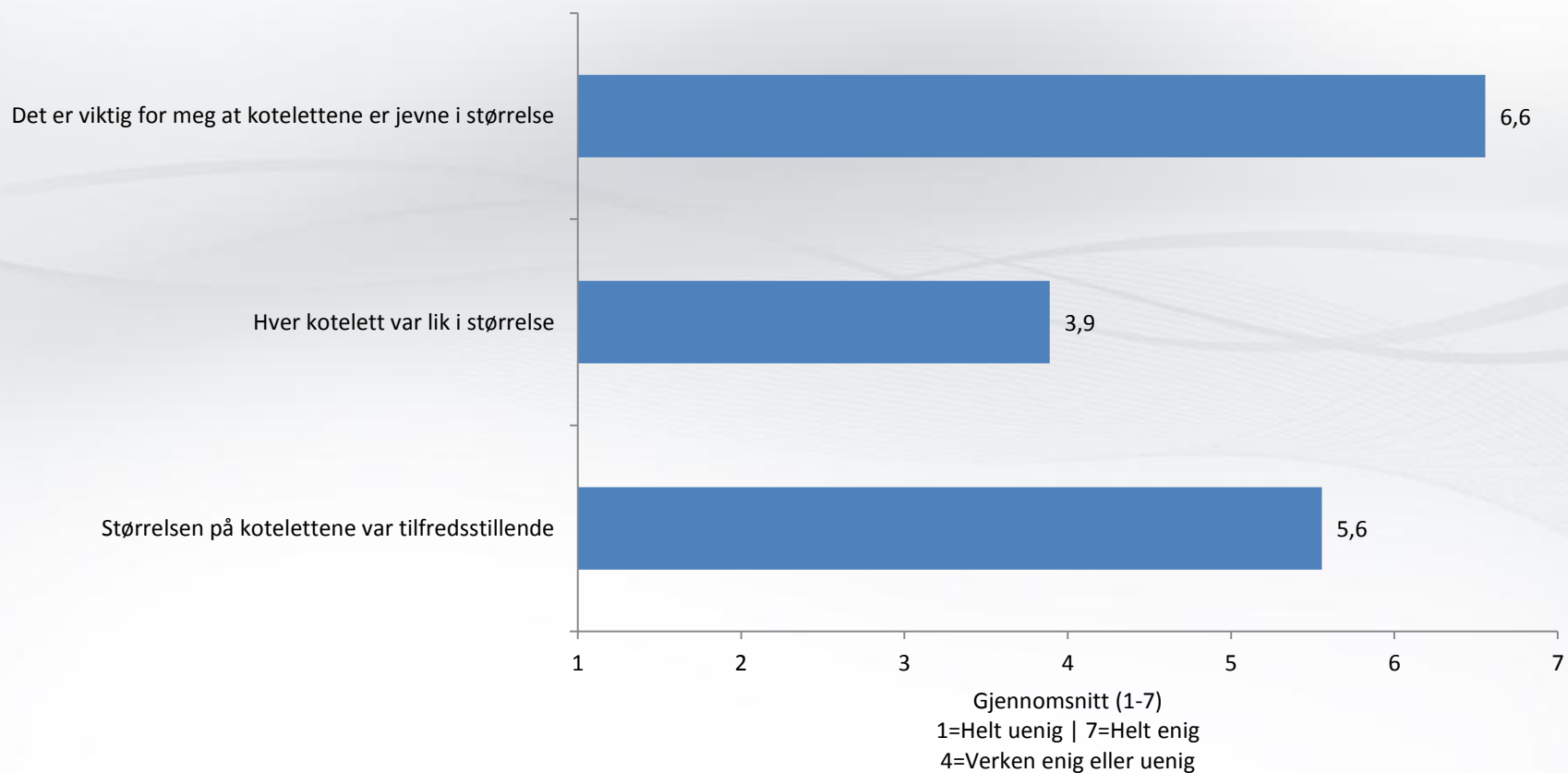
Egenskaper tilberedt (n=9)



4. Resultater storkjøkken

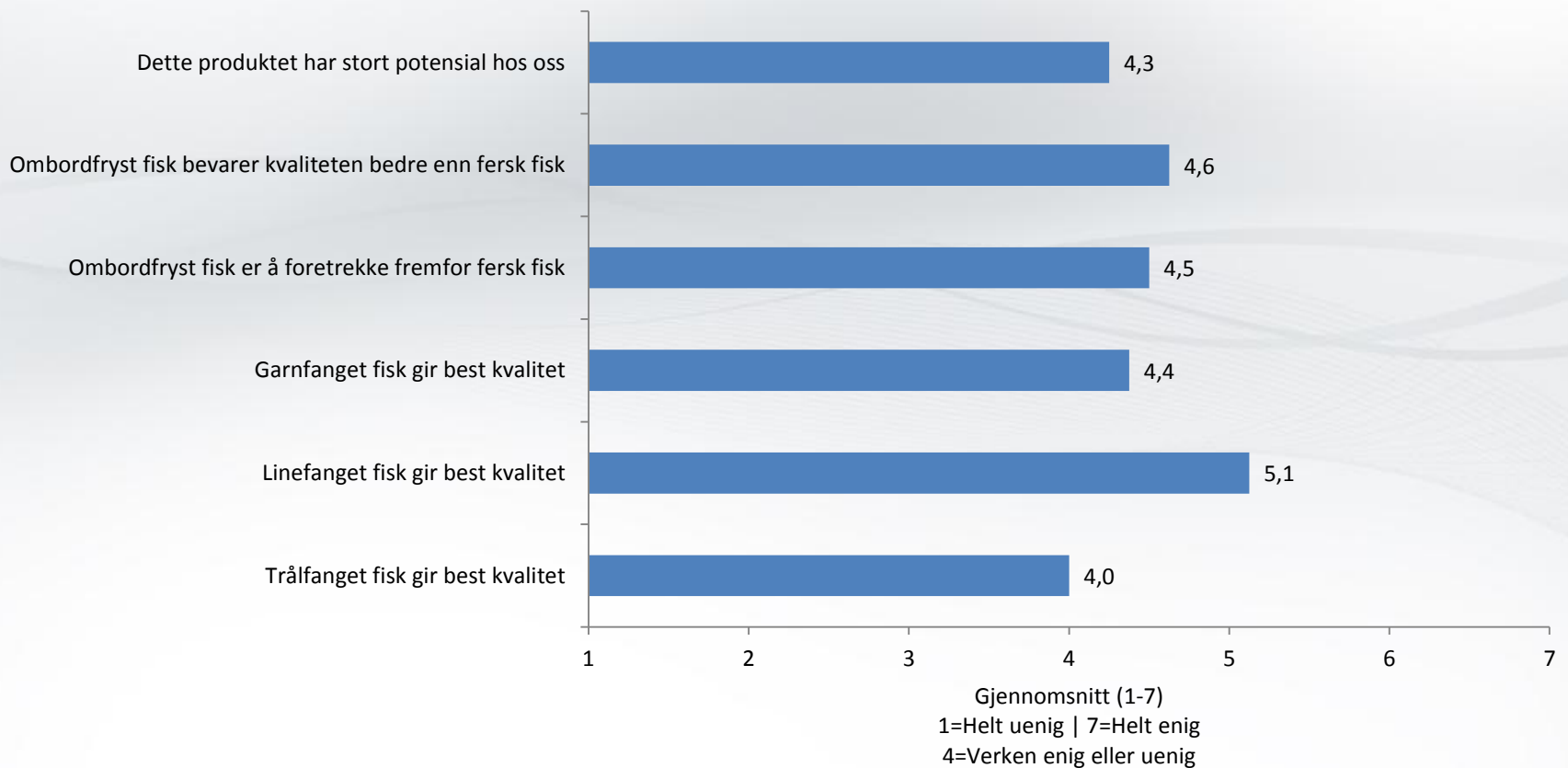
Storkjøkken mener hver kotelett bør være **ca. 200 gram** (gjennomsnitt av ni svar), eller mellom 95 og 300 gram.

Påstander om størrelse (n=9)



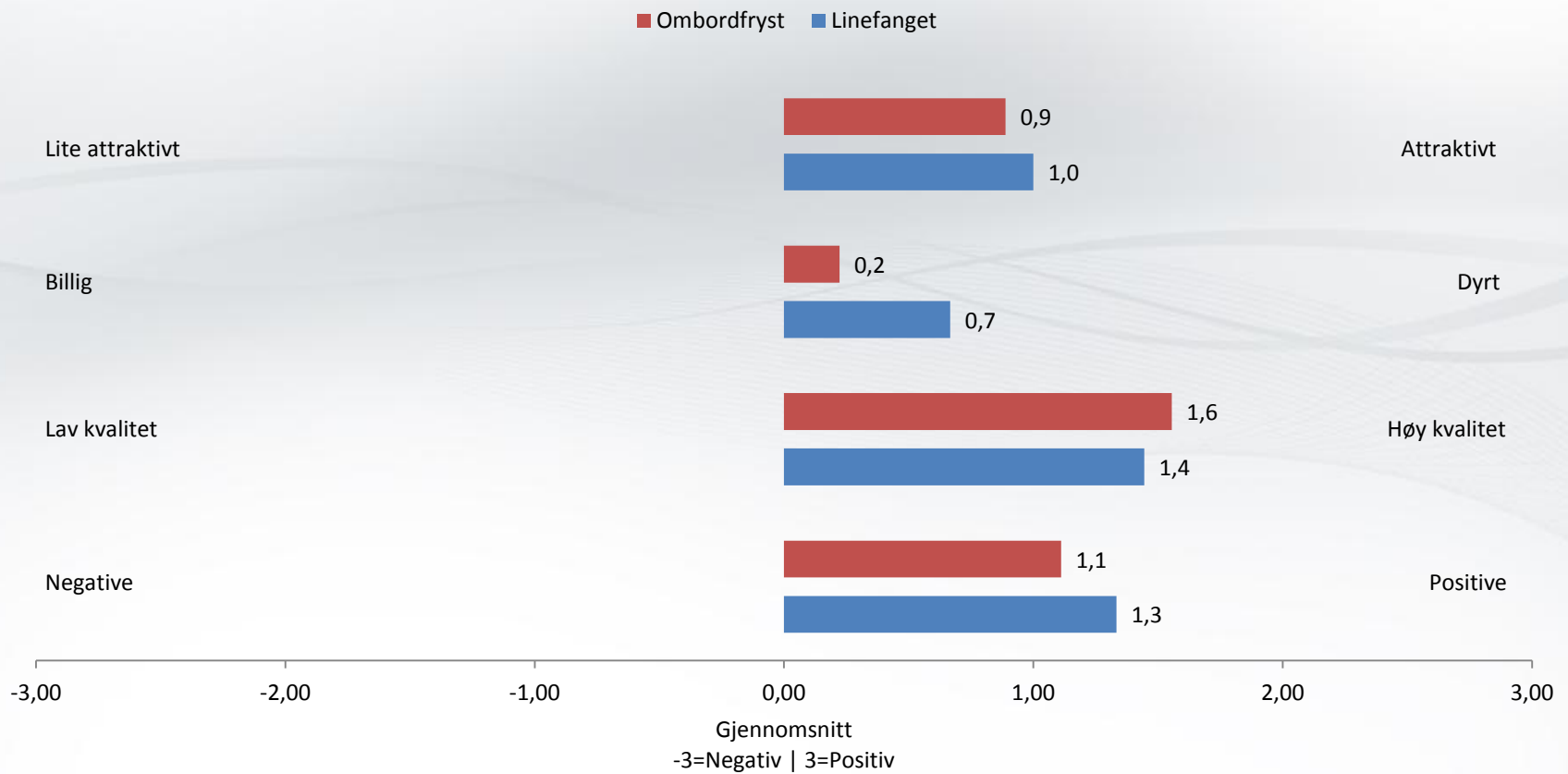
4. Resultater storkjøkken

Påstander (n=9)



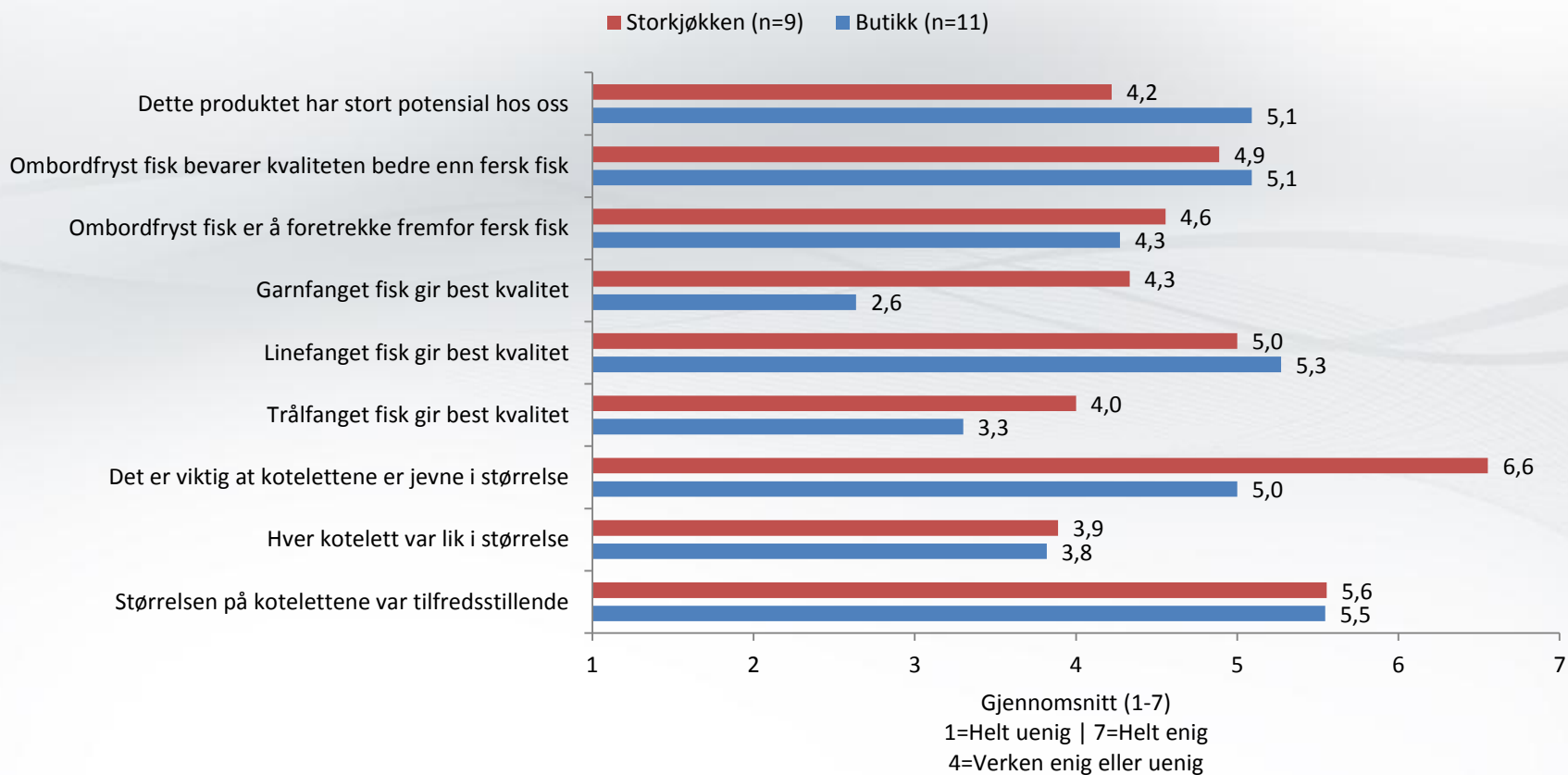
4. Resultater storkjøkken

Assosiasjoner til begrepene "ombordfryst" og "linefanget" (n=8)



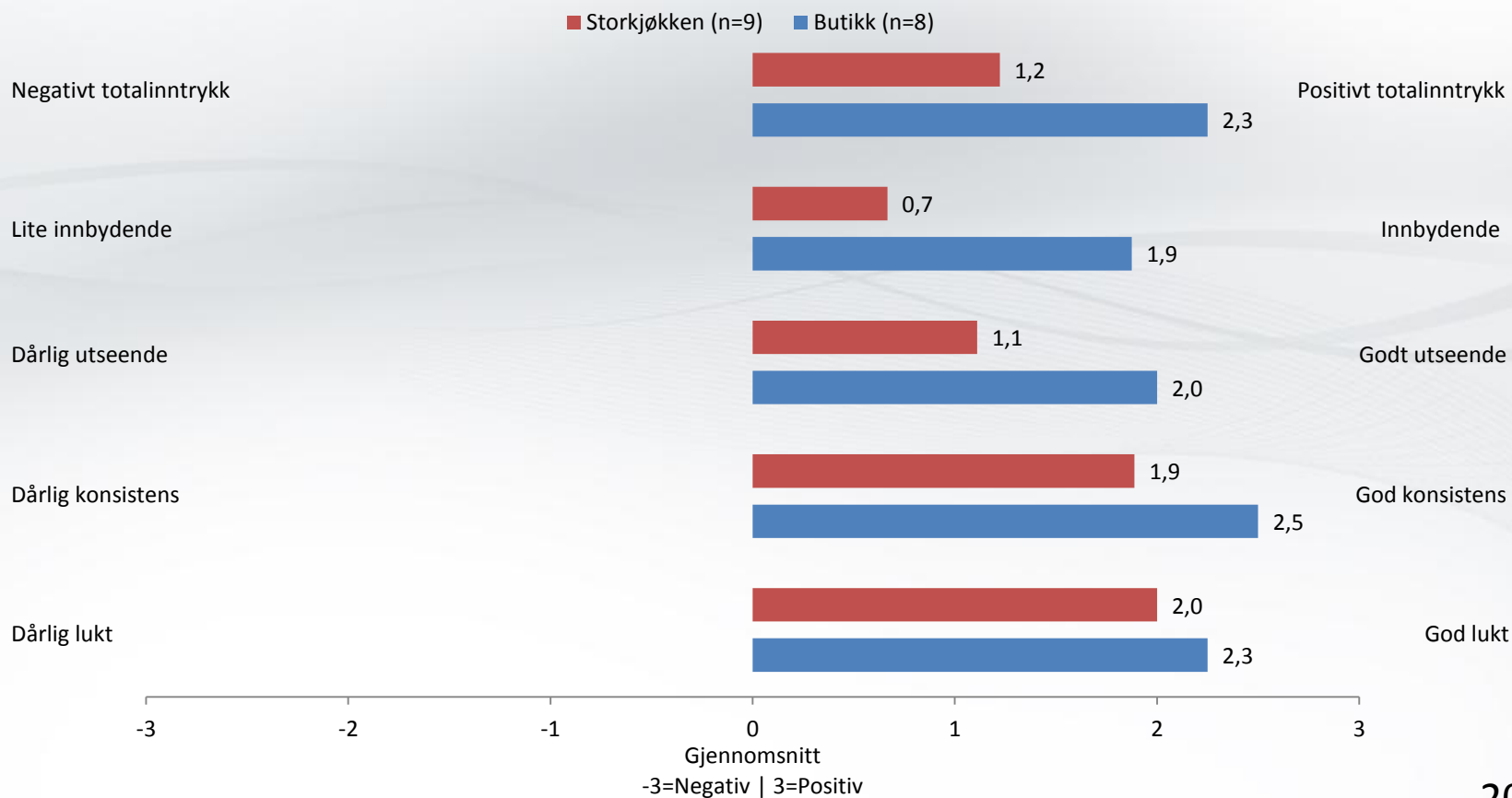
5. Sammenlignbare resultater

Sammenligning av svar på påstander på bakgrunn av type respondent



5. Sammenlignbare resultater

Sammenligning vurderinger av egenskaper i rå tilstand



6. Diskusjon / forslag til posisjonering

Gjennomgangen av resultatene ovenfor viser at produktet ble godt mottatt i markedet, både blant butikker og storkjøkken. Den noe lave responsraten kan muligens forklares med at respondentene mottok produktprøvene sent i november. Dette er en periode som preges av forberedelser og økt aktivitet til jul, både i butikker og storkjøkken. Dette tatt i betraktning, samt avkortet prosjektperiode med én måned grunnet lang søknadsbehandling og derav forsinket oppstart, har prosjektet likevel oppnådd gode resultater.

På påstanden «*Dette produktet har stort potensial hos oss / i min butikks frysedisk*» er det en vesentlig forskjell mellom svarene fra butikker og storkjøkken. Butikker er gjennomsnittlig mer enig i denne påstanden enn storkjøkken. Butikker er samtidig mindre enig i påstanden «*Det er viktig at kotelettene er jevne i størrelse*» enn storkjøkken. Med andre ord anser storkjøkken det som viktigere enn butikker at kotelettene er jevne i størrelse. Disse to observasjonene kan være en indikasjon på at det største potensialet ligger i dagligvarebutikkers frysedisk. At butikker tilsynelatende mener det er mindre viktig med jevn størrelse åpner dessuten for at kappe- og pakkeprosessen kan gjøres forholdsvis enkel, og uten utstrakt behov for sortering.

Butikker assosierer begrepet «ombordfryst» med dyrt i større grad enn storkjøkken. Når det gjelder andre assosiasjoner både til begrepet «ombordfryst» og «linefanget» svarer butikker og storkjøkken nokså likt. Begge har generelt positive assosiasjoner til begrepene, og anser begrepene å kunne knyttes til høy kvalitet og som attraktiv.

6. Diskusjon / forslag til posisjonering

Det er relativt større enighet om påstanden som sier at «Linefanget fisk gir best kvalitet» i forhold til garn- og trålfanget fisk. Begrepet «Linefanget» kan derfor med fordel brukes aktivt i markedsføringen. Butikker er forholdsvis mer enig i påstanden enn storkjøkken.

Sammenligner en evalueringene av produktegenskaper i rå tilstand mellom butikk og storkjøkken kommer det frem at butikker over det hele er mer positive enn storkjøkken. Forskjellen er størst på egenskapen «*Lite innbydende – innbydende*», hvor storkjøkken er vesentlig mindre positiv. Det samme gjelder for egenskapen *Utseende*. På spørsmål om å evaluere totalinntrykk er også forskjellen relativt betydelig.

Torskeloins (skinn- og beinfri), fersk og fryst hel / filet av torsk, ferske torskekoteletter, fersk laks og andre kotelettprodukter pekes på som største konkurrenter blant storkjøkken. Sjømatrestauranter spesielt bruker ofte utelukkende fersk fisk, og dette produktet vil derfor med sannsynlighet ikke være egnet i slike restauranter. Kroer og mer tradisjonelle restauranter og serveringssteder kan imidlertid være aktuelle kjøpere av produktet. Butikker peker på filet- og porsjonsprodukter og lettsaltede varianter som største konkurrenter, produkter som kanskje krever mindre av brukerne ved tilberedning. Også tilsvarende produkter fra større merkevarer pekes på som konkurrerende produkter.

6. Diskusjon / forslag til posisjonering

Et segment det ikke er tatt hensyn til i denne undersøkelsen er institusjons- eller produksjonskjøkken, som for eksempel ved sykehus, sykehjem, eldrecentre og omsorgsboliger. Slike kanaler bør undersøkes da disse potensielt kan omsette store kvantum.

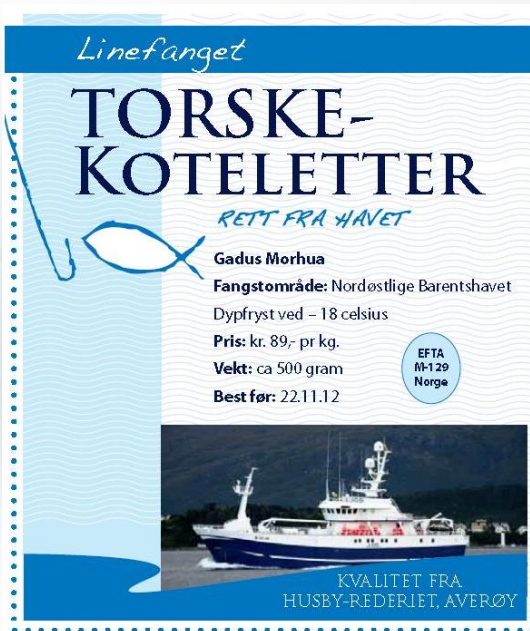
På bakgrunn av diskusjonen ovenfor anbefales det å undersøke nærmere mulighetene for å introdusere produktet som butikkferdig frossenprodukt i utvalgte butikker og kjeder, og kanskje særlig i butikker som her har vist størst interesse og gitt positive tilbakemeldinger. Et annet potensial kan også være institusjons- og produksjonskjøkken, og en naturlig videreføring av prosjektet vil være å undersøke dette nærmere.

Det foreslås videre å utvikle samarbeidet med LM Trading i Kristiansund hvis mulig. Det vil være i tråd med intensjonene om et gjensidig godt samarbeid i verdikjeden fra fangst til marked på Nordmøre, som lå til grunn ved initieringen av prosjektet. Et samarbeid har samtidig potensial til å forenkle lanseringen av produktet «Torskekoteletter rett fra havet» gjennom å utnytte LM Tradings nettverk.

Vedrørende pris for produktet i butikkferdig emballasje baseres en «kvalifisert gjetning» dels på substitutter i markedet og dels på prisrangeringen gjennomført blant åtte ansatte ved Møreforskning Marin. Rangeringen (Vedlegg III) viser en gjennomsnittlig betalingsvillighet mellom 90 og 110 kr/kg (krysningspunkt ca. ved 100 kr/kg). Gjennomsnittlig pris for alle produktene i Vedlegg II er 107 kr/kg. I prosessen med prisfastsetting må naturligvis også kostnadene tas med i beregningen, samt påslag for butikkenes margin.

Vedlegg I

- Svarskjema -



Utfyllt av:

Navn:

Bedrift:

E-post:

Telefon:

Dato:

Husby-rederiet på Averøy introduserer nå et nytt produkt av ombordfryst linefanget torsk:

“Torskekoteletter rett fra havet”

I forbindelse med introduksjonen ønsker Husby-rederiet tilbakemeldinger på produktprøver, og har derfor engasjert Møreforskning Marin i arbeidet med å samle inn evalueringer fra ulike markedsaktører.

Du har bekreftet at du ønsker å delta i denne evalueringen, og vil motta en produktprøve de nærmeste dagene. Vi ber om at produktprøven evalueres på punktene i dette svarskjemaet. Les derfor gjennom skjemaet før du avgir din evaluering.

Tilbered gjerne fisken på flere måter.

På forhånd takk for dine svar!

Utfyllt svarskjema sendes:

Møreforskning MARIN
v/ Bjørn Tore Nystrand
P.b. 5075
6021 Ålesund

eller E-post:
bjortore@mfaa.no

Ved spørsmål, ta kontakt med Bjørn Tore Nystrand (Møreforskning Marin):

Telefon 70 11 16 27

E-post bjortore@mfaa.no

Tusen takk for hjelpen!

Vedlegg I

1. Hvordan vil du vurdere følgende egenskaper ved produktet (i opptint, rå tilstand)?
På en skala fra 1 til 7, med 4 som nøytral. Ett kryss per linje.

	1	2	3	4	5	6	7	
Dårlig lukt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	God lukt
Dårlig konsistens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	God konsistens
Dårlig utseende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Godt utseende
Lite innbydende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Innbydende
Totalinntrykk opptint rå kotelett								
Negativt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Positivt

2. Hvordan tilberedte du torskekotelettene?
Eks. kakte den, dampet den, posjerte den, osv.

3. Hvordan vil du vurdere følgende egenskaper ved produktet (i tilberedt tilstand)?
På en skala fra 1 til 7, med 4 som nøytral. Ett kryss per linje.

	1	2	3	4	5	6	7	
Dårlig smak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	God smak
Dårlig lukt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	God lukt
Dårlig konsistens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	God konsistens
Dårlig utseende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Godt utseende
Dårlig farge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	God farge
Lite innbydende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Innbydende
Totalinntrykk etter tilbereding								
Negativt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Positivt

4. Til hvilke bruksområder mener du torskekoteletter egner seg best?

5. Med tanke på størrelsen til torskekotelettene, hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?
Ett kryss per linje.

	Helt uenig	Uenig	Noe uenig	Verken enig eller uenig	Noe enig	Enig	Helt enig
Størrelsen på kotelettene var tilfredsstillende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hver kotelett var lik i størrelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er viktig for meg at kotelettene er jevne i størrelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Hvor stor mener du at hver kotelett bør være?
Angi vekt i gram.

7. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?
Ett kryss per linje.

	Helt uenig	Uenig	Noe uenig	Verken enig eller uenig	Noe enig	Enig	Helt enig
Trålfanget fisk gir best kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linefanget fisk gir best kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garnfanget fisk gir best kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ombordfryst fisk er å foretrekke fremfor fersk fisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ombordfryst fisk bevarer kvaliteten bedre enn fersk fisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dette produktet har stort potensial hos oss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Hvilke assosiasjoner gir begrepet "linefanget" fisk deg?
På en skala fra 1 til 7, med 4 som nøytral. Ett kryss per linje.

	1	2	3	4	5	6	7	
Negative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Positive
Lav kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Høy kvalitet
Billig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dyrt
Lite attraktivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Attraktivt

9. Hvilke assosiasjoner gir begrepet "ombordfryst" fisk deg?
På en skala fra 1 til 7, med 4 som nøytral. Ett kryss per linje.

	1	2	3	4	5	6	7	
Negative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Positive
Lav kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Høy kvalitet
Billig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dyrt
Lite attraktivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Attraktivt

Vedlegg I

10. Hvor ofte serverer dere fisk og sjømat som hovedrett i snitt per uke?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Når vil det være mest aktuelt for deg å bruke dette produktet?

Hele året

Annet

Beskriv

12. Hvilket fiskeprodukt mener du vil være største konkurrent for dette produktet?
Eks. fersk filet av torsk, fryst hel torsk, osv.

13. Til slutt, hvor sannsynlig eller usannsynlig er det at du vil kjøpe dette produktet?

Svært usannsynlig	Usannsynlig	Verken sannsynlig eller usannsynlig	Sannsynlig	Svært sannsynlig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tusen takk for hjelpa!

Vedlegg II

Coop OBS Hypermarked	Kvantum	Pris/kg	Produsent	Emballasje
Torskeskiver i pose	ca 1 kg	60,-	Baccalofabrikken	Gjennomsiktig pose/nøytral merking
Norsk sjøfrossen filet u/skinn singelfryst	2,9-3,1 kg	63	Brødrene Sperre	Kartong
Torskefilet	500 gr (4*125g)	79,80	Lerøy	Torskeremse (som laks)
Lettsaltet torsk	400 g	187,25	Findus	Blå pose
Torseloins	520 g(4*130g)	115,19	Lerøy	Torskeremse (som laks)
Røkt torsk	500 g	119,20	Lofoten	Vakuumpakket gjennomsiktig pose
Lettsaltet torsk	500 g	111,80	Lofoten	Vakuumpakket gjennomsiktig pose
Koktorsk ryggfilet	600 g	125,-	Coop	Blå pose
Torskefilet	400 g	89,75	Coop	Kartong
Torsk	400 g	49,50	Coop	Kartong
Torsk XL	300 g	165,33	Findus	Kartong
Torsk i blokk	400 g	129,75	Findus	Kartong
Gourmet Torsk	400 g	131,50	Findus	Kartong
Koketorsk	600 g	-	Findus	Blå pose

Vedlegg II

Ica Maxi				
	Kvantum	Pris/kg	Produsent	Emballasje
Norsk sjøfrossen filet u/skinn singelfryst	2,9-3,1 kg	76,33	Br Sperre	Kartong
Ica Torskefilet i remse	500 g (4*125g)	108,-	Ica	Torskeremse (som laks)
Torskefilet	400 g	57,25	Euroshopper	Kartong
Torsk i blokk	400 g	148,-	Findus	Kartong
Gourmet Torsk	400 g	142,75	Findus	Kartong
Torsk XL	300 g	162,67	Findus	Kartong
Kiwi				
Torskefilet	800 g	45,94	First Price	Pose, ikke gjennomsiktig
Filetblokk	400 g		Fiskemannen	Kartong
Torsk i blokk	400 g		Findus	Kartong
Gourmet Torsk	400 g		Findus	Kartong
Torsk XL	300 g		Findus	Kartong

Vedlegg II

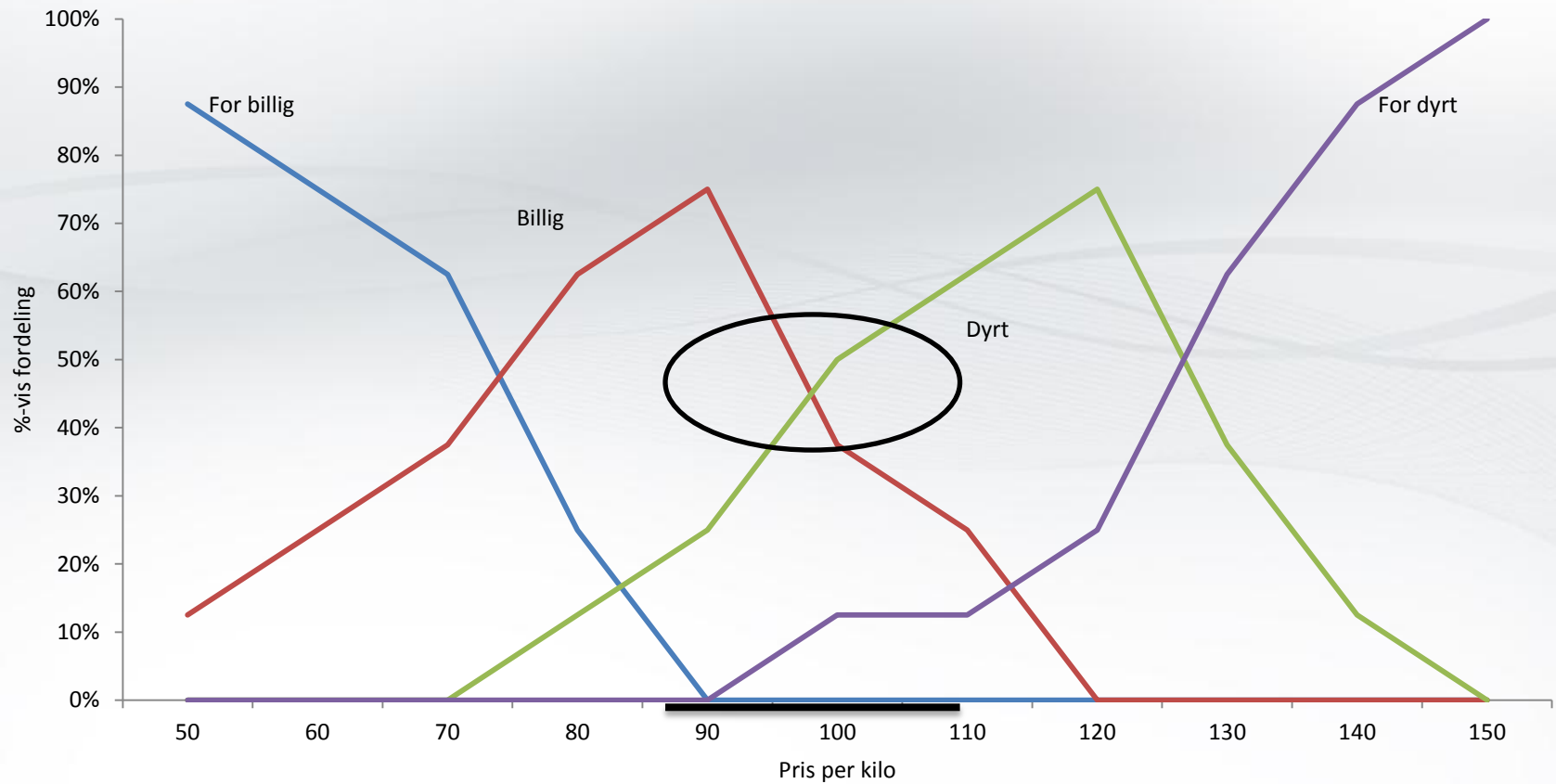
Meny	Kvantum	Pris/kg	Produsent	Emballasje
Filet i blokk	400 g	59,75	Fiskemannen	Kartong
Koketorsk ryggfilet loins	400 g	111,25	Fiskemannen	
Porsjonsstykker	1 kg	109,8	Fiskemannen	Kartong
Lettsaltet torsk i pose	400 g	194,75	Findus	Pose
Lettsalta torskfilet	500 g	105,8	Fiskemannen	Pose
Loins av skrei "Høykvalitets torskeloins skrei" skinn og beinfri NORGE	600 g	174,-	Jacobs utvalgte	Kartong
Rema 1000				
Filet i remse	500 g (4*125g)	79,8	Godehav Lerøy	Torskeremse (som laks)
Torsk i blokk u/ skinn og bein	400 g	50,-	Lerøy	Kartong
Steketorsk	500 g	104,-	Godehav	Pose noe gjennomsiktig
Premium Torsk	300 g	166,33	Godehav	Kartong
Norsk sjøfrossen filet u/skinn singelfryst	2,9-3,1 kg	66,10	Brødrene Sperre	Kartong

Vedlegg II

Bunnpris				
	Kvantum	Pris/kg	Produsent	Emballasje
Torskefilet blokk	400 g		Fiskemannen	Kartong
Torskefilet	800 g	52,37	First Price	Pose
Spar				
Filet av torsk i kartong	3 kg	96,33	Longvafisk	kartong
Torsk *2 eller 3			Findus	

Vedlegg III

Betalingsvillighet for butikkferdig produkt (n=8)





MØREFORSKING

MØREFORSKING MARIN
Postboks 5075, NO-6021 Ålesund

Telefon +47 70 11 16 00
Telefaks +47 70 11 16 01

epost@mfaa.no
www.moreforsk.no



HØGSKOLEN I ÅLESUND

HØGSKOLEN I ÅLESUND
Serviceboks 17, NO-6025 Ålesund

Telefon +47 70 16 12 00
Telefaks +47 70 16 13 00

postmottak@hials.no
www.hias.no