

Sjømat i norske husholdninger: Betydningen av holdninger, normer og forbruksbarrierer¹⁾

Svein Ottar Olsen

En landsomfattende forbrukerundersøkelse av sjømat i norske husholdninger viser at på tross av at fiskeforbruket i Norge har sunket de senere år, liker mange fisk og verdsetter det som et godt måltid. Våre data indikerer at motstand fra en eller flere i familien virker negativt inn på fiskeforbruket, men dette blir ofte kompensert av husmorens moralske forpliktelse til å gi seg selv og sin familie et sunt og variert kosthold. Uten disse moralske normene hadde sannsynligvis fiskeforbruket i Norge hatt en enda dårligere utvikling. I denne undersøkelsen er det også høy korrelasjon mellom kvalitet og tilberedning på den ene siden og interesse for og forbruk av fisk på den andre.

Undersøkelsen viser også at det er stor avstand mellom hva forbrukerne mener med "optimal kvalitet" på fisk og det tilbudet de presenteres for i frysediskene og ferskvarediskene i norsk dagligvarehandel. I så måte er det et betydelig forbedringspotensiale på produkt- og kvalitetssiden i det norske marked. Med dagens konkurranse innen matvaresektoren er det ikke tilstrekkelig at forbrukerne liker fisk godt. De må også presenteres for et tilbud av lett tilgjengelige produkter som gir dem en "svært god" middagsfølelse.

Antall undersøkelser som belyser forbruker-aspekter relatert til fisk (preferanser, tilfredshet, kunnskapsbehov etc.) er beskjedent. Det som kjennetegner eksisterende statistikk og analyser av norske forbruksdata av fisk, er at de ønsker en mest mulig eksakt beskrivelse av det gjennomsnittlige forbruket (Berge, 1996). Siden betydelige mengder fisk omsettes utenfor offisielle kanaler, og dermed ikke blir registrert, gjør dette det vanskelig å kvantifisere og forklare det norske fiskeforbruket. Enkelte undersøkelser tyder på at fiskeforbruket har gått tilbake i Norge de siste 30 årene (Døving, 1997; Statens Ernæringsråd). Men bildet er ikke entydig. Noen produktgrupper har vokst, mens mer tradisjonelle fiskeprodukter har vært på retur. De data som blir presentert i vår undersøkelse støtter opp under dette. Over 60% var enige i påstanden om at de spiste mindre fisk nå enn de gjorde for to år siden. Bare 20% hadde den motsatte oppfatning - noe som kan tyde på at disse har økt sitt forbruk. Det kan derimot være en trøst at omlag 80% av husholdningene var mer eller mindre enige i påstanden om at de burde spise mer fisk til middag. Siden et stort flertall tydeligvis har et ønske om å øke sitt fiskefor-

bruk, er det derfor viktig å få kartlagt hvilke barrierer som hindrer dem i å gjøre dette.

Det kan være av stor betydning å kjenne til markedsstørrelse og -utvikling, men for markedsførings- og produktutviklingsformål er det vel så interessant å forklare de variasjonene i forbruk av fiskeprodukter som denne og andre undersøkelser har funnet. Hvorfor spiser noen lite fisk, mens andre nærmest spiser fisk daglig? Hva kan vi gjøre for at individer og husholdninger skal fatte større interesse for fisk som middagsmat?

For drøyt 10 år siden gjennomførte vi den første analysen i Norge omkring disse spørsmålene: "Sjømat i norske husholdninger: Forskjeller i holdninger og forbruk" (Olsen, 1989). Etter dette har tilsvarende undersøkelser blitt gjennomført i Danmark (Grunert *et al.*, 1995) og i Norge (Døving, 1997; Myrland *et al.*, 1998). Undersøkelsene viser at det er store variasjoner i forbruk mellom individer, og at det i størst grad er de personlige preferansene (særlig målt ved variabelen liker/likes ikke) som er avgjørende (Døving, 1997; Olsen, 1989). I tillegg er kunnskap om tilberedning (Olsen, 1989; Grunert *et al.*, 1995), opplevd tilgjengelighet av fersk fisk, familiepreferanser og husholdningsstruktur (Olsen, 1989; Myrland *et al.*, 1998) sentrale

forklaringsfaktorer. Blant de eksterne forklaringsfaktorene, er det alder og region/bosted som har størst forklaringskraft (Døving, 1997; Myrland *et al.*, 1998; Olsen, 1989).

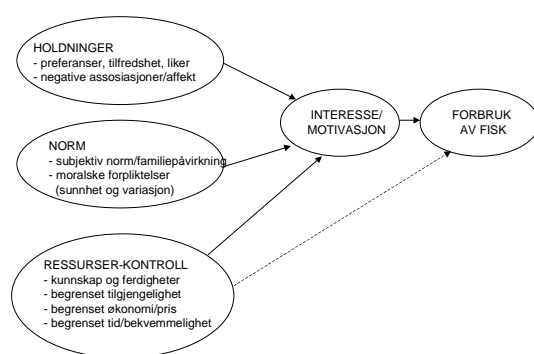
Avgrensning og modell

Sommeren 1998 gjennomførte vi en landsomfattende spørreskjemaundersøkelse relatert til fiskeforbruket i Norge. I forkant av denne undersøkelsen gjennomførte vi en kvalitativ undersøkelse av hvilke assosiasjoner et lite utvalg forbrukere hadde til fisk og hva som fremmet og begrenset deres forbruk (Olsen, 1998). Koblet sammen med resultatene fra tidligere undersøkelser og teori om spisevaner (Shepherd, 1994), identifiserte vi (mulige) sentrale forklaringsfaktorer. Samlet ble disse resultatene lagt til grunn for utformingen av en analysemodell og ved utviklingen av spørsmålene til den landsomfattende postale spørreskjemaundersøkelsen.

Flere av de nevnte studier viser at nærmest alle forbrukere oppfatter fisk som sunt (Grunert *et al.*, 1995; Olsen, 1989). Etter som også personer som ikke spiser fisk har samme oppfatning som de som spiser mye fisk, gir ikke sunnhet i seg selv noen forklaring på variasjonen i forbruket. På den annen side vet vi fra flere studier at smak og sunnhet er viktige egenskaper ved fisk - og at sunnhet sannsynligvis er en "driver" av fiskeforbruket. Et sentralt siktemål ved vår undersøkelse var nettopp å vise hvorvidt sunnhet kunne forklare variasjonen i forbruk, og på hvilken måte. I tillegg var det viktig for oss å få en bedre forståelse for hvilke barrierer husholdningene opplever for at de ikke kan få tilfredsstillt sine ønsker om et større forbruk av fisk.

Vi har i dette notatet basert vår analyse på en anerkjent holdningsmodell, på norsk ofte kalt "teorien om planlagt handling" (Ajzen, 1991). Modellen legger vekt på å forklare variasjonen i generell atferd, men vi har videreutviklet modellen slik at den kan egne seg til å forklare variasjonen i forbruk av sjømat i norske familiehusholdninger. Til dette har vi brukt eksisterende kunnskap om forbruk av fisk (Olsen, 1989; Olsen, 1998) og nyere forskning på teorier om planlagt

atferd (Conner & Amitage, 1998). Modellens utgangspunkt er at holdninger og normer forklarer variasjonen i interesse og motiver for forbruk av fisk. Mens den opprinnelige modellen bruker intensjoner om kjøp som motivasjonsbegrep (Ajzen, 1991), har vi valgt å bruke interesse eller involvering. Modellen antar at enkelte begrensende faktorer (interne faktorer) påvirker motivasjonen og interessen mens andre begrensende faktorer (eksempelvis eksterne barrierer) er mindre motivasjonsbaserte. Vi antar at eksterne faktorene som pris og tilgjengelighet påvirker handlingen direkte (Ajzen, 1991). Modellens hovedkomponenter (faktorer/variabler og relasjoner) er gjengitt i figur 1.



Figur 1 Modell for forklaring av fiskeforbruk

Metode og utvalg

For hver forklaringsfaktor (holdninger, norm, ressurser, kontroll) ble det utviklet en rekke spørsmål eller påstander som den "mat-ansvarlige" i husholdningen skulle ta stilling til. Etter at spørreskjemaet var ferdig utviklet og testet, benyttet vi et markedsanalysebyrå (Gallup) til å rekruttere husholdningene og distribuere spørreskjemaene. Et svært viktig kriterium var å rekruttere et representativt utvalg av norske husholdninger med hovedvekt på familier med barn. Spørreskjemaet ble sendt ut til 2.500 husholdninger som på forhånd var kontaktet på telefon. Omlag 1.450 skjemaer ble returnert i utfylt stand innen fristens utløp. Med en responsrate på 58% uten purring mener vi å

ha god dekning for å påstå at undersøkelsen er representativ og landsdekkende for familiehusholdninger. Ikke alle respondentene svarte på alle spørsmålene som følge av manglende kunnskaper eller relevans. For eksempel hadde ikke alle respondentene barn og spørsmål om barnas preferanser for fisk var derfor irrelevante.

Hver forklaringsfaktor (holdninger, norm, ressurser, kontroll) ble operasjonalisert ved hjelp av påstander som respondentene skulle si seg enige eller uenige i. Svaret skulle avmerkes langs en 7-punktsskala fra -3 (Helt uenig) til +3 (Helt enig). Svaralternativet "Verken enig eller uenig" representerte "midtpunktet" på skalaen. Resultatene ble senere analysert ved hjelp av faktoranalyse og reliabilitetsanalyse. Noen av de påstandene som fremsto som mest pålitelige og relevante for å beskrive våre holdningsmål er gjengitt nedenfor. Etter som flere av faktorene ble målt ved hjelp av 4-5 påstander, har vi i dette notatet begrenset oss til å vise enkelte eksempler på hvilke spørsmål vi har stilt for å måle våre forklaringsvariable.

Begreper og mål på variablene

Individuelle personlige holdninger har vi delt i to begreper. *Tilfredshet* er et uttrykk for forbrukernes egne preferanser, smak og følelser ovenfor det å spise fisk til middag. Dette begrepet ble målt gjennom påstander som for eksempel: "Jeg føler meg svært tilfreds når jeg har fisk til middag" og "Fisk smaker godt". *Negativ affekt* eller emosjoner til fisk tar opp negative assosiasjoner til det å tilberede og spise fisk. Dette begrepet ble målt med påstander som for eksempel: "Jeg avskyr å tilberede fisk som ikke er filetert" og "Fiskebein' .. 'Fiskelukt'.. gjør at jeg mister lysten på å spise fisk". Assosiasjoner som "fisk er kjedelig" og "ekkelig" er nært knyttet opp til dette begrepet.

Middagsmat i norske husholdninger er ofte et sosialt anliggende hvor den som lager maten ikke bare tar hensyn til egne preferanser eller holdninger, men må foreta en avveining mot andre familiemedlemmers preferanser og holdninger. *Subjektiv norm* er en sosial faktor som innbefatter det sosiale presset en person opplever fra andre. Dette kan være venner, familie eller andre i omgi-

velsene. I vår modell er denne faktoren målt ved hjelp av påstander som for eksempel: "En eller flere i vårt hushold ønsker ikke fisk til middag" og "Barna i vårt hushold liker generelt ikke fisk".

Moralske forpliktelser har vist seg å være en sentral forklaringsfaktor i enkelte studier av forbruk og atferd. To eksempler er studier relatert til genmodifisert mat og til skummet melk (Shepherd and Raats, 1996). Vi så dette begrepet som en mulighet til å teste betydningen av fisk som sunn mat gjennom påstander som: "Sunn mat er viktig for meg", "Jeg forsøker å gi min familie ernæringsriktig mat"; "I vårt hjem er det jeg som passer på at vi spiser sunt" og "Det er viktig for meg å ha et variert kosthold".

Vår tidligere undersøkelse (Olsen, 1989) samt en senere undersøkelse (Døving, 1997) viser at svært mange personer i norske husholdninger ønsker å spise mer fisk til middag. Som tidligere nevnt var det ca 80% i denne undersøkelsen som mente de burde spise mer fisk. Det vi vet mindre om, er hvilke barrierer som hindrer personer eller husholdninger i å ha et fiskeforbruk som de ønsker. Sosialt press (norm) kan være en slik barriere. Modellen som er utgangspunktet for vår modell, bruker en forklaringsfaktor betegnet som "*opplevd atferdskontroll*" (Ajzen, 1991). I vår forstudie ba vi et utvalg personer nevne hvilke faktorer de anså som de største hindringene for et økt fiskekonsum. Begrenset tilgjengelighet på fersk fisk eller fisk av god kvalitet, for høy pris, liten kunnskap/vanskelig å tilberede og assosiasjoner omkring tidsforbruk var de faktorene utenom smak og norm som ble nevnt hyppigst. Dette stemmer også med vår tidligere undersøkelse. I vår modell har vi brukt fire ulike variabler som mål på ressurser, erfaringer og barrierer (kontrollfaktorer); kunnskap, tilgjengelighet, pris og tid.

Kunnskap om kvalitet, rensing, klargjøring og tilberedning ble målt ved hjelp av en rekke påstander som for eksempel: "Jeg kan lett vurdere om et fiskeprodukt har god eller dårlig kvalitet" og "Generelt sett er jeg flink til å lage gode fiskemiddager". Vi målte også kunnskap som begrensende faktor ved å spørre respondentene om de følte at "Manglende kunnskap om det å lage fiskemiddager gjør det vanskelig å spise fisk så ofte som jeg ønsker".

Tilgjengelighet ble målt ved påstander som: "Manglende tilgjengelighet på fersk fisk..." "fisk av god kvalitet" .. gjør det vanskelig for meg å spise fisk så ofte jeg ønsker". *Pris* eller økonomiske begrensninger ble målt ved hjelp av påstander som: "For høy pris på fisk"..."Husholdningens økonomiske situasjon"... gjør det vanskelig for meg å spise fisk så ofte som jeg ønsker". *Begrenset tid* eller bekvemmelighet ble målt som: "Mangel på tid til å forberede og lage ..."oppvask og etterarbeid"... gjør det vanskelig for meg å spise fisk så ofte som jeg ønsker".

Basert på vår utgangsmodell har vi utviklet en mellomliggende motivasjonsvariabel. Denne variabelen har vi målt som grad av *interesse (involvement)* for å bruke fisk som middagsmat: "Fisk er en viktig del av mitt kosthold" og "Jeg er flink til å variere med fisk". Dette begrepet var i vår analyse nært beslektet med fisk som vane ("faste fiskedager", "spiser fisk regelmessig over hele året"). Vi anser motivasjon og interesse som en vesentlig forklaringsfaktor fordi den *direkte* påvirker forbruket av fisk.

Forbruket av fisk ble målt ved hjelp av ni spørsmål relatert til gjennomsnittlig forbruk av fersk og frosset fisk og fiskemat til hjemmebruk det siste året. For de ulike produktgruppene ble respondenten oppfordret til å anslå sitt gjennomsnittlige forbruk på en 9-punkts skala fra "3 eller flere ganger pr uke" til "aldri". Som forventet fant vi betydelige variasjoner i forbruket. De med lavest forbruk spiste fisk eller fiskeprodukter en gang pr halvår eller sjeldnere, mens andre spiste fisk eller fiskemat sju dager i uka. Det gjennomsnittlige forbruket av fisk og fiskemat var ca. 2 fiskemiddager i uka. For eksempel oppgav ca 25% at de hadde spist to fiskemiddager og to middager av fiskemat i løpet av de siste 14 dagene før de besvarte skjema. I løpet av de samme 14 dagene svarte 17% at de ikke hadde spist fisk og 12% at de ikke hadde spist fiskemat. Dette er i samsvar med tidligere representative undersøkelser (Døving, 1997).

For å teste hvorvidt de enkelte påstandene kunne representere de ulike underliggende begrepene eller dimensjonene, benyttet vi faktoranalyse (Prinsipal komponent analyse - varimax rotasjon). Resultatene fra disse analysene viser at de ulike begrepene kom

frem som ulike faktorer i henhold til våre forventninger. Vi gjennomførte videre reliabilitetsanalyser for å teste påliteligheten av de ulike faktorene eller begrepene. Som mål på pålitelighet benyttet vi "Cronbachs alpha" - der høy verdi (0.6 - 0.90) indikerer høy pålitelighet. Våre alpha-verdier varierte mellom 0.71 (sosial norm) og 0.93 (tilgjengelighet). Flere sentrale begreper som tilfredshet og kunnskap hadde alpha verdier opp mot 0.9.

Multipel regresjon som analysemetode

I våre analyser ønsket vi å få frem variasjonen i interesse og forbruk og til dette formålet har vi benyttet multipel regresjon. Et av formålene med regresjonsanalysen var å vise hvor stor andel av variasjonen i den avhengige variabelen (interesse eller forbruk) som kunne forklares ved hjelp av de uavhengige variablene i modellen (holdninger, norm osv). Det er vanlig å betegne forklart varians med R^2 . Vi ønsket å få R^2 så høy som mulig - helst opp mot 50% for holdningsvariablene, og opp mot 25% når det gjelder samsvar mellom holdning/interesse og handling (forbruk). For å forstå betydningen de enkelte variablene (for eksempel tilfredshet) har for å forklare variasjonen i interesse og forbruk, bruker vi standardiserte måltall som kalles "beta-koeffesienter". En høy beta-verdi indikerer stor effekt. For at en variabel skal ha merkbar (signifikant) innvirkning på interesse eller forbruk burde den i vår analyse være 0.06 eller større.

Hva påvirker vår interesse for fisk

En vesentlig forutsetning for at husholdninger ønsker å spise fisk til middag, er at de har interesse for fisk som mat og er motivert til å bruke fisk i sine middagsretter. Vi har derfor i vår modell brukt interesse for fisk som en mellomliggende variabel for å forklare variasjonene i forbruk. Omlag 50% av husholdningene oppfattet fisk som en viktig del av sitt kosthold, mens fisk var mindre

viktig for ca 20% av husholdningene. De resterende 30% vurderte fisk som litt viktig og disse var også mer ambivalente enn de som enten var svært interesserte eller uinteresserte i fisk. Husholdninger som hadde størst interesse for fisk som middagsmat, var også flinke til å variere med fisk.

Preferanser og affekt

En stor andel av de som fylte ut spørreskjemaene var tilfreds med fisk som middagsmat. Omlag 50% av de spurte mente at fisk var svært godt, mens det bare var 10% som ikke likte fisk. Det er imidlertid store forskjeller i preferansene dersom vi spør husholdningene om preferanser og smak på ulike typer av fisk. Mens nesten alle likte "superfersk fisk" svært godt, var vurderingene av fiskepinner og frossenfisk forbundet med betydelig større variasjon i opplevelsene. Vi vil i en annen analyse gå nærmere inn på forskjeller i preferansene for fersk og frosset fisk (Olsen og Kristofferen, *in prep.*). Der vil det blant annet fremgå at norske husholdninger ikke er tilfreds med kvaliteten og tilgjengeligheten på fisk. Misnøyen er størst for frosset fisk kjøpt i butikk. Men også den ferske fisken har et betydelig kvalitetspotensiale dersom vi måler potensialet som forskjellen mellom den fisken de finner i dagligvarehandelen/fiskebutikkene og de opplevelser de vet kvalitetsfisk eller "superfersk fisk" kan gi. Det er også en betydelig positiv sammenheng mellom preferanser og interesse for fisk.

Omlag 60% av våre respondenter oppfattet ikke fiskebein og fiskelukt som negativt. En gruppe på ca 30% oppfattet fiskebein som et problem mens 1 av 6 opplevde at fiskelukt gjør at de mister lysten på å spise fisk. Våre data bekrefter at negativ affekt fører til en signifikant negativ påvirkning på interessen for fisk som middagsmat. Med andre ord slår ting som fiskebein, fiskelukt og andre negative assosiasjoner til fisk helt klart ut i negativ interesse for fisk i norske husholdninger. Selv om effekten er mindre enn de fleste andre faktorer vi har vurdert, er den alvorlig nok for de det gjelder. Den er betydelig større blant yngre enn eldre. Samtidig viser våre data at den er spesielt avgjø-

rende for interessen for fisk i husholdninger med barn.

Påvirkning fra familie versus moralske forpliktelser

Tidligere studier omkring matvalg har vist varierende betydning av sosial norm (Shepherd & Sparks, 1994). I norske husholdninger er middagsmat fortsatt et fellesanliggende i de fleste hjem. På spørsmål om det ved enkelte anledninger blir laget to eller flere middager i husholdningene (på grunn av ulike preferanser), var det kun 10% som var enige i denne påstanden. Derimot var over 40% mer eller mindre enige i påstanden om at "en eller flere i vårt hushold ønsker ikke fisk til middag". Det var først og fremst barna respondentene mente at ikke likte fisk. En vanlig måte å unngå uoverensstemmelser om hva som skal serveres til middag, er at de som lager maten tar hensyn til andre i familien (sosial norm) under planleggingen. De aller fleste mente at de tok hensyn til hva barna eller andre mente når de valgte hva som skulle lages til middag. Den negative påvirkningen medførte motstand mot fisk på fellesmenyen for mellom 20% og 30% av husholdningene. Godt over 60% av vårt utvalg mente at motstand fra andre familiemedlemmer ikke var en barriere for et større fiskekonsum. Satt inn i vår modell førte denne fordelingen til at hensynet til andre familiemedlemmer hadde en merkbar (signifikant) negativ påvirkning på interessen eller motivasjonen til å spise fisk.

Heldigvis blir fisk oppfattet som sunt og viktig i den norske befolkningen. Tidligere undersøkelser har påvist at norske forbrukere og husholdninger oppfatter fisk som sunt - men uten at dette forklarer variasjonen i interesse for og forbruk av fisk (Olsen, 1989). Også denne studien påviste en generell oppfatning om at fisk er sunt - og sunnere enn for eksempel kylling. De fleste var enige om at sunn mat var viktig og 85% forsøkte å gi sin familie næringsriktig mat og passet på at familien spiste sunt. Disse moralske forpliktelsene virker svært positivt inn på interesse for og forbruk av fisk. I våre data hadde de moralske forpliktelsene så stor positiv effekt på interessen for fisk at de veide opp negativ påvirkning fra affekt

(bein, lukt etc.) og negativ familiepåvirkning (norm). De moralske forpliktelsene hadde like stor påvirkningskraft på interessen for fisk som tilfredshetsfaktoren (preferansen). Dette setter fisk i en klasse sammen med noen andre "sunnhets- og moraldeevne" matprodukter vi kjenner til (Shepherd & Raats, 1996). De moralske forpliktelsene var størst i familier med barn og syntes å øke når familien vokser.

Kunnskap som ressurs

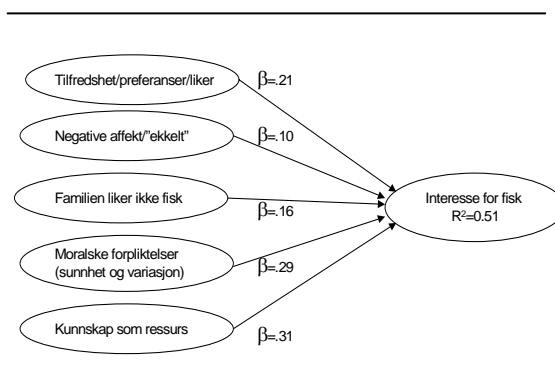
Vi vet fra tidligere analyser at kunnskap om klargjøring og tilberedning av mat har betydning for fiskeforbruket i norske husholdninger (Olsen, 1989; Myrland *et al.*, 1998). Også i denne undersøkelsen forklarer kunnskap betydelige deler av variasjonen i interesse for og forbruk av fisk som middagsmat. Det var mellom 25% og 30% av respondentene som følte manglende kunnskaper og var usikre med (inn)frysing av fisk. De hadde videre vansker med å vurdere fiskens kvalitet eller hvordan de for eksempel skulle klargjøre hel fisk til middag. Det var derimot bare 5% som var usikre på hva som var sunn mat og omlag 15% som følte usikkerhet om hvordan de skulle lage gode fiskemiddager. Selv om kunnskap er en av de mest fremtredende forklaringsfaktorene, skal vi være klar over at 60% av respondentene følte at manglende kunnskap om å lage gode fiskemiddager ikke var noen barriere for å spise fisk så ofte som de ønsket. Det var kun 10% som følte at kunnskap om tilberedning av gode fiskemiddager var et hinder for deres fiskeforbruk.

Når kunnskap som ressurs kommer ut som en vesentlig forklaringsfaktor, ligger nok mye av forklaringen i at "øvelse gjør mester". De som spiser mye fisk har lært seg mye om kvalitet og tilberedning som en konsekvens (utfall) av sine gjentatte handlinger. Dette ser vi ved at det er en betydelig positiv sammenheng mellom alder og kunnskap. De eldre kan mer, vet mer og varierer mer med fisk enn de yngre.

De som spiser lite tradisjonell fisk har få erfaringer med fisk. Disse har derfor problemer med å vurdere dens kvalitet til det å utnytte fisk som råvare i tilberedningssammenheng. Den betydelige, men kompliserte

rollen kunnskap har som forklaringsfaktor, gjør at vi bør vie dette begrepet større oppmerksomhet. En måte er å bruke andre korrelasjonsteknikker hvor det er mulig å gi et klarere skille mellom kunnskap som ressurs (utfall/virkning) versus kunnskap som følt barriere for forbruk (årsak). Vi vil i senere analyse også gå nærmere inn på hvordan kunnskap om kvalitet og innfrysing/tining av fisk kan påvirke hvordan husholdningene løser sine problemer med tilgjengelighet og bekvemmelighet på fisk.

Resultatet fra kjøringene (multippel regresjon) er gjengitt i figur 2. Av resultatene fremgår det at kunnskap og moral forklarer det meste av variasjonen i husholdningens interesse for å spise fisk; Høy kunnskap og høy grad av moralske forpliktelser virker positivt på interessen. Det at moral kommer såpass sterkt ut i forhold til preferanser anser vi som en styrke i vår oppfatning om at det ikke bare er preferanser og tilfredshet, men også sunnhet og variasjon i kostholdet som er hovedårsaken til stor interesse og relativt høyt fiskeforbruk i norske husholdninger. Moralske forpliktelser er naturlig nok viktigere i barnefamilier enn i enpersonshusholdninger - hvor det ofte er egne preferanser som teller mest.



Figur 2 Hva påvirker interesse for fisk. Beta-koeffisienter fra regresjonsanalysen. Alle koeffisienter er klart signifikante ($p < 0.001$)

Faktorer som direkte begrensner forbruk

I vår forstudie (Olsen 1998) ble manglende tilgjengelighet på fersk fisk eller fisk av god kvalitet nevnt som en viktig barriere for at respondentene skulle spise mer fisk. I denne landsomfattende studien var det ingen klar signifikant sammenheng mellom følt tilgjengelighet og interesse for fisk. Det samme var tilfellet med vår prisfaktor - som heller ikke påvirket interessen for fisk. Vi fant derimot ut at mangel på tid førte til signifikant negativ interesse for å bruke fisk som middagsmat. Tid er for mange en intern ressurs på linje med kunnskap. Der personer selv styrer tiden kan vi argumentere for at tidsfaktoren kan inkluderes i den delen av modellen som ser på hva som forklarer variasjon i interesse og motivasjon (Figur 2). På den annen side kan vi i barnefamilier argumentere for at tiden er styrt av andre familiemedlemmer og utenforliggende forhold.

Det er den siste begrunnelsen vi har lagt til grunn når vi har valgt å behandle alle våre "barrierevariabler" utenom kunnskap som eksterne kontrollfaktorer. Derfor vil vi også analysere i hvilken grad de ulike barrierefaktorene påvirker forbruk *direkte* uten å gå gjennom interessefaktoren. Ut fra vår teoretiske modell kan dette begrunnes. Det behøves nemlig ikke å være slik at eksterne faktorer som tilgjengelighet, pris og tid påvirker *vilje* eller motivasjon (interesse) til handling eller forbruk (Ajzen, 1991). Derimot kan slike barrierer ha en direkte innflytelse på *evnen* eller muligheten til handling eller forbruk (se figur 1). En kan være svært interessert i fisk eller ha en positiv holdning til fisk som middagsmat, men dersom faktisk tilgjengelighet eller økonomisk evne til kjøp virker hemmende, vil dette ikke nødvendigvis påvirke interessen, men direkte påvirke handlingsmulighetene. I så måte er våre resultater helt i tråd med vår utgangsmodell om planlagt atferd (Ajzen, 1991). Vi gjennomførte derfor en analyse hvor vi brukte interesse og ulike eksterne barrierer som tilgjengelighet, pris og tid som forklaringsvariabler. Resultatene fra denne analysen er gjengitt i figur 1 som stiplede linjer.

Tilgjengelighet på kvalitetsfisk

Omtrent en tredjedel av utvalget følte at *manglende tilgjengelighet* på fersk fisk eller fisk av god kvalitet var en begrensende faktor for deres forbruk av fisk. På den annen side har vi nærmere 50% som absolutt ikke ser tilgjengelighet som noe problem. Til tross for den spesielle U-fordelingen (enten/eller-fordelingen) viste det seg at mangel på tilgjengelighet begrenset forbruket av fisk i Norge som helhet. Forklaringskraften til variabelen "tilgjengelighet" var dobbelt så høy i det sentrale Østlandsområdet sammenlignet med landet som helhet. På Østlandet var det helt tydelig at manglende tilgjengelighet på fersk fisk og fisk av god kvalitet var en betydelig barriere for at husholdningene kan spise fisk så ofte de ønsker. I Østlandsområdet var manglende tilgjengelighet den tredje viktigste enkeltfaktor som forklarte variasjon i forbruk. Kun preferanser og "kunnskap" var viktigere. Det var bare 10% som så manglende tilgjengelighet på ferdigretter av fisk som en barriere for sitt fiskeforbruk. Det er derfor viktigere å øke tilgjengeligheten av tradisjonell fersk fisk eller fiskefilet fremfor å utvikle mer bekvemmelige produkter av fisk.

Av alle grupper var det de med høyest utdanning og mangel på tid hvor tilgjengeligheten følte som en klar begrensende faktor. Denne gruppen hadde også begrenset frysekapasitet i hjemmet. Våre data tyder på at vi har en større gruppe husholdninger som mestrer tilgjengelighet gjennom å fryse ned fisk til eget bruk og i større grad akseptere frossen fisk (spesielt hjemmefrosset fisk) som et godt alternativ til fersk fisk. Dekningen av frossen fisk i norsk dagligvareomsetning er nærmere 100% slik at det er preferansene og kvaliteten på produktene som forklarer hvorfor mange føler tilgjengelighet som et problem.

Pris og bekvemmelighet

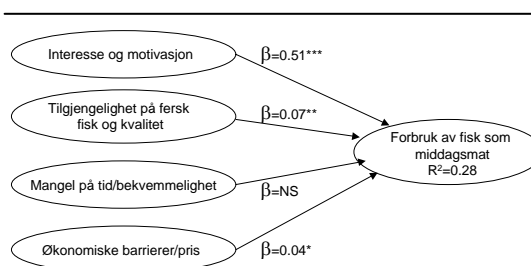
Pris- og økonomifaktoren var kun svakt signifikant (10%-nivå). Det vil si at for vårt samlede utvalg var det svært liten sammenheng mellom oppfatninger omkring prisen på fisk og det forbruk husholdningene oppga over året. Det var over 30% som var mer

eller mindre enige i påstanden om at for høy pris på fisk var med på å redusere deres forbruk av fisk som middagsmat. Denne andelen var for eksempel høyere enn de som følte tid og kunnskap om matlaging som en barriere. Forklaringene på at pris ikke slår sterkere ut i gjennomsnittshusholdningen, er sikkert flere. En forklaring kan være at mange kjøper frossen fisk på tilbud i tider hvor kjedene bruker fisk som lokkevarer. I våre data finner vi en gruppe på over 40% av husholdningene som innrømmer at de ofte kjøper fiskeprodukter på tilbud samt at de ofte foretar prissammenligninger når de kjøper fisk. Vel 30% er noe enige i påstanden om at det først og fremst er prisen som er interessant når de handler fisk.

En annen gruppe skaffer seg (billig) fersk fisk som de fryser ned for senere bruk. I vårt utvalg var det over en fjerdedel av husholdningene som skaffet (fisket selv eller fikk fra andre) seg over halvparten av sin fisk uten å betale for den. Tar vi for oss gruppen med ingen eller en fryseboks (nærmere 60% av utvalget), kom pris klarere ut som en begrensende faktor for høyere fiskeforbruk. Det samme var tilfellet for tilgjengelighet, men ikke bekvemmelighet (tid). Husholdninger med ingen eller en fryseboks/fryseskap har ikke løst sitt behov for billigere og mer tilgjengelig fisk på samme måte som de med to eller flere frysebokser. Disse har sannsynligvis en egen fryser for fiskeprodukter.

Vi hadde forventet at de med lavere inntekter i større grad følte prisen på fisk som en barriere for sitt forbruk, men dette var ikke tilfellet for utvalget som helhet. En forklaring på dette kan være at de med lav inntekt justerer sitt behov ut i fra sine økonomiske forutsetninger og derved ikke ser den dyreste ferskfisken som sitt middagsbehov. De er tilfreds med å kjøpe frossen fisk eller fiskepinner på tilbud. Det viser seg også at i husholdninger med barn kommer pris ut som en barriere for økt forbruk av tradisjonell fisk. Forbruket av fiskepinner øker derimot med antall barn i familien. Økt forbruk av fiskepinner (eller annen fiskemat) kan derfor ikke bare forklares ut i fra felles preferanser (barna liker ikke fisk - men fiskepinner), men også ut fra økonomiske hensyn.

Bekvemmelighet eller mangel på tid til å tilberede fisk i hjemmet hadde i vårt totalutvalg ingen signifikant direkte påvirkning på variasjonen i fiskeforbruket. Derimot var det 28% av utvalget som følte at mangel på tid til å klargjøre og lage fiskemiddag var med på å redusere deres forbruk av fisk. Mangel på tid førte til merkbar (signifikant) lavere interesse for fisk, og mangel på tid har derfor en indirekte påvirkning på fiskeforbruket i enkelte husholdninger. For eksempel fant vi ut at i gruppen med høyest utdannelse var tidsfaktoren en barriere for fiskeforbruket. Denne gruppen følte også at tilgjengeligheten var et betydelig problem. Denne gruppen var kjennetegnet ved at de bor i de store byene eller kom fra Østlandet.



Figur 3 Hva forklarer variasjon i forbruk av fisk som middagsmat. Beta-koefisienter fra multipl regressjon. *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.10$; NS=ikke signifikant.

Resultatene fra vår regresjonsmodell med gjennomsnittlig årlig forbruk som den avhengige variabel er gjengitt i figur 3. Vi er svært fornøyd med at vår modell i en tversnittstudie klarte å forklare 28% av variasjonen i forbruk. Ved å inkludere andre eksterne variabler (for eksempel alder) ville forklart variasjon vært større, men samtidig hadde vi fått inn en større grad av samspill-effekter (interkorrelasjon). Fiskeforbruket er først og fremst påvirket av interessen for og motivasjon til å spise fisk som middagsmat. Ser vi på Norge under ett, betyr tilgjengelighet og pris lite i forhold til motivasjon. Dette bekreftes også av det mange gjør for å skaffe seg og familien kvalitetsfisk gjennom blant annet innfrysing og lagring av fisk i en ekstra fryseboks i hjemmet. Er interessen for fisk stor nok, blir barrierene som manglende tilgjengelighet, pris og den tid det tar å tilbe-

rede fisken ikke oppfattet som en betydningsfull barriere.

Som tidligere nevnt stilte vi også spørsmål om hvorvidt husholdningene følte at mangel på kunnskap om å lage gode fiskemiddager var en barriere for deres forbruk. Omlag en av fire husholdninger følte kunnskap om kvalitet, risiko og tilberedning som et problem. Også denne variabelen forklarte betydelig deler av variasjonen i interessen for fisk, men viste ingen signifikant sammenheng direkte mot forbruk i en modell hvor interessefaktoren var med. Dette er nok en begrunnelse for hvorfor vi har valgt å betrakte manglende kunnskap som en ressursvariabel som begrenser forbruket indirekte gjennom manglende interesse for fisk som middagsmat.

Kjennetegn med de som “ønsker” å spise mer fisk

I vår undersøkelse var det 80% av utvalget som var mer eller mindre enige i påstanden om at de burde spise mer fisk. Dette kan tolkes som et ønske eller at mange har dårlig samvittighet for hva de allerede spiser til middag. Det kan også forklares ved at respondenten er utsatt for eksterne eller interne barrierer som hindrer de i å gjennomføre sine egne behov og ønsker. Vi plukket ut noen variabler vi mente kunne forklare variasjonen i “ønsket” om å spise mer fisk.

De personer som er mest enige i påstanden om at de bør spise mer fisk, har et lavere fiskeforbruk enn gjennomsnittet. Gruppen har sannsynligvis hatt en økning i fiskekonsumet de siste to årene etter som de samtidig var mest uenige i påstanden om at de spiste mindre fisk i dag enn hva de gjorde for to år tilbake. Et annet sentralt kjennetegn med de som ønsket å spise mer fisk, var at de i betydelig større omfang enn gjennomsnittet ble fristet til å handle mat på impuls. For denne gruppen var tid og tilgjengelighet signifikante barrierer for fiskeforbruket, de hadde liten kunnskap om fisk og samtidig hadde de også visse negative emosjoner i forhold til fisk. Selv om de i større grad enn gjennomsnittet foretrakk å handle på ett sted (“one-stop-shopping”), ønsket de samtidig å kjøpe fisk hos fiskehandler. Det siste innebærer at de er kvalitetsbevisste.

Eksterne faktorer som samvarierer med forbruket av fisk

Det er vanlig at en i forbrukerundersøkelser trekker inn en eller flere demografiske variabler og bruker disse til å forklare variasjoner i matvalg (se Neste *et al.*, 1998 for en gjennomgang). Vi har i vår analysemodell tatt utgangspunkt i at variasjonen i forbruk forklares ut i fra holdningsvariabler. Begrunnelsen for dette er at variasjonene i de utenforliggende variablene i stor grad skal kunne la seg forklare ved hjelp av holdningsvariabler. En annen vesentlig faktor for hvorfor vi har valgt en forklaringsmodell med vekt på holdningsvariabler, er ut i fra et markedsførings- og produktutviklingssynspunkt. Man kan påvirke holdninger, normer, ressurser og barrierer, men ikke alder, hvor folk bor, antall familiemedlemmer, inntekt eller utdanning.

Denne studien er i samsvar med tidligere studier som viser at eldre spiser mer fisk enn yngre (Døving, 1997; Myrland *et al.*, 1998; Olsen, 1989). Fiskeforbruket er klart lavest i gruppen under 30 år. Det øker jevnt opp til 50 års alderen hvor det flater ut. Våre data bekrefter at kunnskap samvarierer med alder, slik at noe av aldersforklaringen kan ligge i kunnskap og erfaring som ressurs. Det samme gjelder betydningen av norm (barna er flyttet), helse (er mer helseorientert), bekvemmelighet (har mere tid) og pris (har bedre økonomi) i eldre og etablerte husholdninger.

Et tilsvarende resonnement kan vi også gjennomføre for å forklare hvorfor forbruket av fisk er større ved kysten, i Nord-Norge eller på Mørkekysten, sammenlignet med byene på Østlandet. Kultur og tradisjon kan forklare fiskekonsumet i visse strøk av Norge, men mye kan nok forklares ut fra tilgjengelighet eller mangel på fisk av god kvalitet. På den annen side er det tilgjengeligheten som over tid har påvirket spisevaner og -tradisjoner. Mindre forbruk og erfaring fører også til lavere kompetanse om det å vurdere kvaliteten på fisk eller tilberede fisk. Denne kompetansen er mindre i regioner som spiser lite fisk slik som på Østlandet.

Vi har også registrert at fiskeforbruket samvarierer med familiestørrelse. Større familier med flere barn har et generelt lavere

fiskeforbruk - spesielt på fiskefilet, fiskekoteletter eller annen hel fisk. Dette forholdet kan vi forklare gjennom den negative innvirkning sosial norm har i vår modell. Det at enkelte i familien ikke liker fisk er med på å forhindre at fisk kommer på menyen til fordel for middager hvor det er større enighet i familien omkring smak og preferanser. Fiskepinner, fiskekaker og fiskeboller er et slikt alternativ på fiskesiden. Det kan også være verd å merke seg at forbruket av fiskepinner er minst dobbelt så stort hos de med to eller flere barn sammenlignet med familier uten barn. Når vi samtidig har registrert at fiskepinner blir svært dårlig likt sammenlignet med annen fisk, tyder dette på at det i mange hjem er barna som avgjør hva slags fiskeprodukter som settes på menyen.

Vårt resultat er derfor ikke helt overensstemmende med Døving (1997) eller Myrland (1998). I disse undersøkelsene fremkom det at enslige spiste minst fisk og at fisken kom inn på middagsbordet med familietablering. Vårt utvalg var rettet mot familiehushold og utvalget er klart underrepresentert på enpersonshusholdninger og ungdom. I så måte er våre resultater ikke sammenlignbare. En annen utvalgsprosedyre hadde gitt resultater i samsvar med Døving (1997). Myrland *et al.* (1998) kom frem til at alder på barna var avgjørende for fiskeforbruket. Dette bekreftes også i våre resultater og kommer også frem i vår norm-faktor hvor både antall og sammensetning av familiestrukturen påvirker denne faktoren.

Det er to motstridende krefter som virker inn på forbruket hos barnefamilier. Det ene går på sosial norm eller press fra barna om at de ikke vil ha fisk til middag. I motsatt retning trekker "husmorens" moralske forpliktelser om å gi familien et sunt og variert kosthold. Denne faktoren vokser med antall barn i familien. Vi kan derfor ikke gi noen entydig konklusjon på husholdningsstørrelse som forklaringsfaktor. Det vi imidlertid har rimelig god dekning for å hevde, er at forbruket av tradisjonell hel fisk og fiskefilet blir redusert i barnefamilier, og spesielt i familier med barn i visse aldersgrupper. Men samtidig øker forbruket av fiskepinner, fiskeboller og noen andre prosesserte produkter laget av fisk.

Målt ut i fra størrelsen på beta-verdiene (se tallene i parentes), var det følgende

sammenhenger mellom fiskeforbruk og de eksterne variable:

1. Fiskeforbruket øker med alder - (0.30).
2. De som kjøper all sin fisk har lavere forbruk enn de som skaffer seg fisk fra fisker, fisker selv eller på annen "ikke kommersiell måte" - (0.15).
3. Fiskeforbruket reduseres med antall familiemedlemmer/barn i familien - (0.14)
4. (en-personshusholdninger er i liten grad med i vårt utvalg - varierer med hensyn på fiskeslag/form).
5. Fiskeforbruket er størst i Nord-Norge – minst på Østlandet/lavest i byene) - (0.12).
6. Fiskeforbruket er størst hos de med to eller flere frysebokser/fryseskap - (0.09).
7. Inntekt og utdanning gir ikke signifikant forklaring.

Betydningen av geografi avhenger av hvordan en velger å dele Norge inn i regioner. Våre data samsvarer med Myrland (1998) om at husholdningens inntekter ikke forklarer variasjonen i det generelle fiskeforbruket. Myrland (1998) kom også frem til at de med høyere utdanning hadde et høyere fiskeforbruk. Dette ble bekreftet i vår analyse. Her kunne derimot dataene tyde på at forbruket var høyest hos de med aller minst utdanning. Men heller ikke dette var tilfellet når vi kontrollerte for alder eller det forhold at de aller eldste hadde mindre formalutdanning sammenlignet med yngre familier. De eldste har mest erfaring med fisk og har av flere andre årsaker som vi har nevnt, et høyere fiskeforbruk. Derfor blir ikke utdanning en signifikant forklaringsfaktor når vi blant annet kontrollerer for alder.

Oppsummering og forslag til tiltak

Vi har analysert vår modell i tre steg. Den første analysen gikk ut på å forklare variasjonene i interesse og motivasjon for å spise fisk som middagsmat. For at leseren skal få en indikasjon på grad av påvirkning, har vi i modellen gjengitt verdiene på de beta regresjons-koefisienter som fremkommer i vår

analyse (høyere tall indikerer større forklaringskraft enn lavere tall).

De faktorer som i størst grad påvirker positiv interesse for å spise fisk til middag, er:

1. Kunnskap som ressurs (0.31).
2. Moralske forpliktelser (0.28).
3. Preferanser og tilfredshet (0.21).

De faktorer som i størst grad bidrar til negativ interesse for fisk, er:

1. Negativ påvirkning fra familie/barn (-0.15).
2. Negativ affekt/emosjoner (-0.09).

Til sammen forklarer disse fem faktorene over 50% av variasjonen i interessen for fisk som middagsmat. I neste trinn forsøkte vi å kartlegge i hvilken grad interesse og de eksternt begrensende faktorene påvirket forbruket av fisk. Naturlig nok var det interesse og motivasjonsaspektet ($\beta = 0.47$) som gir størst forklaringskraft, men også tilgjengelighet på fersk fisk og kvalitet var klart signifikant som begrensende faktor ($\beta = 0.07$). Pris eller husholdningens økonomiske situasjon var såvidt signifikante som begrensende faktor ($\beta = 0.04$). Til sammen forklarte disse faktorene over 28% i variasjonen av fiskeforbruket.

Mangel på kunnskap hadde ingen direkte innflytelse på fiskeforbruket, men har en klar indirekte påvirkning gjennom redusert interesse. Kunnskap er en vanskelig faktor å modellere etter som den helt klart er en konsekvens (virkning) av høyt og vedvarende forbruk. Jo oftere det spises fisk, jo høyere blir kunnskapen om kvalitet og tilberedning. Dersom vi definerer en modell uten interesse som mellomliggende variabel, vil vi se at det er preferanser (tilfredshet) og kunnskaper (som ressurs) som i størst grad forklarer variasjoner i forbruk (β -verdier på ca. 0.22). Den direkte effekten på variasjoner i forbruk fra negativ affekt, familiepåvirkning og moralske forpliktelser er også signifikante ($p < 0.05$). Dette bekrefter at vi har valgt riktige forklaringsfaktorer i vår modell.

På tross av de problemer som ligger i å bruke eksterne faktorer i vår forklaringsmodell, har vi også gjennomført analyser for å se i hvilken grad de demografiske eller eksterne variablene samvarierte med forbruk av fisk

generelt. Som i tidligere undersøkelser kom det frem at fiskeforbruket øker klart med alder. Videre kom vi frem til en del faktorer som også var signifikante, men hadde mindre forklaringskraft. Disse viste at de som spiste mest fisk fikk store deler av sin fisk gratis, bodde i Nord-Norge eller på Møre-kysten og hadde to eller flere frysebokser. Vårt utvalg var overrepresentert av familie-husholdninger. I vår analyse var forbruket av tradisjonell fisk mindre i store familier, mens inntekt og utdanning ikke hadde noen merkbar betydning på forbruket av fisk.

Tiltak for økt tilfredshet, interesse og forbruk

Det ligger flere utfordringer for å øke den individuelle og familiære tilfredsheten med fisk som middagsmat. Vår undersøkelse viser at 90% av husholdningene likte "superfersk fisk" (direkte fra fisker) svært godt eller hadde generelt en meget positiv holdning til fersk fisk eller frossen fisk av topp kvalitet (ofte hjemmefrosset). På den annen side merket vi mindre tillit til kvaliteten på mye av den fisken som kjøpes i butikker og supermarkeder. Usikkerhet omkring kvalitetsvurderinger gjør ikke saken vesentlig bedre. Her har sannsynligvis den betjente ferskvaredisken en betydelig rolle fordi forbrukeren får hjelp og støtte når man gjør sine valg. På den annen side er det ikke alle forbrukere som har tid og økonomi til å bruke disse. Ved siden av å forbedre den reelle kvaliteten og øke tilliten til kvalitet på sjømat i dagligvareomsetningen, må en også øke kunnskapen omkring det å vurdere kvaliteten på fisk slik at forbrukerne står friere i sine kjøpsbeslutninger. At fisk oppleves som godt er ikke ensbetydende med at nordmenn synes det meste av den fisken de blir eksponert for gjennom dagligvarehandelen er god nok - eller at kvaliteten er stabil nok. Utvikling av kvalitetsmerker og garantier har hatt suksess innen andre produktområder, og bør også kunne stimulere til økt kvalitet, tilfredshet og lojalitet innenfor fiskerinæringen. Konkurransen fra kjøtt og kylling innen differensierte kvalitets- og merkevarer på ferskvaresiden gjør at fisk må møte disse utfordringene med større tyngde enn hva

tilfellet har vært frem til i dag. Hvis ikke vil de tape ytterligere markedsandeler i Norge.

Bekvemmelige fiskeprodukter som er skinn- og beinfrie vil vekke interesse blant yngre husholdninger med barn og for de som ikke liker eller kan klargjøre fisk til eget bruk. Det ligger også store utfordringer i menyutvikling for å skape mindre "turbulens" omkring fiskemiddagene i hjemmet. Utvikling av menyer som er enkle, men samtidig "moderne" og "akseptable" hos barn og ungdom vil redusere betydningen av den negative familiære påvirkning omkring det å spise fisk som fellesmåltid (sosial norm). Klarer en samtidig å få frem betydningen av å ha et variert kosthold og stimulere til økt variasjon med fisk, vil en kunne dra veksler på den positive effekten på forbruket som "husmødrenes" moralske forpliktelser utgjør. Det gjelder med andre ord ikke bare å gi sine barn fiskepinner eller -produkter som er mindre aksepterte hos de eldre, men også stimulere de yngre til å spise produkter av fiskefilet og naturell fisk i ulike former og menysammensetninger. En generell stimulering av husholdningene til å gi familien sunn mat og variert meny vil uten tvil stimulere forbruket av fisk - spesielt vil frossenfisken og fiskemat dra nytte av slik kommunikasjon. Vi kjenner svært lite til barn og ungdoms preferanser for fisk, men vår undersøkelse bekrefter at det ligger store utfordringer i å tilpasse fisk til yngre familier, samt til barn og ungdom.

Ved siden av kvalitets- og menyutvikling, ligger det store utfordringer ved samtidig å øke interessen og kompetansen når det gjelder kvalitet og tilberedning. Selv om dette ikke er et vesentlig problem for de fleste husholdninger, er det viktig for dem det gjelder - ofte yngre personer og familier. Positive erfaringer gjør mester, og (kunde)utdanningen må legges opp slik at det utvikles positive vaner ved å ta i bruk fisk. Vi tror på enkle løsninger for travle familier samtidig som kommunikasjonen må være

tilpasset de grupper en vil skape aksept hos. Dette innebærer kommunikasjon og utdanning på en målrettet og selektiv måte tilpasset familier i ulike bruks- og livsstilssituasjoner. Behovene er ulikt fordelt i befolkningen også på utdannings- og kommunikasjonssiden.

Tilgjengelighet på fersk fisk og fisk av tilfredsstillende kvalitet føltes som en begrensende faktor for omlag en tredjedel av husholdningene. Problemet syntes størst i byene og på Østlandet. Det at husholdninger med barn som bor i sentrale strøk har liten tid til å utnytte et begrenset tilbud på fersk fisk, er ofte avgjørende for at fisk ikke kommer på middagsbordene i tilstrekkelig grad. Den positive holdningen alle har til fersk fisk gjør at dette markedet bør utvikles på samme måte vi har vært vitne til i andre land, for eksempel i England. Her ser vi en økning i antall betjente fiskedisker samtidig som at tilbudet av prepakket fersk fiskefilet og tilsvarende ferskvareprodukter øker i bredde og dybde i de ubetjente kjølediskene. Etter som svært mange fatter sine middagsbeslutninger i butikkene - og helst foran ferskvarediskene - er tilgjengelighet helt avgjørende for i det hele tatt å bli vurdert som et alternativ til middag. Vår analyse bekrefter at det som kjennetegnet de som i størst grad ønsket å spise mer fisk var at deres middagsbeslutninger ble fattet på impuls i dagligvarebutikkene. At produktene i tillegg er bekvemmelige og tilpasset ulike måltidsløsninger, er selvsagt også av det gode for å kunne nå flere forbrukere med lite tid og dårlig produktkunnskap.

Dersom norske leverandører av fisk utnytter fiskens kvalitets- og tilgjengelighetspotensiale i samme grad som kjøtt og kyllingindustrien i Norge, har næringa et "uslåelig" konsept å bygge videre på. Klarer de i tillegg å bygge opp under konseptene med produktutvikling, kundeutdanning og rettferdige priser, har fisk et meget stort potensiale.



Referanser

-
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **50**, pp. 179-211.
- Berge, S. (1996). Anskaffelse av fisk og fiskevarer. NILF-notat nr. 7-96, Oslo.

- Conner, M. & C. Armitage (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Future Research. *Journal of Applied Social Psychology*, **28**:15, pp. 1429-1464.
- Døving, R. (1997). En studie av holdninger, vurderinger og forbruk av fisk i Norge. Rapport nr. 12-1997, Statens Institutt for Forbruksforskning, Oslo.
- Grunert, K.G. *et al.* (1995). En undersøgelse af danskernes køb af fisk og skalldyr. MAPP prosjekt rapport, Århus.
- Myrland, Ø. *et al.* (1998). Determinants of Seafood Consumption in Norway: Lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption, IIFET-98, Tromsø.
- Nestle, M. *et al.* (1998). Behavioral and Social Influences on Food Choice. *Nutrition Reviews*, **56**:5, pp. 50-64.
- Olsen, S.O. (1989). Sjømat i norske husholdninger: Forskjeller i holdninger og forbruk. Rapport, A 57, Fiskeriforskning, Tromsø
- Olsen, S.O. (1998). Kvalitative intervju om nordmenns holdninger til fersk versus fryst sjømat. Arbeidsnotat av 18.juni, Fiskeriforskning, Tromsø
- Shepherd, R. & P. Sparks (1994). Modelling Food choice, in H.J.M. MacFie & D.H.M. Thompson (eds.) *Measurement of Food Preferences*, London: Blackie Academic & Professional, pp. 202-226.
- Shepherd, R. & M. Raats (1996). Attitude and Beliefs in Food Habits. In H.L. Meiselman & H.J.H. MacFie (eds.) *Food Choice, Acceptance and Consumption*. London: Blackie Academic & Professional, pp. 346-364.

Noter

- 1) Takk til kollega Jens Østli som har lest gjennom og kommentert dette arbeidet.