

Notat 2006–5

Verdikjedevurdering i Hordaland

Torbjørn Haukås
Heidi Knutsen
Rolf Rye

Tittel	Verdikjedevurdering i Hordaland
Forfattere	Torbjørn Haukås, Heidi Knutsen, Rolf Rye
Prosjekt	Verdikjedevurdering (A886)
Utgiver	Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)
Utgiversted	Oslo
Utgivelsesår	2006
Antall sider	39
ISBN	82-7077-632-7
ISSN	0805-9691
Emneord	verdikjede, tilleggsnæring, landbruk, småskalaforedling, gardsturisme, landbruksbasert reiseliv

Litt om NILF

- Forsking og utgreiing om landbrukspolitikk, matvaresektor og -marknad, foretaksøkonomi, nærings- og bygdeutvikling.
- Utarbeider nærings- og foretaksøkonomisk dokumentasjon innan landbruket; dette omfattar m.a. sekretariatsarbeidet for Budsjettnemnda for jordbruket og dei årlege driftsgranskingane i jord- og skogbruk.
- Utviklar hjelpemiddel for driftsplanlegging og rekneskapsføring.
- Er finansiert av Landbruks- og matdepartementet, Noregs forskingsråd og gjennom oppdrag for offentleg og privat sektor.
- Hovudkontor i Oslo og distriktskontor i Bergen, Trondheim og Bodø.

Forord

Landbruks- og matdepartementet har i rundskriv av 15. juli 2004, «Utarbeiding av regionale strategier for landbruksbasert næringsutvikling, og desentralisering av fylkesvise BU-midler», bede landbruksavdelingane om å vurdere verdikjeda for seks ulike satsingsområde i landbruket.

På bakgrunn av dette fekk NILF i oppdrag av landbruksavdelinga hos Fylkesmannen i Hordaland å vurdere verdikjeda for dei to satsingsområda «Mat, produksjon og foredling» og «Landbruksbasert reiseliv».

Bruksstrukturen i Hordaland gjer at fylket har særleg store utfordringar i samband med omstillingar i landbruket. Kravet til meir effektiv drift og større driftseiningar i tradisjonell jordbruksdrift har medført stor nedgang i talet driftseiningar dei siste åra. Frå 1996 til 2005 var nedgangen på 35 prosent i tal driftseiningar som søkte om produksjonstilskot, medan nedgangen på landsbasis var 28 prosent.

Mange bruk i Hordaland har derfor satsa på nye næringar som å foredla egne produkt, satse på reiseliv eller finne andre marknadskanalar for produkta sine slik at ein kjem lengre ut i verdikjeda og nærmare forbrukaren.

I dette prosjektet har vi sett på omfanget av ulike produksjonar i Hordaland og sett på ulike marknadskanalar som vert nytta. Marginar ved å nytte ulike omsetnadskanalar er vurderte. Det er også spurt om motivasjon og drivkrefter samt flaskehalsar produsentane møter på i dei ulike prosessane. Det er brukt offentleg statistikk i tillegg til ei rekkje intervju med produsentar og representantar for ulike omsetnadskanalar.

Rolf Rye, Heidi Knutsen og Torbjørn Haukås har delteke i prosjektet. Sistnemnde har også vore prosjektleiar. Siri Fauske har ferdigstilt notatet.

Vi takkar alle informantar for god hjelp i arbeidet med innsamling av data, og landbruksavdelinga hos fylkesmannen i Hordaland for eit interessant oppdrag.

Oslo, januar 2006

Ivar Pettersen

Innhold

SAMANDRAG	1
1 INNLEIING	3
1.1 Mat, produksjon og foredling.....	3
1.2 Landbruksbasert reiseliv	4
1.3 Metode.....	4
2 LANDBRUKET I HORDALAND.....	5
2.1 Mjølkeproduksjon	6
2.2 Storfekjøtt.....	7
2.3 Sau- og lammekjøtt	8
2.4 Svinekjøtt.....	9
2.5 Fjørtekjøtt.....	10
2.6 Egg	11
2.7 Frukt	11
2.8 Bær	13
2.9 Grønsaker og poteter	13
3 VERDIKJEDER	15
3.1 Tradisjonelle kanalar.....	15
3.2 Alternative marknadskanalar.....	17
3.2.1 Gardsbutikk.....	18
3.2.2 «Bønder i byd'n» og «Bondens marked»	19
3.2.3 Spesial- og delikatessebutikker.....	20
3.2.4 Abonnement.....	20
3.2.5 Lokalbutikk/kjedebutikk	20
3.3 Marknadskanalar for ulike produkt	21
3.3.1 Mjølkeprodukt.....	21
3.3.2 Kjøttprodukt.....	22
3.3.3 Frukt og bær.....	25
3.3.4 Bakverk.....	28
3.3.5 Andre produkt	28
3.4 Andre inntrykk frå informantane.....	28
4 LANDBRUKSBASERT REISELIV	29
4.1 Overnatting.....	30
4.2 Servering	32
4.3 Omvising	33
4.4 Andre tilbod.....	33
5 KONKLUSJON	35
LITTERATUR	39

Samandrag

På oppdrag frå Landbruksavdelinga i Hordaland, har NILF utført verdikjedevurdering for to av satsingsområda omtalt i rundskriv av 15. juli 2004 frå Landbruks- og matdepartementet, «Utarbeiding av regionale strategier for landbruksbasert næringsutvikling, og desentralisering av fylkesvise BU-midler».

I dette notatet er satsingsområda «Mat, produksjon og foredling» og «Landbruksbasert reiseliv» i Hordaland kartlagt.

Dei ulike marknadskanalane for sentrale jordbruksvarer er vurderte med tanke på fleire ulike forhold, som kva omfang dei har, trong for investeringar, omsetnadskanalar, arbeidsinnsats med meir. Det er også vurdert potensiale og flaskehalsar. I dette arbeidet er det nytta offentleg statistikk og telefonintervju med ei rekkje informantar av produsentar, omsetnadsledd, forvaltning og andre.

På mange av områda er det liten tilgang på gode data, så mykje informasjon er sydd saman av deler frå ulike kjelder. Ramma for prosjektet har avgrensa kor djupt ein kunne gå inn på dei ulike områda.

Analysen viser at det tradisjonelle landbruket i Hordaland er utsett på grunn av mange små driftseiningar. Endringar i rammevilkåra dei siste åra har slege ut negativt for hordalandslandbruket. Det har vore sterk nedgang i tal bønder, men storleiken på kvar eining har auka dei siste 10 åra.

Det er også nedgang i produksjon av bulkprodukt, men nedgangen er mykje mindre enn for talet på driftseiningar. Årsaka er større produksjon per bruk. Hordaland er det største fruktfylket i landet, og fruktdyrking er framleis ei viktig næring i deler av fylket.

I Hordaland har det vore ei stor satsing på nye næringar dei siste åra. Foredling av matvarer lokalt er aukande, og det er stor etterspørsel i marknaden etter produkta. Likevel utgjør dette berre ein liten del av produksjonen i fylket. Småskalaforedling av mjølkeprodukt omfattar under 1 prosent av mjølkeproduksjonen i fylket, medan småskalaforedling av kjøt utgjør 2,5 prosent av produksjonen. Mest er det for sauekjøt med om lag 5 prosent.

Mange produsentar har sett seg leie på at dei berre får ein liten del av verdiskapinga. Gjennom foredling av produkta og sal gjennom alternative marknadskanalar, har mange tilbakeført ein større del av verdiskapinga til produsenten. For kjøtforedlarar oppgjev dei fleste ei dobling av verdien, andre meir. Osteprodusentane oppnår også ei dobling av prisen per liter mjølk. Ein bør vere klar over at ikkje alle har hatt like mykje att for ekstraarbeidet. Det set andre og større krav til produsenten når han går lenger ut i verdikjeda. Mange av produsentane gjev uttrykk for at det er motiverande med kundekontakt og direkte tilbakemeldingar frå forbrukarane.

Flaskehalsar er det mange av i desse prosessane, og det som går igjen er vanskar med byråkrati; regelverk og haldningar blant dei som handsamar regelverket. Likevel var nokre av informantane svært nøgde med dei offentlege instansane dei hadde vore i kontakt med. Tilgang til marknaden, lang transport til slakteri, logistikk og kostbar transport av varene er også nemnt som viktige flaskehalsar.

Landbruksbasert reiseliv har stort omfang i fylket, dessutan har det eit stort potensial i Hordaland. Det er mange aktørar i marknaden, og det kan vere vanskeleg å oppnå tilfredsstillande økonomi. Dette gjeld særleg dei som berre har overnattingstilbod, der det ofte er store investeringar og kort sesong. Samarbeid mellom ulike produsentar av varer og tenester er peikt på som viktig for å lykkast.

Etterspurnaden etter- og tilbodet av servering av lokal tradisjonsmat, er aukande. Mange ønskjer meir enn berre ei seng når dei vel feriemål. Folk lokalt tek også stadig oftare i bruk serveringstilbod frå gardstilknytta tilbydarar når dei skal arrangere familiesamkomer og liknande.

Omvising og gardsbesøk har ein aukande marknad både frå utanlandske og lokale ferierande. Reiselivsbransjen i Hordaland ønskjer fleire slike tilbod til gjestene sine.

1 Innleiing

1.1 Mat, produksjon og foredling

Omsetnaden av landbruksvarer i Hordaland har endra seg over dei siste hundre åra. Frå ein situasjon i starten på 1900-talet der bøndene sjølv stod for mykje av omsetjinga via torgsal og privat omsetnad der alle konkurrerte mot alle, til ein gjennomregulert omsetnad via samvirkeorganisasjonar og større private verksemder. Oppbygginga av samvirke starta rett etter krigen, og etter kvart forsvann både kunnskap om marknad og foredling av produkta på garden. Bøndene vart reine råvareprodusentar og hadde lite kontakt med forbrukar og marknad. Etter opptrappingsvedtaket i Stortinget i 1975 og Stortingsmelding nr 14–1976, vart dette systemet ytterlegare forsterka.

Etter kvart som innføring av ny teknologi i landbruket har breidd om seg, har landbruket i Hordaland vore ein av taparane på landsbasis. Topografien gjer det tungvint å drive, og driftseiningane er små samanlikna med gjennomsnittet for landet. Skal ein produsere råvarer til dagens prisnivå, krev det store einingar og rasjonell drift.

Alternative kanalar til tradisjonell omsetnad av råvarer frå bonden, har vist seg å vere nødvendig dersom ein ønskjer å satse på lokal foredling og produksjon. Hordalandsbonden har som nemnt vanskeleg for å tevla med andre distrikt på bulkmarknaden på grunn av topografi og struktur. I tillegg er mange av dei store foredlingsverksemdene i ferd med å forsvinne frå fylket. Prior sitt anlegg for eggmottak er borte, og det siste slakteriet i fylket vart lagt ned i desember 2005.

Ved å tilbakeføre noko av arbeidet lengre ut i verdikjeda til bonden, kan det vere råd å oppretthalde inntekta frå landbruket også på mindre driftseiningar. Det finst fleire døme på det i dag. Dei tradisjonelle salskanalane har vist lita interesse for å omsetje små volum av nisjeprodukt.

I kjølvatnet av Stortingsprop. nr. 8–1992 «Landbruk i utvikling» vart det lagt opp til ei 2-delning av landbruket. Vi skulle få eit meir robust landbruk, prisane skulle ned og nærme seg europeisk nivå. I tillegg vart det satsa ein god del midlar på at bøndene skulle få fleire bein å stå på, og samtidig skape nye aktivitetar av den frigjorte arbeids-

krafta. Det vart lagt opp til stimulering av produksjon av nisjeprodukt, foredling av gardsprodukta lokalt for å auke verdiskapinga, samt auke produksjon av tenester. Bøndene skulle komme lenger ut i verdikjeda der mykje av verdiskapinga finst i dag. Medan produsentane av til dømes eple får 6 kr per kg ved sal til lager, kostar dei same epla 25 kr per kg til forbrukar. Dette utan at produktet er særleg foredla. Det same skjer for andre produkt som t.d. sauekjøt. Oppgjerspris til bonde for sau- og lammekjøt er om lag kr 30 per kg, medan forbrukarane betaler det mangedoble i butikken. Ved lokal foredling og sal gjennom alternative marknadskanalar, kan det vere mogeleg også for mindre driftseiningar å kunne leve av gardsbruket.

Eit av problema for nisjeprodusentane, er å nå fram på marknaden med produkta sine. Daglegvareomsetnaden har gjennom dei siste åra vore dominert av fire store kjeder. Etter at Lidl etablerte seg i 2004, er talet blitt fem. Omsetnaden av matvarer har vore dominert av ekskluderande avtalar med store produsentar som kan forsyne alle butikkar i kjeda. Små nisjeprodusentar og lokale foredlarar har små sjansar til å få selt produkta sine den vegen. Ei viss oppmjuking har skjedd dei siste åra, og ein kan i dag finne ein del lokale produkt innafor enkeltbutikkar i desse kjedene.

1.2 Landbruksbasert reiseliv

Reiseliv er ein viktig del av satsinga på nye næringar i landbruket. Mange personar tilknytt landbruket har starta opp med ulike aktivitetar innan reiseliv. Bygging av utleiehytter, rorbuer, utleie av ulike hus på garden med meir, har auka mykje dei seinare åra. Nokre har lukkast godt, og reiselivsverksemda er etter kvart blitt ein viktig del av næringsverksemda. Andre har ikkje lukkast i så stor grad, og hyttene står ledige i alt for stor del av året. Investeringar i overnattingstilbod er kapitalkrevjande, og god marknadsføring er viktig. Personlege eigenskapar er også svært viktige for å lukkast. I dag er det i aukande grad nødvendig å kunne tilby meir enn ei seng for å lokke turistane. Tilbod om ulike aktivitetar på bruket, eller i nærleiken, er viktig for å få eit godt økonomisk resultat.

Det er etter kvart blitt vanleg å kunne tilby ulike former for tenester i samband med overnatting. Guida turar eller omvising på bruket, ulike former for servering av lokal mat og liknande, gjer at ein kan få meir ut av reiselivsverksemda.

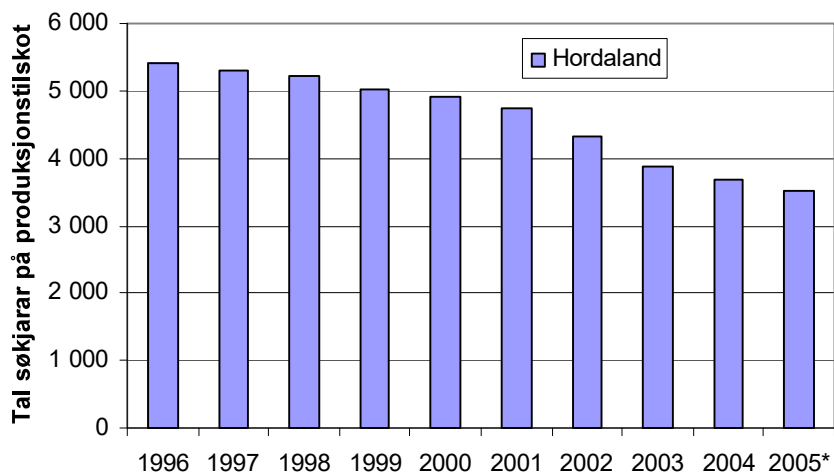
Mange av turistane som vitjar fylket, er ute etter lokal kultur, lokale matrettar etc. Geoturisme er eit omgrep som vert nytta av National Geographic society. Det er definert som «Turisme som tar i vare, forsterkar og framhevar den lokale eigenarten til ein stad – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kjem lokalsamfunnet til gode». Hordaland ligg i det området som vart kåra til det beste reisemålet i verda av nemnde organisasjon. Dette vil det vere råd å dra nytte av for dei lokale produsentane. Sal av spesialitetar, servering av lokal mat, gjerne saman med andre opplevingar, vil opne nye moglegheiter for landbruket, i alle høve i deler av fylket.

1.3 Metode

For å kartlegge omfang av produksjon av matvarer er det nytta offentleg statistikk. På mange av dei områda som er omtalt i dette prosjektet, er det lite data å finne. Det er derfor i stor grad nytta informantar tilknytt ulike deler av verdikjeda for omsetnad av matvarer. Intervju med eit utval produsentar og informantar frå omsetnadsledd har gitt nyttig informasjon sjølv om utvalet ikkje nødvendigvis er representativt for alle grupper

2 Landbruket i Hordaland

Landbruket i Hordaland har tradisjonelt vore samansett av små bruk med variert produksjon, gjerne i kombinasjon med anna arbeid og andre næringar. Gjennomsnittsbruket er om lag 120 dekar¹, vel 80 dekar mindre enn landsgjennomsnittet. Talet på driftseiningar i produksjonstilsksregisteret har gått kraftig ned dei siste åra. Frå 1996 til 2005 er talet gått ned med 35 prosent, medan tilsvarende tal for landet er 28 prosent. Ser vi på registrert jordbruksareal, er nedgangen mykje mindre (3 prosent). I praksis vil det seie at mesteparten av jorda vert driven vidare av andre.



Figur 2.1 Utviklinga av tal driftseiningar i jordbruket i Hordaland² 1996–2005

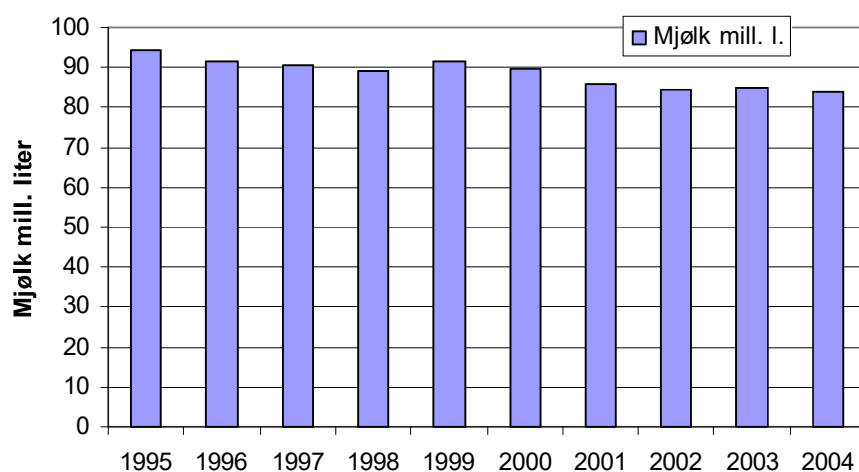
¹ Statens landbruksforvaltning, 2005, foreløpige tal

² Alle data for Hordaland er korrigert for Ølen kommune for perioden 1995–2001

Fleire av dei landbrukspolitiske endringane dei siste åra har vore lite gunstige for hordalandsjordbruket. Utflating av tilskotssatsar, innføring av botnfrådrag, krav til omsetnad over kr 30 000 før ein får tilskot og auka meirverdiavgiftsgrense er alle endringar som har påverka tal driftseiningar i Hordaland.

2.1 Mjølkeproduksjon

Mjølkeproduksjon har vore, og er framleis ein viktig basis for landbruket i Hordaland. Det aller meste av mjølkeproduksjonen har vore på ku, men det har også vore eit visst innslag av geitemjølkeproduksjon i enkelte område. I Eksingedalen, enkelte bygder på Voss, Røldal og elles spreidd i andre delar av fylket finn vi ein del geiter. Kumjølke vert produsert i heile fylket, dei største kommunane på kumjølke er Voss, Kvinnherad, Kvam og Etne. Desse fire kommunane har om lag halvparten av mjølkekyrne i Hordaland.



Figur 2.2 Mjølkeproduksjon i Hordaland frå 1995–2004 (Budsjettnemnda for jordbruket, Resultatkontrollen)

Figur 2.2 viser at det har vore ein nedgang på 11 prosent i mjølkeproduksjonen i Hordaland frå 1995 til 2004. Produksjonen av mjølke låg stabilt rundt 90 mill. liter fram til tusenårsskiftet. Etter det fekk vi ein markert nedgang i produksjonen. Hovudårsaka til nedgangen er mindre etterspørsel etter mjølke i marknaden. Kvotereguleringa av produksjonen har verka slik at samla kvote har gått ned i tiårsperioden. Det har også vore tilsvarende nedgang i produksjonen på landsbasis (11 prosent).

Tabell 2.1 Tal mjølkekyr og tal bruk med mjølkekyr og tal dyr per bruk (SLF)

	Ar	Tal bruk	Tal mjølkekyr	Middel per bruk
Hordaland	1995	1 775	17 301	9,7
	2004	1 110	13 896	12,5
Landet	1995	25 554	316 748	12,4
	2004	16 661	271 736	16,3

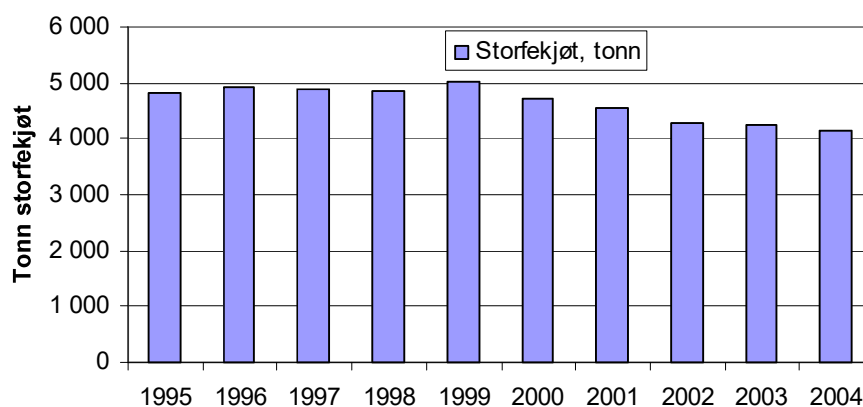
Tabell 2.1 viser at talet på bruk med mjølkekyr har gått ned med 37 prosent i Hordaland i tiårsperioden. Talet på mjølkekyr har minka med 20 prosent i same perioden. Buskapsstorleiken har dermed auka med 2,8 kyr per bruk. Samanlikna med resten av landet er nedgangen i tal mjølkeprodusentar om lag den same. Tal mjølkekyr viser mindre nedgang på landsbasis enn i Hordaland. Det viser at strukturendringa i retning større bruk har gått raskare i resten av landet enn i Hordaland.

Strukturendringa har gått særleg raskt dei siste åra med endringar i rammevilkår som blant anna har gjeve seg utslag i overgang til samdrifter i mjølkeproduksjonen.

2.2 Storfekjøtt

Mesteparten av storfekjøttet i Noreg vert produsert på mjølkeproduksjonsbruka. Kjøtt er ein viktig sideproduksjon for mjølkeprodusentane. I og med at det vart innført mjølkekvote på åttitalet, har det vore vanleg å setje på ekstra dyr til kjøttproduksjon dersom ein har overskot av grovfôr og plass på bruket.

På grunn av stor nedgang i mjølkeproduksjonen på landsbasis og dermed mindre kjøttproduksjon, har det vore underskot i marknaden av storfekjøtt. Trass i auka import, har det vore aukande prisar på storfekjøtt.



Figur 2.3 Produksjon av storfekjøtt i Hordaland 1995–2004 (BFJ, Resultatkontrollen)

Figur 2.3 viser at kjøttproduksjon på storfe i Hordaland følgjer i store trekk utviklinga i mjølkeproduksjonen på grunn av den tette samanhengen mellom dei to produksjonane.

Mange som sel mjølkekvote, satsar i staden vidare på produksjon av storfekjøtt. Det kan enten vere produksjon på innkjøpt kalv eller kjøttproduksjon på ammeku. Frå mange hald har det komme ønskje om andre kvalitetar på storfekjøtt enn det ein oppnår frå den tradisjonelle NRF-ku. Produksjon av kjøtt på spesialiserte storferasar er aukande både i Hordaland og på landsbasis. Dessverre har ikkje økonomien i produksjonen vore tilfredsstillande, så mange har slutta etter få år.

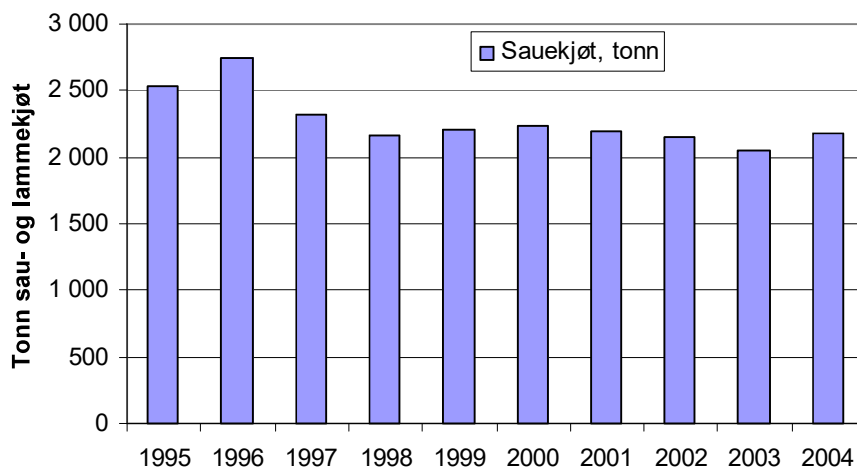
Tabell 2.2 Tal bruk, tal ammekyr og tal ammekyr per bruk (SLF)

	Ar	Tal bruk	Tal ammekyr	Middel per bruk
Hordaland	1995	361	1 319	3,7
	2004	437	2 540	5,8
Landet	1995	4132	20 963	5,1
	2004	5312	52 980	10,0

Tabell 2.2 viser at talet på ammekyr er nesten dobla i Hordaland mellom 1995 og 2004. På landsbasis er auken på 150 prosent i same perioden. Buskapane med ammekyr i Hordaland er berre halvparten så store som på landsbasis. Hordaland hadde knapt 5 prosent av ammekyrne i 2004.

2.3 Sau- og lammekjøtt

Hordaland har tradisjonelt vore eit viktig sauefylke. Rikeleg tilgang på godt utmarksbeite har vore utgangspunkt for eit utbreidd sauehald over heile fylket. Buskapane har vore små, og sauehald har for dei fleste vore ei attåtnæring til anna arbeid eller anna næring. Lønsemda i sauehaldet har hatt ein fallande trend gjennom mange år, og nye krav til omsetnad for å oppnå tilskot saman med andre endringar i rammevilkår, har ført til nedgang i sauehaldet i Hordaland.



Figur 2.4 Produksjon av sau- og lammekjøtt i Hordaland 1995–2004 (BFJ, Resultatkontrollen)

Figur 2.4 viser at produsert sauekjøtt har gått ned med 14 prosent frå 1995 til 2004 i Hordaland. Marknaden for sauekjøtt har vore vanskeleg i enkelte år, og det har vore problem med å oppnå målprisen i jordbruksoppgjeret. Dette har saman med dei andre faktorene nemnt ovanfor, ført til at mange små produsentar har slutta med sau i fylket.

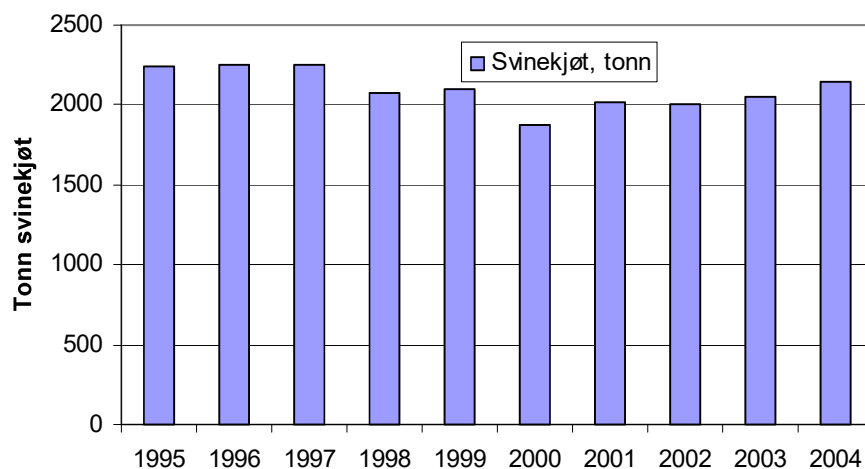
Tabell 2.3 Tal vinterfora sauer, sauebruk og buskapsstorleik (SLF)

	Ar	Alle sauer			Utegaande sau		
		Tal bruk	Tal sauer	Middel	Tal bruk	Tal sauer	Middel
Hordaland	1995	3 295	124 294	37,7	43	949	22,1
	2004	2 095	101 994	48,7	104	3 604	34,7
Landet	1995	24 239	1 137 756	46,9	97	1 688	17,4
	2004	16 717	1 076 410	64,4	263	7 275	27,7

Tabell 2.3 viser at talet på sauebruk i Hordaland utanom utegangarsau, er kraftig redusert frå 1995 til 2004. Nedgangen er på 36 prosent. Til samanlikning er nedgangen på landsbasis 31 prosent. Tal sauer er berre redusert med 18 prosent, så buskapane har auka med 10 vinterføra sauer per bruk i perioden. Likevel har buskapane auka meir i resten av landet. Vi ser også at det er aukande produksjon av utegangarsau. Talet på bruk med villsau er dobla, medan talet på villsau er firedobla på ti år i fylket. Hordaland har om lag halvparten av villsauene i landet. Om lag 3,5 prosent av sauene i Hordaland er no villsauger. Det er aukande interesse for villsauprodukt i marknaden, og det er fleire aktive produsentmiljø i Hordaland, mellom anna i Austevoll og i Nordhordland.

2.4 Svinekjøt

Forbruket av kvitt kjøt som svin og fjørfe, har vore sterkt aukande dei siste åra. Svinekjøtet er etter kvart blitt magert, og det har vore fokusert på at det er eit helsemessig betre alternativ enn kjøt frå dei grovførbaserte produksjonane. Svinehaldet har aldri vore særleg omfattande i Hordaland. Sidan produksjonen er basert på kornprodukt, har det vore naturleg at mesteparten av produksjonen av svinekjøt har vore konsentrert til korn-distrikta på Austlandet, Trøndelag og Rogaland.



Figur 2.5 Svinekjøt produsert i Hordaland 1995–2004 (BFJ, Resultatkontrollen)

Strukturen i svinehaldet har endra seg mykje dei siste åra. Auka konsesjonsgrenser har ført til færre og større produsentar. Produksjonen av svinekjøt på landsbasis har auka med 19 prosent i perioden, medan det er ein nedgang på 4 prosent i Hordaland.

Tabell 2.4 Tal bruk, tal avlsgriser og avlsgriser per bruk (SLF)

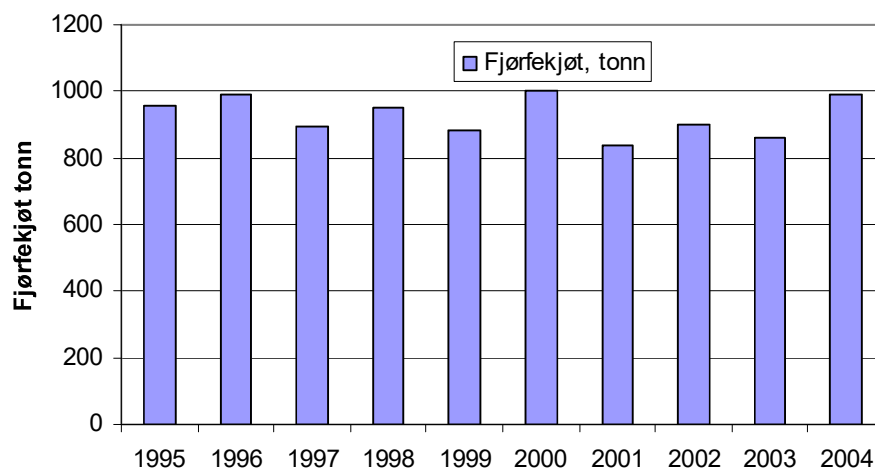
	Ar	Tal brukarar	Tal avlsgriser	Middel per bruk
Hordaland	1995	215	1 825	8
	2004	73	1 108	15
Landet	1995	4 385	64 452	15
	2004	2 119	61 259	29

Tabell 2.4 viser at tal avlsgriser per bruk er dobbelt så høgt på landsbasis som i Hordaland. Talet på produsentar i Hordaland er redusert til ein tredel i løpet av perioden, medan det er halvert på landsbasis.

I dei siste åra er det fleire produsentar i Hordaland som har satsa på svinehald og bygt opp store buskappar. Likevel er det lite truleg at svinehald vil verte noko stor produksjon i Hordaland framover. Viktige grunnar er mangel på produsentmiljø og tradisjon.

2.5 Fjørfekjøt

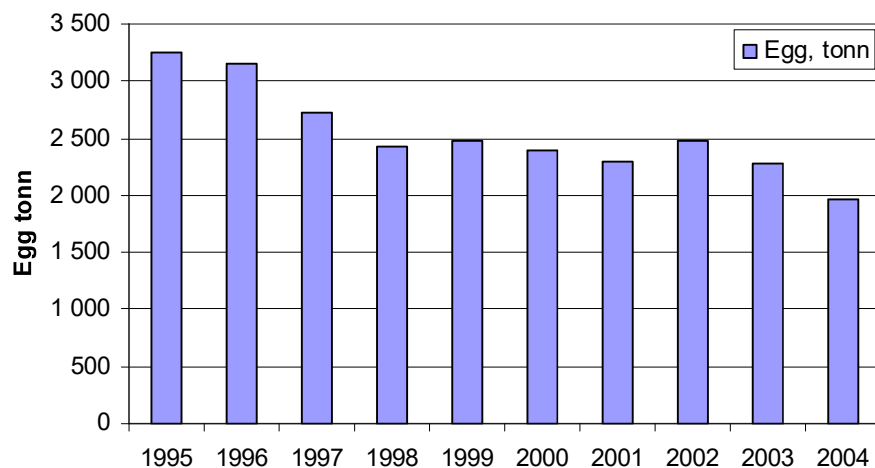
Produksjon av fjørfekjøt har auka kraftig i Noreg dei siste åra. Forbruksveksten har vore stor, og det ser ut til å bli ein ytterlegare vekst framover. Landbruket i Hordaland har ikkje teke særleg del i denne veksten. Årsaka er mykje dei same som for svinehaldet. Mangel på tradisjon og produsentmiljø er òg truleg viktige faktorar for at produksjonen av fjørfekjøt er beskjeden i Hordaland.



Figur 2.6 Fjørfekjøt produsert i Hordaland 1995–2004 (BFJ, Resultatkontrollen)

Mengda produsert fjørfekjøt i Hordaland har lege i underkant av 1 000 tonn i perioden, medan produsert mengde på landsbasis er nær dubla frå 28 000 tonn i 1995 til 54 000 tonn i 2004. Knappt 2 prosent av fjørfekjøtet kom frå Hordaland i 2004.

2.6 Egg



Figur 2.7 Egg produsert i Hordaland 1995–2004 (BFJ, Resultatkontrollen)

Utviklinga for eggproduksjonen har vore negativ dei siste åra for Hordaland. Auka konsesjonsgrenser har medført strukturendingar i næringa. Hordaland har ein beskjeden del av eggproduksjonen i landet, og han er minkande.

Medan produksjonen i landet har lege stabilt rundt 50 000 tonn i tiårsperioden, er produsert mengde i Hordaland redusert frå 3 200 tonn i 1995 til rundt 2 000 tonn i 2004. Årsakene til nedgangen i Hordaland er stort sett dei same som for svine- og fjørfekjøttproduksjon.

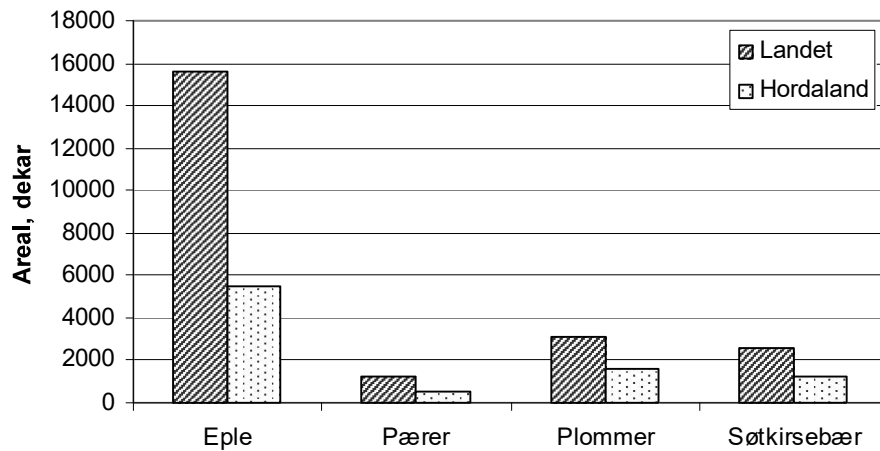
Tabell 2.5 Tal bruk, tal verpehøner og høner per bruk (SLF)

	Ar	Tal brukarar	Tal verpehøner	Høner per bruk
Hordaland	1995	347	239 512	690
	2004	207	125 219	605
Landet	1995	4 323	3 558 992	823
	2004	2 569	3 478 626	1 354

Tabell 2.5 viser at strukturendringa på landsbasis ikkje omfattar Hordaland. Fylket sin del av tal verpehøner i landet er gått ned frå 6,7 prosent til 3,5 prosent på ti år.

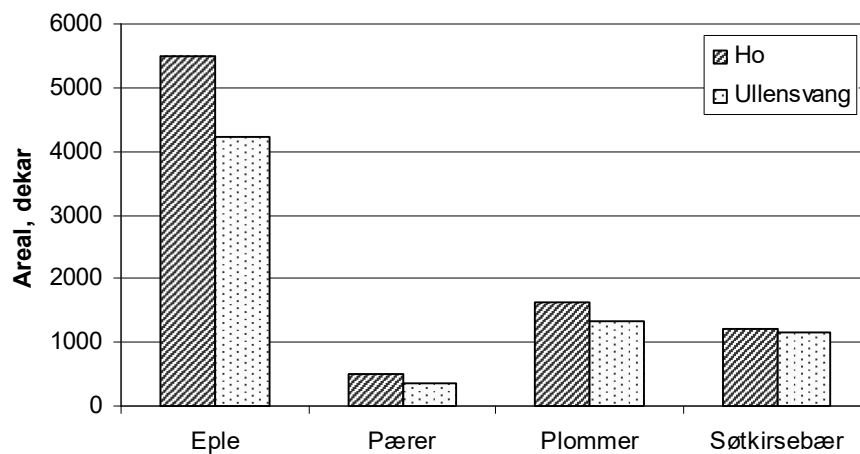
2.7 Frukt

Hordaland er eit viktig fylke for yrkesproduksjon av frukt, og om lag 35 prosent av eplearealet, 42 prosent av pærearealet, 51 prosent av plommearealet og 47 prosent av arealet med søtkirsebær ligg i fylket. I Ullensvang kommune er frukt viktigaste jordbruksproduksjon, og er den kommunen i fylket som har størst fruktproduksjon, i 2005 var om lag 70 prosent av det fulldyrka arealet i Ullensvang frukt.



Figur 2.8 Fruktareal i dekar (2005), Hordaland og heile landet

Kjelde: SLF antallstatistikk, <http://32.247.61.17/skf/prodrapp.htm>,

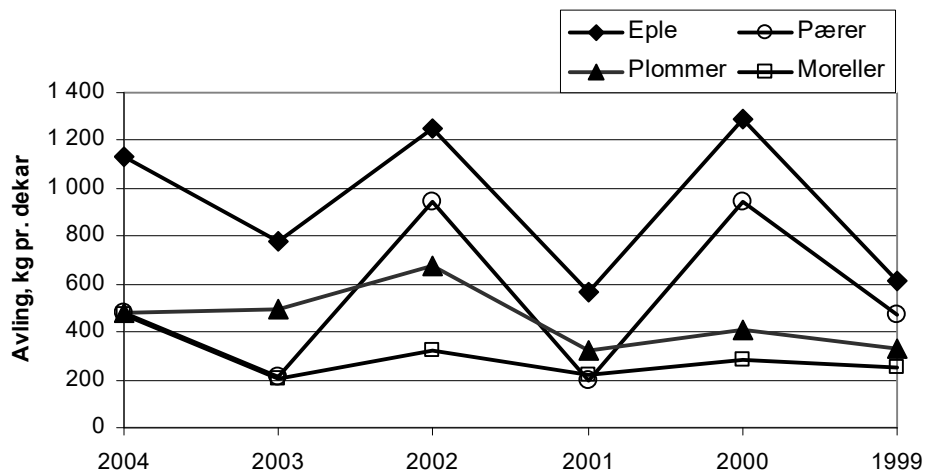


Figur 2.9 Fruktareal, dekar (2005), Hordaland og Ullensvang kommune

Kjelde: SLF antallstatistikk, <http://32.247.61.17/skf/prodrapp.htm>,

Avlingar

Fruktavlinga varierer mykje frå år til år. Figur 2.10 viser avling for fruktbruk i driftsgranskningane for åra 1999–2004. Særleg for eple og pære er det stor skilnad mellom oppnådd avling for gode og dårlege avlingsår.



Figur 2.10 Avling, kg per dekar, gjennomsnitt for fruktbruk i driftsgranskingane (17 bruk), 1999–2004

2.8 Bær

Hordaland har beskjeden produksjon av bær. Ved søknad om produksjonstillegg per 31.07.05 vart det utbetalt arealtilskot til 105 dekar jordbær og 112 dekar med andre bær. Sjølv om produksjon av bær kan vere viktig for enkeltprodusentar, er samla verdi av bærproduksjon svært liten i fylket.

Ved vegsal av jordbær, vert det teke mellom kr 50 og kr 60 per kg. Ved sal gjennom grossist ligg prisnivået på om lag kr 20 per kg ved sal av konsumbær.

2.9 Grønsaker og poteter

Også produksjonen av grønnsaker er liten i Hordaland. I 2005 vart det utbetalt arealtilskot til 91 dekar grønnsaker og 229 dekar poteter i fylket. Mykje av dette vert selt lokalt.

3 Verdikjeder

Største delen av landbruksprodukt i fylket går gjennom dei tradisjonelle kanalane. Det vil seie at produsenten leverer råvarer til foredlingsverksemd som igjen sel vidare til grossist. Deretter blir varene distribuerte vidare til detaljisten som er siste leddet før forbrukar.

I dei siste åra har det vore auka fokusering på at produsenten bør ta steget lengre ut i verdikjeda, for å ta del i ein større del av verdiskapinga. I ei marginundersøking i kjøtsektoren hausten 2005 (Bergset et.al, 2005) kom det fram at bonden fekk 24 prosent av netto forbrukarpris for eit utval av storfekjøt, svinekjøt og blanda husdyrprodukt. Slakting og skjering utgjorde 21 prosent, foredling 34 prosent, handelen 16 prosent, avgift 1 prosent og uforklart 4 prosent. Marginane til dei ulike ledda varierte mellom ulike kjøtslag, størst margin til bonden for storfekjøt med 37 prosent.

Dersom bonden har interesse og evne til å bevege seg utover i verdikjeda, og kanskje leggje til tenester og verdiar av annan karakter som lokalt opphav, tradisjonar etc., vil det vere mogeleg å ta ut mykje større marginar på produkta enn ved levering av råvare til foredlingsverksemd. Ein god del bønder i Hordaland har gjort dette alt. Intervju med ei stor gruppe av desse ligg til grunn for nokre av konklusjonane i dette notatet.

3.1 Tradisjonelle kanalar

I alt var det vel 3 500 bruk i Hordaland som søkte om produksjonstilskot i 2005. Dei aller fleste av desse leverte produkta sine som råvarer til foredlingsbedrift eller grossist. Slik vil det også vere i framtida sjølv om vi får ein meir differensiert omsetnad av jordbruksvarer. Oppgjerspris på dei viktigaste produkta til produsent er styrt gjennom målprissystemet i jordbruksavtalen og marknadstilhøva til ei kvar tid. Det er lite truleg at desse prisane vert monaleg heva dei kommande åra. Skjermingsstøtta (tollvernet) er avgrensa av internasjonale avtalar, og dei pågåande forhandlingane i WTO³ kan på sikt føre til reduksjon i tollvernet og prispress på dei viktigaste jordbruksprodukta.

³ Verdas handelsorganisasjon

For å oppretthalde eller betre lønsemda i produksjonane, er alternativa å auke produksjonen, redusere tal driftseiningar, auke overføringane til næringa eller kutte kostnader. Det vil i praksis seie færre og større driftseiningar. Auka overføringar er vanskeleg på grunn av avgrensingar i internasjonale avtalar, men her er det likevel større spelerom enn for auke i prisar.

Tabell 3.1 Prisar og pristilskot for viktige jordbruksprodukt i Hordaland

	Eining	Oppnadd pris 2004	Distrikts- tilskot	Grunn- tilskot	Pris etter tilskot
Kumjølkk	Liter	3,44	0,32		3,76
Geitemjølkk	Liter	3,72	0,32	2,10	6,14
Kukjøtt	Kg	28,07	4,05		32,12
Anna storfekjøtt	Kg	33,40	4,05		37,45
Svinekjøtt	Kg	21,17	0,54		21,71
Sau- og lammekjøtt	Kg	28,44	4,05	3,90	36,39
Egg	Kg	12,39			12,39
Poteter	Kg	3,76			3,76
Eple	Kg	6,11	3,28		9,39
Pærer	Kg	5,97	3,28		9,25
Plommer	Kg	13,74	3,28		17,02
Søtkirsebær	Kg	36,09	3,93		40,02

Kjelde: Driftsgranskinger i jord- og skogbruk, NILF 2005

I tillegg til prisane i tabell 3.1 kjem varierende former for pristilskot på dei ulike produkta. For kjøtt av storfe og sau er det to sonar i Hordaland. Med unnatak av nokre få kommunar på kysten, ligg Hordaland i sone 2 med kr 4,05 i distriktstilskot per kg kjøtt. Kystkommunane frå Bømlo i sør til Masfjorden i nord, ligg i sone tre, og produsentane får kr 6,55 per kg kjøtt i tilskot. For sau- og lammekjøtt er det grunntilskot med varierende sats gjennom året i tillegg. For frukt er det nytta gjennomsnittspris til produsent for klasse 1, gjennomsnitt for 2002–2004.

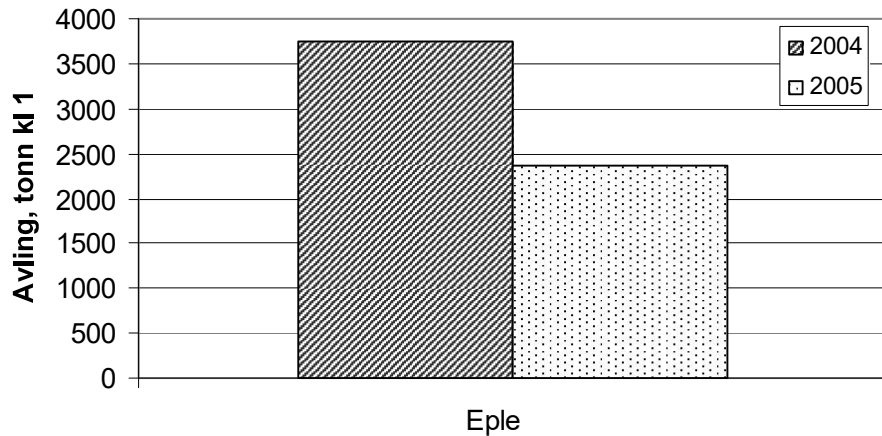
Mjølkeprodusentane i Hordaland fekk kr 0,32 per liter i distriktstilskot. I tillegg kjem driftstilskotet. Fruktprodusentane får kr 3,28 per kg i tilskot for eple, pærer og plommer og kr 3,93 for søtkirsebær. Dette tilskotet er avgrensa til 40 tonn frukt totalt.

Grunntilskot er avgrensa til geitekjøtt, sau- og lammekjøtt og geitemjølkk

Det aller meste av mjølkeproduksjonen i Hordaland går via Tine-systemet, det er ingen andre aktørar som mottek mjølkk i Hordaland.

Når det gjeld mottak av kjøtt og kjøttprodukt, er det to store aktørar. Det er Gilde og Fatland. Etter første desember 2005 er det ingen slakteri att i Hordaland. Alt må derfor transporterast ut av fylket.

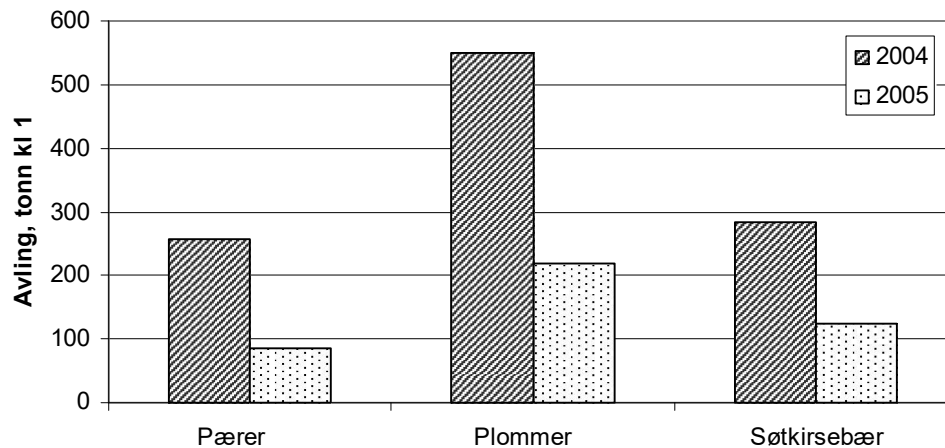
Produksjon av frukt varierer sterkt frå år til år. Hovudtyngda av produksjonen i Hardanger vert levert til det lokale fruktlageret og omsett gjennom ein av dei store grossistane, Bama, Coop Norge Distribusjon og Norgesfrukt. Eple produsert i Hardanger utgjør om lag 37 prosent av samla omsetnad av norske eple som vert selt gjennom dei etablerte omsetnadskanalane. Figur 3.1 viser avling av eple klasse 1 frå Hordaland for åra 2004 og 2005 som er omsett gjennom grossist.



Figur 3.1 Eple omsett gjennom grossistar, tonn, Hordaland 2004 og 2005

Kjelde: Jan Belt, fruktlagerinspektør

Omsetnad av pærer, plommer og søtkirsebær gjennom dei etablerte kanalane er vist i figur 3.2.



Figur 3.2 Pærer, plomme og søtkirsebær levert gjennom grossistar, tonn, Hordaland 2004 og 2005

Kjelde: Jan Belt, fruktlagerinspektør

3.2 Alternative marknadskanalar

Gjennom alle tider har det vore eit visst omfang av direkte sal frå bonde til forbrukar i Hordaland. Frå gammalt av galdt dette dei fleste produkt, men etter at tilskotsforvaltinga vart lagt til foredlings-/grossistleddet, vart det mindre attraktivt med denne omsetnaden. Likevel har det vore ein del direkte sal, særleg av frukt, bær og grønnsaker. I tillegg er det sal direkte frå produsent til forbrukar gjennom vegsal, ulike former for torgsal (messer) og dørsal. Den enklaste og rimelegaste forma for direkte sal, er når

kunden kjem til gards og kjøper produktet direkte frå bonden. Omfanget av direktesal frå produsent til forbrukar har auka sterkt dei siste åra. Det finst ikkje sikre kjelder på omfanget, men vi har gjort kalkulasjonar på bakgrunn av indirekte data som areal- og avlingsstatistikk, oppgåver frå slakteri, opplysningar frå eit utval av produsentar m.m.

Andre marknadskanalar er sal via gardsbutikk, abonnement, lokalbutikk, delikatessebutikk og kjedebutikkar. Ein god del av produsentane oppgjev at dei nyttar fleire ulike marknadskanalar.

I dette prosjektet har vi sett på fleire former for marknadskanalar av ulike produkt, og vurdert kva produsenten sit att med ved val av ulike kanalar. Opplysningane er henta frå telefonintervju med produsentar, foredlingsverksemdar, gardsbutikkar og andre informantar.

3.2.1 Gardsbutikk

Det kan ofte vere vanskeleg å definere skilnaden på direktesal til forbrukar og gardsbutikk. I ein del tilfelle sel produsenten berre eigne varer frå garden, medan andre baserer seg både på eigne og innkjøpte varer. For den første gruppa kan ein kanskje nytte uttrykket produsentutsal, mens den andre gruppa vert definert som gardsbutikk i dette notatet. Det er ikkje noko klart skilje mellom dei to gruppene, men dei som er omtalte som gardsbutikkar, sel mykje meir innkjøpte enn eigne varer.

I denne undersøkinga har ein samla inn informasjon frå tre aktive gardsbutikkar i Hordaland. Ingen av butikkane ligg i Bergen. Alle har drive i meir enn fem år og er godt innarbeidde i marknaden. Sams for alle er at dei har knytt til seg mange store og små (20–60) produsentar av gardsmat i Hordaland, og står for ein vesentleg omsetnad.

Det er litt ulike idear og motivasjon som ligg til grunn for oppstarten av gardsbutikkane, men i alle tilfella var det ein unytta bygningsmasse som stod sentralt. Vidare såg etablerarane ein måte til å ta ut ein høgare pris for eigne varer samstundes som det var ein marknad for omsetnad av andre småskalaprodukt. I tillegg var det mogeleg å skape fleire tiltrengte arbeidsplassar og få til ei rimeleg inntekt. I snitt kan ein rekne om lag 1,5–2 heile stillingar for kvar butikk.

Produktspekteret spenner over det meste når det gjeld gardsmat, men ferske mjølkeprodukt og brød vert ikkje omsett gjennom gardsbutikkane. Nedanfor følgjer noko av vareutvalet i gardsbutikkane:

- Kjøtvarer og pølser
- Bakarvarer
- Frukt
- Grønsaker
- Syltetøy
- Ost
- Poteter (Hadeland)
- Hermetisk frukt
- Egg
- Krydder.

Det er kjøt, bakarvarer og frukt det blir selt mest av, men dei andre produkta er og viktige i for å skape eit rikt vareutval. Butikkane ønskjer helst å selje varer som er produserte i nærområdet eller i eige fylke, men for poteter er det vanskeleg å få tak i godt nok utval av god kvalitet. Desse vert derfor kjøpt frå Hadeland. For bakarvarer som lefser, svele, potetkaker og liknande, kan det ofte vere vanskeleg å stette etterspurnaden. Enkelte av butikkane foredlar òg ein del varer sjølve.

Ser ein på omsetnaden på dei ulike gardsbutikkane, viser det ein vesentleg verdiskaping av småskalaprodukt. Omsetnaden varierer mellom 2 og 3 millionar kroner for kvar butikk. For kjøt utgjer omsetnaden om lag 500 000 kroner for kvar enkelt butikk. Meirprisen ved at varene går frå småskalaprodusent via gardsbutikken til forbrukar, utgjer i snitt ein auke på 35 prosent til 60 prosent. Alle gardsbutikkane kjøper inn varene, og det er derfor ikkje noko provisjonssal. Butikkane ber dermed ein viss risiko for å brenne inne med enkelte varer, og lyt dermed ta ein del svinn. Eit tema som gjekk igjen for gardsbutikkane, er at det ikkje er rom for gardsbutikker på kvart nes. Det er avgrensa kor mange det er plass til, og kor høg pris ein kan ta for produkta. Det er vesentleg skilnad i kva pris ein kan oppnå for varene på landsbygda samanlikna med byane. Konkurransen frå enkelte daglegvarebutikker er blitt merkbar etter at desse har starta å ta inn småskalaprodukt.

Kundemassen til butikkane er denne noko samansett. Kunder frå lokalmiljøet og kringliggjande kommunar er ein viktig del. Alle butikkane ligg ved vegar med høg trafikk. Forbipasserande og hyttefolk er særskild viktige kundegrupper. Omsetnad i helgane betyr derfor mykje for drifta. Turistane gjer også eit vesentleg innhogg i hyllene i sommarhalvåret.

Når det gjeld planar for framtida, har alle ønske om å auke omsetnaden og utvalet av varer, helst frå nærområdet. Småprodusentar som kjem med nye og spennande produkt, er velkomne som leverandørar dersom dei har godkjenning frå Mattilsynet. Det er og viktig at maten kan sporast attende til produsent. I følge gardsbutikkane er det framleis rom for nye produsentar.

3.2.2 «Bønder i byd'n» og «Bondens marked»

«Bønder i byd'n» (BB) er ei årleg messe der rundt 80 produsentar frå Hordaland og Sogn og Fjordane presenterer varene sine for byfolket på Bryggen i Bergen tidleg på hausten. Det er ei av dei største mønstringane av dette slaget i landet. Eit grovt anslag frå siste året er ein omsetnad mellom 3 og 4 millionar kroner. Det er hovudsakleg småskalaforedlarar og produsentar av frukt og grønt som deltek, men også større verksemdar som Tine og Gilde, deltek på messa.

Nokre av produsentane vi intervjuar, oppgav at dei omsette halve produksjonen sin på BB. Dei fleste som nemnde BB i intervjuet, meinte at det var ein god plass for å få presentert varene sine for eit større publikum med tanke på gjensal.

Produsentar med liten omsetnad syntest det kosta mykje å delta. Ei leige på kr 350 per m², utgifter til straum, transport og reise, parkering og hotelopphald kunne ete opp heile omsetnaden og vel så det. Det vert fort ei utgift mellom tre og femtusent kroner. Andre meinte det var på feil tidspunkt i høve til deira produksjon. Ein sa at sauene er framleis på fjellet når dette går av stabelen.

«Bondens marked» (BM) er eit amerikansk konsept der ein har faste dagar kvar månad der produsentane møter kundane på ein fast plass. Dei siste gongene har dette vore på Vågsalmenningen i Bergen. Opplegget er mykje det same som på BB, men det er oftare, og har færre produsentar. Det har ein årleg omsetnad på vel 2,6 millionar kroner. Deltakarane betaler årleg kontingent på kr 1 000 og 6 prosent av omsetnaden i avgift. I tillegg kjem utgifter til telteleige, transport og liknande. Omsetnaden ligg mellom kr 11 000 og 15 000 per deltakar per gong. Det har delteke 47 produsentar i alt på BM i 2005, og om lag 20 kvar gong i gjennomsnitt. Nokre informantar oppgjev at dei sel halvparten av produkta sine på BM. Elles så er det same effekten av BM når det gjeld marknadsføring og kundekontakt som BB.

3.2.3 Spesial- og delikatessebutikkar

Sal gjennom spesialbutikkar har eit visst omfang blant fleire av informantane. Ingen har dette som viktigaste marknadskanal, men som eit supplement til andre kanalar. I tillegg er det ein god måte å få gjort varene kjende på. Sal gjennom slike butikkar medfører ofte ei dobling av prisen frå produsent til forbrukar. Dette var eit av ankepunkta frå produsentane.

Ein av spesialbutikkane vi var i kontakt med, gav opp at han fekk varer frå 5 nisje-produsentar i Hordaland. Det vart omsett fleire ostetypar (ca. 1 000 kg per år), frukt-hermetikk, syltetøy, lefser, ramsløk, diverse krydder, spekepølse og pinnesider. Det var særleg interessant med pinnesider frå villsau. Denne butikken auka prisen frå produsent til forbrukar med 70–75 prosent, noko som er lågare enn dei andre.

Eit problem for spesialbutikkar, var at omsetnaden ofte var liten, og svinnet stort. Dette varierer mykje frå butikk til butikk.

3.2.4 Abonnement

Det er berre ein aktør i Hordaland som driv med abonnementsal av hovudsakleg grøntprodukt og ein del tørrvarer som er økologisk dyrka. Sal ved abonnement går ut på at produsenten/leverandøren kjem på døra med varene annankvar veke. Kundane har fast bestilling på ein del produktgrupper. Årleg omsetnad er om lag 4,5 millionar kroner, av dette er omsetnad av frukt og grønt 4 millionar. I tillegg kjem tørrvarer som økologiske kornprodukt. Eigen produksjon av økoprodukt er 5–600 000 kr. I tillegg har vedkommande 6–7 produsentar i Hordaland som leverer varer til ordninga.

Andre produsentar som leverer til abonnementsordninga, oppnår OIKOS sine prisar frå produsent til grossist, kanskje med eit lite tillegg. Prisane til forbrukar ligg på internett saman med tingsliste. Prisnivået på produkta er om lag som på økologiske varer i butikk. Omberinga av varene har også ein fast pris.

Abonnementsordninga har lita eller inga marknadsføring, jungeltelegrafan fungerer godt. Det er ingen konkurrentar i distriktet på økologiske varer, men det er bedrifter som leverer frukt og grønsaker til bedriftsmarknaden. Dei aller fleste kundane er i Hordaland. I tillegg har han hatt enkeltleveringar til t.d. Øya-festivalen i Oslo, og han har fast leveranse til gardsbutikk i Aurland.

3.2.5 Lokalbutikk/kjedebutikk

Tidlegare har det vore eit problem at nisjeprodusentane ikkje fekk omsett varene sine gjennom ordinære butikkar på grunn av eineavtalar vertikalt i verdikjeda. Det vanlege var at ein måtte til hovudkontoret i Oslo for å forhandle med kjedeleinga om innpass i lokalbutikken. I tillegg måtte ein ha nok produkt til å kunne forsyne kjeda ved produkt på landsbasis for å vere aktuell leverandør.

Dette er endra dei siste åra, og fleire informantar gjev opp lokalbutikken som ein viktig marknad for produkta. I eitt tilfelle omset lokalbutikken lokalproduserte pinnesider i konkurranse med rimelege fabrikkproduserte. Likevel var 90 prosent av salet relatert til lokalprodusert vare. I dette tilfellet gjekk 75 prosent av forbrukarpris til produsenten, resten til butikken. I alle dei tilfella vi registrerte, var påslaget til butikk langt lågare for kjedebutikkar enn for spesialforretningar.

Ein produsent opplyser at den lokale kjedebutikken kjøper kjøt til same pris som ved gardssal, og distribuerer i tillegg kjøtet til andre butikkar i same kjeda. Etter kvart som dette vert sett i system, vil lokalbutikkar verte ein viktig marknadskanal for nisjeprodusentane i framtida. Kjedebutikkane kan også bli konkurrentar til gardsbutikkane.

3.3 Marknadskanalar for ulike produkt

3.3.1 Mjølkeprodukt

Det er særleg ost som vert selt direkte til forbrukar frå gard. Det finst også andre produkt som smør, prim og rømmekolle med meir.

Tolv produsentar i Hordaland er registrert med ysting heime via Tine-systemet. Tine Meieriet Vest opplyser at det er om lag 200 000 liter geitemjølkk blir ysta heime og omsett av produsenten. Dette er om lag 15–17 tonn ost. I tillegg kjem dei som ystar ost utan å ha kvote. I følgje Tine kan kvar produsent nytte inntil 250 000 liter kumjølkk eller 125 000 liter geitemjølkk til foredling heime uansett om dei har kvote eller ikkje, dersom dei har søkt Statens landbruksforvaltning om fritak for overproduksjonsavgift. Dette fritaket er lett å få. Foreldrarane vil få pristilskot utbetalt via Tine.

Omlag ti produsentar frå Hordaland er autoriserte- eller godkjente mjølkk- og mjølkkproduksjonsverksemdar (Mattilsynet: <http://www.mattilsynet.no>). I tillegg har nokre produsentar søknad om godkjenning inne til handsaming hos Mattilsynet. Det finst ikkje noko register som inneheld opplysningar om kva som vert produsert, eller kor mykje som vert produsert hos desse produsentane. For å få meir informasjon om ost- og smørproduksjon, vart det derfor gjennomført eit telefonintervju med eit utval på sju produsentar.

I alt sju produsentar vart kontakta. Av desse var det fem som var registrert som produsentar av brun geitost, ein som produserte geitost i tillegg til spekepølse m.m. og ein som produserte smør av deler av mjølkk. Berre tre av dei sju, alle med produksjon av brun geitost, hadde framleis produksjon då intervjuet vart gjennomført. Produsenten av smør hadde opphald i produksjonen på grunn av sjukdom, men rekna med å starte opp at på eit seinare tidspunkt.

På alle dei tre bruka som hadde produksjon, var det meir enn ti år sida produksjonen starta opp. To hadde starta opp sjølv, den tredje overtok bruket etter at osteproduksjonen var starta. Alle produserte ost berre av eigen kvote, og to ønskte å auke produksjonen noko på sikt, men hadde ikkje kvote til større produksjon.

På eit av bruka som tidlegare hadde produsert ost i ei årrekke, hadde osteproduksjonen starta som hobby, og mesteparten av mjølkk vart levert meieriet. Produksjonen vart avslutta som følgje av generasjonsskifte og overgang til samdrift.

Dei to siste som ikkje lenger produserte ost, opplyste høvesvis at det var krav om overproduksjonsavgift⁴ på grunn av manglande kvote og manglande produksjonsfelleskap som årsak til at dei ikkje hadde produksjon.

Av dei til saman fem produsentane som har, eller tidlegare har hatt produksjon over litt tid, påpeikte fire at dei hadde gode erfaringar med Mattilsynet, medan ein sa at Mattilsynet hadde fungert som ein medspelar.

Omsetnad og prisar

Smørprodusenten hadde omsett smøret på «Bondens marknad» og levert til gardsbutikk og daglegvarehandel. Ein av osteprodusentane hadde omsett all osten direkte frå garden, ein hadde i hovudsak omsett frå garden, men hadde også nytta andre kanalar, ein hadde selt til gardsbutikk og lokale daglegvarebutikkar. Den største av osteprodusentane hadde avtale om sal gjennom kjedebutikkar.

⁴ Produsenten kan søkje om fritak for overproduksjonsavgifta

Tabell 3.2 Pris på brun geitost ved ulike omsetningskanalar

	Pris per kg brun geitost		Per l geitemjolk *
Kjede	85	95	8,18 **
Gardsbutikk/lokal daglegvarehandel		75	6,82
Gardssal		100	9,09

*) Det er rekna 11 l mjolk til produksjon av 1 kg ost

**) Kr 90 per kg er nytta ved utrekning av pris per l mjolk

Når ein skal samanlikne utbetalingspris per liter mjolk, må ein ta omsyn til at oste-produksjon er arbeidskrevjande, og at dei fleste av produsentane sjølve transporterar osten fram til butikk.

Den eine smørprodusenten hadde omsett smøret til kr 150 per kg, uavhengig av om smøret vart selt på Bondens marknad eller til butikk. Det vert rekna 21,6 liter mjolk til produksjon av 1 kg smør. Pris per liter mjolk nytta til smør, vert då 6,94.

Motivasjon og flaskehalsar

Fleire av produsentane som vart intervjuet, sa at det var ønske om å få betre fortjeneste og full sysselsetjing på garden som var motivasjonen for å drive småskalaproduksjon. I tillegg var det fleire som meinte at det var viktig å ta vare på tradisjonen med oste-produksjon.

Ingen av dei som hadde produksjon hadde hatt vanskar med omsetnad av produkta sine, det var heller ingen av dei som kunne nemne andre flaskehalsar. Det kan derfor synast som om dei som lykkast med produksjonen møter, få vanskar. Dei som har slutta produksjonen, nemner overgang til samdrift og generasjonsskifte, manglande kvote og manglande produksjonsfellesskap som årsaker.

3.3.2 Kjøttprodukt

Tradisjonsmat frå ulike distrikt er blitt attraktivt for fleire grupper av forbrukarar. Etter fleire år med standardisering av kjøttprodukt som smakar og ser likt ut same kor det er produsert i landet, har etter kvart større kundegrupper vore andre stader i verda der land-bruket har teke vare på lokale mattradisjonar. Betalingsviljen er også stor for varer med god kvalitet. Dette saman med offentleg satsing på utvikling av nye næringer, har gjeve grobott for blant anna lokale foredlingsbedrifter av kjøttprodukt i Hordaland.

På grunn av regelverk og krav frå Mattilsynet, er det ikkje høve til å slakte dyra heime på garden. Det er to slakteri som tek mot slakt frå Hordaland; Gilde og Fatland. Produsentane slaktar dyra ved slakteria, og tek kjøttet attende for vidareasal og foredling.

Omfang

Det er vanskeleg for slakteria å skilje mellom gardsforedlarar og det som er definert som industri. Opplysningar frå slakteria kombinert med opplysningar frå enkelt-produsentar tyder på at om lag 200 tonn med kjøtt vert foredla av gardsprodusentar i alt. Småskalaforedling utgjer om lag 2–3 prosent av alt slaktet i Hordaland, for sau og lam om lag 5 prosent. Foredling av sau- og lammekjøtt er vanleg blant småskalaforedlarane i Hordaland. I alt har vi registrert om lag 115 tonn sauekjøtt. Ut frå dei prisane vi har fått oppgitt, utgjer dette ein bruttoomsetnad mellom 10 og 20 millionar kroner. Det er vanskeleg å finne sikre tal for småskalaforedling av kjøtt. Omfanget er truleg noko høgare enn det vi har registrert. Omfanget på kvart bruk varierer frå relativt små mengder til fleire titals tonn med kjøttprodukt

Salskanalar

Nokre av informantane sel alt dei produserer heime på bruket. Dei fleste gjev opp at dei kunne selt dobbelt så mykje som dei klarar å produsere av kjøtvarer. Marknaden er lett dersom ein kan tilby kvalitetsprodukt. Det er vanleg å nytte fleire salskanalar. I tillegg til sal frå garden kombinerer mange med å levere til lokalbutikken, spesialbutikker, sal på ulike messer med meir.

Sals- og foredlingskostnader

Det generelle inntrykket frå informantane var at dei brukte lite ressursar på å få selt varene sine. Dei fleste oppgav nokre få tusen kroner til ulike tiltak med annonsering, opptrykking av reklame og portokostnader. Ein informant brukte mykje ressursar på dette og fann at det førebels vart lite igjen når alle kostnader til reklame, transport, administrasjon, leigd hjelp etc. var trekte frå. Den viktigaste kostnaden i denne samanheng, er kostnader til eige arbeid.

Kjøp av tenester hos slakteria i vart oppgitt kr om lag kr 8,- per kg for sau og kr 20,- per kg for geit.

Marginar

Det er nytta mange ulike salskanalar, og mengder og marginar til den enkelte varierer svært mykje. Ein produsent som foredlar geitekjøt og sel alt på garden, oppgjer ein meirverdi på kjøtet på kr 70 per kg. Geitekjøt er svært dårleg betalt som råvare, så utslaget er størst for denne gruppa. Ein annan foredlar som nyttar innkjøpt geitekjøt og litt sau i produksjonen, oppgjer ein meirverdi på 200 kr per kg ved sal frå garden. Det er relativt få foredlarar i fylket som hovudsakleg nyttar geitekjøt til foredling eller vidare-sal.

Begge desse produsentane har levert til spesialbutikker. Produsentane oppfatar ikkje spesialbutikker som ideelt alternativ då prisen vert for høg ut til forbrukar, dersom produsenten skal oppnå tilfredsstillande pris. Dobling av prisen er vanleg frå produsent til forbrukar ved denne marknadskanalen. Sal på messer har også vore nytta. Dette er god marknadsføring, men det medfører også kostnad i form av transport, innleige av salsfolk, avgifter, overnatting etc.

Dei aller fleste småskalaforedlarane nyttar sau- og lammekjøt som råvare til produksjonen. Produsentane meiner at dei doblar eller tredoblar verdien i høve til råvareleveranse. Dei vanlegaste produkta av sau er pinnekjøt, fenalår, røykjekjøt, spekepølse middagspølse, rullepølse m.m. Meirverdien av sal av foredla produkt aukar med foredlingsgraden. Det same gjer arbeidsforbruket. Nokre få av informantane har registrert meirinntekt i høve til arbeidsinnsats. Deira konklusjon er at foredlingsverksemda kastar vesentleg meir av seg per time enn råvareproduksjonen. Det er ikkje gjort registreringar av arbeidsforbruk i dette prosjektet.

Eigen produksjon av ravarer

Alle informantane i denne undersøkinga hadde eller hadde hatt tradisjonelt landbruk. Dei fleste la vekt på at det var ein viktig del av aktiviteten å halde bruket i hevd, og ha ein del eigenproduksjon av råvarer. Ein informant oppgav at han hadde avslutta sauehaldet og leigt ut areala for å satse berre på foredling. To av informantane hadde overlete landbruksdrifta til andre i familien fordi foredlinga tok all tida.

Syssetjing

Arbeidsinnsatsen blant informantane varierte mellom 1,5 månadsverk til 3–4 årsverk. Til saman er det mange årsverk knytt til småskalaforedling i Hordaland.

Framtidsplanar

Alle informantane med unnatak av ein, hadde planar om å halde fram på dagens nivå eller utvide verksemda på sikt. Mange hadde funne eit passande omfang i høve til kapasitet, og ønskte å produsere om lag som nå. Ein hadde problem med helsa, og var usikker på framtida. Tre av informantane ønskte å utvide produksjonen.

Motivasjon

Informantane gav opp mange ulike grunnar til at dei hadde starta opp kjøtforedling. Nokre viktige moment:

- Kontakt med kundar
- Positive tilbakemeldingar på produkta
- Økonomisk støtte og motivasjon frå det offentlege
- Auka inntening på garden
- Idealisme og glede og å skape sitt eige varemerke
- Nekte å godta utviklinga ved at andre tar mesteparten av fortene
- Likar å produsere mat
- Erfaring frå kjøtbransjen.

Felles årsak for mange var dette å komme nærmare kunden. Å få positive tilbakemeldingar på produkta og ha gjenkjøp frå nøgde kundar, var ein viktig grunn. Trivsel med arbeidet og interesse for tradisjonar var andre oppgitte grunnar. Økonomiske motiv var også viktige. Mange hadde sette seg leie på at produsenten sat att med for liten del av forbrukarprisen. Ein informant hadde erfaring frå kjøtbransjen, og kunne no tilby kundane det dei ønskte i motsetning til tidlegare då han jobba i ei større bedrift.

Flaskehalsar

Her er nokre av flaskehalsane som vart nemnde av informantane:

- Logistikk
- Godkjenningsprosessar
- Regelverk og haldning hos offentlege styremakter
- Byråkratiet
- Høve til eigna skilting og avkjørsle frå veg
- Store utgifter til kontrollar
- Å få profilert varene i butikken
- Kundane
- Innpass i marknad som innsal til større kjeder
- Pålegg om kassaapparat
- Ingen slakteri att i Hordaland
- «Bønder i byd'n» for tidleg på hausten.

Alle informantane hadde møtt på ulike former for flaskehalsar i dei ulike prosessane dei hadde vore gjennom. Fleire nemnde manglande logistikk som viktig flaskehals. Andre nemnde regelverk og byråkrati som ei vesentleg hindring, men her var det også mange som hadde positive erfaringar. Ein informant oppgav kundane som ein flaskehals i arbeidet. Enkelte kundar kunne bruke timevis på å handle ei lita pølse, og då kunne det bli eit problem.

To av informantane nemnde marknadstilgang som ein flaskehals. Dette hadde rett nok endra seg i det siste, og det såg ut til at det vil verte eit mindre problem i framtida.

Ein informant nemnde at nedlegging av slakteriet i Granvin medførte ekstrakostnader og meir arbeid med logistikk. Ein annan syntest det var feil at «Bønder i byd'n» gjekk av stabelen medan sauene ennå var på fjellet.

3.3.3 Frukt og bær

Det er vanskeleg å finne eit nøyaktig tal for kor store mengder frukt som vert produsert og omsett utanom dei store grossistane. Særleg ein del mindre produsentar omsett avlinga ved vegsal, torgsal og dørsal, eller har avtale med større arbeidsplassar om levering av frukt. Knutsen o.a (2001) reknar ut frå gjennomsnittlege avlingstal at vel 30 prosent av klasse 1 epla vert omsette gjennom andre kanalar enn dei lokale fruktlagra. For dei andre fruktslaga er det ikkje gjennomført tilsvarande studiar.

Informantar frå fruktnæringa i Hordaland har estimert omsetnad av frukt utanom dei etablerte kanalane til å vere 20 prosent for eple, pærer og plommer og 25 prosent for søtkirsebær. I utrekning av inntekt frå sal av frukt vert anslaga frå informantane nytta. Vi har lagt desse prosentane til grunn for utrekning av samla omsetnad av frukt av klasse 1 for åra 2004 og 2005.

Tabell 3.3 Estimert samla omsetnad av frukt klasse 1, 2005 og 2004

	2005			2004		
	Lever lager	Estimert omsetnad via andre kanalar	Samla produksjon	Lever lager	Estimert omsetnad via andre kanalar	Samla produksjon
Eple	2 367	473	2 840	3 747	749	4 496
Pærer	87	17	104	256	51	307
Plommer	220	44	264	550	110	660
Søtkirsebær	124	25	149	283	47	340

Det er grunn til å tru at omsetnad utanom fruktlager er meir stabil i forhold til avlingsnivået enn det ein kjem fram til i tabell 3.3, og at mengda ein kjem fram til i tabellen er noko høg for 2004 og noko låg for 2005.

Prisar – omsetnad via fruktlager

Tabell 3.4 viser utbetalingspris til produsent for dei ulike fruktslaga for åra 2000–2004. Utbetalingsprisane er gjennomsnittspris ved levering gjennom fruktlager for fruktbruka frå Hordaland som deltek i driftsgranskingane i jord- og skogbruk. Utbetalingsprisane viser klar samanheng mellom avlingsnivået. I gode avlingsår vert utbetalingsprisane låge, i år med låge avlingar vert prisane høgare.

Tabell 3.4 Utbetalingspris til produsent, gjennomsnittstal fra 14 fruktbruk i driftsgranskingane

	Pris, klasse 1, kr/kg					
	2004	2003	2002	2001	2000	1999
Eple kl. 1	6,02	7,27	5,05	6,86	4,69	6,95
Pærer kl. 1	5,20	7,11	5,60	7,33	3,79	5,28
Plommer kl. 1	15,21	13,86	12,14	15,06	12,99	14,26
Søtkirsebær	35,21	39,86	33,21	37,15	31,22	32,04

Prisar – omsetnad utanom dei etablerte kanalane

Dei produsentane som vel å selje avlinga utanom dei etablerte kanalane, kan oppnå høgare pris for frukta, men vil ikkje få utbetalt distrikts- og kvalitetstilskot. Distrikts- og kvalitetstilskot vert utbetalt for all frukt av klasse 1 for inntil 40 000 kg føreset at det vert levert meir enn 2 000 kg frukt av klasse 1.

Ved vegsal, eller sal direkte til forbrukar frå garden, opplyser informantar at ein kan selje eple og pærer for kr 15 per kg, plommer for kr 50 per kg og søtkirsebær for kr 70 per kg

Frukt klasse 2 (pressfrukt)

Gro Industrier AS avd. Hardangersaft tek imot pressfrukt frå heile landet. I 2005 vart om lag 940 tonn eple frå Hordaland levert til pressing der. Denne frukta vert i hovudsak levert frå fruktlagra, men noko vert også levert direkte frå produsentane. Hardangersaft betaler kr 2,10 per kg for presseple. Hardangersaft presser også epla som vert nytta til Hardangerjuice (Tine). For eple som vert nytta i juicen betaler Tine kr 0,70 per kg ekstra til produsentane.

Marginar

Knutsen o.a. (2001) fann ved ein undersøking av prisar og marginar i Bergensområdet i vekene 42–52, at for eple tok butikk/kjede/grossist mellom 37 prosent og 49 prosent av forbrukarprisen, medan fruktlageret fekk utbetalt mellom 26 prosent og 36 prosent av forbrukarprisen. Fruktlagra har ulike kostnader og ulik servicegrad overfor produsentane sine, mellom anna har dei ulik praksis for inntransport til lager. Sortering, pakking og emballasje vert også dekkja av lagertrekket. I 2000 utgjorde samla lagertrekk om lag kr 2 per kg for eple pakka i Brett. Utbetalingsprisen til produsentane utgjorde derfor mellom 20 og 25 prosent av det forbrukarane betalte for epla.

Ved omsetnad gjennom andre kanalar enn fruktlager, må produsentane sjølve dekke kostnader til emballasje og frakt. I tillegg kjem arbeidskostnad knytt til omsetnad. Særleg ved omsetnad der bonden sjølv møter kundane, som til dømes på «Bondens marknad», kan arbeidskostnader knytt til sal verte høg. Dette må ein ta omsyn til når ein skal samanlikne utbetalingspris til bonden ved ulike kanalar for omsetnad. Det har ikkje vore mogleg å gå nærare inn på desse tilhøve i denne undersøkinga.

Omsetnad – økologiske plommer 2004

I 2004 gjennomførte Planteforsk Ullensvang og NILF eit lite prosjekt om økologiske plommer (Børve og Knutsen 2004). Som ein del av dette prosjektet vart ulike omsetnad av økologiske plommer vurdert. Mellom anna noterte tre produsentar opplysningar om arbeidsforbruk, kostnader ved omsetjing og oppnådde prisar på produkta. Sjølv om ein i prosjektet tok føre seg økologiske plommer, kan resultatane gje eit bilete av kostnader ved ulike omsetnad av frukt. Kostnader ved ulike omsetnad vil vere ulike for ulike case. Ut frå dei tre produsentane som gav opplysningar om kostnadene sine i 2004, kan ein ikkje seie noko generelt om kostnader ved ulike omsetnad.

Ein del av plommene til dei tre produsentane vart omsett ved torgsal; på Bergen matfestival og på Økotorget i Bergen. Ved Bergen matfestival vart det omsett 32 kg økologiske Mallard for om lag kr 1 700. Det gjev ein pris per kg på om lag kr 53. Ved same høve vart konvensjonelle plommer selde for kr 40 per kg. Dei økologiske plommene vart altså omsett til kr 13 meir per kg enn dei konvensjonelle.

Hausten 2004 vart det også levert litt økologiske plommer til Hardanger fjordfrukt BA. For desse plommene fekk produsentane kr 20 per kg.⁵ Tabell 3.5 viser meirverdi per kg ved å selje på torg samanlikna med omsetnad gjennom fruktlager. Om

⁵ Oppgjerspris for konvensjonelle plommer om lag kr 18 per kg.

produsentane som leverte til fruktlager fekk utbetalt distrikts- og kvalitetstilskot, vert meirverdien ved torgsal redusert med kr 3,28 per kg i høve til eksempelet vist i tabellen.

Tabell 3.5 Auka dekningsbidrag for økologiske plommer ved torgsal samanlikna med levering til fruktlager

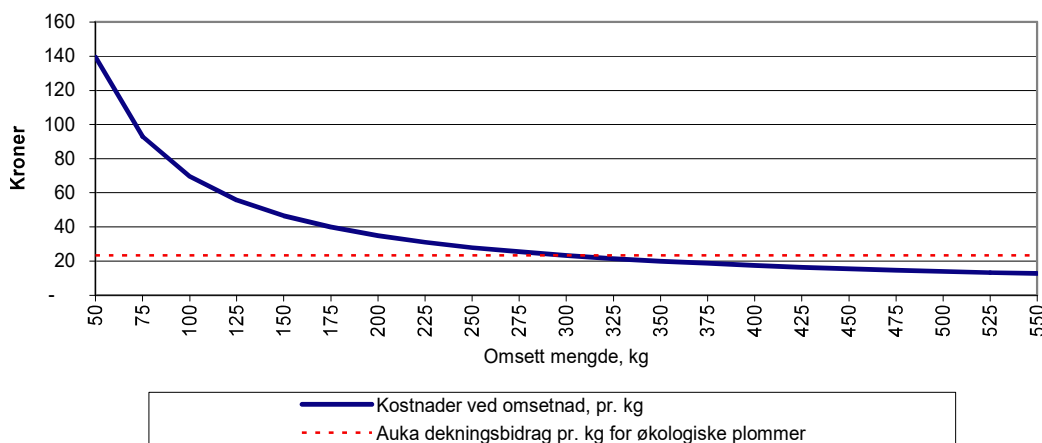
Inntekter torgsal, økologiske plommer	53,00
Mva	5,68
Netto per kg	47,32
Oppgjer ved levering fruktlager (u/mva)	20,00
Meirinntekt ved torgsal	27,32
Variable meirkostnader, emballasje	4,00
Auka dekningsbidrag per kg ved torgsal	23,32

Omsetnad ved torgsal er tidkrevjande, og mykje av den meirverdien ein kan ta ut av marknaden, må nyttast til å dekke meirkostnader. Kostnader ved sal av økologisk frukt ved Bergen matfestival i 2004, vart av ein produsent registrerte til rett i underkant av kr 7 000 når arbeidet vart verdsette etter jordbruksarbeidartariffen, kr 137,67 pr time, og transport er sett til kr 3 per km (statens satsar).

Tabell 3.6 Registrerte kostnader ved torgsal, eksempel fra ein deltakar pa Bergen matfestival 2004

Transport m.m. (utlegg)	900
Arbeid sal inkl. transp.	3 070
Torgavgift	3 000
Meirkostnader (faste) ved torgsal	6 970

Tek ein utgangspunkt i auka dekningsbidrag for økologiske plommer ved torgsal, sjå tabell 3.5, må samla omsetning vere minst 300 kg dersom ein berre omsett plommer. Er omsett mengde lågare, vert meirkostnadene ved denne forma for omsetnad større enn meirinntekta per kg når meirkostnaden er så høg som i eksempelet frå Bergen matfestival. Figur 3.3 viser korleis kostnadene per omsett mengde vert endra ved ulike mengder.



Figur 3.3 Kostnader ved torgsal per kg frukt for ulike volum, eksempel frå Bergen matfestival 2004

Ved Bergen matfestival 2004 selde øko-produsenten også anna økologisk frukt saman med plommene. I alt vart det selt om lag 170 kg økologisk frukt frå boden, både eple, pærer og plommer. Det gjev kostnader på om lag kr 40 per kg. Skal overskotet ved denne forma for omsetnad vere høgare enn ved sal til fruktlager, må volumet vere relativt stort.

3.3.4 Bakverk

Mange sel ulike former for bakverk direkte til forbrukar. Det vanlegaste er lefser. Av andre typar kan nemnast eplekaker, krotakaker, potetkaker og smultringar. Vi har ikkje samla data frå desse aktivitetane i dette prosjektet.

3.3.5 Andre produkt

Av andre produkt som vert produsert og direkteselt er grønsaker, syltetøy, chutney, urter, urtedrops, konfekt og andre mindre produksjonar. Vi har ikkje sett på desse varegruppene i dette prosjektet.

3.4 Andre inntrykk fra informantane

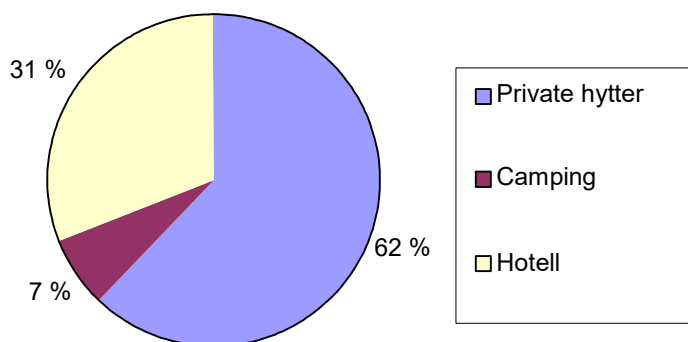
Mange av informantane som vi kontakta i samband med oppdraget, har fleire ulike næringar. Det kan vere kombinasjonar av foredling og butikk, servering, guiding etc. Det har etter kvart vakse fram eit breitt spekter av varer og tenester på mange gardsbruk i Hordaland. Inntrykket frå informantane er at dei fleste er optimistiske, og ser vidare vekstpotensiale. Ein uttalte at han ikkje kunne tenkje seg å gå tilbake til rein råvareproduksjon utan kundekontakt.

Av andre ting kan det nemnast at den tradisjonelle landbruksproduksjonen vert tilpassa den nye næringa i stor grad. For dei som driv kjøtforedling, er det viktig å produsere kvalitetar som kundane er nøgde med. Val av dyrerasar og avl av ønskte eigenskapar vert då viktig for å tilpasse det til foredlinga.

For dei som sel frukt og grønt, er det viktig å strekke sesongen så langt som råd. Dei plantar til med sortar og arter som fyller ut sesongen så godt som råd. Ein av frukt-dyrkarane som satsa på direktesal, hadde lagt om til mykje søtkirsebær. Dette fordi det er mest trafikk i morellsesongen samanlikna med dei andre fruktartene. Det er også utvida bærproduksjon på bruka av same årsaker. To av dei vi spurde, hadde drive med færre sortar og meir intensivt utan kombinasjonen med anna næring.

4 Landbruksbasert reiseliv

Overslag viser at det var om lag 5,4 mill overnattingar i Hordaland i 2003. Dette var fordelt mellom camping, hytte og hotell. Figur 4.1 viser del av marknaden for dei ulike overnattingstilboda. Figuren viser at private hytter står for 60 prosent av overnattingskapasiteten. Overslaga som er viste i figuren, er usikre. Fordi det er så mange små aktørar, er det vanskeleg å få fullstendig oversikt over aktiviteten,



Figur 4.1 Prosentvis fordeling av overnattingar i Hordaland 2003 fordelt på hytter, hotell og camping

Kjelde: SSB: <http://www.statistikknett.com/hordaland/>

Reiselivsnæringa er viktig for Hordaland, og det vert stadig sett i gang nye prosjekt. I dei siste åra er det også satsa mykje på å byggje ut landbruksbasert reiseliv. Overnattingsstader basert på eksisterande bygningar på gardsbruk, gjerne kombinert med

servering av lokal mat og kultur, er blitt svært populært. Tendensen er at det ikkje lenger er nok å tilby turistane overnatting, ein må ha noko ekstra i tillegg

Driftsgranskingane

I «Driftsgranskingane i jord- og skogbruk» er tilleggsnæring definert som næringsverksemd (utanom jord- og skogbruk) med basis i ressursane på bruket. For at det skal verte registrert tilleggsnæring på eit bruk, må driftsoverskotet for tilleggsnæringa vere større enn kr 10 000, arbeidsinnsatsen vere meir enn 200 arbeidstimar eller den innsette kapitalen høgare enn kr 100 000. For Vestlandet var det for 2004 registrert turisme på 6 av 181 bruk, det vil seie 3,3 prosent av deltakarane. Dersom utvalet er representativt for populasjonen, tilseier det knapt 120 bruk i Hordaland. I følgje Statistisk sentralbyrå⁶ sine tal frå 2003, er det 261 bruk i fylket med camping, hytteutleige eller gardsturisme. Det er om lag 7 prosent av gardsbruka i fylket. Ei av årsakene til skilnaden er ulik definisjon av og krav til næring.

Bruka med gardsturisme på Vestlandet i driftsgranskingane hadde eit middels driftsoverskot på kr 75 000. Innsett kapital var kr 440 000 per bruk, og arbeidsinnsatsen utgjorde 0,31 årsverk.

4.1 Overnatting

Den mest utbreidde forma for landbruksbasert reiseliv er utleige av hus eller hytter for overnatting. Mange gardsbruk har ledige bustadhus eller hytter som dei leiger ut til fastbuande eller til turistar. Utleige gjennom byrå er lettvinnt, og det gjev som regel betre belegg og lengre sesong enn om ein opererer på eiga hand. Mykje av leigeinntektene går då med til byrået.

Tal overnattingar i Hordaland i 2005 var 443 238 i følgje Statistisk sentralbyrå⁷. Vel 200 000 av desse var utlendingar, dei største nasjonalitetane var tyskarar (91 000) og Hollendarar (43 000). Dette er ein auke på 5 prosent frå 2004. Kor mykje av dette som kan definerast som landbruksrelatert, er vanskeleg å seie.

SSB deler sin overnattingsstatistikk inn i hotell (meir enn 20 senger), vandrarheim (alle overnattingsbedrifter som er medlemar i «Norske Vandrerhjem»), campingplassar (alle plassar med kapasitet på minst 8 hytter eller totalkapasitet på 50 einingar eller meir) og hyttegrender (alle med kapasitet på 3 hytter eller meir). I 2005 er det for Hordaland registrert 48 campingplassar med i alt 662 hytter eller rom og 16 hyttegrender med i alt 102 hytter eller rom. I hyttegrender er det registrert 32 550 overnattingar i 2005.

I tillegg er det eigen statistikk over hytteformidlarar (norske og utanlandske aktørar som formidlar gjester til private norske hytter). I 2005 er det for Hordaland registrert 54 888 overnattingar i desse hyttene. Ut frå desse statistikkane er det ikkje mogleg å skilje ut kor mange hytter eller overnattingsdøgn som er knytt til landbrukseigedomar.

I eit notat frå SSB (Granseth 2001), vert det sett på om det er mogleg å presentere statistikk for private hytter som vert formidla gjennom hytteformidlarar. I dette arbeidet vart det også vurdert om det var mogleg også å hente in statistikk for private hytter der eigaren sjølv står for utleiga, men dette vart vurdert som for arbeidskrevjande.

I alt vart det for Hordaland registrert i overkant av 187 000 overnattingar i private hytter formidla via hytteformidlarar i 2000. I arbeidet til Granseth (2001) vert det også presentert tal for gardsferie. På landsbasis er 0,49 mill. overnattingar registrert som

⁶ <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/>

⁷ <http://www.statistikknett.com/hordaland/>

gardsferie i 2000. Det er ikkje publisert fylkesvise tal for gardsferie. Granseth (2001) konkluderer med at den kommersielle overnattingsmarknaden er bra dekket med statistikk, dersom ein held eigenutleige av private hytter utanom. For denne gruppa er statistikken svært usikker. For å få ein oversikt over verksemder som driv overnatting i hytter eller bygningar knytt til norske gardsbruk, kan ein ikkje nytte statistikk frå SSB. Nettsøk på gardsferie gjev oversikt over nokre verksemder, men ikkje ei utfyllande liste.

På Norsk bygdeturisme og gardsmat sine nettsider er det registrert 21 føretak som leiger ut overnatting som vi har definert som landbruksrelatert. Det er i alt 123 utleige-einingar og 387 sengeplassar. Det er eit snitt på 4,0 bueiningar og 18 sengeplassar per utleigar. Det er langt fleire som driv med utleige enn dette. Det er vanskeleg å seie om denne gruppa er representativ for dei som driv med overnatting tilknytt gardsbruk, men det er svært mange som driv i liten målestokk med ein eller 2 bueiningar.

I ein oversikt over 211 turismeverksemder frå Innovasjon Noreg, Hordaland (Smette 2005, upubl.), er det 47 som har utleigehytter, 50 som driv pensjonat, fjellstove eller gardsferie, 12 som driv servering eller gardsrestaurant, 4 gardsbutikkar og 37 campingplassar. For 63 verksemder var det ikkje oppgjevne type verksemd.

For å få vite meir om motivasjon, marknad og omsetnad for bruk som driv med utleige av husvære, er det henta inn informasjon frå tre bruka. Alle bruka starta opp på 90-talet. To av dei driv med utleige i gamle bygningar i kombinasjon med husdyrhald, medan det tredje bruket berre har utleigehytter og leiger bort jorda. Dei har såleis ulike utgangspunkt med omsyn til hovudnæring. For dei to bruka med husdyrhald, er turismedelen rekna som tilleggsnæring, medan han representerer hovudnæringa for bruket med hytter.

Motivasjon

Det er litt ulike forhold som ligg til grunn for motivasjon og oppstart av utleige på dei tre bruka. Det er berre utleige av husvære på alle bruka, medan gjestene syter for maten sjølve.

På to av bruka er det eldre bygningar som ikkje vart nytta til noko, som var utgangspunktet for satsinga på turisme. Vidare gjorde drifta (mjølkeproduksjon) sitt til at brukarane var svært faste med drifta samstundes som dei hadde lyst til å prøve seg som turistvertar. Ønskje om å spe på økonomien på garden var og med i bildet. Dei har høvesvis tre–fire bueiningar i gamle restaurerte hus. Det eine bruket ligg i nærleiken til fjellheimen med gode høve for fiske og fuglejakt, medan det andre ligg i nærleiken av sjø. Investeringane med omsyn til utleige varierer frå kr 700 000,- til vel 2,0 millionar for dei to bruka.

Bruket med hytter hadde eit ønskje om å skaffe seg ein leveveg av bruket sjølv om den tradisjonelle gardsdrifta blei lagt ned. Plasseringa av bruket var også sterkt medverkande til oppstarten, då staden eignar seg godt til turisme. Det ligg like ved veg og det er lett tilkomst til sjø, samstundes som det er kort veg til skiutfart om vinteren. Dette bruket har bygd 5 relativt store utleigehytter og eit fellesbygg. Utleigeperioden strekkjer seg frå påske til ut i oktober.

Investeringane er rekna til mellom kr 1,5–2 mill.

Marknad

Det er utanlandske turistar som dominerer, mest hollendarar og tyskarar, men det er også ein god del norske gjester (ca. 35 prosent), særleg frå Bergen og kystnære strøk. Det er mange av gjestene som vender attende etter det første besøket sitt. Dette kan vere både ein styrke og ei ulempe. Der det er lita utleigekapasitet, kan det lett føre til fullt belegg i den beste utleigeperioden, slik at det er vanskeleg å ta i mot nye kundar.

Marknadsføring

Alle dei tre bruka har eiga heimeside på Internett i tillegg til at dei nyttar seg av ymse marknadsføringskanalar. To er knytt til Reiseliv Hardangerfjord og Norsk Bygdeturisme.

Vidare tek dei del på messer, nyttar aviser og brosjyrar i jakta på gjester. To har òg nytta seg av små utanlandske formidlarar. Desse tek langt mindre betalt for tenestene sine enn dei store aktørane. I middel har dei eitt påslag på kring 10 prosent, medan dei store tek om lag 40 prosent i påslag. Utleigeprisen blir då så høg at ein ikkje vinn fram i konkurransen om kundane. Kostnadene til marknadsføring varierer frå om lag kr 8 000 til kr 40 000 per bruk.

Omsetnad

Omsetnaden på utleigedelen er for dei tre informantane høvesvis kr 100 000, kr 250 000 og kr 600 000. Denne skilnaden kan ein best forklare med ulikt tal husvære, ulikt tal utleigeveker, ulik standard og utleigepris. Det er bruka med dei største investeringane og dei fleste utleigeiningane, som har den høgaste omsetnaden.

Når det gjeld planar for framtida, har ingen av bruka klare planar for utviding. Alle peiker på at det er særskild viktig med planlegging i god tid i førevegen. Vidare er drifta særskild personavhengig både med omsyn til handsaming av kundar, og evna til å skaffe kundar. Ein må heile tida vere «på hugget», og er ganske sårbar. Samanlikna med anna arbeid vart det hevda at dette er ein tung og lang veg å gå for å skaffe seg ei rimeleg inntekt.

4.2 Servering

På nettstaden (<http://www.nbg-nett.no/>) finn ein om lag ti verksemder som driv med ulike former for servering. Desse er spreidde over heile fylket. Dei fleste opererer med ein kapasitet mellom 25 og 60 personar. Det er tradisjonsmat som er det vanlegaste på menyen ved servering tilknytt gardsbruk.

På lista til Innovasjon Noreg, Hordaland er det 12 som er registrerte med servering. Av desse er fire registrerte hos NBG-nett. Det er mange andre mindre verksemder som driv ulik servering tilknytt gardsbruk som ikkje er med på desse listene. Servering er ofte kombinert med andre aktivitetar på bruket.

For å få eit inntrykk over kva som vert servert, kva omfang verksemda har og kva ho betyr med tanke på sysselsetjing med meir, har vi intervjuet fire informantar per telefon.

Omfang

Ein av informantane har planar om å byggje nytt selskapslokale til 60 personar. Det vert satsa på grupper, konfirmasjonar, andre samkomer og liknande. Dei har i dag mindre grupper gjerne i samband med guiding på bruket og sal av gardsmat.

Eit bruk driv med gardsrestaurant, og er etter kvart blitt godt kjent i fylket og langt utover det. Her vert det servert tradisjonsmat kombinert med kulturinnslag og omvising, gjerne også med historie om garden. Ved eit slikt konsept er det mogeleg å ta seg betre betalt enn om ein berre kan tilby ein av delane, som til dømes berre matsservering. Prisnivået på full pakke ligg rundt 500 kr per person. Det er også tilbod om andre og rimelegare kombinasjonar. Restauranten har kapasitet på 80–90 personar og kan ta større lag.

Eit anna bruk driv også med servering i selskapslokale. Kapasiteten er om lag 60 personar og omsetnaden er på knapt ein kvart million kroner. Det vert servert mest lokal tradisjonsmat, men det vert også servert andre menyar, alt etter kva kunden ønskjer.

Marknad

Både lokalmarknaden og tilreisande er viktige. Selskapslokala vert nytta til konfirmasjonar, bryllaup, barnedåpar, jubileum, møte, etc. Ein viktig marknad er turistbussar vår og haust, og grupper som har tinga på førehand.

Ein av informantane legg opp til å satse på kurs og konferansemarknaden i tillegg til det som er nemnt ovanfor.

Flaskehalsar

Fleire av informantane både innan foredling og reiseliv, nemner at Vegvesenet har vore ein flaskehals. Det gjeld problem både med avkjørsel og skilting. Det er tilnærma umogeleg å få skilting på engelsk, og ein meiner han har mista mange kundar grunna det. Sakshandsaminga innan kommune og fylke har gått greitt, meiner dei fleste informantane med unnatak av ein, men dei synest prosessen har gått for tregt. Mangel på overnattingsføretak å samarbeide med, er nemnt. Det kunne utvida belegget i restauranten.

4.3 Omvising

Ein del bruk driv omvising for grupper på bruket. Ein av informantane viste grupper rundt på bruket og fortalde om produksjonen, litt historie og litt om dagleglivet. Dei informantane vi kontakta, hadde denne aktiviteten berre som ein liten del av eit større tilbod. Dei kombinerte gjerne omvisinga med sal av produkt eller servering av måltid, då gjerne med innslag av tradisjonsmat. Sjølv omvisinga utgjorde berre ein liten del av det økonomiske resultatet på bruket, men var ein viktig del for å trekke inn større kundegrupper på tunet.

Tidlegare er det komme fram frå andre deler av reiselivet, som til dømes hotella, at det er mangel på slike tilbod. Det er stor interesse blant turistane for å komme nærmare inn på korleis folk i distriktet har det i husa sine, og korleis dei lever. Det er derfor høve for mange fleire å starte med omvising. Eit gardsbruk er eit godt utgangspunkt for ein slik aktivitet.

4.4 Andre tilbod

Andre aktivitetar knytt til landbruk og reiseliv er guida turar til fjells, på brear og liknande. Mykje av utmarka og fjellet i fylket er knytt til arealgrunnlaget på gardsbruk, og enkelte har sett at det går å lage ei næring ut av dette. Generelt i det norske samfunnet, er det slik at det er lettare å tene pengar på produksjon av tenester enn på varer.

Jaktutleige, gjerne i tilknytning til overnattingsstilbod, er populært. I Hordaland er det hjort som er viktigaste viltet, men det kan også vere aktuelt med småviltjakt. Guiding og assistanse i samband med jakt, vil også vere ei aktuell teneste.

5 Konklusjon

Med bakgrunn i dei kjeldene vi har nytta i dette notatet, er dei viktigaste konklusjonane følgjande:

Tradisjonelt landbruk

Det tradisjonelle landbruket i Hordaland har gått attende dei siste ti åra. Det har vore ein nedgang på 11 prosent i mjølkeproduksjonen, 14 prosent for storfe- sau- og lammekjøtt og 4 prosent for svinekjøtt. Nedgangen er særleg stor for egg med 40 prosent.

Fylket har ein låg del av produksjonen av kvitt kjøtt i Noreg, og produsentane i Hordaland har ikkje teke del i den store produksjonsveksten av fjørfekjøtt som har skjedd på landsbasis.

Sauetalet er redusert med 18 prosent medan talet på villsau har auka mykje, og utgjer no 3,5 prosent av totaltalet av sau.

Tal bønder er redusert med 35 prosent i same perioden. Bruka er blitt større, gjennomsnittsarealet per bruk er auka med 50 prosent til 120 dekar.

Hordaland er det største fruktfylket i landet med 35 prosent av eplearealet, 42 prosent av pærearealet, 51 prosent av plommearealet og 47 prosent av arealet med søtkirsebær. Ullensvang er den største fruktkommunen i landet.

Verdikjedevurdering

Det aller meste av landbruksprodukta i Hordaland vert omsette gjennom tradisjonelle kanalar. For mjølk er det over 99 prosent, kjøtt 97,5 prosent og frukt over 70 prosent. For landbruket i Hordaland er det derfor viktig at vilkåra for produksjon av råvarer (bulkvarer) utviklar seg tilfredsstillande i tida framover. Ved sal gjennom foredlingsledd/grossist får produsentane 24 prosent av netto forbrukarpris for kjøtt, 35 prosent for mjølk og om lag 30 prosent for frukt.

Stadig fleire bønder i fylket ønskjer å gå lengre ut i verdikjeda. Motivasjonen for dette ligg i auka inntening på bruket, kontakt med og tilbakemelding frå forbrukarane og ønskje om å ha særeige produkt av god kvalitet. Stimulering frå offentlege instansar spelar også inn.

Ved å foredle produkta og velgje alternative marknadskanalar, kan ein meir enn doble verdien på mjølk, kjøt og frukt. Enkelte gjev opp endå høgare verdiauke.

Omsetnad gjennom alternative kanalar aukar. Oppbygging av kanalar som «Bondens marked» og «Bønder i byd'n» er blitt viktige møtestader mellom produsent og forbrukar. Omsetnaden på messene ligg i underkant av 6 millionar kroner (2005), og fleire av produsentane sel opp til halve produksjonen sin gjennom desse kanalane. Etablering av gardsbutikkar har også vore viktig for å få omsett produkta. Omsetnaden i dei 3 gardsbutikkane som var med i undersøkinga, var i underkant av 8 millionar kroner. Innpass i kjedebutikkar vert stadig meir vanleg, og gjer at produkta når eit større publikum. Dei kan selje varene billegare enn gardsbutikkar, messer og spesialbutikkar, og kan dermed bli ein konkurrent for desse.

Det er stor interesse for småskalaprodukt i marknaden, og det er små vanskar for informantane i denne undersøkinga å få omsett produkta sine. Dei fleste produsentane har langt større etterspørsel enn dei klarar å produsere. Det er derfor plass for ein god del nye produsentar.

Dei fleste av informantane oppgjev at dei har god inntening på produkta sine. Dobbel pris og meir for produkta er vanleg. Det er likevel stor ekstra arbeidsinnsats som ligg bak, og vi har ikkje vurdert lønsemda i foredlinga i denne undersøkinga. Ein informant opplyste at han ennå ikkje tente pengar på denne delen av verksemda si, men rekna med at dette vil betre seg seinare.

Utvikling av nye produkt og kontakt med forbrukarane er motiverande for produsenten. Gleder over å skape eige varemerke er nemnt som motiverande. Å ta vare på tradisjonar og utvikle produkt med kvalitet som vert etterspurd, er også motiverande.

Personlege eigenskapar betyr mykje for suksess ved bruk av alternative kanalar. Det krev meir og annan kompetanse og eigenskapar når ein skal marknadsføre produktet sjølv. Ikkje alle er like gode til dette, ein må trivast med kundekontakt og vere kvalitetsmedviten for å ha suksess lengre ute i verdikjeda.

Det er stor mangel på gode data med omsyn til økonomien i småskalaforedling og bruk av alternative marknadskanalar. Både omfang av produksjon og lønsemd i dei enkelte næringane burde vore betre kartlagt for å kunne vurdere vidare framtidig satsing.

Flaskehalsar

Logistikk var nemnt som ein flaskehals av fleire av informantane. Kostbar transport og lite rasjonell vareflyt gjer at omsetnaden vert kostbar. Samarbeid mellom produsentar kan vere eit bidrag til løysing av dette problemet. Omsetnaden av mindre kvanta vil likevel alltid bli dyrare enn rasjonell logistikk av store varemengder slik dei store organisasjonane i landbruket kan nytte seg av.

Godkjenningsprosessar av ymse slag kan vere flaskehalsar for mange produsentar. Ulik tolking av regelverket ser ut til å vere årsaka til ulik vurdering av informantane av til dømes Mattilsynet. Nokre nemnde også treg sakshandsaming i kommune og fylke som ein flaskehals.

Vegvesenet var nemnt som ein flaskehals av fleire. Høve til avkjørsle og høve til eigna skilting var problem som gjekk att. Her var det også store lokale variasjonar. Løysing her må vere eit system som gjer at desse prosessane vert enklare.

Nokre nemnde også storleik på gebyr til kontrollar og godkjenning som ein flaskehals og noko som for enkelte kunne vere direkte til hinder for å gå vidare i prosessen.

Ein som hadde fått innpass i den lokale kjedebutikken, nemnde at det var vanskeleg å få varene tilstrekkeleg profilert i butikken. Dette er ein hard kamp mellom ulike tilbydarar, og ein liten produsent har vanskeleg for å nå fram.

Pålegg om kassaapparat er krav produsentane oppfattar som meiningslaust. Å gjennomføre sal ved registrering i kasse til dømes ved torgsal i dårleg ver, er nemnt som døme på lite gjennomtenkte pålegg frå offentlege styremakter.

Nedlegging av slakteriet i Granvin har negative konsekvensar for fleire av kjøtforedlarane. Det medfører ekstra transportkostnader og er ikkje i tråd med dyrevelferd og konseptet «Kortreist mat».

Landbruksbasert reiseliv

Det er mange aktørar med landbruksbasert reiseliv i Hordaland. I følge SSB er det 261 bruk i fylket som driv med camping, hytteutleige eller gardsturisme (7 prosent av bruka). I driftsgranskingane i jordbruket (NILF) er det registrert 3,3 prosent med gardsturisme. Grunnen til skilnaden kan vere ulik definisjon og krav til omfang.

I denne undersøkinga er det registrert eit allsidig tilbod innan reiseliv på gardsbruk. For utan overnatting i ledige gardshus, hytter og liknande, finn vi guiding av grupper på bruket og ulike former for servering gjerne i kombinasjon med produksjon av tradisjonsmat.

Overnattingstilbod åleine vert gjerne for lite i dagens marknad. Ein bør kunne tilby fleire ulike produkt for å konkurrere om turistane. Fleire av informantane etterlyste betre samarbeid mellom ulike grupper av tilbydarar, til dømes var det serveringsverksemder som ønskte samarbeid med andre som hadde overnattingstilbod. Andre hadde funne løysingar på dette og samarbeidde godt med andre.

Nokre av aktørane hadde gjennomført store investeringar i samband med reiseliv. Ofte vert sesongen for kort, og innteninga for dårleg i høve til å gje tilfredsstillande lønsemd. Driftsoverskot for turisme per bruk i driftsgranskingane (2004) viser eit gjennomsnitt på kr 75 000 per bruk. Dette skal dekke godtgjering på investert kapital og eige arbeid.

Det er stor interesse for resten av reiselivet for å kunne tilby omvising på gardsbruk og heimar i distriktet. Svært få bønder er villige til å tilpasse drifta si til dette, men her er det tilsynelatande eit stort potensiale.

Tilgangen på gode data er om mogeleg endå mindre for landbruksbasert reiseliv enn for småskalaforedling. Det burde derfor satsast ein del ressursar på å få kartlagt potensiale, omfang og lønsemd for landbruksbasert reiseliv.

Litteratur

- Belt, Jan, fruktlagerinspektør. *Omsetnad av frukt i Hordaland* (Pers.med.)
Budsjettnemnda for jordbruket (BFJ) *Resultatkontrollen 1995–2004*,. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Oslo
- Børve, Jorunn og Heidi Knutsen. *Økologisk plommedyrking- fråsortering, meirarbeid og meirverdi*. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Bergen 2004 (Upubl.).
- Granseth, Tom. *Formidling av private hytter gjennom hytteformidlere*. SSB 2001.
Internett: http://www.ssb.no/emner/10/11/notat_200163/notat_200163.pdf
<http://www.ssb.no/emner/10/11/overnatting/tab-2006-01-06-08.html>
<http://www.ssb.no/emner/10/11/overnatting/tab-2006-01-06-14.html>
- Knutsen, Heidi, Torbjørn Haukås, Mads Svennerud og Sven Ole Borgen: *Hardanger-epler under press*. NILF rapport 2001:7. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Oslo.
- Mattilsynet. *Oversikt over godkjende mjølk- og mjølkeproduksjonsverksemdar*. Internett: <http://www.mattilsynet.no>, 16. januar 2006.
- NILF. *Driftsgranskinger i jord- og skogbruk 1995–2004*. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Oslo.
- Norsk gardsmat og bygdeturisme. *Oversikt over tilbydarar i Hordaland med servering*. Internett: <http://www.nbg-nett.no/>, 16. januar 2006.
- Smette, Ole Andreas. *Oversikt over reiselivsverksemdar med gardstilknyting i Hordaland*. Innovasjon Noreg, Bergen (Upubl.)
- Statens landbruksforvaltning (SLF) *Produksjonstilsiktsregisteret*. Internett: <http://www.slf.dep.no>, 10. januar 2006.
- Statens landbruksforvaltning (SLF) *ant.statistikk* Internett: <http://32.247.61.17/skf/prodrapp.htm>, 10. januar 2006
- Statistisk sentralbyrå (SSB). *Overnattingar i Hordaland 2003*. Internett: <http://www.statistikknett.com/hordaland/>, <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/>, 9. januar 2006.

Diverse informantar innan småskala foredling, landbruksbasert reiseliv og omsetnadsledd i Hordaland. Telefonintervju januar 2006.