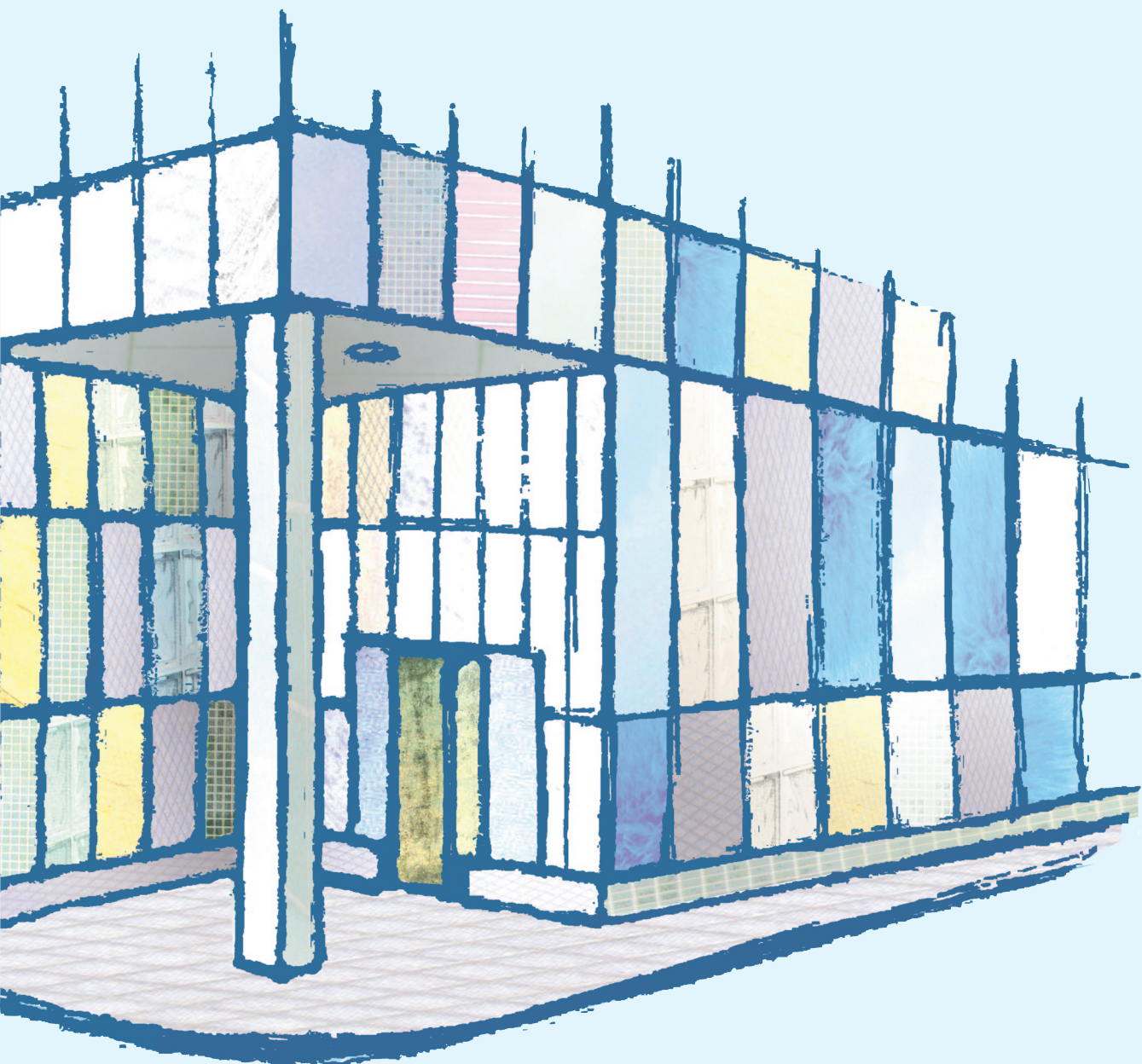


Årsmelding

SIFO

2002



Kunnskap om:



forbrukerne



produktene



markedene



forbrukerpolitikken



Direktøren har ordet:

God anvendt forskning

Med et vedtektsfestet formål, finansiering fra en statlig eier og fra en rekke offentlige og private prosjekter i oppdragsmarkedet er SIFOs mandat å utvikle og frembringe ny kunnskap som seg hør et ledende fagmiljø. Med andre ord skal instituttet levere arbeider med relevans og kvalitet på forbrukerområdet. For instituttet har det betydning "god anvendt forskning" basert på omfattende empiri fra relevante temaer belyst og analysert ut fra gjeldende teorier og metoder. Selv om instituttet nok sjelden i stor grad flytter forskningsfronten prøver det - til forskjell fra de fleste av sine oppdragsgivere - å kjenne denne fronten for å kunne ta i bruk ny viten og vurdere hvilke metoder som holder mål. Dette har vært instituttets nyskaping i forhold til forskning og verdiskaping "til nytte for forbrukerne".

I dag har norsk forskning fått en tre-delning hvor kvaliteten skal styrkes gjennom økte bevilgninger til grunnforskning, hvor relevansen skal styrkes gjennom økte bevilgninger til brukerstyrt forskning og hvor forskning med en anvendt, sektororientert profil skal foregå innenfor heller overfylte (etter søknadstall å bedømme) program. I de brukerstyrte programmer føler SIFO at det ofte er lite rom for å skape ny viten for å videreutvikle instituttets kompetanse i tråd med sitt formål og i grunnforskningen kreves det tid til en fordypning som ofte ligger utenfor instituttets vedtekter og innretning. SIFO mener imidlertid at god anvendt forskning både må kunne være med på å skape sammenheng til - og dermed styrke den langsiktige teoribaserte forskning og kunne besvare "hvilke aktuelle samfunnsproblemer skal denne forskningen løse" som det het i det gamle prosjektsøknadsskjemaet til *Norsk Råd for Anvendt Samfunnsforskning*.

For SIFO er derfor ja til relevans og kvalitet også et ja til mer god anvendt forskning.

Det er viktig for SIFO-arbeidets relevans



og kvalitet å finne frem til temaer som kan virke faglig samlende slik at man ikke bare får fragmentert forskning organisert i henhold til temporære brukerstyrt behov, tematiske perspektiver, spesifikke data eller teorier.

Som anvendt forbruksforskningsinstitutt får vi bl.a. jevnlig spørsmål om hvordan virkningen av ulike endringer i samfunnet vil påvirke hvordan den enkelte forbruker oppfører seg. Vil vi kjøpe mer når renten går ned og hva vil vi eventuelt velge å kjøpe for vår nye kjøpekraft? I det siste og som et faglig integrerende tema har SIFO satt nettopp forbrukskultur på dagsorden. Det har ukepressen også gjort med stadig nye magasiner og artikler som behandler forbruksvarer mest som kommunikasjonsymboler.

Vårt forbruk viser hvordan vi tenker om oss selv og andre og ting og tang vi kjøper er stikkord til større fortellinger. Men i SIFOs forskning med utgangspunkt i folks hverdagsliv er forbruksvarer også redskaper som kan gjøre hverdagen lettere. En potetskreller i børstet stål har også en funksjon og et bruksområde. SIFOs satsning innen forbrukskultur ligger derfor i spenningsfeltet mellom

nytte og nytelse og vil søke å skape en bedre forståelse mellom det kulturelle og det materielle.

I et komplekst marked er det vanskelig, ofte umulig for den enkelte forbruker å ha oversikt over det faktiske innholdet i det man kjøper. Forbrukerne i Norge har tradisjonelt hatt stor tillit til at ulike offentlige myndighetsorgan ivaretar sikkerheten og borger for innholdet. Kontrollpolitikken og forbrukerinteressene får imidlertid stadig fornyet oppmerksomhet etter hvert som små og store "skandaler" når medienes forsider. SIFO har satset på forbrukerinteresser og tillit som et faglig samlende tema og det store EU prosjektet "Trust in food" må sees på som en påminnelse om at tillit også har sin motpart i mistillit. Opplevelsen av uavhengighet, vilje og evne til å ivareta forbrukernes interesser hos de som skal passe på blir avgjørende for å beholde forbrukernes tillit i kontrollpolitikken. Det er ikke alltid at det organisatoriske hensiktsmessige tar seg godt ut i et forbrukerperspektiv.

I 2002 tok SIFO farvel med sin vante og etter hvert, ensomme tilværelse i uhensiktsmessige lokaler i Strandveien på Lysaker og flyttet til nye tidsmessige lokaler på Myrens Verksted på Sandaker. Med vårt bibliotek midt i lokalene og forbrukerne i sitt hverdagsliv rett utenfor inngangsdøren blir vi daglig minnet om kvalitet gjennom kunnskap og relevans i forhold til samfunnsutviklingen.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Reidar Skaug". The signature is fluid and cursive.

Reidar Skaug, Direktør

Styrets oppsummering

Samarbeid og usikkerhet

Styret har generelt vært opptatt av å ivareta departementets engasjement for SIFO som en premissleverandør av kunnskap viktig for utforming av forbrukerpolitikken.

En av styrets viktigste oppgaver i 2002 var relokalisering av SIFO. I denne prosessen samarbeidet departementet, styret og SIFOs ledelse for å sikre en konstruktiv flytteprosess for SIFOs ansatte. Flytteprosessen var ingen liten oppgave og beslutninger måtte til tider fattes under usikkerhet. Den åpne prosessen og det åpne forholdet mellom de tre partene bidro til at dette ble en suksess og en positiv erfaring. Styret har vært særlig opptatt av at instituttet måtte klare å opprettholde den inntektsgivende delen av virksomheten på tross av flyttingen og er tilfreds med at den faglige virksomheten synes å ha gått som normalt. Å flytte en laboratorievirksomhet er imidlertid en omfattende prosess. Styret har derfor forståelse for at nettopp denne virksomheten i store deler av det siste halvåret har hatt noe kapasitetsbegrensninger.

Innretningen og beliggenheten av SIFOs nye lokaler på Myrens Verksted kan gi spennende synergieffekter ved at flere andre statlige institusjoner (Folkehelseinstituttet, Direktoratet for sivil beredskap og NRK) er lokalisert på området. Den nye lokaliseringen av SIFO representerer imidlertid nye premisser for relasjonen mellom SIFO og de øvrige forbrukerinstitutionene, og vil bli viet oppmerksomhet i tiden fremover.

Omorganisering av faglige arbeider ved SIFO; fra to til én fagavdeling

I 2002 ga styret sin tilslutning til en sammenslåing av SIFOs forsknings- og testavdeling til én felles avdeling. Dette var et riktig, men likefullt modig administrativt grep. SIFO blir dermed et unikt forskningsmiljø som fremstår som en av de få institutt hvor en integrerer

naturvitenskapelige testresultater og samfunnsvitenskapelige problemstillinger. Med en samtidig styrking av fagadministrasjon og forskningsledelsen gjennom ansettelse av flere forskningsledere mener styret at instituttet står bedre rustet til å møte framtidige utfordringer både mht. konkurranse eksternt og i forhold til faglig nettverksbygging.

SIFOs satsninger

● Forbrukerøkonomiområdet

Styret har i 2002 tatt viktige beslutninger om faglige hovedsatsninger. SIFOs standardbudsjett må sies å tilhøre instituttets kjerneverdier. Styret mener det til enhver tid vil være viktig kontinuerlig å utvikle standardbudsjettet slik at det blir et samsvar mellom budsjettet og anvendelsen av dette. Det nye standardbudsjettet vil vise forbruksbehov relatert til livsfaser. Standardbudsjettet har mange bruksområder – for eksempel beregning av sosiale stønader i kommunene, bestemmelse av sosialklienters levekår, levekår på asylmottak, beregning av barnebidrag, beregning av kostnader for barn og unge i hushold, fattigdomsproblematikk, familieøkonomi/planlegging, studiefinansiering og beregning av kostøre i institusjoner.

● Tekstilområdet

Styrets tidligere beslutning om videre satsning på laboratorier og den strategiske satsningen på tekstilområdet er utgangspunktet for at styret stilte seg positiv til undertegning av en strategisk samarbeidsavtale med forsvaret og som bl.a. omfattet overtakelse av Forsvarets eget tekstillaboratorium på Kolsås. Styret ser på dette som en viktig ressurstilførsel for SIFO. Overtakelsen medfører bl.a. at SIFO de to nærmeste årene vil motta en basisbevilgning fra forsvaret, økning i personell og tilgang av en god del nytt og bra utstyr til testvirksomheten. SIFO gis også mulighet til å delta sammen med forsvaret på de årlige leverandørmøtene mellom forsvaret og tekstilnæringen, noe som representerer et interessant oppdragsmarked for instituttet.

● Forbrukskultur og IKT

I etterkant av arbeidet med SIFOs strategiplan har styret i prioriteringen av de interne faglige satsninger valgt forbrukerkultur som det nye området som skal prioriteres med interne midler. Samtidig har det vært lagt ned mye arbeid for å styrke forskningen innen IKT. Styret er derfor tilfreds med at dette siste området i hovedsak bygges opp med eksterne midler, og at SIFO har hatt gjennomslag for prosjekter på dette området i Norges Forskningsråd.

Internasjonalt samarbeid

Forbrukerinteresser har høy prioritet i EUs rammeprogram. Styret støtter derfor SIFOs satsing på deltakelse i fler-nasjonale prosjekter innenfor EU systemet. Denne satsingen er svært ressurskrevende, men kan på mange måter sees som en nasjonal satsing for å fremme forbrukerinteresser i norsk forskning. Mens SIFO tidligere fikk oppdrag direkte fra ulike oppdragsgivere, befinner SIFO seg i dag stadig oftere i konkurranse med andre forskningsinstitusjoner for å få midler til forbruksforskning. Norske forskningsprogrammer er dessuten i liten grad fokusert på forbrukerinteresser. Til sammenlikning er ivaretagelse av forbrukerinteresser et premiss for å få innvilget søknader i mange EU-program.

Konsolidering

Med de nye lokalene ser styret nå frem til en arbeidsperiode med fokus på forskning, publisering og formidling av SIFO sin kunnskap til beste for forbrukerne. Mye ligger til rette for en fruktbar fase for norsk forbruksforskning.

Det har vært bare to styremøter i 2002. For å sikre fremdriften i flytteprosessen har det i tillegg vært løpende kontakt mellom leder/nestleder og SIFOs administrasjon.

Regnskap

Resultatregnskap

NOTE	Driftsinntekter og driftskostnader	2002	2001
	Grunnbevilgning fra BFD	18 452 000	17 406 000
	Andre bevilgninger	1 880 000	663 000
	Eksterne prosjekt	7 319 643	7 865 357
	Eksterne oppdrag (lab-tester/oppl.materiale)	1 550 385	1 188 963
	Refusjoner	9 530	499 277
	Regnskapsmessige periodiseringer	969 456	1 091 584
2.3	Sum driftsinntekter	30 181 014	28 714 181
4	Lønnskostnad	19 279 797	18 946 850
5	Ordinær avskrivning	420 409	463 275
	Annen driftskostnad	6 750 045	6 912 763
	Leiekostnader	4 467 809	3 468 637
	Sum driftskostnader	30 918 060	29 791 525
	Driftsresultat	- 737 046	- 1 077 344
	Finansinntekter og finanskostnader		
	Annen finansinntekt	30 293	21 698
	Annen finanskostnad	- 4 956	- 72 150
	Netto finansresultat	25 337	- 50 452
	Årsresultat	- 711 709	- 1 127 796
	Overføringer	2002	2001
	Overført til/fra driftsfond	- 261 709	- 700 000
	Overført til investeringsfond		
	Overført til omstillings- og kompetansefond	- 450 000	- 427 796
7	Sum overføringer	- 711 709	- 1 127 796

Årets underskudd dekkes av Driftsfond og av Kompetansefond med et beløp tilsvarende det som er bevilget til kompetanseutvikling

Balanse per 31 desember 2002

NOTE	Eiendeler	2002	2001
	Anleggsmidler		
	Varige driftsmidler		
5	Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner o.l.	739 534	797 186
	Sum varige driftsmidler	739 534	797 186
	Sum anleggsmidler	739 534	797 186
	Omløpsmidler		
	Fordringer		
	Kundefordringer	2 499 671	3 292 999
6	Andre fordringer	599 560	183 051
3	Prosjekter i arbeid	868 080	0
	Sum fordringer	3 967 311	3 476 050
	Bankinnskudd og kontanter	2 789 260	8 371 578
	Sum omløpsmidler	6 756 571	11 847 628
	Sum eiendeler	7 496 105	12 644 814
NOTE	Gjeld og egenkapital	2002	2001
	Egenkapital		
	Driftsfond	223 983	485 692
	Investeringsfond	1 185 692	1 185 692
	Omstillings- og kompetansefond	307 897	757 897
7	Sum egenkapital	1 717 572	2 429 281
	Gjeld		
	Kortsiktig gjeld		
	Leverandørgjeld	2 739 986	2 196 828
	Skyldige offentlige avgifter	71 331	26 583
3	Forskningsforpliktelser	961 002	969 456
	Skyldig lønn og feriepenger	2 006 214	1 940 536
	Annen kortsiktig gjeld		5 082 131
	Sum kortsiktig gjeld	5 778 533	10 215 534
	Sum gjeld	5 778 533	10 215 534
	Sum gjeld og egenkapital	7 496 105	12 644 815

Generelt

SIFO ble fra 1. januar 1998 etablert som forvaltningsorgan med særskilte fullmakter, underlagt Barne- og familiedepartementet (BFD). Rammene for SIFOs økonomiforvaltning er gitt i bevilgningsreglementet, med enkelte unntak. Hovedinstruks for økonomiforvaltningen ved SIFO er bygget på Statens økonomireglement. SIFO mottar sin grunnbevilgning via BFD, eksterne prosjektbevilgninger og oppdragsmidler fra offentlige og private oppdragsgivere.

SIFO revideres av Riksrevisjonen.

Note 1

Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp med utgangspunkt i regnskapsloven av 1998, og er tilpasset denne så langt det passer. I 1998 presenterte SIFO for første gang et regnskap med tilpasning til regnskapsloven. Tidligere har man kun vært pålagt å føre et regnskap etter kontantprinsippet. Regnskapet er strukturert i samsvar med den nye regnskapslovens krav til oppstilling.

Regnskapsprinsippene som ligger til grunn for regnskapet beskrives nedenfor.

Hovedregel for vurdering og klassifisering av eiendeler og gjeld

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler. Andre eiendeler er klassifisert som omløpsmidler. Fordringer som skal tilbakebetales innen et år er klassifisert som omløpsmidler. Ved klassifisering av kortsiktig og langsiktig gjeld er tilsvarende kriterier lagt til grunn.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt mottatt beløp på etableringstidspunktet. Enkelte poster er vurdert etter andre prinsipper og redegjøres for nedenfor.

Bevilgninger

Grunnbevilgning og tilskudd fra BFD er inntektsført i sin helhet. Øvrige prosjektinntekter er resultatført etter opptjening etter tilnærmede metoder. Se nærmere beskrivelser nedenfor.

Prosjekter i arbeid

Årets resultat er justert for verdien av prosjekter i arbeid, dvs. utført, ikke fakturert arbeid pr.31.12.02. Påløpne timer er vurdert etter beregnet tidsforbruk og beregnede timesatser.

Direkte prosjektkostnader er vurdert til anskaffelseskost. Det er tatt hensyn til avtalte budsjetterammer og faglig fremdrift. Beløpet er ført opp under kortsiktige fordringer og inntektsført i resultatregnskapet.

Forskudd fra oppdragsgivere

Resultatet pr. 31.12.02. er justert for mottatte, øremerkede bevilgninger og prosjekttilskudd som ikke er opptjent pr. 31.12. Posten skyldes hovedsaklig en forskyvning i aktivitet og består av forpliktelser som SIFO har påtatt seg på prosjekter for kommende år. Posten er oppført under kortsiktig gjeld og ført som en inntektsreduksjon i regnskapet.

Fordringer

Kundefordringer oppføres til pålydende. Kundefordringer viser opptjente, fakturerte inntekter som ikke var mottatt pr. 31.12.02.

Aktiverings- og avskrivningsprinsipper

Anleggsmidler med generell nytteverdi som eies av SIFO, aktiveres i instituttets regnskap. Anleggsmidler som forbrukes direkte i prosjekter og finansieres av oppdragsgiver, kostnadsføres ved anskaffelse. Anleggsmidler eiet av SIFO er aktivert der anskaffelsesverdien pr. selvstendig fungerende enhet er kr 15000 eller høyere inkl.mva. Ved etablering av åpningsbalansen er antatt bokført restverdi lagt til grunn.

Avskrivninger skjer lineært etter følgende prinsipper:

Levetid	Avskrivningssats
1.Maskiner 5 år	20%
2.Inventar 6-7 år	15%
3.EDB-utstyr 3 år	33%

Sammenlignbare tall

Sammenligningstallene i balansen er omarbeidet i henhold til de nye prinsippene. Resultatregnskapet er i samsvar med ny regnskapslov.

Departementet og forskningsråd forutsetter at SIFO følger samme opplegg for årsrapportering som de fristilte forskningsinstituttene (stiftelser og aksjeselskap), dvs. avgir årsberetning i henhold til krav gitt i regnskapsloven. Den formelle beretning forutsettes supplert med en mer detaljert redegjørelse for både forsknings- og forvaltningsvirksomheten.

Note 2 Driftsinntekter

Pr. inntektskilde:

Offentlig støtte

Eksterne prosjekt

Refusjon av kostnader og periodisering

2002

20 332 000

8 870 028

978 986

Sum

30 181 014

Pr. geografisk marked:

Norge

Utland

27 723 464

2 457 550

Sum

30 181 014

Note 3 Prosjekter

Inntektsført på igangværende prosjekter

Opptjent ikke fakturert inntekt på prosjekter i arbeid

Forskuddsfakturert produksjon (prosjektforpliktelse)

8 870 028

868 080

961 002

Note 4 Lønnskostnad, antall ansatte og godtgjørelser

Lønnskostnad

Lønn

Folketrygdavgift

Arbeidsgiverandel Statens Pensjonskasse

15 309 666

2 321 148

1 648 983

Sum

19 279 797

Gjennomsnittlig antall ansatte 51

Antall ansatte er regnet ut fra gjennomsnittet av antall ansatte ved begynnelsen og slutten av regnskapsåret.

Godtgjørelser

Direktør mottar lønn på kr 567 000.-

Det er betalt godtgjørelse til styret på kr 50 680.-

Note 5 Varige driftsmidler

Varige driftsmidler er ført i balansen til anskaffelseskost, fratrukket akkumulerte avskrivninger. Varige driftsmidler avskrives lineært over driftsmidlets antatte økonomiske levetid.

	Inventar	Maskiner	E D B	Sum
Anskaffelseskost 01.01.02	393 975	399 799	1 119 530	1 913 304
Tilgang kjøpte driftsmidler			362 756	362 756
Avgang	0	0		0
Anskaffelseskost pr. 31.12.02	393 975	399 799	1 482 286	2 276 060
Akkumulerte avskrivninger 31.12.02	239 700	328 044	968 782	1 536 526
Bokført verdi pr. 31.12.02	154 275	71 755	513 504	739 534
Årets avskrivninger	59 096	70 339	290 974	420 409
Økonomisk levetid	6 - 7 år	5 år	3 år	
Avskrivningsplan	Lineær	Lineær	Lineær	

SIFOs bygningsmasse var eiet av Entra Eiendom AS f.o.m. 31.12.2002.

Ny bygningsmasse f.o.m.01.10.2002 eies av Myren Eiendom. SIFO betaler husleie og vedlikeholdskostnader til disse.

Note 6 Andre fordringer

Andre fordringer består i hovedsak av ikke oppgjorte prosjektinntekter med forskningsrådet i forbindelse med overgang fra FUNN-ORDNING til SKATTEFUNN-ORDNING. Arbeidet ble sluttført i 2002. Avregning av innbetalinger vedrørende flyttekostnadene, Reiseforskudd, Lønnsforskudd, Låneforskudd


Note 7 Egenkapital

	Driftsfond	Invest.fond	Omst.- og komp.fond
Egenkapital 1.januar 2002	485 692	1 185 692	757 897
Årets endring i egenkapital:			
Årets resultat	- 261 709		- 450 000
Egenkapital 31.desember 2002	223 983	1 185 692	307 897

Årets underskudd dekkes opp av Driftsfond og Kompetansefond.


Gry Nergård


Ingeborg Astrid Kleppe
Styreleder


Grete Synøve Botnen


Harald Throne-Holst


Dag Endal
Nestleder


Irene Solberg


Arne Dulsrud


Gunnar Jorfald


Odd Jarl Borch

Dette er SIFO

SIFO er et kompetansesenter til nytte for forbrukerne. Instituttet er et statlig forvaltningsorgan med særskilte fullmakter underlagt Barne- og familiedepartementet (BFD), og finansieres gjennom en grunnbevilgning og prosjektinntekter. SIFOs styre oppnevnes av BFD og består av representanter fra forskningsmiljøer, andre forbrukerinstitusjoner og organisasjoner og fra ansatte.

Formål

Gjennom forskning og forsøk skal SIFO legge grunnlaget for å utrede viktige forbrukerproblemer og konsekvenser av offentlige tiltak og markedets tilbud. Forbruksforskningen skal benyttes som grunnlag for å nå forbrukerpolitiske mål, for ivaretagelse av forbrukernes behov og i kunnskapsproduksjon, viktig for innovasjon av nye varer og tjenester.

Kompetanse

SIFO er det eneste forskningsinstitutt i Norge som utelukkende arbeider med forbruksforskning. *Forbrukernes og husholdningenes hverdagsliv står sentralt i SIFOs arbeid.* SIFO har kunnskaper om forbrukerne og forbrukets sosiale sammenhenger, om varer og tjenester forbrukerne benytter seg av, om markedet for disse, samt kunnskaper om politikken som regulerer betingelsene for anskaffelse og bruk av varer og tjenester. SIFOs prosjekter utvikles i skjærings-

punktet mellom de fire hovedområdene; kunnskaper om forbrukerne, produktene, markedene og forbrukerpolitikken. Den faglige staben består av forskere og fagpersonale med naturvitenskapelig, samfunnsvitenskapelig og humanistisk kompetanse. Antall medarbeidere er 55.

Aktualitet

SIFO er et anvendt forskningsinstitutt og kunnskapsproduksjonen vurderes i forhold til relevans og nytte. I den senere tid har forbruksutgifter i tilknytning til levekår, forbruk og miljø, leverandørmakt og pris, mat og tillit, ungdom og kommersialisering og bruk av ny informasjon- og kommunikasjonsteknologi vært viktige forskningsområder som reflekterer de pågående samfunnsdebatter. SIFOs testfaglige aktivitet er en fortløpende tilbakemelding fra markedet og de produkter som tilbys der.

Kvalitet

SIFO utfører alt sitt fagarbeid i henhold til forsknings- og testfaglig aksepterte kvalitetskriterier og benytter seg både av internkontroll, ekstern vurdering og akkreditering.

Brukere

Forbrukerinstitusjonene og Barne- og familiedepartementet er viktige brukermiljøer for SIFO. Andre brukere er forskningsmiljøer både nasjonalt

og internasjonalt, departementer, nordiske forbrukermyndigheter samt ulike bransjer. Det arbeides systematisk for å holde kontakten med disse miljøene, bl.a. gjennom utstrakt forsknings-samarbeid, seminarer og undervisning.

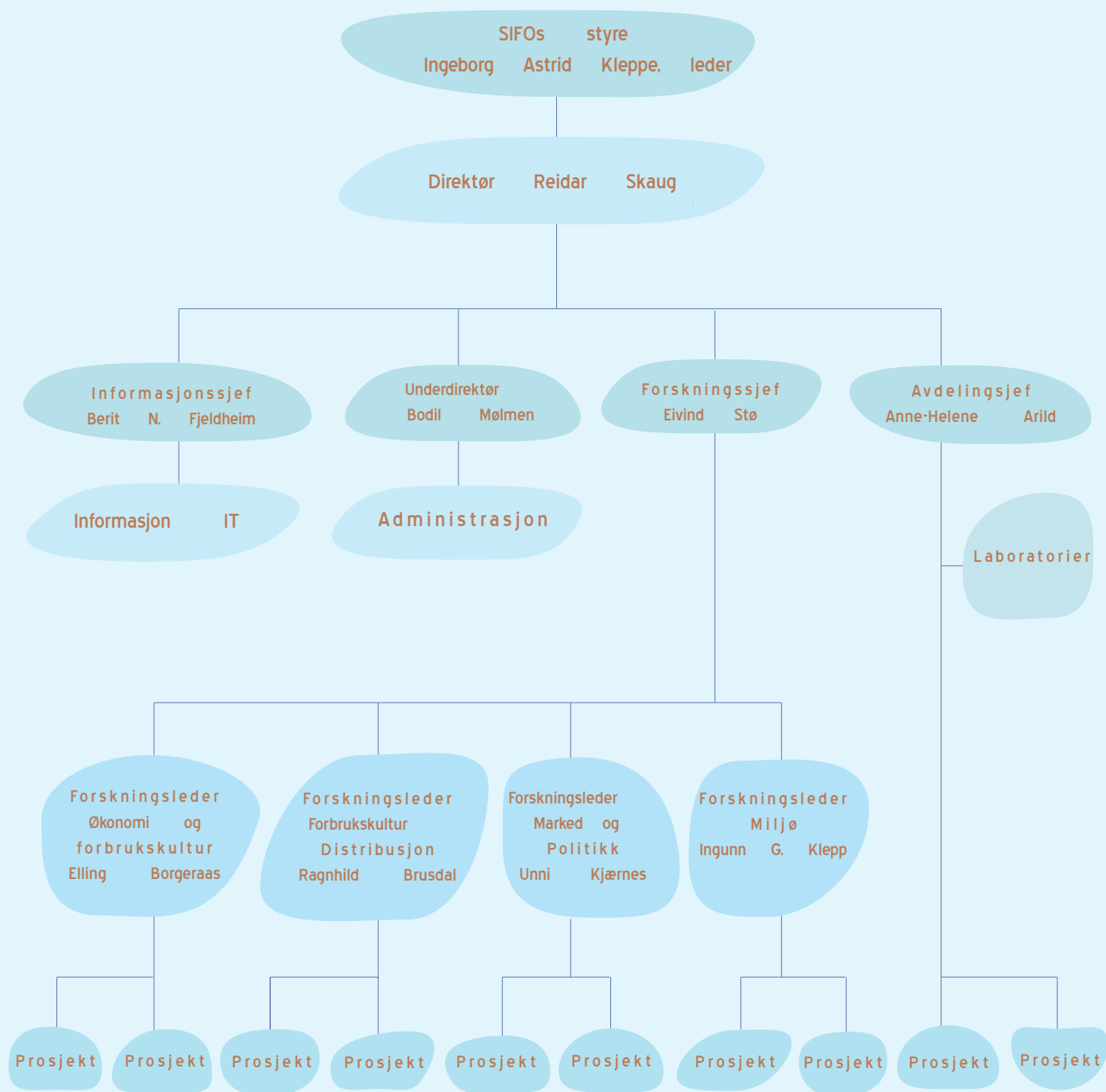
Nordisk og internasjonalt samarbeid

På nordisk plan deltar vi i flere samarbeidsprosjekter, hovedsakelig i regi av Nordisk Ministerråd, bl.a. gjennom EK-Konsument (Åmbetsmannskomiteén for konsumentfrågor). På europeisk plan er SIFO involvert i flere samarbeidsprosjekter innen Den europeiske unionens rammeprogrammer for forsknings- og forbrukspolitik. SIFO deltar også aktivt i europeisk og internasjonalt standardiseringsarbeid.

SIFOs informasjonsvirksomhet

SIFO er et anvendt forskningsinstitutt, og legger derfor stor vekt på formidling av egne forskningsresultater til aktuelle brukergrupper som andre forskningsmiljøer, myndigheter, produsenter og videreformidlere. Resultatene presenteres i SIFOs ulike rapportserier, i nasjonale og internasjonale tidsskrifter, og på instituttets nettsider. Ved formidling av forskningsresultater overfor allmennheten utgjør mediene den viktigste kanalen. Instituttet prioriterer derfor en offensiv medieinnsats.

Organisasjonskart



Område 1

Kunnskap om forbrukerne

Området spenner over en rekke forsknings-temaer med forbrukerøkonomi, forbrukskultur og matvaner/matkultur som de mest profilerte. På disse feltene har SIFO etablert seg som en viktig kunnskapsforvalter for brukere innen politisk ledelse, myndigheter, organisasjoner og bransjemiljøer.

Kunnskap om forbrukerne er et viktig faglig grunnlag for instituttets forbrukerperspektiv og er dermed kjernekunnskap i SIFOs faglige virksomhet. Ved å kartlegge og analysere forbrukernes holdninger og handlinger rettes SIFOs fokus mot forbrukernes interesser, ønsker og preferanser. Forbrukerkultur er et av SIFOs satsningsområder og forskningsaktiviteten omkring forbrukets samfunnsmessige og individuelle betydning i det moderne samfunnet er nå organisert i egen faggruppe.

Innenfor temaområdet forbrukerøkonomi

arbeider SIFO med forbrukernes ressursdisposisjoner i et husholdsperspektiv. SIFOs standardbudsjett står sentralt i utviklingen av feltet. Gjennom arbeidet med standardbudsjettet har instituttet posisjonert seg som en helt sentral premissleverandør for aktører som arbeider med forbrukerøkonomiske problemstillinger innen politikk, forvaltning, privat næringsliv og medier. Standardbudsjettet er i tillegg et nyttig verktøy for forbrukere som ønsker å planlegge eget forbruk. I tillegg studeres forbrukernes kunnskaper om det finansielle markedet og deres adferd og tilbud i markedet.

På temaområdet mat, arbeides det med måltidsmønstre, matvaner, endringer i matforbruk, og oppfatninger om mat og matsikkerhet i befolkningen generelt. Temaet dekker også forskning på matkultur og lokale mattradisjoner.

For tiden utvikles et nytt temaområde knyttet til forbruk av *digitale medier* i et husholdsperspektiv med fokus på de sosiale aspekter ved bruk av ny informasjons- og kommunikasjonsteknologi.

Forbrukerøkonomi og levekår

Innenfor området forbrukerøkonomi arbeider en doktorgradsstipendiat med avhandlingen *Levekår under gjeldsordning*. En forsker arbeider med avhandlingen *Gjelds- og betalingsproblemer*.

● SIFOs standardbudsjett

Standardbudsjettet er et verktøy for beregning av alminnelige forbruksutgifter for ulike typer hushold. I 2002 startet SIFO opp arbeidet med å oppdatere og videreutvikle standardbudsjettet. Hensikten med oppdateringen er å tilpasse budsjettets forbruksnivå i overensstemmelse med forbruks- og inntektsutviklingen i perioden fra budsjettet ble etablert og fram til i dag.

De årlige justeringene var ikke lenger nok til å



Prosjekter område 1 2003

- Standardbudsjett for forbruksutgifter - oppfølging
- Kostvaner i etablerende hushold i lys av deregulering og handelskjedenes økte markedsrett. Samarbeidsprosjekt med Senter for bygdeforskning
- Produktlevetid og naturmiljø. Forbruk av varige forbruksgoder
- Matvaner og tverrkulturell kommunikasjon
- Hurtigstatistikk - videreutvikling

forsvare bruken av budsjettet i sin nåværende form. Erfaringer med bruk av standardbudsjettet siden det ble utviklet i 1988 gjør det også naturlig å tilpasse budsjettet i henhold til disse erfaringene. Revideringsarbeidet avsluttes våren 2003. Standardbudsjettet og varianter av dette står også sentralt i regjeringens tiltak mot å bekjempe fattigdom, bl.a. som grunnlag for utarbeiding av anbefalte minstenormer for sosialhjelp.

SIFO samarbeider her med Høgskolen i Oslo avd. for sosialforskning. Standardbudsjettet definerer også livsopphold til barn i den nye loven om barnebidrag.

● Utsatthet og forbruk i de nordiske velferdssamfunn

Flere SIFO-forskere deltar i gjennomføringen av det nordiske forskningsprosjektet "Udsathed og forbruk i de Nordiske velferdssamfund", der en studerer forbruk i en bydel i henholdsvis København, Malmø og Oslo. Prosjektet er finansiert av den Nordiske velferdsforskningsprogrammet, og vil bli avsluttet i 2005. Målet med prosjektet er å gjennomføre en komparativ analyse av de strategier økonomisk sårbare grupper anvender i anskaffelse av varer og tjenester. Så langt er det utarbeidet en rekke arbeidsnotater som inneholder problemstillinger som gjelder spørsmål om hvordan utsatthet gir seg uttrykk forbruksmessig så vel som tidsmessig - den måten tiden brukes på - og hvilke forbruksmessige strategier utsatte grupper anvender.

SIFO står ansvarlig for tre av publikasjonene utgitt i prosjektet i 2002.

Forbrukskultur

SIFO har i 2002 prioritert forskningsaktivitet omkring forbrukets samfunnsmessige og individuelle betydning i det moderne samfunnet, med hovedvekt på forbrukskultur. Bakgrunnen er at det har vært en forskyvning fra tingenes bruksverdi til deres symbolverdi. Deler av forbruket vårt er nødvendig, men det meste av det vi anskaffer oss er fordi vi ønsker det. Dette betyr at vårt forbruk i mindre grad er bestemt av behov og økonomiske forhold, men av kulturelle.

Det arbeides med en doktorgrad innenfor dette området: Symbolsk forbruk- og identitetsarbeid i overgang fra barn til ungdom, som tar for seg kommersialiseringen av barne- og

- Symbolsk forbruk og identitetsarbeid i overgang fra barn til ungdom. En studie av 13-åringers forestillinger, forhandlinger og handlinger i forhold til klær
- Miljøinformasjon i hverdagslivet - en studie av det grønne husholdningsbudsjettet som informasjonsverktøy
- Standardbudsjett 2000
- Menn, helse og livsstil
- Organic Marketing Initiatives and Rural Development (OmiarD)
- Kles- og moteforskning

ungdomskulturen. Prosjektet studerer 13 åringer bosatt i byen og på landet og hvordan de kommersielle produktene med særlig fokus på klær og merkevarer virker inn på deres hverdag og identitetsutvikling. Dette ses på bakgrunn av at de er i en fase i livet hvor kravet til identitetsutvikling er stort, og hvor samtidig presset fra de jevnaldrende oppleves som stort i forbindelse med sosial integrasjon, sosial status og markering av individualitet.

● Mat som totalt sosialt fenomen - avsluttet doktorarbeid

Runar Døving disputerte i juni for dr.polit.-graden ved antropologisk institutt, Universitetet i Bergen med avhandlingen: *"Mat som totalt sosialt fenomen. Noen eksempler med utgangspunkt i Torsvik"*

Avhandlingen hadde to siktemål. Det ene var av prinsipiell metodisk karakter - å problematisere den oppdagelseslogikk som ligger til grunn for de antagelser vi gjør oss om sosiale fenomener i deres variasjon og sammenheng. Det andre var å gi en serie konkrete beskrivelser av hvordan mat som sosialt fenomen produserer og reproducerer en serie kulturelle meningsforbindelser, og å analysere disse forbindelsene nærmere.

Avhandlingens sentrale funn er at mat inngår i moralske stabile systemer. Nye produkter lanseres hele tiden, men tilsynelatende ikke uten å forholde seg til det strenge mønsteret mat spises i. Rett tid, sted og person for handling i forhold til mat synes overordnet den liberale verdensanskuelsen som dominerer offentligheten.

● Bruk av digitale medier i norske hjem

Dette er et kvalitativt studium av bruken av digitale IKT i norske hjem, og er et samarbeid mellom Telenor, NRK, Norsk Tipping og SIFO. Fra prosjektet foreligger en kvalitativ studie av noen familier som har tilbrakt en ettermiddag og kveld på Telenors *Fremtidshuset* på Fornebu. Her ble de vist to underholdningsorienterte piloter, laget av NRK og Norsk Tipping, utviklet med tanke på fremtidens digitalfjernsyn. Studien avslører en markant ambivalent holdning til bruk av IKT i hjemmet blant familienes voksne medlemmer. Denne holdningen forklares ved at bruk av IKT i hjemmet oppleves som underholdende og positiv, men samtidig som truende mot hjemmets sosialitet.

- Levekår under gjeldsordning. Motsetninger mellom akseptable levekår og rettferdighetsbetraktninger
- Utsatthet og forbruk i de nordiske velferdssamfunn
- Mobilitetshinder i det finansielle markedet
- Suksesskriterier - internett
- Standardbudsjett og fastsetting av minstestandard for forbruk
- Mat og kjøkken - nytte og nytelse
- Evaluation of DECSI's microcredit schemes, Tigray, Ethiopia - 2002
- Familiers bruk og opplevelser av underholdningstjenester på digital TV

SIFOs rolle og interesse i dette prosjektet ligger i den forskningsmessige siden av prosjektet, mens de tre andre har kommersielle grunner for sin deltakelse.

● Mat: Vaner, holdninger, livsstiler

Instituttets matforskning har de senere årene vært en vesentlig bidragsyter til synliggjøringen av instituttet. Gjennom en rekke studier, særlig om matvaner, måltidsvaner og forbrukerholdninger til ulike mattyper, har SIFO skapt ny og etterspurt viten på området. For tiden pågår det prosjekter på bl.a. temaer som kostvaner i etablerende hushold og på menn, helse og livsstil.

● Lokal matkultur

Som en del av Norges forskningsråds reiselivs-forskningsprosjekt, har SIFO tatt for seg lokal mats betydning i reiselivsbransjen. Dataene i prosjektet er basert på intervjuer av kokker og turister til restauranter i hovedsakelig fire fylker, Buskerud, Vestfold, Østfold og Finnmark.

Undersøkelsen viser at kokker og restauranteiere gjerne vil øke tilbudet av lokal mat, men at det er vanskelig å få tak i råvarene. Alle kokkene som var med i undersøkelsen synes at det finnes gode råvarer i området nær restauranten, og vil gjerne bruke fersk fisk eller nyplukket jordbær fra lokalmiljøet. Ujevn levering fra enkeltleverandører og et komplisert distribusjonssystem nevnes som noen av årsakene til at de ikke satser på lokal mat.

Selv om det viste seg at mat er den aller viktigste grunn til at kundene velger en restaurant fremfor en annen, avslører undersøkelsen at bruk av lokale råvarer utvilsomt har et potensiale for å trekke utenlandske turister. I dag reiser ikke turister til Norge for kulinariske opplevelser, til det er mattradisjonen for ukjent og ikke minst er maten for dyr. Utenlandske turister er imidlertid ganske opptatt av lokal mat og råvarer, og setter pris på mat som en del av en totalopplevelse. En bevisstgjøring av *Det lokale* som salgsvare er viktig, men den største utfordringen ligger i å få til et samarbeid mellom aktører innenfor produksjon, distribusjon og turistnæringen.

Område 2

Kunnskap om produktene

SIFO studerer funksjonelle, sikkerhetsmessige og miljømessige egenskaper ved husholdsprodukter, vaskemidler og tekstiler. I tillegg har instituttet i senere tid lagt vekt på å integrere studier av mening knyttet til produktene. Særlig vekt legges på de produktene som forbrukerne omgir seg med i hjemmet. Arbeidet innebærer identifisering av forbrukerproblemer og preferanser, samt utvikling av metoder for gjennomføring av tester og vurderinger. Forbrukets miljøbelastning er en sentral problemstilling.

Fordi produktbegrepet omfatter både varer og tjenester og fordi produkter både er konkrete, materielle og meningsbærende, benytter SIFO naturvitenskapelige, humanistiske og samfunnsvitenskapelige metoder i sitt arbeid.

SIFO har i flere år engasjert seg i det europeiske standardiseringsarbeidet. Ved å delta i komiteer har instituttet muligheten til å påvirke standardenes utforming. Samtidig gir dette arbeidet økt kompetanse på SIFOs prioriterte produktområder tekstil og husholdsprodukter.

SIFO har fortsatt nettverksbyggingen på området, i nasjonalt og internasjonalt perspektiv. Blant annet har vi vært med i oppbyggingen av et tekstilnettverk rettet mot arbeid innen bærekraftig utvikling sammen med bla. HSH, TBL, og GRIP. Arbeidet på dette området innebærer nært samarbeid med næringslivet og med forbrukerredaksjoner i kringkasting og presse. Andre sentrale brukere er Forbrukerrådet, Nordisk Ministerråd og EU. Målet for samarbeidene er å frambringe kunnskap om hvordan forbrukernes behov kan bli og blir ivaretatt.

I 2002 ser vi en økning i oppdrag fra næringslivet. Samtidig er testingen i større grad en del av større forskningsoppdrag. Ved overtakelsen av Forsvarets tekstillaboratorium har vi fått nye krevende kunder og tilført viktig fagkompetanse.

Forskningsvirksomheten og testvirksomheten ble i 2002 slått sammen til en fagavdeling. Dette har medført at laborietesting i langt større grad enn tidligere er integrert i den faglige virksomheten innenfor faggruppene *forbrukskultur* og *forbruk og miljø*. I 2002 har balansen mellom større oppdragsprosjekter fra bla. NFR og EU og de mindre testene fra ulike

delers av privat næringsliv og media, vært god.

Innenfor området produkter arbeider en doktorgradsstipendiat med avhandlingen *produktets brukstid*. En forsker arbeider med avhandlingen *brukertilpasset tjenestetilbud*.

Produktområdet tekstiler

2002 har vært et viktig år for produktområdet tekstiler. Mye tid og ressurser gikk med i flyttingen av laboratoriene, men resultatet ble bra og muliggjør en fornyelse av akkrediteringen på tekstilområdet, noe som vil være helt avgjørende for vår posisjon som et uavhengig testlaboratorium med høy kvalitet.

Til tross for flytting og omlegging har aktiviteten innenfor tekstiltesting vært stor.

Bruken av laboratoriene i større forskningsprosjekter har preget arbeidet i 2002.

EU-prosjektet om vask av tekstiler la beslag på store ressurser. Vi har likevel greid å gjennomføre tester på paraplyprospekt ulla.

Dette vil bli publisert i 2003.

Innenfor tekstilområdet har vi pågående forskning som ikke involverer laboratoriene. I 2002 ble det produsert mye, men publisert lite. Temaene det arbeides med er klær og klesvaner spesielt blant ungdom og kvinner, skittentøy og vaskevaner.

Overtakelse av Forsvarets tekstillaboratorium har medført en viktig ressurstilførsel både med hensyn til kompetanse, utstyr og oppdrag.

● EU prosjekt om vask av tekstiler

I 2002 har det vært stor aktivitet knyttet opp til prosjektet "An investigation of the domestic laundry in Europe - habits, hygiene and technical performance". Prosjektet ble startet opp høsten 2001 og avsluttes tidlig 2003 og er finansiert av det forbrukerpolitiske rammeprogrammet i EU. Arbeidet gjennomføres i 4 land og er et samarbeid mellom SIFO, Universitetet i Wageningen i Nederland, Edocusa i Spania og INKA i Hellas. SIFO har ledelsen av prosjektet som omfatter vaskevaneundersøkelser og tekniske tester av fire forskjellige typer vaskemidler i alle de fire partnerlandene, samt utvikling av en metode for test av hygiene ved tekstilvask på lave temperaturer. Et av de viktigste funnene er at Spania er det landet som skiller seg mest ut av de 4 som er undersøkt. De vasker ved svært

lav temperatur, midlene som brukes er effektive likevel og hygienivået er overraskende høyt, den lave temperaturen tatt i betraktning. Et annet funn er at norske og greske forbrukere skifter klær sjeldnere enn i Nederland og Spania - når de først vasker, vasker de imidlertid stort sett ved høyere temperatur enn de to andre landene. Selv om det fortsatt gjenstår noe finjusteringer, er et viktig arbeid gjort for å utvikle en repetierbar metode for testing av hygienekvalitet av klesvask under realistiske forhold. Ved siden av de rent faglige nyvinningene i prosjektet er det viktig å peke på nytteverdien av å samarbeide på tvers av både faggrenser og landegrenser.

Innen det samme forbrukerpolitiske rammeprogrammet startet SIFO i 2002 nok et prosjekt med koordineringsansvar:

"Fire hazards of clothes related to accidents and consumer habits" Dette prosjektet blir ferdigstilt i årsskiftet 2003-2004.

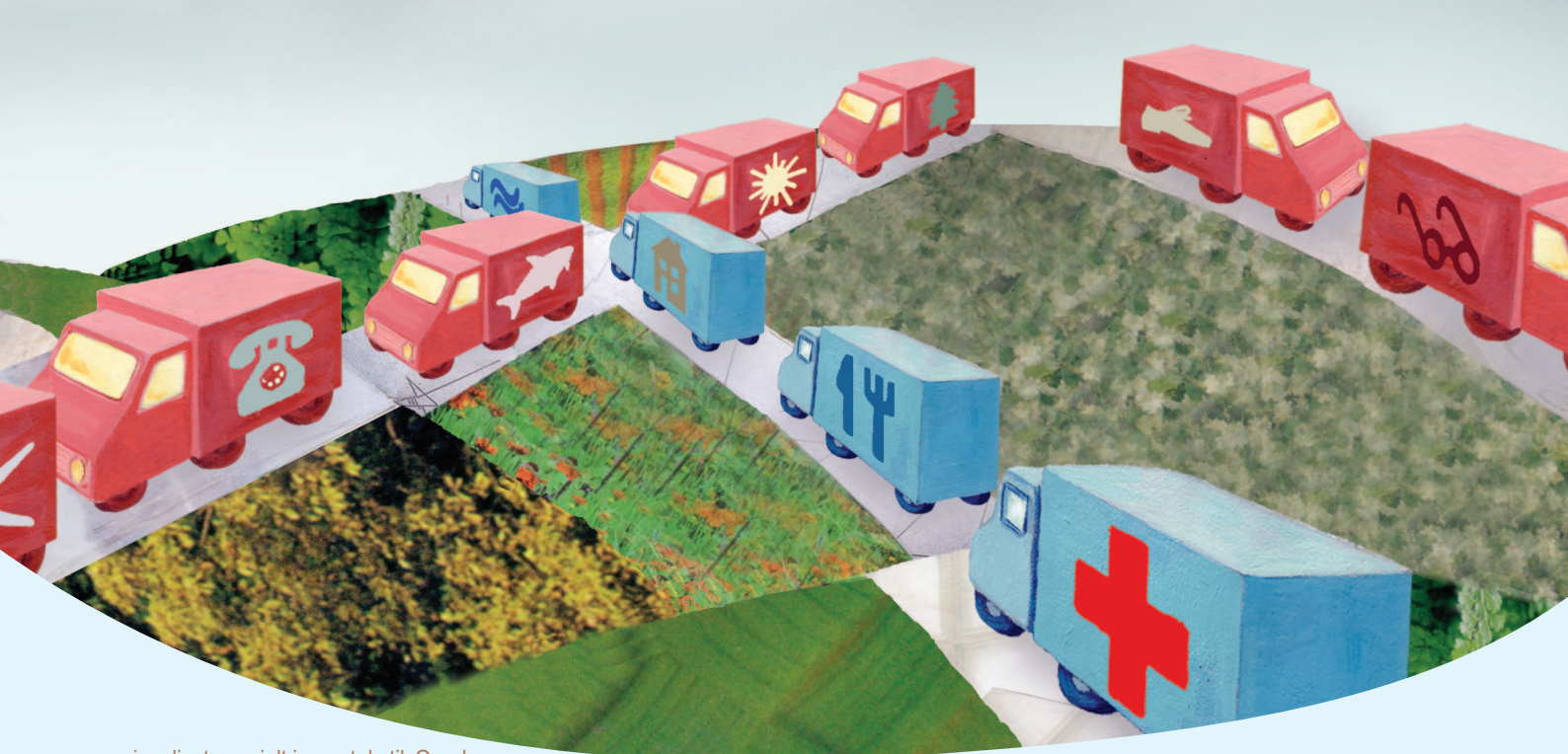
● Overtakelse av forsvarets testvirksomhet på tekstil:

FLO/Land Kvalitetskontor Tekstil

I den prosess som forsvarer nå er inne i med reduksjoner og outsourcing av deler av virksomheten, ble det i fjor inngått en samarbeidsavtale mellom forsvarer og SIFO om overføring av Forsvarets tekstillaboratorium til SIFO. Til gjengjeld skulle forsvarer bruke SIFO til laborietesting i 2 år, men intensjonen er selvfølgelig at forsvarer fortsetter å bruke SIFOs laborietjenester også etter disse to årene. Fordelen med denne sammenslåingen er også å oppnå et større og bedre fagmiljø innen tekstiltesting, samt at sivile leverandører til forsvarer nå lettere kan få tilgang til et tekstilprøvelaboratorium. Tidligere måtte man til utlandet for å kjøpe denne tjenesten fordi forsvarer ikke solgte slike tjenester. Laboriet har mange forskjellige prøvemethoder som alle utføres etter nasjonale eller internasjonale standarder. SIFO tar sikte på å oppnå akkreditering på en del prøvemethoder innen 2003, noe som er et kvalitetsbevis overfor kunden. Den formelle overtakelsen skjedde 1. januar 2003. Året som ligger foran oss vil også være avgjørende i forhold til om vi klarer å utnytte det potensiale som ligger i overdragelsen av forsvarers tekstillaboratorium.

● Oppdrag

Det siste året har vi sett en økning i oppdrag fra



næringslivet spesielt innen tekstil. Oppdragene er ulike typer av produktkontroll og produktutvikling. I noen grad er det også bedømmelse av kvalitet i forbindelse med tvister mellom ulike aktører i bransjen. Rapportene fra disse oppdragene er stort sett unntatt offentligheten. Vi mener likevel de ligger innenfor SIFOs overordnede mål. De bidrar til at produkter på det norske markedet er av god kvalitet og ikke minst at de holder seg innefor gjeldende lover og regler. Oppdragene er også viktige for SIFO, fordi de bidrar til en god utnyttelse av resurser og til å øke vår kunnskap.

Som tidligere har vi hatt oppdrag for mediabedrifter som fokuserer på forbrukerstoff. Disse oppdragene er viktige for SIFO gjennom den profileringen de gir. De stiller samtidig store krav til oss i å balansere faglige forsvarlighet opp mot medias ønske om enkle svar og "vinnere" blant produktene. Vi erfarte i 2002 at flere av de produktene vi fant mangler ved ble trukket av produsentene. Det er selvfølgelig kjedelig at såpass mange dårlige produkter finnes på markedet, men samtidig godt at vårt arbeid med produkter faktisk nytter. Det at våre rapporter også til dels får så store økonomiske konsekvenser for tredjepart, stiller strenge krav til vår faglighet.

Tjenesteområdet

Prosjekter knyttet til tjenesteforskning har i 2002 vært preget av en videreføring av forskningsarbeid knyttet til brukertilpasning og standardisering av tjenester, blant annet i relasjon til utvikling og utforming av service- og kvalitetserklæringer. Det finnes mange kvalitetsdimensjoner ved en tjeneste, og de forskjellige dimensjonene kan klassifiseres ut fra to kategorier. Den ene omfatter kvalitetsdimensjoner som er rettet mot å dekke brukerbehov, den andre omfatter kvalitetsdimensjoner som skal sikre forutsigelige produkter og unngå spesielle mangler. Denne todelingen belyser trekk ved motsetningen mellom standardisering og brukertilpasning både mht. forbrukerkrav og

produktivitetskrav. Søkelyset rettes slik mot et avgjørende og tosidig aspekt ved begrepet tjenestekvalitet: Brukertilpasning og standardisering er to gjensidig avhengige, og ofte motsetningsfylte, aspekter ved tjenestekvalitet. Mye avhenger av hvilke aspekter ved en tjeneste som lar seg standardisere, og i hvilken form det kan skje. Brukertilpasset tjenestekvalitet vil variere ut fra mulighetene til fleksibilitet i tjenesteytingen - i hvilken grad det er mulig å yte tjenester som brukerne trenger. Samtidig er forutsigbarhet og sikkerhet - ivarettatt gjennom standardiserte rutiner og tilbud - et vesentlig poeng for forbrukerne. Krav om "brukeren i sentrum" gjør det naturlig for forbruksforskningen å arbeide videre med problemstillinger som øker denne kunnskapen på ulike tjenestområder.

● **Faktorer bak en vellykket e-handel** er et prosjekt finansiert med midler fra Nordisk Ministerråd. Formålet er å rette søkelyset mot handel på Internett som potensielle for nordiske produsenter, distributører og forbrukere. Prosjektet stiller ulike aktørers rolle i forbrukermarkedene i fokus. Hittil har den nye teknologien først og fremst lyktes i business to business relasjoner, men potensialet er også stort i forbrukermarkedene hvor Internett tilbyr en ny mulighet til kommunikasjon mellom produsenter, selgere og kjøpere av varer og tjenester. Suksessen synes imidlertid å kreve langt sterkere omtanke for forbrukernes interesser, ønsker og behov enn det som har vært tilfelle hittil på nettet blant tilbuds- og myndighetsaktører.

Hovedkonklusjonene fra prosjektet er at en vellykket e-handel er basert på løsninger som fanger inn det spekteret av forbrukere som nettbutikkene ønsker å rette tilbudene sine mot. Dette er løsninger som skaper tillit og ivaretar forbrukerbehov både mht. mestring og tilgjengelighet, personvern, betalingsikkerhet osv. Forutsigbarhet og gjenkjennelighet er også vesentlige stikkord. Det er liten tvil om at

en kunde- og brukertilpasning er avgjørende for nettbutikker som ønsker å nå fram til potensielle kunder og brukere. Bevisste forbrukere blir en stadig større utfordring også i e-handelen. For nettbutikker som vil lykkes blant forbrukerne, er det derfor vesentlig å vurdere effekten av egen kundeservice ved å utvikle og ta i bruk hendige tilbakemeldings- og kommunikasjonssystemer.

Prosjekter område 2 2003

- Paraplyprosjekt Ull
- Standardisering
- Wool wash - a practical approach including testing of wool programmes in washing machines and wool detergents
- Funksjonstester av husholdningskjemikalier
- An investigation into the domestic laundry habits in Europe
- Tolkning av metoder og toleranser ved kontroll av energimerking
- Skulleeffekt av vaskemaskiner - del II
- Fra rent til nyvasket - skittent og rent tøy etter 1950
- Energimerking for elektriske komfyrer - verifisering av metode for funksjonstesting - Nordisk prosjekt
- Produktlevetid og naturmiljø. Forbruk av varige forbruksgoder
- Brukertilpasset tjenestekvalitet. En casestudie av forholdet mellom aktørnivå i barnehagesektoren
- Samleoppdrag for tester:
 - Testoppdrag for Forsvaret
 - Test av husholdningsprodukter
 - Test av husholdningskjemikalier
 - Test av tekstiler

Kunnskap om markedene

Forskningsinnsatsen på dette målområdet er økende. Dette er et svært sammensatt område og dekker mange ulike sider ved markedene. I 2002 har aktiviteten vært konsentrert omkring tre viktige områder; distribusjon av varer i Norge, grensehandel og IKT som en del av distribusjonssystemet.

Forbruk skjer gjennom deltakelse i markedet for varer og tjenester. SIFO ønsker derfor å etablere kunnskaper om markedsforholdenes innvirkning på forbrukernes muligheter, holdninger, og handlinger. Instituttet undersøker alle ledd i verdikjeden, fra produksjon og foredling til distribusjon og omsetning. I tillegg til at forskningen får belyst verdier, holdninger og handlinger hos ulike aktører i markedet, muliggjør dette brede perspektivet sammenligninger mellom aktørene og tilhørende interesser.

Et slikt komparativt grep er spesielt viktig for studier av maktforhold i verdikjeden, noe som har vært tema for mange gjennomførte prosjekter ved instituttet, særlig når det gjelder de siste leddene i distribusjonsprosessen. SIFO har i tillegg høy kompetanse på

dagligvarehandel og sentrale sider ved det finansielle markedet.

En helhetlig analyse av markedene ut fra flere perspektiver enn de rent økonomiske er spesielt viktig i en situasjon der forbrukerne står overfor utfordringer knyttet til internasjonaliseringen av forbruksvareindustrien, varehandelen og det finansielle markedet, der elektronisk handel og informasjonsteknologien skaper nye markedsbetingelser, og der de- og rereguleringer endrer konkurranseforholdene i markedet.

En del av SIFOs virksomhet innen IKT har vært gruppert under kunnskap om markedene. Dette gjelder IKT som distribusjon av varer og tjenester.

Tillit og transaksjoner - avsluttet doktorarbeid

Prisdannelse og marginundersøkelse i dagligvaremarkedet har i flere år vært SIFOs bidrag til diskusjonen om matvareprisene i Norge. Prosjektene har i hovedsak vært landbruksbasert, men i 2002 sluttførte Arne Dulrud doktorarbeidet *Tillit og transaksjoner. En kvalitativ*

analyse av kontraktsrelasjoner i norsk hvitfiskeeksport.

I avhandlingen diskuteres forhold mellom priskonkurranse og tillit i en av de kanskje mest konkurranseutsatte næringene i Norge, nemlig fiskeeksport. I teoretisk diskusjon har man vanligvis antatt at personlige tillitsrelasjoner i et konkurranseutsatt marked er overflødige. Et viktig empirisk funn i avhandlingen er at handelen mellom eksportører og importører likevel skjer i et fast mønster mellom partene. Dette forklares ved at usikkerheten i markedet skaper risiko i transaksjonene. For å unngå risiko inngår partene i uformelle og langsiktige relasjoner med hverandre. Gjennom sosiale nettverk oppstår en gjensidighet mellom eksportør og importør som er av stor viktighet for å kunne overleve på lang sikt. Dermed blir tillit en form for en uformell forsikring. Med utgangspunkt i dette funnet kritiseres bl.a. økonomisk teori om vertikal integrasjon.

Distribusjon av økologiske varer - myter hindrer suksess

I et samarbeidsprosjekt mellom SIFO og Bygdeforskning var målet å avdekke de utfordringene og mulighetene som hele verdikjeden, fra produsent til forbruker, står overfor i



overgangen til økologisk landbruk. Studien som ble finansiert av NFR viser at det er et stort potensiale for å øke både produksjon og salg av økologisk mat.

Det norske landbruket har vist seg å være tregere i omleggingen til økologisk drift enn andre europeiske land, men er på vei. Dagligvarehandelen har imidlertid på relativt kort tid blitt den viktigste salgskanalen for økologisk mat. Studien viser at bransjen står overfor store utfordringer dersom man ønsker å utvikle dette markedet videre. Dette er knyttet til forhold som at økologisk mat i liten grad passer inn i de dominerende butikk-konseptene, at dagligvarebransjen mangler kompetanse, og at de mangler arenaer for å ha en god kommunikasjon om økologisk mat. Bransjen har uklare forestillinger om hva økologisk mat er, og hvem som ønsker slike produkter. Dermed råder det en vente-og-se-holdning i dagligvarebransjen.

Manglende suksess i Norge kan skyldes at økologisk mat oppfattes som en nisje for den "økologiske forbrukeren". Bransjens oppfatning om "den økologiske forbrukeren" er dels basert på "fakta" fra markedsundersøkelser, og dels farget av myter. Mytene om forbrukeren bidrar til å styrke inntrykket av økologisk mat som et sært helsekostprodukt. Undersøkelsen viser imidlertid at det økologiske matforbruket er mangfoldig og er motivert ut fra ulike hensyn og gir mening på ulike og sammensatte måter.

Endringer i butikkstrukturen i Norge

Et SIFO prosjekt gjennomført på oppdrag fra Nærings- og handelsdepartementet som en del av prosjektet "Risiko og sårbarhetsanalyse av dagligvareforsyningen til Nord-Norge" viser at de største endringene i dagligvaremarkedet de siste tyve årene har skjedd i sentrale strøk av landet. Her har det vært stor butikknedgang, men samtidig en markant økning av store supermarkeder, fullsortimentsbutikker og en rekke spesialbutikker. I distriktene er lavprisbutikkene etter hvert blitt de største. Undersøkelsen viser at det i Norge er omtrent 4 600 butikker som fører dagligvarer. Fylker med høy befolkningstetthet har generelt færrest butikker per innbygger. Akershus, Vestfold og Oslo har færrest butikker, mens Sogn- og Fjordane har flest.

Undersøkelsen viser at antall dagligvarebutikker er halvert i perioden 1980-2000, men de er til gjengjeld blitt større, men fortsatt er de fleste butikkene små. Bare 1/3 av dagligvarebutikkene kommer under betegnelsen supermarked. I perioden 1980-2000 var den totale nedgang i dagligvarebutikker i forhold til befolkningen hele 48 % på landsbasis. I Oslo var nedgangen minst, etterfulgt av Sogn og Fjordane og Finnmark. Størst nedgang har Buskerud og Vestfold hatt.

Prisendringer på mat

Den 1. juli 2001 ble merverdiavgiften på mat og alkoholfri drikke redusert til 12 prosent. En reduksjon fra 24 prosent til 12 prosent utgjør en prosentvis prisreduksjon på 9,7 prosent på

disse varene dersom hele merverdiavgiftsreduksjonen hadde kommet forbrukerne til gode.

SIFO gjennomførte prisundersøkelser før og etter merverdireduksjonen, som viste at det alt i alt kan se ut som om enkelte detaljistaktører i matvaremarkedet ikke helt hadde fulgt opp merverdireformen, mens andre igjen hadde gjort en god jobb, og endatil redusert mer enn merverdireduksjonen skulle tilsi. Undersøkelsene viste at de store kjedebutikkene reduserte matvareprisene med ca 10 prosent i perioden mai 2001 til oktober 2001. Når reduksjonen i konsumprisindeksen i samme periode var på ca 9 prosent, kan en mulig tolkning være at en del aktører ikke har fulgt opp prisreduksjonen som følge av merverdireduksjonen.

Undersøkelsen inneholder imidlertid ikke data til å identifisere hvem det er som har redusert prisene minst. Man skal heller ikke se bort fra at en mindre prisreduksjon enn merverdireformen skulle tilsi, kan skyldes økte kostnader for en del produkter og for en del detaljistaktører.

Grensehandel

SIFO har over tid arbeidet med grensehandelsprosjekter. I 2002 startet vi opp et NFR-prosjekt i samarbeid med Bygdeforskning, om grensehandel Norge/Sverige og Norge/Finland. Formålet med denne studien er ikke å estimere omfanget av grensehandelen mot Sverige og Finland, men derimot å forstå og forklare grensehandel som fenomen. Vi skal analysere hvordan grensehandel framstår som levd virkelighet og studere grensehandel slik dette utspiller seg på dens rette og opprinnelige plass: På grensa. Vi skal gripe hvordan grensehandel framstår for grensehandlerne selv og dem i mellom: Hvordan de forstår, opplever og praktiserer grensehandel, hvilke rasjonalitet de legger til grunn, og hvordan "billighet" konstrueres. Dette er tema/problemstillinger som ikke har vært belyst i noen systematisk studie i Norge tidligere, og studien vil derfor tilføre ny kunnskap om grensehandel som fenomen. Fenomenet grensehandel skal belyses ved hjelp av ulike metodiske tilnærminger, både kvalitative og kvantitative tilnærminger, men med klar hovedvekt på de kvalitative.

Bruk av informasjons- og kommunikasjons-teknologi (IKT) i distribusjon

Satsningen har vært konsentrert omkring handel over internett. De to bransjene vi har studert er dagligvarer og reiseliv. SIFO gjennomførte i 2002 prosjektet "Samtykkebasert markedsføring i reiselivsbransjen (TYIN/NFR) og "Høyforbruk - forbrukerbehov som utgangspunkt for offentlig etterspørsel og markedstilbud" (Høykom/NFR) som tar for seg samarbeidsmekanismer mellom offentlige myndigheter og utvalgte næringer i et innovativt bredbåndsperspektiv, med utgangspunkt i forbrukerbehov.

Det interaktive reiselivet

Endringer i personopplysnings- og markedsføringsloven av 2001 åpner for samtykkebasert og skreddersydd markedsføring. Ved at den enkelte forbruker sier ja til å gi fra seg informasjon om seg selv kan reisebyrå og flyselskaper skreddersy markedsføring. Bedrifter når dermed frem med relevant reklame og informasjon til riktig mottaker. Bedrifter ser for seg at kunder er villige til å bytte til seg skreddersydd informasjon og tilbud mot å avgi mer personlig informasjon om seg selv. Målet er å skape en vinn-vinn situasjon både for bedriften og forbrukeren. Internett er en billig og effektiv måte å kommunisere med forbrukeren på, og håpet er at forbrukeren ønsker å kommunisere tilbake sine ønsker og behov. SIFO-studien viser at forbrukerens holdninger til spesialtilpasset informasjon og reklame er todelt. Forbrukerne er positive til ren informasjon om for eksempel reiser fra flyselskaper og reisebyråer, mens de er negative til ren reklame. De er interessert i nye typer tjenester som tips og råd underveis i reisen, men samtidig vil mange ha kontroll over når de tillater slik oppsøkende kontakt. Forbrukerne er mest positive til å gi fra seg informasjon om alder og kjønn, etterfulgt av navn, jobbtittel og hobbyer, men er noe overraskende lunkne til å gi fra seg e-postadressen sin.

Forskerne ser en klar ambivalens blant norske forbrukere som har store forventninger til Internett og nye tjenester, men som samtidig er skeptiske fordi stadig flere bedrifter ønsker mer informasjon om den enkelte forbruker. Dermed blir man fort "mettet" og tilpassede tjenester og reklame kan - mot sin hensikt - virke forvirrende og påtrengende. Før forbrukeren en følelse av å "miste kontrollen" forsvinner hele fundamentet for den samtykkebaserte markedsføringen. Dermed er tillit avgjørende for bedrifter som ønsker å få til gode og langvarige kundeforhold, men denne tilliten kan raskt brytes ned ved at bedriften opptrer i konflikt med forbrukerens ønsker.

Prosjekter område 3 2003

- Bærekraftige matvaresystemer - økologisk produksjon og forbruk i et regionalt perspektiv
- Samtykkebasert markedsføring av reiselivstjenester
- Organiseringen av produktsikkerhet og -risiko i en internasjonalisert matvarehandel
- Tillits- og lojalitetsskapende forretningskonsept for Reiseferie.no
- Høyforbruk - forbrukerbehov som utgangspunkt for offentlig etterspørsel og markedstilbud
- Å sette pris på hylleplassen
- Fenomenet Grensehandel
- Fire Hazards

Område

4

Kunnskap om forbrukerpolitikken

SIFOs forskning om forbrukerpolitikk skal frambringe kunnskaper om politiske beslutninger og lover og regelverks konsekvenser for forbrukerne. Forskingen er også aktørorientert i den forstand at vi er opptatt av forbrukerne som politiske aktører og betingelsene for forbrukerinnflytelse i det moderne samfunnet. De politiske og institusjonelle rammebetingelsene har avgjørende innvirkning på forbruket. Avtaler, regelverk og virkemidler av nasjonal og internasjonal opprinnelse legger premisser for både forbrukere og markedsaktører. Det er derfor nødvendig med analyser som fokuserer på utformingen og konsekvensene av slike rammebetingelser.

SIFOs forskning på området er konsentrert om temaene forbruk og miljø på den ene siden, og regulering, forbrukerinteresser og tillit på den andre. Dette er temaer som omfattes med betydelig internasjonal interesse, og mye av instituttets arbeid på området foregår gjennom samarbeidsprosjekter med forskere i en rekke europeiske land. Instituttet har i tillegg også arbeidet med å utvikle et rammeverk for standardisering og kvalitetstesting av offentlige tjenester, sett i relasjon til service- og kvalitetserklæringer som forbrukerpolitiske virkemidler.

Forbrukerpolitiske virkemidler i miljøpolitikken, reguleringspolitikk og forbrukertillit er spørsmål som har stått sentralt i 2002. SIFO er engasjert i to miljøprosjekter innen EUs femte rammeprogram, som begge handler om ulike virkemidler i miljø- og forbrukerpolitikken. Prosjektet DEEP, handler om miljømerker. Prosjektet ToolSust- handler om betingelser for kortsiktige og potensialer for mer langsiktige endringer i forbrukernes miljøatferd i europeiske byer.

Reguleringspolitikk, forbrukerbeskyttelse og forbrukertillit er tema som har fått stor oppmerksomhet de siste årene. SIFO har hatt en rekke prosjekter som tar opp slike spørsmål, med spesiell oppmerksomhet mot matfeltet. Arbeidet er rettet både mot institusjonelle ordninger for forbrukerbeskyttelse og mot forbrukernes synspunkter og reaksjoner. Sammenligninger mellom land og nivåer utgjør en vesentlig del. Prosjekter er finansiert av NFR og andre oppdragsgivere. SIFO er involvert i flere EU-finansierte prosjekter (5. rammeprogram) og koordinerer ett større EU-prosjekt - TRUSTINFOOD - om institusjonelle og sosiale betingelser for forbrukertillit til mat.

Miljøpolitikk og miljømerking i Europa

Fra EU-prosjektet ToolSust, *The involvement of stakeholders to develop and implement tools for sustainable households in the city of tomorrow* ble det i 2002 publisert flere SIFO-arbeider.

● Forbrukernes miljøbevissthet

I prosjektet "Forbruk og miljø i fem Europeiske byer", har en sett på forbruksaktiviteter som kildesortering, miljømerking, innkjøp av mat, transport knyttet til innkjøp og energisparing. Dataene er samlet inn i byene Fredrikstad i Norge, Groningen i Nederland, Padova i Italia, Guildford i Storbritannia og Stockholm/Sødermalm i Sverige. Bakgrunnsmateriale bygger på politiske dokumenter, kvalitative og kvantitative data om byen, intervjuer av lokale aktører som kommunen, handelsstanden og miljø- og forbrukerorganisasjoner og på en spørreundersøkelse blant forbrukerne. Hovedkonklusjonen fra denne studien er at graden av miljøbevissthet avgjøres av vårt personlige

engasjement og av hvor enkelt det er å handle miljøvennlig. Videre at det ligger et stort ansvar på næringslivet og myndighetene i forhold til å handle miljøvennlig.

I alle fem land ser forbrukere på miljøet som viktig og essensielt, men forbrukerne i Stockholm og videre Groningen skiller seg ut som de mest bevisste. Forbrukerne fremhever kildesortering og energisparing som viktige miljøtiltak. Å redusere bilkjøringen og å kjøpe miljømerkede produkter og økologisk mat, rangeres som *litt* viktig. Det å spise mindre kjøtt og å handle brukt, ses imidlertid ikke på som viktig i det hele tatt. Synet på hva forbrukerne kan bidra med for å bedre miljøet, skyldes holdningsskapende kampanjer, mener forskerne.

Den selvutnevnte miljøbyen Fredrikstad er ikke mer miljøbevisst enn de andre byene i undersøkelsen. Den ligger midt på treet når det gjelder kildesortering, de bruker mye bil tilknyttet innkjøp og de er ikke spesielt flinke til energisparing. Selv om flertallet bruker sparepære og har installert sparedusj, er det få som skrur av lys når det ikke er i bruk og få som senker nattetemperaturen.

● Energibruk i hjemmet

I metodeprosjektet "Household Metabolism in Fredrikstad", har en med utgangspunkt i tall fra husholdsforbruk fra Fredrikstad i 1997, beregnet hvor mye energi som blir brukt for hver krone en vare eller tjeneste koster. Ved hjelp av denne nye metoden er det mulig å kvantifisere energiforbruket for ulike forbruksområder og sammenligne disse. Gjennom kvantifisering av energibruken i husholdningen er det enklere å se hvor det er mest hensiktsmessig å gjennomføre endringer for å redusere miljøbelastningene. Undersøkelsen viser hvor viktig det er å ta

Prosjekter område 4 2003

- Tilpasning mellom tjenestetilbud og behov på barnehagesektoren
- Utfordringer for europeisk miljømerking - DEEP

- The involvement of stakeholders to develop and implement tools for sustainable households in the city of tomorrow - TOOLSUST
- Tillit til mat 2002
- Trust in Food - EU
- Europeisk seminar "Sociology of Consumption"
- Brukerundersøkelse om dyrehold og dyrevern

- Maktforskyvning i matvaremarkedet: Mat, marked, makt og mangfold. Samarbeidsprosjekt med Senter for bygdeforskning.
- Restrukturering av matsystemet. Strategisk instituttprogram
- Virkninger av reformer for plan- og bygningsloven



hensyn til den indirekte energibruken, som er den energien som trengs for å produsere og transportere varer og tjenester. Til en viss grad kan den enkelte forbruker være dette bevist, men hovedansvaret må ligge hos myndighetene.

● Miljømerker som kommunikasjonsform

I EU-prosjektet DEEP (Developing Effective and Efficient Product Information) fokuseres det på europeiske miljømerker. Utgangspunktet er at de ulike landene i EU har ulike erfaringer med sine nasjonale miljømerker, og at EUs egen blomst har hatt store problemer med å etablere seg i det europeiske markedet. Erfaringene fra Norden (Den Hvite Svanen) og Tyskland (Die Blaue Engel) er imidlertid langt mer positive, og den bærende problemstilling i dette prosjektet er hva EU og de europeiske landene kan lære av de positive erfaringene fra Tyskland og Norden når det gjelder utvikling av kriterier for miljømerking. Prosjektet er koordinert fra Heidelberg, og prosjektmedarbeiderne kommer fra Tyskland, Norge, Italia og Spania.

Første fase av prosjektet omfattet en kartlegging av ulike miljømerkingsregimer Europa og viste at det er en spenning mellom de nasjonale merkeordningene og den europeiske. Kartleggingen viste videre at det finnes en jungel av ulike merker som forvirrer forbrukerne og gjør det vanskelig for industrien. Det finnes også en spenning mellom

klassiske miljømerker som engelen og svanen på den ene siden, og kvalitative varedeklarasjoner på den andre.

I 2002 ble det gjennomført en undersøkelse blant forbrukere i Norge, Tyskland, Spania og Italia, om deres søken etter miljøinformasjon under innkjøp av dagligdags forbruk som husholdningspapir, sjeldne innkjøp som vaskemaskin og servicekjøp som kjøp av ferie. Studien viser at det er liten eller ingen kjennskap til EUs miljømerke EU blomsten, blant forbrukerne i undersøkelsen. Faktisk er det flere i Norge enn i EU-landene som kjenner til den. Tre av fire norske og tyske respondenter kunne nevne en eller flere merker, mens bare en av fire i Spania og en av 50 i Italia kunne gjøre det samme. Nord-europeernes kjennskap til miljømerker, tyder imidlertid på at merking fungerer som kommunikasjon mellom produkt og forbruker.

Nordmenn er mer kritiske til EU som informasjonskilde. Ellers er forbrukere i Italia og Spania skeptiske til miljøinformasjon som kommer fra myndighetene, samtidig som de mener at det nettopp er myndighetene som bør ha dette formidlingsansvaret. Forbrukere i alle land er enige i at det er forskere og miljøorganisasjoner de stoler mest på i denne sammenhengen, men det er kun forbrukere i

Tyskland som mener at miljøinformasjon bør komme fra denne gruppen.

Dyrevelferd i Norge

Kylling og oppdrettsfisk er dyrene som har minst akseptable levekår, mener et flertall av folket. Forbrukerne setter med dette klare krav til næringen om å dokumentere sin virksomhet. Nordmenn mener at dyr i Norge har det bedre enn dyr i EU, men det er forskjell på hvor godt vi mener dyr i Norge har det. Vi mener villdyr har det bedre enn kjøledyr som igjen har det bedre enn husdyr.

Dette er noen resultater fra SIFO-prosjektet "Dyrevelferdundersøkelsen 2002", som er gjennomført på oppdrag for Statens dyrehelsetilsyn. Hensikten med delprosjektet som ble gjennomført i 2002, var å skissere et bilde av folks kunnskapsnivå, vurderinger, holdninger og handlinger knyttet til dyrevelferd i Norge. Tidligere studier har vist at norske forbrukere er opptatt av pris, og at de ønsker billigere mat. Dyrevelferdstudien viser at forbrukerne også er opptatt av - og bekymret for - dyrs velferd. Majoriteten ser ut til å sette dyrs levekår foran pris, men bare 38 prosent sier at de faktisk "bevisst har unnlatt å kjøpe bestemte matvarer fordi de misliker hvordan dyrene har hatt det".

Publikasjoner

2002

Norske og internasjonale artikler med referee

Amilien, Virginie (2002): Døden i de norske folkeeventyrene. *Din- Religionshistorisk tidskrift*. April 2002. Oslo

Arild, A-H., Bassett, M. (2002): Hot surface temperatures of domestic appliances. *Injury control and safety promotion*. 9.(3): 161-167

Brusdal, Ragnhild (2002): Identitetsarbejde i shoppingcentret. *Ungdomsforskning* nr. 4: 12-17

Brusdal, Ragnhild (2002): Foreldre som oppdragere - selvstendighet eller styrt valgfrihet? Om barns lommepenger, lommepenger og andre penger. *BARN*, nr.1: 69-86

Heilmann, Mari, R. (2002): Voksnes reaksjoner på barnegråt i Norge og andre land. *Barnehagefolk* Nr 1: 62-69

Helle-Valle, Jo. (2002): Seen from below: Conceptions of Politics in a Botswana village. *Africa*. 72 (2): 179- 202.

Helle-Valle, Jo. (2002): Når kvinner ikke lenger vil (gifte seg): noen følger for samfunnsorganiseringen i Botswana. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, nr. 4: 507- 539.

Roos, G., Lean, M., Anderson, A. (2002): Dietary interventions in Finland, Norway and Sweden: nutrition policies and strategies. *J. Hum Nutr Dietet* 15:99-110.

Roos, G. (2002): Our bodies are made of pizza - Food and embodiment among children in Kentucky. *Ecology of Food and Nutrition* 41:1-19.

● In print/antatt

Bugge, Annechen (2003): Er det norsk måltidsmønsteret i oppløsning? FH (familier hyperkolestrolemi)-tidsskrift nr. 1: 6. Utgitt av Medisinsk genetisk laboratorium, Rikshospitalet Universitetssykehus, Oslo.

Heilmann, Mari, R. (2003): Kulturelle modeller, forskningsparadigmer og statlig styring i

norsk spedbarnsomsorg. *Norsk Antropologisk Tidsskrift*

Kjærnes, U. (2003) Food and nutrition policies in the Nordic countries: how they have been developed and what evidence substantiates the development of these policies. *Proceedings of the Nutrition Society*

Kjærnes, U. (2003) 'Structural' vs. 'individual' approaches in nutrition policy: the Norwegian case. *Appetite*

Klepp, Ingun G. (2003): Vasketeknologi og skittentøy (antatt for publisering i 2003 i *Etnologica Scandinavica*)

Prättälä, R., Groth, M., Olstersdorf, E., Roos, G., Sekula, W., Tuomainen, H. (2003): Use of butter and cheese in 10 European countries - a case of contrasting educational differences. *European Journal of Public Health* (in print)

● Avlevert

Klepp, Ingun G. (2003): Farlige farger (avlevert *Tidsskrift for kulturforskning*)

Storm-Mathisen, A., Klepp, I., G. (2002): Reading fashion as age: An analysis of accounts by young teenage girls and grown women on clothing as body and social status. (avlevert *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*)

Storm-Mathisen, A., Klepp, I., G.: Young People in Fashion - Adults of Style. The impact of fashion and style on clothing choices; a comparison of accounts by young teenagers and grown women. (klar for avlevering)

Storm-Mathisen, Ardis (2003): Bilder av kjøpepress. En sammenlikning av voksnes og unges bruk av begrepet. (avlevert *tidsskriftet BARN*, februar 2003.)

Rapporter

● Egne serier

Amilien, Virginie (2002): "Fra vafles og hamburger til elghakk og hjortestek". Et bilde av matkulturens sbransjen. Fagrapport nr. 4, Lysaker, SIFO

Berg, Lisbet (2002): *Dyr er ikke bare mat. Om synet på dyrevelferd i Norge*. Oppdragsrapport nr. 10, Lysaker, SIFO

Dulsrud, Arne (2002): *Tillit og transaksjoner. En kvalitativ analyse av kontraktsrelasjoner i norsk hvitfiskeeksport*. Fagrapport nr. 2, Lysaker, SIFO

Laitala, Kirsi (2002): *Strømpebukser under lupen - Test av ti par strømpebukser*. Oppdragsrapport nr. 1, Lysaker, SIFO

Gunnarsen, Jan Tore, H (2002): *Bestselgerne sluker strøm. Test av fem kondensstørketromler*. Oppdragsrapport nr. 7, Lysaker, SIFO

Helstad, Sigrid, K (2002): *Kan matlagingsmaskiner lage mat? Test av fem matlagingsmaskiner*. Oppdragsrapport nr. 2, Lysaker, SIFO

Helstad, Sigrid, K (2002): *Valgets kval ved kjøp av strykejern*. Oppdragsrapport nr. 4, Lysaker, SIFO

Helstad, Sigrid, K (2002): *Wok*. Oppdragsrapport nr. 5, Lysaker, SIFO

Klepp, Ingun, G., Kirsi, Laitala (2002): *Vurdering av plagg for Design Forum as*. Oppdragsrapport nr. 6, Lysaker, SIFO

Methi, Nina, Eivind Stø, Harald Throne-Holst & Gunnar Vittersø (2002): *Consumption and Environment in five European cities. European report*. Fagrapport nr. 1, Lysaker, SIFO

Slette-meås, Dag (2002): *Høyforbruk - forbrukerbehov som utgangspunkt for offentlig etter-spørsel og markedsstilbud*. Oppdragsrapport nr. 3, Lysaker, SIFO

Slette-meås, Dag, Randi Lavik og Liv Jorunn Stokke (2002): *Samtykkebasert markedsføring av reiselivstjenester med fokus på forbrukernes tillit*. Oppdragsrapport nr. 8, Lysaker, SIFO

Stø, Eivind, Pål Strandbakken & Marit Strand (2002): *Consumer's use of and attitudes towards environmental product information in*

Germany, Italy, Norway and Spain. Fagrapport nr. 3, Lysaker, SIFO

Throne-Holst, Harald, Stø, Eivind, Kok, Rixt, Moll. Henry (2002): *Household Metabolism in Fredrikstad*. Oppdragsrapport nr. 9, Lysaker, SIFO

Tufte, Per Arne (2002): Brukerundersøkelse om dyresmitte - kontakt med husdyr under utenlandsopphold og innførsel av landbruksprodukter. Prosjektnotat nr.1, Lysaker, SIFO

Andre serier

Borgeraas, Elling (2002) Fattigdom, sårbarhet og SIFOs standardbudsjett for forbruksutgifter Nordisk prosjekt: Udsathed og forbruk i de nordiske velfærdssamfund. Arbeidspapir 2:2002, København

Døving, Runar (2002) Noen implikasjoner av uformell økonomi Nordisk prosjekt: Udsathed og forbruk i de nordiske velfærdssamfund. Arbeidspapir 2:2002, København

Heilmann, Mari, R. (2002) Metodologiske utfordringer og epistemologiske forankringer i studiet av sensitive felt: feltarbeid som dialektisk prosess, Nordisk prosjekt: Udsathed og forbruk i de nordiske velfærdssamfund. Arbeidspapir 2:2002, København

Mordal, Tove (2002): Standardisering av tjenester. Forbrukerproblemer og muligheter. TemaNord 2002:52. København

Bøker og artikler i bøker

Amilien, Virginie (2002): Conte, conte... conte jusqu'à l'infini. En deca et au-delà du plasis des mots dans les contes norvégiens. I: Cransac, F., Boyer, R. (Ed.), *Génie conteur du nord*. Ecrivains découvreurs de montagne. Cahier n.4. 2002: 27-43

Johannessen, A., Tufte, P.A. (2002): *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo.

● In print/antatt

Amilien, Virginie (2003): The rise and the

meaning of restaurants in Norway in the twentieth century" I: Scholliers, P., Jacob, M. (red.), *Eating out*. Berg Publishers. (in print)

Borch, Anita (2003): Reklamens makt i en digital hverdag. I: Engstad, F., Ødegård (red.) *På terskelen. Makt, mening og motstand blant unge*. Gyldendal akademiske forlag. (antatt)

Døving, Runar (2003): Et antropologisk studie av konsum. I: Rugkåsa, Marianne og Thorsen, Kari Trædal (red), *Nære steder, nye rom. Utfordringer i antropologiske studier i Norge*. 2003: 163-187. Oslo

Gusmann, Maria (2003): Kjøtt- kvalitative studier. I: Jacobsen, E., Almås, R. (red), *Den politiserte maten*. Abstrakt forlag. (publisering mai 2003)

Jacobsen, E. (2003): -Matens retorikk- vare, kultur, natur. I: Jacobsen, E., Almås, R. (red), *Den politiserte maten*. Abstrakt forlag. (avlevert - publisering mai 2003, også oversendt Berghaus forlag- London)

Lavik, R., Jacobsen, E., Strand, M. (2003): Matvarepriser som politikk og store overskrifter i media. I: Jacobsen, E., Almås, R. (red), *Den politiserte maten*. Abstrakt forlag.(publiseres i 2003)

Roos, G. (2003): Nutrition and health. In: Carol R. Ember and Melvin Ember (ed), *Encyclopedia of Medical Anthropology: Health and Illness in the World's Cultures*. Kluwer/ Plenum, Kapittel i bok (antatt)

● Avlevert

Brusdal, Ragnhild (2003): Forbruk og livsstil. *Norsk Samfunn*. Gyldendal. Kapittel i bok (avlevert for publisering i august 2003)

Døving, Runar (2003): Folk spiser fortsatt kjøttkaker. Liberal diskurs, moralsk praksis. I: Jacobsen, E., Almås, R. (red), *Den politiserte maten*. Abstrakt forlag. (avlevert for publisering vår 2003)

Døving, Runar (2003): De uangripelige. Barn som regjeringsagenter for familien med eksemplene matpakka og Blekkulf. I: Neu-

mann, Iver og Sending, Ole Jacob. (red), *Regjering i Norge*. Pax forlag. (avlevert - publisering høst 2003)

Døving, Runar (2003): *Kaffe, ryper, lettøl, pizza og sjokolade. Et antropologisk studie av Norge*. Pax forlag. (avlevert for publisering høst 2003)

Heilmann, Mari R. (2003): "Alle sier forskjellig" - en annerledes spedbarnsveileding. Damm Forlag (avlevert for publisering i august 2003)

Populærvitenskapelige artikler

Elling Borgeraas (2002) Troløse forbrukere eller troløse banker? *Fokus Forum* nr. 1: 14-15

Bugge, Annechen (2002): Forbruker og matvaner i Norge. *Food market Norden*, nr. 1: 2-6, Odense, Danmark.

Klepp, Ingun G. (2002): Jeans og den lille sorte - hvorfor yndlingsklær er mer miljøvennlig enn andre klær. *P2 -Akademiets tidsskriftserie*. Oslo, 2002.

Foredrag/proceedings/ abstracts

Amilien, Virginie (2002): Smak og opplevelser. Paper presentert på Smakeriet. Røros. Sept. 2002.

Amilien, V., Hegnes, A. (2002): "L'odeur culturelle du poisson fermenté, ou vision de l'évolution d'un produit local en Norvège"/ "The cultural smell of fermented fish. -A view of the development of local product in Norway-". Paper presentert ved Colloque SYAL, oktober 2002 Montpellier.

Borch, Anita (2002): Taming wild products. Some theoretical and methodological challenges in empirical research of adoption and use of new, digital ICT products. Paper to the ETE-Workshop in Jena, 28.02-02.03.02

Brusdal, Ragnhild. Berg, Lisbet (2002): Growing up consuming- who pays for what at what age? Paper presentert ved sosiologikongress i Island, august 2002.

Kjærnes, U. Meals in modernity - A Nordic perspective. Levnedsmiddelkongressen, København 16.-17.januar 2002

Kjærnes, U. Hvordan påvirker forbrukernes valg norsk husdyrproduksjon? Seminaret 'Marked, mangfold og muligheter i norsk husdyrbruk. Genressursutvalget for husdyr, Ås 14.juni 2002

Kjærnes, U. Experiences with the Norwegian nutrition policy. Paper presented at the Xth Food Choice Conference, Wageningen, June 30-July 3, 2002.

Kjærnes, U. Nordic countries' food and nutrition policies, how have they been developed and what evidence substantiates the development of these policies? Paper presented at The Nutrition Society Summer Meeting, Leeds, July 2-5, 2002

Kjaernes Unni, Jukka Gronow, Lotte Holm, Johanna Mäkelä, and Marianne P Ekström, "Gastro-anomie" vs. structured eating in the Nordic countries. Paper presented at the Workshop in the ESA network on the Sociology of Consumption, University of Bergen, August 28-31, 2002

Kjærnes, U. Moderniseringen av nordiske matvaner. En sammenlignende studie. Paper presentert på Nordisk møte om matkultur, København 16.-18.november 2002

Storm-Mathisen, Ardis (2002): Unge tenåringers klesvaner. En kvantitativ analyse av unge tenåringers handlinger og holdninger til klær. Fremlegg for BFD i juni 2002.

Storm-Mathisen, Ardis (2002): Konstruksjon av kjønn og alder i unge tenåringers prat om klær. Paper presentert på forskersamling: Kjønn og generasjon. Velferdsprogrammet, NFR, Lysebu 7-8 okt. 2002.

Storm-Mathisen, Ardis: 'Becoming Teenager by way of Doing Clothing': A preliminary Analysis of the young teenage-peer discourse on clothing and identity. Paper submitted to the course in Diskursanalyse, forskerkurs i

metode med Widerberg, Magnusson og Neumann, Iss, UIO 19-23 oktober 2001

Storm-Mathisen, Ardis: Klesforbruk og kjøpepress blant 8.klassinger i Oslo skolen. Innlegg for BUA, BFD 4.juni. 2002.

Throne-Holst, Harald: Ecoefficiency nullified by Growth in Consumption (Artikkelens arbeidstitel). Foredrag på Brochmannkonferansen på Teknisk Museum i september 2002.

Doktoravhandlinger

Dulsrud, Arne (2002): *Tillit og transaksjoner. En kvalitativ analyse av kontraktsrelasjoner i norsk hvitfiskeeksport*. Fagrapport nr. 2, Lysaker, SIFO

Døving, Runar (2002): *Mat som totalt sosialt fenomen. Noen eksempler med utgangspunkt i Torsvik*

Mordal, Tove (avlevert): Brukertilpasset tjenestekvalitet. En casestudie av forholdet mellom aktørnivå i barnehagesektoren

Kronikker og avisinnlegg skrevet av SIFO-forskere

Døving, Runar: "Den sterke norske familien". Sendt fra SIFO-kronikktjeneste 8.mars 2002

Helle-Valle, Jo: Forbrukeren som politisk aksjonist i globalismens tidsalder. Dagsavisen 15.mars 2002

Borch, Anita: Reklamens makt i en digital hverdag. Aftenposten 12. juni 2002

Kjærnes, Unni: Landbruksministerens moralistiske latterliggjøring av forbrukerne Sendt fra SIFO-kronikktjeneste 2002

Døving, Runar: Folk flest er i flertall. Klassekampen 19. desember 2002

Døving, Runar. Kjendiskokker og ketchup-hat. Dagens Næringsliv 9. februar 2002

Serie om merkevarebygging i Dagens Næringsliv

Døving, Runar: Merkevarebygging. Dagens Næringsliv 23.04.02. februar 2002

Døving, Runar: Følg kjærligheten. Dagens Næringsliv 27.06.02. februar 2002

Døving, Runar: ingen drikk kan erstatte lettøl. Dagens Næringsliv 23.07.02. februar 2002

Døving, Runar: Merkevarebygging. Dagens Næringsliv 23.03.02. februar 2002

Døving, Runar: Vil ikke ha det. Dagens Næringsliv 05.09.02. februar 2002

Døving, Runar: En forhastet flopp. Dagens Næringsliv 04.10.02. februar 2002

Døving, Runar: Lidl- Aps redning? Dagens Næringsliv 15.11.02. februar 2002

Døving, Runar: Jif - perler for svin. Dagens Næringsliv 04.12.02. februar 2002

Deltakelse i komiteer, råd og utvalg 2002

International Electrotechnical Commission (IEC)

IEC/TC 59: Performance of household electrical appliances

- Home laundry appliances
- Jan Tore H. Gunnarsen
- Dishwashers- Sigrid K. Helstad
- Ovens and microwave appliances
- Tone K. Bergh
- Small electrical household appliances
- Tone K. Bergh
- Acoustical noise- Steinar Kristiansen

IEC/TC 61: Safety of household and similar electrical appliances

Anne Helene Arild

Comité Européen de Normalisation (CEN)

CEN/TC 248:Textiles

- Upholstery fabrics - Kirsi Laitala
- Fire safety of nightwear - Kirsi Laitala

Comité Européen de Normalisation Electronique(CENELEC)

CLC/TC 59X:

Consumer information related to electrical household appliances

Jan Thore H. Gunnarsen

- Washing machines
- Jan Tore H. Gunnarsen
- Dishwashers - Sigrid K. Helstad

CLC/TC 61: Safety of household and similar electrical appliances

Anne Helene Arild

European Association for the coordination of consumer Representation in Standardization (ANEC)

- Domestic appliances group
-Jan Tore H. Gunnarsen
- Domestic appliances working group - Dishwashers - Sigrid K. Helstad

EK-Konsument

Embetsmannkomité

Nordisk konsumentutvalg

Eivind Stø og Reidar Skaug

Styringsgruppen for økonomi og informasjon (EK)

Berit Nyborg Fjeldheim

Styringsgruppen for produktspørsmål (EK)

Anne-Helene Arild

Nordisk nettverksgruppe for standardbudsjett (EK)

Elling Borgeraas

Andre:

European Network of Debt Research

Medlem i koordineringsgruppen for nettverket - Christian Poppe

Forskningsutvalget for økologisk landbruk

HanneTorjusen & Gunnar Vittersø

GRIP Program for miljø og helsevennlige tekstiler og klær

Medlem i styringsgruppa – Ingun G. Klepp

International Commission for Research in European Food History

Virginie Amilien

International Commission on the Anthropology of Food (ICAF)

Hanne Torjusen & Virginie Amilien

PKI-Forum (Public Key Infrastructure)

Nasjonalt forum for infrastruktur for elektronisk/digital ID og signatur

Gruppe for forbrukerspørsmål - Dag Slette-meås

Sosiologi i dag

Ansvarlig redaktør - Arne Dulsrud

Statens Næringsmiddeltilsyn

Medlem i Statens Næringsmiddeltilsyns råd - Unni Kjærnes

Svanen -ekspertgruppe for revidering av Kriteriedokumentet for håndoppvaskmiddel

Anna Risnes

Oppnevnt medlem av ressursgruppe for utarbeidelse av ny stortingsmelding om dyrehold og dyrevelferd,

nedsatt av Landbruksdepartementet

Unni Kjærnes

Utvalg satt ned etter initiativ av Miljøverndepartementet for å se på avfallsproblematikk (Avfallsutvalget)

Ingun G. Klepp



Statens Institutt for
Forbruksforskning

Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo

Besøksadresse:

Sandakerveien 24C

Tlf: 22 04 35 00

Fax: 22 04 35 04

e-mail: sifo@sifo.no

Internett: www.sifo.no

