

# FÖRSKNING FÖR VÅR VARDAG



Ur KB:s samlingar

Digitaliserad år 2015



National Library  
of Sweden

**KONSUMENTFORSKNINGSUTREDNINGEN**

SOU 1996:10

# FÖRSKNING FÖR VÅR VARDAG



**KONSUMENTFORSKNINGSUTREDNINGEN**

SOU 1996:10





A: Ref KB  
Occ SOU  
1996:10  
↑




Statens offentliga utredningar  
1996:10  
Civildepartementet

# Forskning för vår vardag

Slutbetänkande av  
Konsumentforskningsutredningen  
Stockholm 1996





SOU och Ds kan köpas från Fritzes kundtjänst. För remissutsändningar av SOU och Ds svarar Fritzes, Offentliga Publikationer, på uppdrag av Regeringskansliets förvaltningskontor.

Beställningsadress: Fritzes kundtjänst  
106 47 Stockholm  
Fax: 08-20 50 21  
Telefon: 08-690 90 90

Svara på remiss. Hur och Varför. Statsrådsberedningen, 1993.  
- En liten broschyr som underlättar arbetet för den som skall svara på remiss.

Broschyren kan beställas hos:  
Regeringskansliets förvaltningskontor  
Arkiv- och informationsenheten  
103 33 Stockholm  
Fax: 08-790 09 86  
Telefon: 08-405 24 81

Omslag: Lars Hansson

NORSTEDTS TRYCKERI AB  
Stockholm 1996

ISBN 91-38-20164-X  
ISSN 0375-250X

## Till statsrådet och chefen för Civildepartementet

Regeringen beslutade vid sammanträde den 23 mars 1995 att tillkalla en särskild utredare med uppdrag att utarbeta förslag till ett konsumentpolitiskt forskningsprogram (bilaga 1).

Professor Sven Thiberg förordnades som utredare.

Tre experter, avdelningschefen vid Konsumentverket Bertil Elenius, departementssekreteraren vid Utbildningsdepartementet Martin Färnsten och departementssekreteraren vid Civildepartementet Berndt Lindholm, har biträtt utredaren. Sekreteraruppgifterna har delats mellan Fil Dr. Maj-Britt Hanström och Tekn Dr. Bachir Mekibes, båda forskare inom avdelningen för byggnadsfunktionslära, KTH.

Utredningen antog namnet Konsumentforskningsutredningen.

I utredningens uppdrag ingick

- att kartlägga den konsumentpolitiska forskningen i Sverige med utblickar mot de nordiska länderna och EU
- att analysera forskningsområdet
- att föreslå hur forskningsområdet bör organiseras
- att föreslå hur forskningsområdet bör finansieras

Med hänsyn till att utredningens resultat skall utgöra ett förarbete till regeringens forskningsproposition, som kommer att presenteras 1996, har utredningen måst bedrivas skyndsamt.

Detta begränsade möjligheterna till en traditionell kartläggning av den konsumentpolitiska forskningen i Sverige. Vi har i stället valt att i seminarieform diskutera utredningens huvudfrågor med kontaktpersoner - forskare samt representanter för konsumentorganisationer, finansiärer och myndigheter. I betänkandets programdel hänvisar vi till material som vi fått tillgång till genom kontaktpersonerna. Det är önskvärt att forskningsöversikten kan fullständigast och hållas aktuell i ett fortlöpande arbete.

Utredaren har i samband med möten i Nordiska Konsumentutskottet diskuterat gemensamma forskningsfrågor. Sam-



ordnaren av det nordiska konsumentforskningsprogrammet har följt utredningens arbete.

Vid ett besök i Bryssel har vi penetrerat EU:s policy och verksamhet inom konsumentforskning med representanter för samtliga enheter inom DG XXIV Consumer Policy, med ordföranden för EU-parlamentets konsumentutskott samt med forskare vid det belgiska forskningsinstitutet Centre on Consumer Policy. Programmet arrangerades av Civildepartementets representant i Bryssel, Anna Mörner.

Vi har i alla kontakter i Sverige, Norden och EU mött stort intresse och engagemang.

Forskningen står under kontinuerligt förändringstryck av tidsbundna föreställningar om vetenskaplighet och samhällsrelevans. Uppgiften har varit att ta ställning till vad som är hushållens vitala problem, att omforma dessa till forskningsbara uppgifter samt att anvisa i vilken organisation och till vilka kostnader uppgifterna kan lösas.

De sakkunniga har bidragit med stor sakkunskap och entusiasm till arbetet. För slutsatser och förslag svarar utredaren ensam.

Betänkandet överlämnas härmed.

Stockholm i januari 1996

Sven Thiberg

# SOU 1996:10 Forskning för vår vardag

Missiv	3
Sammanfattning	7
<b>Del 1: Utgångspunkter</b>	
1.1 Vardagslivets villkor och välfärdens mått	13
1.2 Samhälle i förändring	
- konsumenpolitiska prioriteringar	15
1.3 Motiv för konsumentforskning	17
1.4 Konsumentforskningens dilemman	20
<b>Del 2: Nuläget</b>	
2.1 De statliga konsumentorganen och forskningen	25
2.2 Konsumentverkets nuvarande roll	27
2.3 Ett nordiskt forskningsprogram	30
2.4 EU och konsumentforskningen	32
2.5 Aktörernas bedömningar	37
<b>Del 3: Forskningsprogrammet</b>	
3.1 Diskussion av centrala begrepp	43
3.2 Forskningsprogrammets struktur	46
3.3 Hushållens resurser	48
3.4 Marknadens uppbyggnad och funktion i konsumentperspektiv	56
3.5 System för varor och tjänster - säkerhet, funktion, miljöhänsyn och kostnad	60
3.6 Utbildning och information, marknadsföring och reklam	65
3.7 Konsumentpolitikens instrument - effekter, alternativa lösningar och organisationsformer	69
3.8 Hushållen och välfärden i statistisk belysning	72
<b>Del 4: En samlad strategi</b>	
4.1 Forskningens organisering	77
4.2 Kompetenscentrum och forskningsbibliotek	83
4.3 Forskningens finansiering	86



## Del 5: Slutsatser och förslag

### 5.1 Slutsatser och förslag

93

#### Bilagor

- 1 Kommittédirektiv
- 2 EU DG XXIV Consumer Policy  
- de sex enheterna ansvarsområde
- 3 Forskningsinventeringen
- 4 Statistiken inom konsumentområdet
- 5 Utredning om informationssystem

## Sammanfattning

Vardagslivets villkor bestämmer i hög grad livskvaliteten. Även om arbetslivet är mycket betydelsefullt för "det arbetande folket" svarar livet utanför arbetet för väsentliga livsvärden även för dem. Ett fungerande vardagsliv är dessutom en förutsättning för arbetslivet. För den stora andel av befolkningen som på grund av ålder, arbetslöshet eller arbetsoförmåga står utanför arbetslivet utgör vardagen hela livssfären.

Hushållen är producerande enheter. Vardagslivet svarar för betydande del av samhällets verksamheter. Det vore en överdrift att påstå att detta återspeglas i den nationalekonomiska debatten.

Dynamiken i dagens samhälle förändrar snabbt och dramatiskt vardagslivets villkor. Ett mångkulturellt, starkt uppdelat samhälle växer fram. De ekonomiska och sociala klyftorna och motsättningarna ökar. Påfrestningarna är stora samtidigt som nya möjligheter yppar sig. Hushållen förhåller sig inte passiva till dessa förändringar. Tvärtom söker de nya strategier. Nya värderingar, livsstilar och beteenden utvecklas.

Varken vardagslivets betydelse i samhällsekonomin, turbulensen i hushållens verklighet eller vardagens sociala roll speglas i rättmätig utsträckning i dagens forskning. Forskningens förändringskraft när det gäller att öka hushållens resurser utnyttjas inte. Därför behöver forskningen om vardagen förstärkas.

Splittring, resursknapphet och diffusa avnämare är orsaker till den svenska konsumentforskningens svårigheter att hävda sig i kampen om resurser och kompetenta forskare.

Problemen har så starka samband att man kan tala om en ond cirkel. Den kan brytas framgångsrikt endast med hjälp av en övergripande strategi som innehåller en rad komponenter - bättre organisering, ökade möjligheter till finansiering, aktivt deltagande i det offentliga samtalet, konkret utnyttjande av resultatet i arbetet med att förbättra samhället.



Forskningsområdet betraktas ur fem perspektiv.

"Hushållens resurser" utgår från hushållens roll som producenter och aktörer i relation till deras tillgångar som ekonomi, tid och kunskaper. Att kartlägga och förstå konsekvenserna av olikheter i hushållens materiella förutsättningar, värderingar och livsstil samt i deras yttre livsvillkor är viktigt i en tid när förändringstakten är stor och många hushåll utsätts för svåra påfrestningar.

"Marknadens uppbyggnad och funktion i konsumentperspektiv" handlar om hushållens möjligheter att tillfredsställa sina behov med hänsyn till tillgänglighet och utbud. Strukturförändringar och införandet av IT skapar nya villkor. Ett nytt forskningsfält öppnas när offentliga tjänster marknadsätts.

"System för varor och tjänster - säkerhet, funktion, miljöhänsyn och kostnad" handlar både om fysiska produkter och om de komplexa system i vilka produkterna ofta ingår. Inträdet i kretsloppssamhället ställer forskningen inför stora och nya uppgifter.

"Utbildning, marknadsföring och reklam" beskriver och analyserar konsekvenserna av det brus av information som dagens hushåll utsätts för. Hur kommersialiseringen av media, reklamens metoder och budskap liksom motkrafterna i form av utbildning och upplysning påverkar särskilt utsatta grupper är viktiga forskningsområden.

"Konsumentpolitikens instrument och organisationernas roll" granskar regelsystemens effekter och studerar olika modeller för ökad konsumentmakt. EU-inträdet konsekvenser är ett viktigt forskningsfält.

Beskrivningen av forskningsbehoven satt i relation till nuvarande forskningsresurser visar att en betydande kraftsamling inom forskningsområdet är angelägen. Denna kraftsamling bör huvudsakligen ske i form av stabila, tvärdisciplinära forskarnätverk och forskargrupper inom högskolan. Resurser måste skapas för svenska forskare att delta i internationella forskningsprojekt.

I enlighet med mina slutsatser lägger jag följande förslag. Bakgrunden till förslagen samt utförliga motiveringar finns i huvudtexten.

*Jag föreslår att ett nytt forskningsråd inrättas samt att rådet efter en uppbyggnadsperiod disponerar ett årligt anslag om 50 mkr.*

Rådets styrelsemajoritet skall bestå av forskare. Representanter för Konsumentverket, den kommunala konsumentverksamheten och konsumentorganisationer skall ingå. Rådet skall ha ett eget sekretariat som dock kan dela administrativ service med annan myndighet.

*Jag föreslår att ett årligt belopp av sammanlagt 12 mkr överförs till det nya forskningsrådet från andra forskningsfinansiärer.*

Någon säker bedömning av hur mycket som idag utbetalas från olika finansiärer är inte möjlig. Nuvarande forskning inom området beräknas disponera sammanlagt c:a 12 mkr/år, fördelade på flera forskningsråd (10 mkr/år) och på Konsumentverket (2 mkr/år).

Forskningsfinansiärer som i första hand bör medverka i uppbyggnaden av det nya forskningsrådet är NUTEK, SJFR, AFR och Rådet för Arbetslivsforskning samt Konsumentverket. Formerna för överföringen till det nya forskningsrådet avgörs efter lämplighetsprövning.

Nyttillskottet av medel till forskningsområdet blir enligt mitt förslag 38 mkr/år vid full utbyggnad.

*Jag föreslår att forskningen inom området huvudsakligen skall bedrivas inom högskolan.*

Målsättningen är att varaktiga forskarnätverk, omfattande flera discipliner, byggs upp kring basinstitutioner med samordningsansvar. Vägledande för forskningens inriktning skall inledningsvis vara beskrivning av forskningsområdet i betänkandet. Forskningsrådet skall stöda kompetensuppbyggnaden och varaktigheten hos nätverken. I detta kan ingå stöd till inrättandet av tjänster, planering och genomförande av kurser och seminarier samt initieringsbidrag till bl a EU-forskning. Hur fördelningen på olika typer av stöd kan se ut skisseras i betänkandet.



*Jag föreslår att Konsumentverket, om det nuvarande forskningsanslaget tillförs det nya forskningsrådet, kompenseras i form av ett motsvarande belopp över förvaltningsanslaget för utredningar som fyller för verksamheten omedelbara kunskapsbehov.*

*Jag föreslår att Konsumentverket ges i uppdrag att svara för ett kompetenscentrum med forskningsbibliotek för området.*

För utveckling av en databas, anskaffning av utrustning och inskolning av personal föreslås ett engångsanslag om 500 tkr för budgetåret 1997. Detta anslag kan sökas från BIBSAM, Sekretariatet för nationell planering och samordning. Från budgetåret 1997 föreslår jag en årlig driftbudget för kompetenscentrum och forskningsbibliotek om 2 mkr. Beloppet ingår i det totala anslaget om 50 mkr/år.

*Jag föreslår att Statistiska Centralbyrån ges i uppdrag att vidareutveckla och genomföra ett basprogram för kontinuerlig konsumentstatistik.*

Programmet skall täcka det i betänkandet beskrivna forskningsområdet. I uppdraget ingår att SCB deltar i den pan-europeiska tidsanvändningsstudien.

*Jag föreslår att Sverige tar initiativ till en förstärkning av EU:s forskningspolitik inom konsumentområdet.*

En slutsats av diskussionerna med ansvariga inom EU är att konsumentforskningen inte har önskvärd omfattning och betydelse i utvecklingen av unionens konsumentpolitik och regelverk.



**Del 1**  
**Utgångspunkter**



## 1.1 Vardagslivets villkor och välfärdens mått

Detta betänkande handlar om vardagsforskningens villkor idag, om åtgärder för att öka dess räckvidd, samhällseliga relevans och vetenskapliga kvaliteten.

Vardagslivets villkor bestämmer i hög grad livskvaliteten. Även om arbetslivets villkor är mycket betydelsfulla för "det arbetande folket" svarar livet utanför arbetet för väsentliga livsvärden även för dem. Ett fungerande vardagsliv är dessutom en förutsättning för arbetslivet. För den stora andel av befolkningen som på grund av ålder, arbetslöshet eller arbetsoförmåga står utanför arbetslivet utgör vardagen hela livssfären.

Vardagslivet svarar för betydande del av samhällets verksamheter. Beräkningar visar att hushållens arbetsinsats motsvarar 45 - 48% av bruttonationalinkomsten. Det vore en överdrift att påstå att detta återspeglas i den nationalekonomiska debatten.

Dynamiken i dagens samhälle förändrar snabbt och dramatiskt vardagslivets villkor. Ett mångkulturellt, starkt uppdelat samhälle växer fram. De ekonomiska och sociala klyftorna och motsättningarna ökar. Påfrestningarna är stora samtidigt som nya möjligheter yppar sig.

Hushållen förhåller sig inte passiva till dessa förändringar. Tvärtom söker de nya strategier. Nya värderingar, livsstilar och beteenden utvecklas.

Varken vardagslivets betydelse i samhällsekonomin, turbulensen i hushållens verklighet eller vardagsvillkoren speglas i rättmätig utsträckning i dagens forskning.

Orsakerna kommer att behandlas utförligare i efterföljande texter. Men ett skäl kan vara värt att nämna redan här. Forskning om vardagen kan ha hamnat i vanrykte därför att den ansetts ha ett uppifrånperspektiv med ambitionen att "lägga livet tillrätta".



Men forskning om vardagen kan ha helt andra syften. Den kan analysera samhället ur hushållens perspektiv. Den kan avslöja missgrepp och utveckla konstruktiva lösningar. Den kan öka hushållens resurser och stärka deras ställning inom alla samhällssektorer och på marknaden. Den kan påverka samhällsutvecklingen genom bidrag till det offentliga samtalet och till den politiska processen. Den kan förbättra system, produkter och tjänster för hushållen och för miljön.

Slutligen. Forskning om vardagslivets villkor kan användas som mätare av välfärdens innehåll och fördelning.

Det är till förstärkning av sådan kunskapsproduktion som konsumentforskningsutredningen syftar.

## 1.2 Samhälle i förändring - konsumentpolitiska prioriteringar

### **Inledning**

Det svenska samhället genomgår stora förändringar. Orsakerna är många. De kan hänföras såväl till internationell påverkan som till förändringar som styrs på nationellt plan.

Till de internationella trenderna brukar räknas globaliseringen av ekonomin och dess inverkan på de nationella ekonomierna, teknikutvecklingen, särskilt informationsteknikens inbrytning i arbets- och vardagsliv, den globala miljökrisen, det snabba nyhetsflödets påverkan på värderingar och beteenden.

Till de nationella hör arbetslösheten, ökat bidragsberoende, ingreppen i trygghetssystemen, nedskärningar och privatisering inom den offentliga sektorn, strukturförändringar i näringslivet, omställningen till kretsloppssamhället, anpassningen till EU:s regelverk.

### **Välfärdspolitiken under omvärdering**

Den traditionella svenska välfärdspolitiken är ifrågasatt. I praktiken uttunnas den allt mer med hänvisning till det finansiella läget inom stat och kommun.

Vad som är de verkliga orsakerna till dessa förändringar, opåverkbara, globala skeenden eller medvetna åtgärder styrda av ideologier eller s k systemskiften på nationell och lokal nivå, diskuteras såväl i den allmänna samhällsdebatten som i forskarsamhället.

### **Ökat behov av konsumentpolitiska insatser**

Oberoende av förändringarnas bakgrund och syfte har de stor inverkan på hushållens vardagsliv. Det finns fog för påståendet att de svenska hushållen knappast utsatts för så starka och samtidigt förändringskrafter under någon period av efterkrigstiden som under 90-talet.

Även om man vet att olika hushåll när det gäller storlek, ålder, ekonomi, utbildning, etnisk bakgrund, lokalisering påverkas

olika och att de har olika anpassningsförmåga och förmåga att utveckla strategier innebär dessa förändringar påfrestningar för alla.

Regeringen påpekar i Proposition 1994/95:140, Aktiv konsumentpolitik, att "de förändringar som sker i det svenska samhället och i omvärlden i hög grad inverkar på konsumenternas situation".

"Regeringen bedömer att det finns ett ökat behov av konsumentpolitiska insatser. De nationella målen för konsumentpolitiken är enligt regeringen:

att hushållen skall ha goda möjligheter att utnyttja sina ekonomiska och andra resurser effektivt  
att konsumenterna skall ha en stark ställning på marknaden  
att konsumenternas hälsa och säkerhet skyddas  
att sådana konsumtions- och produktionsmönster utvecklas som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling".

Regeringen prioriterar vissa områden. "Det gäller åtgärder som avser hushållens baskonsumtion och stöd till konsumentgrupper som är ekonomiskt eller socialt utsatta eller av andra skäl har behov av särskilt stöd. Det gäller också åtgärder som främjar konsumentintresset i det internationella samarbetet".

Vidare gör regeringen bedömningen att konsumentinflytandet bör breddas. "Frivilliga organisationer kan ta till vara enskilda konsumenters önskemål, intresse och engagemang och är ett viktigt komplement till den statliga och kommunala verksamheten".

Även om vi vidgat konsumentforskningens arena utanför konsumentpolitikens aktuella frågeställningar spelar de konsumentpolitiska målen och prioriteringarna en viktig roll vid inriktningen av programarbetet.



## 1.3 Motiv för konsumentforskning

### Inledning

Genomgripande samhällsförändringar minskar relevansen hos gammal kunskap och erfarenhet. De nya villkor som gäller för hushållen, konsekvenserna för hushållen och hushållens strategier för att behärska den nya situationen är okända. Forskningens uppgift är att skapa kunskap om dessa förändrade förhållanden.

Två huvud- och fyra delintressen motiverar enligt vår uppfattning förstärkning av konsumentforskningen:

Medborgarintresset och Samhällsintresset står för övergripande intressen medan Demokratiintresset, Politikintresset, Marknadsintresset och Dokumentationsintresset beskriver forskningens vägar in i samhällssystemen.

### Medborgarintresset

All samhällelig verksamhet har som syfte att öka medborgarnas välfärd - eller att åtminstone minska ofärd. Vad som är välfärd respektive ofärd står under debatt och är i grunden ideologiska frågor, om inte existentiella problem.

I samband med konsumentforskning kan relativt triviala definitioner vara tillräckliga. Välfärd är att individer och hushåll ges möjligheter att utveckla och använda sina resurser under frihet och ansvar och samtidigt skyddas mot negativa krafter som de inte kan behärska. I välfärdsbegreppet ligger dessutom att samhällets gemensamma nyttigheter fördelas på rimligt sätt samt att ingen lämnas utan grundläggande trygghet.

Konsumentforskningen kan erbjuda kunskap om den rådande välfärdens innehåll och fördelning, om förändringar och deras konsekvenser. Den kan beskriva medborgarnas villkor, värderingar, beteenden, relationer och strategier. Den kan beskriva det handlingsutrymme som samhället, marknaden och miljöhänsynen ger och hur detta bäst kan nyttjas.

Ur denna kunskap skapas makt åt medborgarna. Egenmakt är när detta skrivs ett begrepp på ingående. Konsumentmakt minns vi från 70-talet.

### **Samhällsintresset**

Dagens samhällsekonomiska debatt domineras på ett realistiskt sätt av diskussion om tillväxt, byggd på näringslivets expansion och produktivitetshöjning.

Det faktum försummas att hushållen står för en mycket omfattande produktion och att deras möjligheter att hantera sina och de gemensamma resurserna rationellt är avgörande för samhällsekonomin. Dagens samhällsekonomiska läge med stränga tilläggskrav på kretsloppsanpassning ställer hushållen inför stora utmaningar: Hushållning, rationalitet och ansvarstagande under nya ekonomiska och administrativa villkor. Därför är det ett rimligt krav - och ett samhällsansvar - att hushållens villkor kartläggs, analyseras och beskrivs till sina konsekvenser.

### **Demokratiintresset**

I en demokrati har det offentliga samtalet stor betydelse. Det genomlyser samhället och utgör arenan för debatt mellan företrädare för olika ideal och verklighetsbilder. Därmed skapas opinioner som så småningom blir politikgenererande.

Det offentliga samtalet behöver det underlag som samhällsforskningen i vid mening kan ge. Genom forskning om livsvillkoren och deras förändring skapas kollektiv kunskap av individuell erfarenhet. Denna kunskap behövs för att revidera, fördjupa och bygga under individernas, hushållens, organisationernas, mediernas och andra opinionbildares värderingar och ställningstaganden.

### **Politikintresset**

Politik växer fram och förändras dels genom opinionerna i samhället, dels av det politiska systemets egen vilja, insikt och erfarenhet.

Forskningen har en viktig uppgift i att svara mot statens, kommunernas och övriga myndigheters behov av kunskap om tillståndet i befolkningen som underlag för bedömningar av politikbehov och av effekter av myndighetsåtgärder.



Den objektivitet som utvärderande forskning kan erbjuda är självfallet särskilt viktig i reformperioder som kännetecknas både av stor osäkerhet och ideologiska motsättningar och av tvister om lämpliga politiska strategier.

### **Marknadsintresset**

Hushållen skaffar sina nyttigheter - produkter och tjänster - på olika marknader. I de pågående samhällsförändringarna ingår att allt fler produkt- och tjänsteområden marknadssätts. Många moderna produkter - t ex telefonprodukter - innehåller en dominerande tjänstekomponent. Forskningen har till uppgift att svara mot behovet av kunskaper om produkternas/tjänsternas och marknadens förmåga att svara mot hushållens behov, preferenser och resurser. Producenterna bär huvudansvaret för denna forskning och den på kunskap grundad utveckling av produkter, tjänster och marknadsegenskaper. Dock är det ett samhällsintresse att kritisk, av näringslivsintressen oberoende forskning, bedrivs inom detta område.

### **Dokumentationsintresset**

Hur dramatiska samtidens förändringar och avståndstaganden från det förgångna än kan verka ingår vår tid i den historiska kontinuiteten. Och dagens och framtidens historia består som bekant inte längre enbart av dess konungars. Vardagslivet är ett uttryck för samtidskulturen och har därmed en rättmätig plats i vårt kollektiva minne. Att beskriva och bevara vardagliga verklighetsbilder till eftervärlden är en forskningsuppgift, lika viktig som vården av monument.

### **Ett gränslöst kunskapsbehov**

Gränserna mellan de sex intressena är inte absoluta. Det finns ett grundläggande gemensamt kunskapsbehov, men också skillnader.

Hushållen och Samhället har både gemensamma och motstridiga intressen. Kunskap ger ökade möjligheter att artikulera dessa intressen. För allmänheten, media, organisationerna, den politiska och administrativa makten och näringslivet har konsumentforskningen en nyttoinriktning, som aktörerna kan förstå och acceptera. Dokumentationsintresset har inte lika tydliga bärare. Ansvaret ligger i första hand på kulturinstitutionerna men också på vetenskapssamhället.



## 1.4 Konsumentforskningens dilemma

### **Inledning**

I utredningsdirektiven sägs att "Forskningen på det konsumentpolitiska området har haft svårt att etablera sig inom traditionella forskardiscipliner och att få finansiering via ordinarie forskningsanslag". Detta överensstämmer väl med vår bedömning, även om inventeringen visar att kvalificerad och relevant konsumentforskning bedrivs inom högskolan och att en bas av kompetenta forskare finns att tillgå.

Vi har sökt klarlägga varför etablering och finansiering av konsumentforskning mött motstånd och vi anser oss kunna sammanfatta konsumentforskningens dilemma under fem rubriker.

### **Splittring - identitetsdilemmat**

Konsumentforskningen är disciplinärt och geografiskt splittad. Detta ligger i sakens natur eftersom ämnesområdet är brett och svårdefinierat. Den teoretiska basen varierar liksom metodvalet. Konsumentforskarna är ofta ensamma om sin inriktning. De samarbetar hellre med kollegor med annan inriktning inom egen institution än med konsumentforskare vid andra institutioner. Detta medverkar till att forskningsområdet saknar identitet.

Målet är att skapa hållbara grupperingar av forskare med kompetens att behandla sammansatta problem. Medlen för detta är både finansiella och organisatoriska.

### **Svag teoribyggnad - kvalitetsdilemmat**

Konsumentforskningen har vuxit fram ur en utredningstradition. Detta är naturligt eftersom pionjärerna inom området arbetade nära hushållens praktiska vardag med snabba och konkreta resultat som mål. Teori- och metodutveckling har därmed haft låg prioritet. Forskarsamråden har visat att kvalitetskraven nu skärps. Resurser saknas dock ofta för långsiktig kompetensuppbyggnad.

Målet är uthålliga institutioner med forskarutbildning och kontinuitet i forskningen. Medlen är både finansiella och organisatoriska - doktorandtjänster, mellantjänster samt systematisk satsning på teori- och metodutveckling.

### **Låg status - prioritetdilemmat**

Många konsumentforskare, liksom forskare utanför området, har omvittnat att forskning om vardagslivet har låg status. Det händer att man undviker att definiera sig själv som konsumentforskare. Problemet ligger inte främst i forskningsinriktningen utan snarare i det stora intresse som traditionellt ägnas spektakulär teknisk, naturvetenskaplig och medicinsk forskning.

Målet är att övertyga om att forskning om vardagen också är grundläggande, spännande och samhällsrelevant. Medlet är att lyfta fram forskning som har aktualitet, nyhetsvärde och relevans i samhällsdebatten.

### **Resursknapphet - kapacitetdilemmat**

Genom att konsumentforskarna saknar egna tjänster på alla nivåer, eget forskningsråd och inte ens disponerar örönmärkta anslagspengar vid något forskningsråd kan man inte arbeta långsiktigt eller på bred front. På grund av osäkerheten om forskningsanslagets varaktighet har Konsumentverket endast kunnat satsa på korta och avgränsade projekt.

Målet är kontinuitet i forskningen inom sammanhållna större projekt. Medlet är samlat ansvar för finansiering och bättre organiserad forskning.

### **Diffusa avnämare - legitimitetsdilemmat**

Forskning med väl definierade avnämare har försteg framför forskare som redovisar till det offentliga samtalet eller till andra diffusa intressenter. Teknik- och medicinforskningen är exempel. Där finns industribranscher som väntar sig resultat och som kan tillämpa dessa på marknaden. Därför tillförs högskolan resurser både från forskningsråd och näringsliv och forskarna går ut och in mellan företag och högskola.

Målet är att också konsumentforskningens avnämare skall inse resultatens värde. Medlet är att öka forskningens relevans för viktiga samhällsområden.

## En övergripande strategi

De fem dilemman vi funnit vid vår analys av nuläget har så starka samband att man kan tala om en ond cirkel. Den kan brytas framgångsrikt endast med hjälp av en övergripande strategi som innehåller en rad komponenter - organisering, finansiering, redovisningsformer, offentlig debatt, konkret utnyttjande av resultaten i arbetet med att förändra samhället.



**Del 2**  
**Nuläget**



## 2.1 De statliga konsumentorganen och forskningen

### **Inledning**

Enligt direktiven skall utredningen "analysera forskningsområdet". Vi inleder analysen med en redovisning av de statliga konsumentorganens framväxt och deras relation till forskning.

### **Aktiv hushållning**

Den svenska konsumentforskningen har sina rötter i 20-talets sociala rörelser. Husmodersföreningarnas riksförbund bildades 1920. Förbundet arbetade bland annat för elektricitetens rationella användning och tog initiativ till provningar av nya tekniska hjälpmedel i hemmet.

Det statliga engagemanget inleddes i blygsam skala med inrättandet av den statliga informationsbyrån Aktiv Hushållning 1940. Byråns huvuduppgift var att lära hushållen att hushålla med krigsårens bristvaror. Mot slutet av krigstiden inleddes en del undersökningar som underlag för informationsverksamheten. Aktiv Hushållning samverkade med kvinno- och husmodersorganisationerna.

### **Hemmens forskningsinstitut**

År 1944 bildades Hemmens forskningsinstitut (HFI). Som framgår av namnet var avsikten att institutet skulle bedriva forskning. Man utförde främst studier som underlag för rationalisering av hemarbetet. Institutet utvecklade t.ex. provningsmetoder för jämförande provningar av hushållsredskap och maskiner. Finansieringen byggde delvis på uppdragsmedel, delvis på statsbidrag.

Institutet samarbetade med Aktiv hushållning och med svenska och utländska institutioner. Samarbetet med näringslivet var också omfattande. Viktiga uppgifter var förhandsprovningar av produkter och samverkan om produktutveckling. Institutet genomförde också sociologiska studier av bostadsförhållanden och ergonomiskt utvecklingsarbete kring arbetet i hemmet.



Förbättring av kökets planering och utrustning utgjorde en viktig målsättning.

Arbetet var praktiskt orienterat och präglad av krisläget under andra världskriget. Indignation över usla bostadsförhållanden, kvinnornas arbetssituation, bristande kunskap om hygien, livsmedel och hushållsekonomi styrde inriktningen. Att den begynnande forskningen präglades av nödvändigheten snarare än av vetenskaplig distans, är förklaringen till att den i sen tid anklagats för att lägga livet tillräta.

### **Statens institut för konsumentfrågor**

Hemmens forskningsinstitut ombildades till Statens institut för konsumentfrågor (KI) 1957. Institutet finansierades helt av staten. Inriktningen överensstämde i stort med HFI:s. Arbetet i enskilda hem och kollektiva hushåll skulle rationaliseras, produktion och konsumtion skulle bygga på goda och ändamålsenliga varor. Man arbetade med varuforskning och konsumentupplysning.

### **Statens konsumentråd**

Samtidigt med tillkomsten av Konsumentinstitutet bildades Statens konsumentråd. I konsumentrådets uppgifter ingick bland annat att följa konsumentforskningen och konsumentupplysningen och att stödja och organisera frivilligt samarbete på konsumentområdet mellan forskningsintressenter såsom industriföretag och enskilda organisationer, institutioner och myndigheter.

I detta syfte skulle Konsumentrådet fördela statsmedel för forskning och konsumentupplysning samt dra upp allmänna riktlinjer för konsumentupplysningen.

Rådet bestod av 15 ledamöter varav sju företrädde konsument- och löntagarintressen, tre näringslivet. Övriga ledamöter var experter.

Rådets budget utgjorde 1970 c:a 2,6 mkr.

## 2.2 Konsumentverkets nuvarande roll

### Inledning

Konsumentverket bildades 1973. Samtidigt upphörde Statens institut för konsumentfrågor, Statens konsumentråd och Varudeklarationsnämnden. Konsumentverket är central myndighet inom konsumentområdet.

### Övergripande mål

De övergripande målen för verkets verksamhet sammanfattas i följande satser:

- att ge hushållen goda möjligheter att utnyttja sina ekonomiska och andra resurser
- att ge konsumenterna en stark ställning på marknaden
- att skydda konsumenternas hälsa och säkerhet
- att medverka till att sådana produktions- och konsumtionsmönster utvecklas som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling

Konsumentverkets stöd till konsumentorganisationerna syftar till

- att bidra till ett aktivt och brett engagemang på konsumentområdet och inflytande från konsumenterna och deras organisationer

Konsumentverkets stöd till forskningen syftar till

- att forskningen på konsumentområdet ska ge kunskaper om konsumenternas förhållanden och hur dessa förhållanden ska förbättras

Enligt proposition 1994/95:140 "Aktiv konsumentpolitik" skall verket "särskilt prioritera åtgärder som avser hushållens baskonsumtion, stöd till konsumentgrupper som är ekonomiskt eller socialt utsatta eller av andra skäl har särskilda behov och främjande av konsumentintressena i det internationella samarbetet".



För att skapa underlag för sitt arbete utför Konsumentverket själv utredningar eller anlitar konsulter. Konsumentverket åläggs dessutom i regleringsbrevet att utföra särskilda utredningar.

Konsumentverket förfogar dessutom sedan 1990 över ett årligt forskningsanslag om 2 mkr. Anslaget fördelas efter ansökan från forskare.

### **Konsumentverkets utredningsverksamhet**

Under rubriken "Utredning/utveckling/forskning" i årsredovisningen för 1994/95 skriver Konsumentverket:

"Att undersöka hushållens förhållanden och konsumenternas situation på marknaden är en huvuduppgift för KOV. Det är en nödvändig bas för att kunna hävda vitala konsumentintressen, bl a med stöd av lagstiftning, utbildning och information. Enligt årsredovisningen var kostnaden för verksamhetsgrenen sammanlagt 14,8 mkr och intäkterna 1,2 mkr under 94/95. Verksamheten redovisas under följande delrubriker (Inom parentes redovisas kostnad och ev. intäkt, exkl. interna administrationskostnader):

- Ekonomiska och statistiska analyser (1 320 tkr resp 0 tkr)
- Konsumentundersökningar (1 640 tkr resp 280 tkr)
- Marknadsstudier (1 480 tkr resp 0 tkr)
- Utvecklingsprojekt (5 850 tkr resp 930 tkr)
- Stöd till forskning (2 270 tkr)

Till Konsumentverkets utredningsverksamhet kan läggas verkets provning/metodutveckling som för budgetåret 94/95 svarade för en kostnad av 12,8 mkr och intäkter om 5,2 mkr. Kostnaden för utarbetande av provningsmetoder - ett kvalificerat utredningsarbete - var 2,9 mkr.

Verkets utrednings- och utvecklingsarbete har således betydande omfattning. Det sker dels i form av konsultuppdrag, dels internt. Enligt verkets bedömning utförs c:a 40% av utredningsarbetet av verkets egen personal. Därtill kommer forskningsmedel i storleksordningen 20%.

Personalens kompetens är ytterst betydelsefull för kvaliteten på det egna utredningsarbetet, för förmågan att välja frågeställningar vid uppdragsundersökningar och att omsätta resultat i verksamhet. Kontakt med kvalificerad utredningsverksamhet



inom och utanför verket är viktig för att personalens kompetens skall underhållas och utvecklas.

### **Konsumentverkets forskningsanslag**

För utvecklingen av verkets långsiktiga strategier och prioriteringar inom de fastlagda målen har kontakt med konsumentforskningen stor betydelse. Det gäller såväl dialog med forskare om angelägna forskningsuppgifter som att direkt tillgodogöra sig forskningsresultat.

Konsumentverkets årliga forskningsanslag om 2 mkr har enligt verkets redovisning för perioden 1990 - 95 fördelats till forskning inom följande områden:

- Hushållsekonomi, varuförsörjning (4 631 tkr)
- Konsumentteknik: Funktion, säkerhet, miljö (3 352 tkr)
- Reklam (649 tkr)
- Konsumentpolitiska åtgärder, lokal verksamhet mm (1 183tkr)

Krav ställs idag på resultatstyrning av myndigheternas verksamhet. Som central konsumentpolitisk myndighet är Konsumentverket beroende av att effekterna av åtgärder som verket ansvarar för kan följas och värderas på olika nivåer. Det gäller på hushållsnivån, inom näringslivet, andra myndigheter och kommuner. Komplexiteten i insatserna skapar stora metodproblem vid utvärderingen. Studierna kan dessutom behöva göras skyndsamt och kräver väl beprövad metodik. Metoderna för konsumentpolitisk resultatanalys måste därför utvecklas och prövas praktiskt inom aktuella områden. Exempel på ett växande område för insatser och resultatanalys är hushållens ekonomi samt miljön.

Vår bedömning är att Konsumentverket även fortsättningsvis bör tillförsäkras egna utredningsresurser för studier som fyller för verksamheten omedelbara kunskapsbehov.

## 2.3 Ett nordiskt forskningsprogram

### Inledning

I handlingsprogrammet för det nordiska konsumentsamarbetet under perioden 1994-1998 är ett mål att utvidga konsumentforskningen. En konkret del var att låta utarbета ett program för konsumentforskning. I handlingsprogrammet sägs dessutom att Ministerrådet avser att arbeta aktivt för ökad konsumentforskning på nordiskt och internationellt plan.

Arbetet med forskningsprogrammet inleddes 1993. Projektgruppen bestod av fem forskare. Från Sverige deltog Sven Thiberg.

### Fjorton ämnen och sju prioriteringar

Programmet publicerades i Nordiska Ministerrådets serie TemaNord Konsument rapport 1995:615.

I programmets inledande del sägs att huvudvikten lagts vid samhällsvetenskapliga frågeställningar men att dessa inbegriper juridiska, rättssociologiska, brukartekniska problem, produkt-säkerhetsfrågor samt samspelet människa-maskin. Programmet består av en utförlig presentation av fjorton aktuella ämnen. De återges här i norsk språkversion:

Forbruk og miljø

Norden i Europa, forbrukerpolitiske konsekvenser

Informasjonsteknologiske utfordringer og problemer

Husholdningsøkonomi og husholdningenes resurser

Markedsføring og reklame, isaer mot barn og unge

Konkurransen i det private vare- og tjenestemarkedet

Offentlige tjenester og offentlig service

Forbrukersamfunnets utvikling

Forbrukerorganisering og forbrukerinnflytelse

Barn og unge som forbrukere

Forbrukerinformasjon

Mat og ernæringspolitikk

Forbrukerrettigheter i vare- og tjenestemarkedet, forbrukerjus

Funksjonelle produktenskaper, samspillet mennesket og

maskin



De nordiska konsumentministrarna har granskat programmet och prioriterat de sju första områdena.

En samordnare har anställts på halvtid för det nordiska konsumentforskningsarbetet. Han inledde sitt arbete 1995. Avsikten är att de nordiska forskningsmedlen skall användas för att initi-  
era forskning som i huvudsak finansieras med nationella medel.



## 2.4 EU och konsumentforskningen

### Inledning

Enligt direktiven "bör utredaren med utgångspunkt från kartläggningen av konsumentpolitisk forskning inom EU belysa vilka möjligheter det finns för svenska forskare att delta i internationella forskningsprogram och att få del av resurser för att finansiera forskningen".

Genom möten med företrädare för Generaldirektoratet för Konsumentpolitik, DG XXIV Consumer Policy, och med ordföranden i EU-parlamentets miljö-, hälso- och konsumentskyddsutskott samt genom analys av kommissionens forskningsprogram har vi sökt få en bild av EU:s forskningspolicy inom konsumentområdet samt om möjliga insatsområden för svenska forskare.

### Directorate General (DG XXIV) Consumer Policy

I mars 1995 beslutade EU-kommissionen att ombilda Consumer Policy Service till generaldirektorat. DG XXIV Consumer Policy handlägger nu konsumentfrågorna inom Kommissionen.

"The mission of DG XXIV Consumer Policy is to: develop a consumer policy at the level of the European Union, ensure that the interests of consumers are given due consideration in the development of other European Union policies, reinforce market transparency, improve the safety of consumer products and services circulating in the Single Market, improve consumer confidence, especially by more complete and effective information, develop a system of dialogue and consultation between the Commission and organisations representing consumers."

### Tio prioriterade områden

Följande prioriteringar gäller för Direktoratets arbete:

A major effort to improve the education and information of consumers

Complete, review and maintain up to date the framework

- needed to ensure that consumers' interests are fully taken into account in the Internal Market

The consumer aspects of financial services

- The protection of consumers' interests in the supply of essential services of public utility

Measures to enable consumers to benefit from the opportunities presented by the information society

Measures to improve consumers confidence in foodstuffs

- Encouragement of a practical approach to sustainable consumption

Strengthening and increasing consumer representation

- Assist Central and Eastern European countries to develop consumer policies

Consumer policy considerations in developing countries

### **Utredningsverksamheten inom DG XXIV**

DG XXIV är uppdelat i sex enheter som behandlar följande frågor:

- Unit 1 : General matters and relations with other Community institutions and consumer organisations
- Unit 2 : Drafting and implementation of legislation
- Unit 3 : General product safety and liability for services
- Unit 4 : Quality and distribution of products
- Unit 5 : Consumer information and training
- Unit 6 : Transactions involving consumers

Enheternas ansvarsområden redovisas i bilaga 2.

Samtalen med företrädarna för de sex enheterna gällde främst i vilken utsträckning DG XXIV bedriver egen forskning som underlag för sitt arbete. Uppfattningen var samstämmig. Forskning förekommer i mycket liten utsträckning eller inte alls. Däremot låter enheterna utföra undersökningar, huvudsakligen i form av informationsinsamling från medlemsländerna.

### **Val av utredare genom anbudsförfarande**

Utredare skall enligt reglerna utses genom offentligt anbudsförfarande. Direktoratet annonserar ut projekten. Intresserade



forskningsinstitutioner lämnar anbud som skall innefatta program, tidplan och kostnad. Anbudsprövningen och kostnaden för det valda projektet är hemlig.

Av samtal med en erfaren EU-utredare vid European Centre on Consumer Policy, en belgisk forskningsinstitution, framgick att uppdragen inte sällan går andra vägar till institutioner som är kända av direktoratet.

### **Slutsatser av diskussionen med DG XXIV**

Samtalet med företrädarna för de sex enheterna inom DG XXIV, med konsumentutskottets ordförande samt med forskare leder till slutsatsen att EU-arbetet i liten utsträckning genererar forskning inom konsumentområdet.

Möjligheten att utföra kvalificerade utredningar för direktoratet finns däremot. Svenska forskare bör uppmanas att informera sig om EU:s anbudsförfarande och delta i tävlingar om uppdrag.

Sammanfattningsvis konstaterar vi att representanterna för direktoratet och för parlamentets konsumentutskott hade en positiv inställning till forskning. Däremot var man pessimistisk till möjligheterna att öka insatserna.

### **EU:s fjärde ramprogram**

EU:s ramprogram avser sektorsforskning med huvuduppgiften att öka den europeiska industrins konkurrenskraft gentemot Japan och USA, exempelvis inom informations-, produktions- och materialteknologi samt att skapa europeisk identitet.

Det första ramprogrammet startade 1984, det andra 1987 och det tredje 1990. Dessa program är avslutade men projektarbete pågår fortfarande. Omfattningen av det första ramprogrammet var 28,5 miljarder kronor. Det andra ca 40 miljarder kronor, det tredje 60 miljarder kronor.

Det fjärde ramprogrammet startade under hösten 1994 och löper till 1998. Budgeten för perioden motsvarar 110 miljarder kronor.

EUs ramprogram för forskning och utveckling har utöver att förbättra Europas industriella konkurrenskraft som mål att ex-



plötera den inre marknadens fördelar samt att tillfredsställa behovet av hållbar utveckling och förbättrad livskvalitet.

Generellt krävs inom de flesta av programmen att projekten genomförs av konsortier av forskare och industri tillsammans. Av konsortierna krävs att de bearbetar betydligt större forskningsfrågor än vad som är vanligt i nationella FoU-projekt.

Nya programområden har kommit till under åren, vissa har slagits ihop, andra har delats upp. I det nu aktuella fjärde ramprogrammet har FoU-aktiviteter inkluderats som tidigare bedrivits utanför ramprogrammen.

Programmets innehåll kan ändras snabbt, både ämnesmässigt och från struktursynpunkt. Ett exempel är "Human capital and mobility" som från att vara ett projektstödsprogram blivit ett forskarutbytesprogram. En långsiktig nationell forskningspolitik kan således inte bygga på EU-forskningsmedel.

### **EU:s ramprogram och konsumentforskningen**

Konsumentforskningen är eftersatt inom EU. Det fjärde ramprogrammet utgör inget undantag. Många av programmets problemområden har stor betydelse för konsumenterna. Programmen borde därför ha ett starkt inslag av konsumentforskning. Målsättningen är emellertid i många fall otydlig på den punkten. Den normala konstruktionen av forskningsprojekten, med ett starkt industriinflytande, kan försvåra eller omöjliggöra ett renodlat konsumentperspektiv.

### **Svensk forskning med EU-finansiering, allmänt**

EU:s ramprogram är riktade till medlemsländerna och inte till enskilda länder. För att få del av anslag ur EU:s ramprogram krävs normalt att man ingår i ett konsortium med forskare från flera länder. Bildandet av konsortier är resurskrävande eftersom det förutsätter uppbyggnad av kontakter med flera utländska institutioner och ett kvalificerat, gemensamt programarbete.

EU:s program för forskning och utveckling har fått allt större betydelse för svenska forskare och företag. Det påverkar även svenska finansörer och policyorgan.

Svenska forskare har varit framgångsrika när det gäller att kvalificera sig för EU-forskning inom vissa områden. Detta gäller

särskilt den nationella teknikforskningen som redan är stark och ingår i internationella kontaktnät.

### **Svensk konsumentforskning med EU-finansiering**

Det bör vara en självklar målsättning att svenska konsumentforskare deltar i EU:s forskningsprogram. Svensk konsumentforskning har tillräcklig kvalitet för att bidra till den forskning som redan bedrivs.

Skall svenska konsumentforskare göra sig gällande på EU:s forskningsmarknad, det handlar i praktiken om en sådan, måste särskilda åtgärder vidtas. Initalproblemen är stora. Att tränga in i EU:s regelsystem och ansökningsförfarande samt att bygga upp internationella nätverk är resurskrävande, komplicerat och tar lång tid. Man måste dessutom kunna bjuda på egna nationella projekt.

Svenska konsumentforskare har otillräcklig vana och kapacitet för detta, beroende på bristande basresurser och småskalig och konkurrensutsatt forskning. Mot denna bakgrund är det önskvärt att initieringsbidrag finns att tillgå för forskargrupper som vill delta med konsumentforskning inom EU:s ramprogram.

### **Politiska initiativ**

En förändring av EU:s forskningsinriktning med målet att förstärka konsumentperspektivet är en politisk fråga. Det bör därför ingå i den svenska EU-politiken att hävda konsumentintressena såväl inom DG XXIV som vid Sveriges deltagande i utformningen av EU:s generella forskningspolitik.



## 2.5 Aktörernas bedömningar

### **Inledning**

Meningsfull forskning - och därmed konsumentforskning - ingår i en kunskapsprocess där frågor ställs, studeras och besvaras. Detta innebär att någon frågar, någon forskar och någon använder den nya kunskapen. Med modern terminologi kan man tala om beställare och utförare där beställaren förväntas fungera även som användare av forskningsresultat. Vår första uppgift enligt direktiven är att beskriva konsumentforskningen i denna process i dagens Sverige.

### **Samråd med kontaktpersoner**

Utredningstiden, tio månader, var exceptionellt kort i relation till uppgiften. Arbetet inleddes i april 1995. Sommarmånaderna, då universitets-Sverige är praktiskt taget stängt, ingick i den utmätta tiden. De begränsade tids- och utredningsresurserna omöjliggjorde en traditionell forskningsinventering med krav på fullständighet. Vi valde därför en okonventionell metod. Brev sändes före sommaren till 200 adressater - högskolor, forskningsinstitutioner och forskare samt forskningsfinansiärer m fl. med begäran om namn på kontaktpersoner för samråd. Forskarna ombads att sända bibliografiska uppgifter om pågående och nyligen avslutad forskning.

Under hösten anordnades samråd i vilka flertalet kontaktpersoner deltog - fyra regionala seminarier med forskare, ett kontaktmöte med finansiärer och två möten med konsumentorganisationer.

Samråd har också skett med utredare inom Statistiska Centralbyrån, med Konkurrensverkets forskningshandläggare och med Konsumentverkets ledning.

Därutöver har vi haft informella kontakter med många intresserade institutioner och personer.

För att underlätta de externa kontakterna har vi publicerat två informationsblad om utredningen. Bladen finns även på engelska.



### **Samråd med forskare**

Kontakterna med högskolor och forskningsinstitut gav sammanlagt ca fyrtio kontaktpersoner, representerande flertalet högskolor och ett stort antal discipliner. Samråden med forskarna ordnades regionalt med lokala institutioner som värdar. Seminarierna blev dämed tvärvetenskapliga. Deltagarna gav sin syn på utredningens fyra huvuduppgifter - kartläggningen, områdesbeskrivningen, organisationen av forskningen samt finansieringen. Därutöver fick man lämna en intresseanmälan med förslag till forskningsuppgifter och till engagemang i grund- och forskarutbildning.

Kartläggningen och forskarseminarierna visar att en mångskiftande forskning med konsumentperspektiv bedrivs inom högskolan. Oftast arbetar konsumentforskarna ensamma eller i små team inom institutioner med en annan huvudinriktning. Det är också vanligt att man vandrar från delområde till delområde inom sin moderdisciplin. Regeln en gång konsumentforskare alltid konsumentforskare gäller inte.

Forskarna bekräftade i stor utsträckning den problembild som vi redovisar i tidigare avsnitt. På grundval av diskussionerna med forskarna förväntar vi oss också starkt stöd för den förstärkning av konsumentforskningen som vi förordar.

Information om pågående eller nyligen avslutade forskningsprojekt som vi fått tillgång till genom den inledande förfrågan, under seminarierna och genom spontana kompletteringar från forskare refererar vi till i beskrivningarna av forskningsområdet, avsnitt 3.3 till 3.7. Svaren på intresseanmälan har sammanställts i bilaga 3.

Vi är medvetna om att redovisningen inte ger en fullständig bild av forskningen. Däremot svarar den mot syftet att identifiera forskare och institutioner för fortsatta kontakter.

### **Samråd med finansiärer**

Beställar- och användarrollen av konsumentforskning är obestämd. Civildepartementet och Konsumentverket har anledning att använda forskningsresultat som stöd för sin verksamhet.

Forskningsråden kan endast undantagsvis betraktas som beställare av forskning. Deras uppgift är normalt att välja mellan ansökningar inom ett brett område. Bedömningen avser

vetenskaplig kvalitet och relevans inom området, inte i relation till andra problemområden.

Vissa forskningsråd har under kortare eller längre perioder öronmärkta pengar för specificerade ändamål. Det har t. ex. gällt energiforskning och jämställdhetsforskning.

Konkurrensverket har en intressant erfarenhet av en nystartad finansieringsverksamhet. Det första ansökningstillfället gav ett stort antal ansökningar. Få projekt hade dock tillräcklig kvalitet och relevans enligt verkets vetenskapliga råd. Uppbyggnaden av konkurrensforskningsområdet kommer därför att ta längre tid än beräknat.

Ingen svensk forskningsfinansiär utöver Konsumentverket har specifikt ansvar för konsumentområdet. Med hänsyn till svårigheten att identifiera och avgränsa området anser sig forskningsråden inte ha möjlighet att redovisa vilka belopp som de satsar på konsumentforskning. Vår bedömning av den nuvarande finansieringens storlek bygger därför på en uppskattning av antalet verksamma konsumentforskare.

Samrådet med kontaktpersonerna från forskningsråd och övriga finansierande myndigheter och organ gav argument för en samlad finansiering av konsumentforskningen. Inte oväntat visade det sig dock att man ogärna avstår från medel till ett annat fördelningsorgan.

### **Samråd med konsumentorganisationer**

Antalet medlemsorganisationer med konsumentpolitisk inriktning växer. De utgör en brokig skara med olika specialintressen på sina program.

Två paraplyorganisationer har bildats för att samla denna mångfald kring gemensamma konsumentfrågor.

Sveriges Konsumentråd har fjorton medlemmar, bl. a. fackföreningsrörelsen, kooperationen, pensionärsorganisationer och studieförbund. Sveriges konsumentråd har som uppgift att företräda svenska konsumenterna i det europeiska samarbetet.

Konsumenterna i Samverkan - Underverket knyter samman sjutton organisationer med engagemang i frågor om ekologi, etik, hälsa, resurshushållning och internationell solidaritet.



Möten om konsumentforskning arrangerades med båda organisationerna. De anser att de representerar bred gräsrotserfarenhet och har god problemuppfattning. Däremot tycker de sig sakna kompetens att omformulera problem till forskningsbara frågeställningar. Man visade intresse för att ingå i rådgivande eller styrande konsumentforskningsorgan.



**Del 3**  
**Forsknings-**  
**programmet**



## 3.1 Diskussion av centrala begrepp

### **Inledning**

Ord kan betyda mycket. Därför är det viktigt att trygga begripligheten av en framställning genom att inledningsvis redovisa den valda innebörden av centrala begrepp. Redan i utredningsdirektivens rubrik finns fyra ord som kräver överväganden: konsument, konsumentpolitisk, forskning och forskningsprogram. I våra texter används hushåll, medborgare, hushållet som producent, vardagsliv som nyckelbegrepp, vilket kräver sina förklaringar.

### **Konsument - hushåll**

Ordet konsument användes ursprungligen som karaktärsbegrepp för en individ som tillägnar sig en produkt för att förbruka den. I dagligt tal har ordet en vidare innebörd, liksom i direktiven till konsumentforskningsutredningen. Begreppet konsument används i våra texter med denna vidare innebörd. Ofta speglar hushåll bättre den verklighet som forskningen behandlar, varför vi föredrar detta begrepp.

### **Konsument - producent**

Begreppet konsument står ibland i motsättning till producent. Individen anses ha två roller - som aktiv producent i arbetslivet och som passiv konsument i vardagslivet. Detta synsätt är i grunden felaktigt. Hushållens produktion är mycket omfattande. Vardagslivet kräver stora arbetsinsatser.

### **Konsument - medborgare**

I strikt mening kan man skilja mellan individen som konsument på en marknad och som medborgare i relation till den offentliga sektorn. Som vi senare visar, måste denna rollindelning problematiseras. Tidigare entydigt offentligt styrda verksamheter privatiseras, marknadsätts eller marknadsanpassas nu i växande omfattning. I princip fungerar de därmed som tjänster på en marknad. Som ett uttryck för detta används numera ofta begreppet kund om den som använder offentliga tjänster.

### **Vardagsliv**

Det är inte alldeles enkelt att finna ett samlande begrepp för den del av livet som konsumentforskningen handlar om. Vi har



stannat inför ordet vardagsliv. En orsak är att det står i motsats till arbetsliv. Viktigare är kanske att det för de flesta har en positiv klang. I ordet inbegriper vi inte endast veckans vardagar utan även dess helgdagar. Det handlar inte heller enbart om det liv som levs i bostaden. Fritiden, det ideella arbetet och många andra verksamheter utanför hemmet hör till vardagen.

Därmed redovisar vi våra viktiga perspektivval: Vi använder begreppet vardagsliv för arenan och hushållet som aktör.

### **Konsumentpolitisk forskning - konsumentforskning**

I utredningsdirektiven används genomgående begreppet konsumentpolitisk forskning. En snäv tolkning innebär att utredningen skulle begränsas till forskningsproblem som är direkt relaterade till den politiska arenan. Av direktivens diskuterande text framgår att ett vidare problemområde avses.

Vi har därför valt att använda begreppet konsumentforskning för utredningens ansvarsområde. Konsumentpolitisk forskning inordnas som ett av flera perspektiv. Hur vi avgränsar och inddelar hela problemområdet redovisas senare.

### **Forskning-utredning-utvecklingsarbete-utvärdering**

Det finns ingen enighet om vad som skiljer forskning, utredning och utvecklingsarbete. Däremot kan man vara överens om vissa skillnader i tyngdpunkt.

Forskning skall ha inslag av teori- och metodutveckling, perspektivet bör vara långsiktigt och resultaten bör ha nyhetsvärde.

Utredning skall ha teoretisk förankring, bygga på känd och vedertagen metod, ha nyttoinriktning.

Utvecklingsarbete ingår ofta i en löpande verksamhet och tillför ny kunskap och förbättrad metodik till denna.

I praktiken tycks definitionen snarare bero på utföraren: Forskning bedrivs av akademiker på högskolan eller i forskande företag, utredning av handläggare på myndigheter eller i konsultföretag och utvecklingsarbete tillsammans med anställda på fältet. Men det vanliga begreppet FoU - forskning och utveckling - antyder att utvecklingsarbete också är en akademisk uppgift.

Utvärdering har på senare tid börjat användas som en särskild forskningskategori vars syfte närmast anknyter till utvecklingsarbete.

Design eller designprocessen ges numera i vissa kretsar forskningsinnebörd.

God forskning, utredning och utvecklingsverksamhet är beroende av varandra, såväl teoretiskt som praktiskt. De kompletterar varandra och fyller angelägna funktioner. I väsentliga avseenden är kvalitetskriterierna sammanfallande. Vår uppgift är att behandla forskning. Vi har använt det här förda resonemanget som grund för vår avgränsning av ansvarsområdet mot övriga aktiviteter.

### **Forskningsprogram**

Begreppet forskningsprogram kan användas olika. Det kan avse en översiktlig beskrivning av ett problemområde som skall bearbetas med vetenskapliga metoder. Det kan vara en detaljerad plan för ett begränsat forskningsprojekt med redovisning av teori, metod, fältarbete, kostnader, deltagare och förväntat resultat.

I direktiven avses den första innebörden av begreppet forskningsprogram, vilken vi också tillämpat i vårt arbete.



## 3.2 Forskningsprogrammets struktur

### **Inledning**

Konsumentforskningsområdet har stor bredd, många kärnor och en otydlig periferi. För att analysen av området skall bli hanterlig krävs en indelning i någorlunda homogena block. I våra direktiv hänvisas till ett forskningsprogram för Konsumentverket med en perspektivindelning av området. Vi har valt att använda denna struktur för vår analys.

### **Ett forskningsprogram för Konsumentverket**

I oktober 1993 publicerades "Forskning på konsumentområdet" (Rapport R 8:1993, Byggnadsfunktionslära, KTH), ett forskningsprogram som utarbetats av Sven Thiberg på uppdrag av Konsumentverket.

I programmet förs en inledande diskussion om konsumentpolitikens roll i välfärdspolitiken. Forskning ställs mot andra vägar att samla och nyttiggöra kunskap om hushållens situation och agerande.

En relativt utförlig diskussion förs kring olika sätt att indela forskningsområdet. Den resulterar i den perspektivindelning som återges i direktiven till Konsumentforskningsutredningen:

Hushållens resurser

Marknadens uppbyggnad och funktion i konsumentperspektiv

System, varor och tjänster - säkerhet, funktion, miljöhänsyn, kostnad

Utbildning och information, marknadsföring och reklam

Konsumentpolitikens instrument, effekt, alternativ, organisationsformer

Kvalitetsproblemens samband med organisationsfrågan behandlas också i skriften. Om detta sägs bland annat:

"En fruktbar väg att åstadkomma kvalitativt god forskning är att utveckla organisationsformer som främjar konstruktiv kol-



legial kritik, möjliggör uppbyggnad av kontinuerligt fungerande forskargrupper, skapar materiella och vetenskapliga resurser för forskarutbildning och öppnar möjligheter för internationellt samarbete och publicering av forskningsresultat i erkända vetenskapliga tidskrifter".

### **Andra indelningsgrunder**

Här refererade indelningsgrunder är problembaserade; de utgår från konsumentproblem på marknaden med produkter och reklam.

Ett traditionellt alternativ är en disciplinbaserad indelning i sociologiska, ekonomiska, juridiska eller tekniska frågeställningar.

Vi konstaterar att fördelarna med en problembaserad indelning överväger, för att den förankrar forskningen i verkligheten.

Den ligger också i linje med den allmänna forskningspolitiska utvecklingen till tvärdisciplinära projekt. Vi är samtidigt medvetna om att konsumentforskarna betonat betydelsen av en stark knytning till moderdisciplinens teori- och metodtradition. Vid uppbyggnaden av forskarnätverk och forskargrupper måste båda kraven tillfredsställas: Tvärdisciplinär, problembaserad programstruktur och vetenskaplig förankring i moderdisciplinernas teori- och metodkompetens.

### **Utredningens programstruktur - fem perspektiv**

Utredningsdirektiven anknyter till den beskrivning av forskningsområdet som används i rapporten "Forskning på konsumentområdet".

I rapporten används begreppet perspektiv för att betona att det handlar om ingångar till ett sammanhängande forskningsområde.

Vi har inte funnit anledning att lämna denna perspektivsyn på forskningsområdet och har bibehållit uppdelningen under de fem rubriker som beskrivs i rapporten.

### 3.3

## Hushållens resurser

### Inledning

"Hushållens resurser" är samlingsbegrepp för ett mycket brett forskningsperspektiv av grundläggande betydelse för förståelsen av hushållens värderingar och förmåga att agera i enlighet med sina intressen. Beskrivningen utgår från hushållens roll som producenter och aktörer inom det handlingsutrymme som omgivningen erbjuder i relation till deras resurser. Kunskapen måste differentieras med hänsyn till olikheter i hushållens egenskaper och i externa livsvillkor.

### Forskningsinventeringen

Forskning om hushållens resurser bedrivs på vitt skilda institutioner i Sverige. I vår inventering ingår national- och företagsekonomisk forskning, handels- och distributionsforskning, juridisk forskning, boendeforskning och livsmedelslära samt folklivsforskning och socialvetenskaplig forskning inom sociologi och socialt arbete. Forskning bedrivs således såväl inom teknik och naturvetenskap som inom samhällsvetenskap och humaniora. Inventeringen redovisas under rubrikerna:

- Livsstilar och värderingar
- Hushåll och vardagsliv
- Beteende och konsumtionskultur
- Resvanor och kollektivtrafik
- Kostvanor och livsmedel
- Bostäder och boende
- Ekonomiska resurser

### Livsstilar och värderingar

Vid Institutionen för samhällsvetenskap, Mitthögskolan i Östersund, bedrivs forskning om livsstilar och energisparande, om ungdomar i Europas periferi, om livsstilar, värderingar och attityder till miljö och teknik. Vidare finns studier om välfärd och livskvalitet, om konsumentbeteende, masskommunikation och välfärd samt om popmusik, politik och påverkan, politiska val och lokala media.



Attityder, värderingar och livsstilsfrågor med relation till miljöproblem är ett tema i miljöforskningen om konsumtion och avfall på Sociologiska institutionen i Lund.

Vid Tema Teknik och Social förändring, Linköping, pågår ett projekt som syftar till att visa hur förändringar i samhället påverkar hushållens arbete och produktion: "Teknikförändring i otakt: konsekvenser för kvinnors och mäns arbete i den formella och informella sektorn".

### **Hushåll och vardagsliv**

I Göteborg pågår studier av hushåll och vardagsliv inom ett fakultetsövergripande program. Forskare från CTH och Universitetet i Linköping arbetar tvärvetenskapligt med forskare från Göteborgs universitet, Institutionen för slöjd och hushållsvetenskap.

Forskning om vardagslivet hos personer med funktionsnedsättningar bedrivs vid Avdelningen för handikappforskning, Göteborgs universitet.

Tema Teknik och Social förändring, Linköpings universitet, bedriver forskning om äldre och vardagsliv.

### **Beteende och konsumtionskultur**

Vid Lunds universitet, Sociologiska institutionen, Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap; finns forskning om grupperns beteende och konsumtionskultur, bl a "Om ungdomars val av TV-program", "Late Modernity, Consumer Culture and Lifestyles", "Family Communication Patterns Revisited: Reliability and Validity" och "Livsstilar och massmedieanvändning". Pågående studier handlar om unga trafikanters attityder till trafiksäkerhet.

Medie- och kommunikationsforskning bedrivs också i Umeå. Vid Institutionen för medier och kommunikation finns rapporten "Nyheter i våra tankar" som rör mediernas effekter på tankar och föreställningar i vår vardag.

Företagsekonomiska institutionen i Umeå har projekt om ungdom och konsumtion av medier, t. ex. rockvideo.

Vid Fonden för Handels- och Distributionsforskning på Handelshögskolan i Stockholm finns flera rapporter och pro-



jekt om konsumentbeteende: "Konsumentbeteende, beslutsfattande, sparbeteende, affärsetik, marknadsanalys", "Konsumentbeteende, hushållens beteende, vanor och problemlösning vad gäller matinköp", "Konsumentbeteende, hushålls- och individers sparbeteende, marknadsanalys" är några av titlarna och "Hushållens finansiella strategier" är en empirisk studie i ekonomisk psykologi.

Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Företagsekonomiska institutionen, Avd. för marknadsföring forskar om "Konsumentbeteende igår, idag, imorgon", en historisk överblick över konsumentbeteendeforskning. Den senare forskningen rör beslut rörande köp och konsumtion med titlar som "Family Members' Perceptions of Adolescents' Influence in Family Decision Making", "Adolescents' Influence in Family Purchase Decisions: A Socialization Perspective" och "An Investigation of A Role/Goal Model of Wives' Role Overload Reduction Strategies" samt en avhandling: "Children's Influence in Family Decision Making; A study of Yielding, Consumer Learning and Consumer Socialization".

Vid Institutionen för konsumentteknik, CTH, handlar projekt om "Tvätt i nöd och lust" och "Disk - en studie av hela disk-systemet ur brukarperspektiv".

### **Resvanor och kollektivtrafik**

Företagsekonomiska institutionen i Umeå bedriver trafikforskning med titlar som "Familjerabatt för regionalt resande med buss" och "Taxitrafikens egenskaper och kundernas uppfattning fyra år efter avregleringen" samt "Bilhushålls strategier för att reducera bilresande".

Vid Göteborgs universitet, Kulturgeografiska institutionen forskar man om befolkningens resvanor och aktivitetsmönster.

Projekt om tidsanvändning och resvanor finns på Ekonomiska institutionen, Linköping. En avhandling från samma institution handlar om allokering av tid i hushållen med inriktning mot avvägningen mellan tidskostnader och monetära utgifter i samband med mathållning.

### **Kostvanor och livsmedel**

Forskningen om konsumenters förhållande till livsmedel är riklig och förekommer vid flera institutioner.

Vid Institutet för folklivsforskning, Stockholms universitet, bedrivs forskning om livsmedelskonsumtion ur ett kulturvetenskapligt perspektiv. "Hushållning, hälsa, livsstil - livsmedelskonsumtionen i nutida Sverige", "Matvanor och hälsomedvetande hos ensamboende ungdomar" och "Made in Sweden: Konsumentattityder till svenska och importerade livsmedel" är exempel på utförda projekt. Ett pågående projekt handlar om "Matvanor och familjeliv i Sverige, England och Danmark".

Vid Centrum för omvårdnadsvetenskap, Uppsala universitet, bedrivs forskning om livsmedelskonsumtion och livsmedel i barnfamiljer ur ett konsumentpsykologiskt perspektiv. Man tittar på barns reaktioner, föräldrars beslutsfattande och beteende samt kostvanor.

Institutionen för hushållsvetenskap, Sveriges Lantbruksuniversitet, forskar om kostvanor och matberedning i olika hushåll och i olika grupper och om konsumentens villkor, produktion och konsumtion inom hushållet.

På Institutet för livsmedelsforskning finns projektet "Maten och konsumenten".

En avhandling om "Kost, klass och kön" och studier med genusperspektiv finns vid Institutionen för slöjd och hushållsvetenskap, Göteborgs universitet. På institutionen pågår projekt med fokus på inköps-, mat- och avfallsvanor samt energi-användning.

### **Bostäder och boende**

Forskning med anknytning till bostaden om särskilda brukargrupperns situation och behov, om hushållens livs- och arbetsmiljö bedrivs vid Institutionen för arkitektur, CTH.

Studier av bostadskonsumtion finns vid Geografiska institutionen, Umeå universitet.

Forskning om bostadsförhållanden för utsatta grupper - kvinnor med missbruksproblem, hemlösa kvinnor och långtidsarbetslösa - finns vid Avdelningen för byggnadsfunktionslära, KTH.

En forskningsinventering om "Mathållning och bostad" har utförts på uppdrag av Konsumentverket. Självbyggeri av hyres-



rättsradhus har studerats för Svenska Bostäder. Forskning om kvinnors boende, arbete och ekonomi pågår.

### **Ekonomiska resurser**

Vid Socialhögskolan i Lund finns projekt om socialbidrag och försörjningssituation för utsatta grupper. "Bidragsminskningarnas effekter på socialbidragshushållens inkomster och ekonomi" handlar om nedskärningar i barnbidrag, sjukpenning och A-kassa och bedrivs i samarbete med Kommunförbundet.

Ett projekt handlar om de kommunala förändringarnas effekter på tillgången till service och på hushållens ekonomi. Om bostadskonsumenter i ett renoveringsområde handlar "Välviljans förtryck".

I Malmö longitudinella socialbidragsstudie följs hushåll under fyra år genom insamling av data i samarbete med socialtjänsten. Undersökningen är lämplig att kombinera t. ex. med kvalitativa studier av hushållens konsumtionsmöjligheter och konsumtionsstrategier. På Socialhögskolan finns forskning om att vara ung, fattig och utanför arbetsmarknaden samt om ungdomskulturen.

Vid Sociologiska institutionen, Umeå universitet, pågår projekt om "Hushållens faktiska konsumtionsmönster och ekonomiska standard", med användning av SCB:s HUT och ULF-undersökningar. "Hushållens interna delning av resurser" och vad som styr delningen studeras.

Omfattande forskning om fattigdom och marginalitet finns också: "Socialbidragstagande och fattigdom", "The -Truly Poor: Direct and Indirect Consensual Measurement of Poverty in Sweden", "Vilken lägsta materiell standard anses nödvändig?" samt "Poverty in Sweden: A New Approach to the Direct Measurement of Censunsual Poverty".

Vid institutionen för Socialt arbete, Umeå, pågår forskning om "Konsumtion och social utsatthet" och forskning om "Hushållen, 90-talskrisen och den nya osäkerheten".

Vid Nationalekonomiska institutionen, Göteborgs universitet, är skuldsanering ett forskningsområde.

Vid Tema Teknik och Social förändring, Linköpings universitet, finns studier om informell ekonomi med genusperspektiv.

### **Ett övergripande forskningsområde**

Konsumentforskningens huvudperspektiv är hushållens. En central uppgift för konsumentforskningen är att betrakta, beskriva, analysera och förstå samhället från hushållens utgångspunkt. Men hushållen själva står också i fokus för forskningsområdet: Vilka resurser hushållen förfogar över, vilket handlingsutrymme de har, hur de använder sitt handlingsutrymme.

Dessa generella perspektiv måste differentieras och detaljeras i minst två väsentliga avseenden. Hushållen måste indelas efter olika egenskaper och yttre villkor. Forskningen måste uppmärksamma förändringsprocessen, dynamiken i samhället och hushållens sätt att förhålla sig till denna, deras strategier.

I "Forskning på konsumentområdet" förs en diskussion om resursbegreppet, som vi använder som utgångspunkt.

Hushållens resurser indelas där i immateriella och materiella. Till de immateriella resurserna räknas kunskap, tid och politiska resurser men också livsstil och värderingar som i sin tur resulterar i reella val och beteenden. Till de materiella räknas t. ex. ekonomiska tillgångar, bostad med inredning och utrustning, bilinnehav.

Som ett komplementerande begrepp står handlingsutrymme. Det används för att beskriva vilka möjligheter hushållen har att använda sina resurser och hur de möts av den omgivande verkligheten, t.ex. på en marknad.

### **Forskningens fortsatta inriktning**

Det är vanskligt att göra prioriteringar inom ett område där så många problem är akuta. Några områden bör dock uppmärksammas särskilt. De beskrivs här utan någon inbördes prioritetsordning.

Kraven på att ta ansvar för "att sådana konsumtions- och produktionsmönster utvecklas som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar miljö" ställer hushållen inför många utmaningar och problem. Risk finns att hushållen tvingas ta ansvar för miljöarbete som kunde onödiggöras genom förändringar i produktions- och distributionsleden.



Konsumentverkets ökade ansvar för att förverkliga en miljöriktig konsumentpolitik måste underbyggas med forskning. Denna kan avse olika hushållskategoriernas värderingar, beteenden och resurser när det gäller hushållning, kretsloppstänkande samt deras praktiska förutsättningar att fungera miljöriktigt. Kunskapen skall bl. a. vara vägledande för de krav som skall ställas på system, produkter och tjänster i kretsloppssamhället.

Ett aktuellt område är studier som har samband med hushållens förändrade ekonomiska villkor beroende på den ekonomiska krisen. Av stor vikt är att veta konsekvenserna mätta i välfärdsått av de drastiska förändringarna i trygghetssystemen och i utbudet av samhällsservice. I detta fall är det angeläget att fånga upp villkoren för "konsumentgrupper som är ekonomiskt eller socialt utsatta eller av andra skäl har behov av särskilt stöd".

Forskning som tittar in i hushållen med jämlikhets- och jämställdhetsperspektiv är viktig. Att ha hushållet som primär enhet får inte innebära att hushållens interna förhållanden försummas. Genusforskning liksom barn- och ungdomsforskning visar att makt-, arbets- och ansvarsfördelningen inom hushållen ofta är ojämn. Fördelningen av de gemensamma resurserna är ojämlig.

Vi har tidigare betonat hushållens viktiga roll som producenter. SCB visar i bilagan till betänkandet data om denna roll. Konsumentforskningen har förut i stor utsträckning varit inriktad på att förbättra de praktiska förutsättningarna för hemproduktionen, t. ex. genom forskning om köks- och inredningsutformning och städmetoder. Denna forskning har avstannat. Samtidigt har nya faktorer tillkommit som sannolikt borde påverka utformningen av bostaden och metoderna för vardagsproduktionen. Förnyad forskning är därmed angelägen på dessa områden.

Perspektiven bör vara många - kulturella, praktiska, miljöetiska och ekonomiska, handla om kunskaper och kompetens. Kunskap om hushållens vardagsproduktion skall bland annat ge en fastare grund för den forskning som skall bedrivas om produkterna, marknaderna och marknadsföringen.

Livsmedlens kvalitet och pris står idag i fokus, bland annat som ett resultat av EU-inträdet. Forskning om livsmedel och matproduktion har därför stor aktualitet. Området har under se-

nare år vidgats från att handla om livsmedlen från butik till matbord till att täcka hela processen från djuretik till kompostering. Okända metoder för manipulation av livsmedel, t.ex. med genteknologi, väcker nya frågor. Kretsloppsperspektivet är mer framträdande inom livsmedelsområdet än inom flertalet jämförbara samhällssektorer.

Bostadsfrågan, som var konsumentforskningens startpunkt, är fortfarande viktig. Stora förändringar sker idag, som påverkar boendet. Det handlar om demografiska förändringar bland annat i form av växande andelar enboende och ensamföräldrar, medborgare med icke-svenska boendeideal, en påstådd eller verklig urbanisering av livsformerna. Många hushåll har stora svårigheter att klara ökande boendekostnader. Samtidigt förändras bostadsmarknaden, bland annat på grund av förändringarna i bostadssubventionerna, avskaffade normer och minskad myndighetskontroll. Nyproduktionen av bostäder marknadsanpassas. Bostadssegregationen skärps med allvarliga sociala effekter.

Vår bedömning är att boendeforskning i huvudsak skall bedrivas med medel från Statens råd för byggnadsforskning, BFR. Vi räknar därför inte in bostadsforskningen som en primär angelägenhet för konsumentforskningen. Vi oroas dock av att denna forskning idag knappast har den omfattning som omständigheterna ger anledning till.

Det finns en bas på vilken forskning med den inriktning som skisserats kan utvecklas. Eftersom redan forskare från många discipliner visat intresse ser vi möjligheter till en snabb uppbyggnad av tvärdisciplinära forskargrupper om resurser finns att tillgå.

Vi bedömer att följande forskarnätverk har goda förutsättningar att utvecklas ur pågående forskning:

Hushåll och vardagsliv

Livsstil och värderingar, beteenden och konsumtionskultur

Hushållen i kretsloppsamhället (se även 3.6)

Hushållen och livsmedelscykeln

Hushållens strategier under ekonomisk press

Hemproduktionens organisation och metoder



## 3.4 Marknadens uppbyggnad och funktion i konsumentperspektiv

### **Inledning**

Konsumenterna möter de flesta varor och tjänster på en marknad. Forskningen behandlar relationen mellan marknadens tillgänglighet och utbudets egenskaper i vid mening och konsumenternas resurser att utnyttja marknadens möjligheter för att tillfredsställa sina behov. Ett viktigt nytt forskningsfält öppnas när offentliga tjänster marknadsställs.

### **Forskningsinventeringen**

Forskning om marknadens uppbyggnad och funktion i ett konsumentperspektiv bedrivs vid flera forskningsinstitutioner. Forskningen finns representerad vid ekonomiska, national- och företagsekonomiska institutioner, vid institutioner för företags- och förvaltningsutveckling, handels- och distributionsforskning samt inom juridik, arkitektur och stadsbyggnad och kulturgeografi. Vidare finns den vid institutioner i sociologi, socialt arbete och handikappforskning samt inom teknik och miljö.

Inventeringen redovisas under rubrikerna:

- Dagligvarumarknaden
- Marknadsättning av offentlig service
- Bebyggelseplanering och inflytande
- Tjänster och system
- Kollektivtrafik

### **Dagligvarumarknaden**

Fonden för Handels- och Distributionsforskning vid Handelshögskolan i Stockholm forskar om konsumentbeteende, dagligvaruhandelns struktur, funktion och effektivitet.

Företagsekonomiska institutionen vid Lunds universitet driver projektet "Konkurrens och samarbete på den gemensamma Europamarknaden. Konsekvenser för den svenska dagligvarusektorns struktur och effektivitet."

Ekonomiska institutionen vid Linköpings universitet forskar om den privata konsumtionens bestämningsfaktorer, allokering av tid i hushållen, samt avvägningen mellan tidskostnader och monetära utgifter i samband med mathållning.

Kulturgeografiska institutionen vid Göteborgs universitet studerar "varuförsörjning i tätort". Institutionen skulle vilja utveckla ett helhetsperspektiv på varuförsörjningen. Institutionen vill bedriva forskning om IT-användning i butiker och dess konsekvenser för kunderna och anställda. IT:s konsekvenser för varutransporter och för hushållens tidsanvändning och resmönster bör ingå.

Institutionen för arkitektur, CTH, och Institutionen för slöjd och hushållsvetenskap, Göteborgs universitet, har ett planerat projekt om "Food supply systems for the elderly". Projektet ingår i ett EU-program.

Sociologiska institutionen, Lunds universitet deltar i MISTRA:s program "Towards a sustainable agricultural and industrial food production".

Internationella Miljöinstitutet i Lund studerar "Konsumenter på marknader med bristfällig information". En pågående doktorsavhandling handlar om "Turism och autenticitet".

Kulturgeografiska institutionen, Stockholms universitet, studerar butiker, kundunderlag och varuleveranser i Stockholms skärgård. Projektets målsättning är att kartlägga hur bosättning, inköpsvanor och varuleveranser har förändrats samt att ta reda på hur handlarna kunnat anpassa sig till de förändrade förutsättningarna för verksamheten.

### **Marknadssättning av offentlig service**

Institutionen för socialt arbete vid Umeå universitet har studerat "Hushållen, 90-talskrisen och den nya osäkerheten" och projektarbete pågår om "Marknadsorientering i socialt arbete".

### **Bebyggelseplanering och inflytande**

Vid Institutionen för stadsbyggnad, CTH, pågår ett projekt om kommunala strategier för att ta tillvara konsumenters intresse i bebyggelseutvecklingen. Projektet innehåller bl a en analys av hur konsumenters valmöjligheter påverkas av dagligvaruhandelns strukturomvandling. Projektet utvecklar en ny plane-



ringsmodell för att ta tillvara konsumenters intressen i den kommunala planeringen.

### **Tjänster och IT-system**

Vid Institutionen för arkitektur och stadsbyggnad, KTH, har man studerat informationsteknologi i vardagslivet utifrån franska erfarenheter i svenskt perspektiv.

### **Kollektivtrafik**

Vid CITU i Borlänge studeras regional kollektivtrafik för framtiden med Dalaregionen som tillämpningsexempel ur ett konsumentpolitiskt perspektiv.

Nationalekonomiska institutionen, Stockholms universitet är involverad i ett EU-anknutet projekt om persontransporter.

Företagsekonomiska institutionen vid Umeå universitet studerar familjerabatter i regionalt resande med buss, taxitrafikens egenskaper och kundernas uppfattning.

### **Marknaden i konsumentperspektiv**

Begreppet marknad används här mycket brett. Det omfattar således alla arenor där hushållen inhämtar varor och/eller tjänster, oberoende av produkten/tjänstens art och av vem som är producent eller distributör.

Hit räknas handeln för dagligvaror och övrig varukonsumtion. Men även bostäder, vård, omsorg och barntillsyn upphandlas idag på marknader, även om marknadsvillkoren regleras av politiska beslut.

Ett nytt nordiskt servicebegrepp har myntats - nödvändighetstjänster. Det är tjänster som upphandlas av hushållen på en marknad men har sådan karaktär att de inte omedelbart kan fråntas konsumenter som inte uppfyller marknadsvillkoren. Exempel på nödvändighetstjänster är elström, vatten och telefon.

### **Forskningens fortsatta inriktning**

Några huvudtendenser i marknadens utveckling har särskild betydelse för hushållen.

Dit räknar vi den strukturomvandling som pågår inom varudistributionen både i glesbygd och i urbana områden. I regel

handlar det om en kombination av utglesning och koncentration som främst drabbar hushåll utan bil och regioner med illa utbyggt kollektivtrafiksystem. Området är uppmärksammat i forskningen, men insatserna bör förstärkas. Konsumentintressena och hur dessa bevakas i samhällsplaneringen är ett viktigt forskningsfält. Samhällsplaneringsforskning i distributörernas intresse och i konsumenternas har olika utgångspunkter.

Kollektivtrafikens tillgänglighet är ett väsentligt konsumentintresse. Utveckling av regionala kollektivtrafiksystem som motverkar avfolkning och minskar miljöbelastningen pågår. Forskning om utformning och effekter av dessa system är en disciplinöverskridande uppgift med omedelbar aktualitet.

IT-utvecklingen kommer sannolikt att snabbt förändra relationen hushåll/distributör inom flera varuområden genom att nya marknadsföringsmetoder och distributionsformer introduceras. Dessa förändringar innebär ökade svårigheter för vissa hushåll och förbättringar för andra. Den utrednings- och forskningsverksamhet som inletts inom området, band annat av Konsumentverket och Handikappinstitutet bör fortsättas. EU-finansiering kan sannolikt tillföras området.

Marknadssättningen av offentliga tjänster såväl inom infrastruktur, t. ex. val av el- och teledistributör, som inom social service, t. ex. äldreomsorg och barnomsorg, måste studeras. Utsatta kategoriers villkor bör fokuseras. Forskningen skall bland annat ge underlag för politiska åtgärder för konsumentskydd.

Forskarnätverk som fastlägger hushållens behov, intressen och möjlighet att påverka förändringar inom de redovisade områdena kan och bör skapas.

Följande områden har särskild vikt:

- Samhället och utbudsstrukturen
- Strukturomvandlingen inom varudistributionen
- Kollektivtrafiken och vardagslivet
- IT på hushållens marknader
- Marknadssättning av offentliga tjänster



### 3.5 System för varor och tjänster - säkerhet, funktion, miljöhänsyn och kostnad

#### **Inledning**

Forskning om varors egenskaper är ett traditionellt område inom konsumentforskningen. I samband med att enskilda produkter i allt större utsträckning ingår i system har forskningsfältet vidgats. I det moderna samhället är hushållen alltmer beroende av tjänster - så långt att vi numera talar om "tjänstesamhället". Detta bestämmer ytterligare en inriktning av forskningen. Slutligen har omsorgen om miljön - kretsloppssamhället - givit nya dimensioner till forskningsområdet.

#### **Forskningsinventeringen**

Forskningsinventeringen omfattar ett mycket heterogent material vilket kan ses som uttryck för att konsumentkraven på varor och tjänster är mycket sammansatta och omfattande.

Vi har sorterat inventeringsmaterialet under följande rubriker:

- Produktutveckling
- Säkerhetsforskning
- Handikapphjälpmedel
- Livsmedelskvalitet
- Miljöhänsyn
- IT i hemmet

#### **Produktutveckling**

Institutionen för konsumentteknik, CTH, arbetar i pågående projekt med metoder att hantera kundkrav i utvecklingsarbete. Företagsspecifika arbetsätt studeras. Man utvecklar en modell för säkring av brukarkrav på 1990 - 2000-talets produkter. En förstudie har gjorts om ekologiska krav. Nu studeras implementeringen och spridningen av ett s. k. metodpaket.

Samma institution arbetar med metodik för produktutvecklingens tidiga faser, speciellt kravspecifikationer för industriell design. Ett nytt område är "Ecological Product Requirements Engineering". Man forskar om miljö och resurshushållning,

brukarriktad produktutveckling på hållbar grund, kundorienterad energiförsörjning samt sortering av avfall i hushållet.

Tema Teknik och Social förändring, Linköpings universitet, forskar bl a om teknikförändring i otakt. Konsekvenser för kvinnors och mäns arbete i den formella och informella sektorn samt distribution inom dagligvaruhandeln.

Institutionen för teknik och naturvetenskap, Högskolan i Örebro, arbetar med "A knowledge based sensor system - A novel measurement approach" och "New knowledge based measurement methods in the baking process".

### **Säkerhetsforskning**

Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap, Sociologiska institutionen, Lunds universitet, studerar unga trafikanter och attityder till trafiksäkerhet.

Internationella Miljöinstitutet i Lund studerar säkerhet och risktagande, t. ex, produktansvar, producentansvar, miljömärkning och skydd av varumärken.

Institutionen för Riskhantering och Säkerhetsanalys utvecklar ett program för säkerhetsforskning för Konsumentenverket.

### **Handikapphjälpmedel**

Vid avdelningen för handikappforskning, Göteborgs universitet, studeras ADL-förmåga och anpassningsprocesser hos yngre och medelålders personer med funktionsnedsättning, samt betydelsen av redskap, utrustning och information i vardagslivet för personer med kronisk ledsjukdom.

Man arbetar också med metodutveckling för bedömning av ADL-förmågan och hur oförmåga kan kompenseras med hjälpmedel samt hur ADL förändras med stigande ålder.

### **Livsmedelskvalitet**

Sveriges Lantbruksuniversitet, Uppsala, bedriver forskning om riskfri mat. Institutionen för hushållsvetenskap arbetar med bedömning av livsmedelskvalitet med bl a hjälp av sensorisk analys.

Institutionen för livsmedelshygien forskar om livsmedelskvalitet och farlighet, hur man förhindrar matförgiftning, tek-



nik och hygien, livsmedelstoxikologi, gifter i mat, riskbedömning och hälsoeffekter.

Institutionen för livsmedelsvetenskap forskar också på matproduktion med hög kvalitet i projektet "MAT 21".

### **Miljöhänsyn**

Institutionen för slöjd och hushållsvetenskap, Göteborgs universitet, har genomfört ett antal projekt om hushållens miljömedvetenhet, sortering och kompostering. Studierna fokuserar huvudsakligen kring inköps- mat-, avfallsvanor, energianvändning och resurshushållning i ett systemekologiskt perspektiv.

Fakultetsövergripande program planeras om "Urban Water Systems in a sustainable society. Interfaces with everyday life"; "Europeans Food Supply Systems for the Elderly"; "Organization and Food Quality" (EU-projekt); "Sustainable Agriculture and Industrial Food Production".

Institutionen för samhällsvetenskap, Mitthögskolan i Östersund, studerar livsstilar, värderingar och attityder till miljö och teknik.

Sociologiska institutionen, Lunds universitet, studerar "Trovärdighet - centralt begrepp för mat o miljö" och Miljöns sociala dynamik - om ambivalens, skepsis, utpekanden och avslöjanden m. m. samt om Body Shop-produkter.

### **IT i hemmet**

Institutionen för arkitektur och stadsbyggnad, KTH, studerar IT-hjälpmiddel för hemmet. I projektet specificeras användarnas krav och önskemål beträffande IT och produkter och tjänster. Inom EU:s fjärde ramprogram Telematic for the Integration of Disabled and Elderly People (TIDE) förbereds ett EU-projekt om "Methods for User Sensitive Evaluations of Domestic Environments".

### **Forskningens fortsatta inriktning**

Forskningsområdet är ett av de mer utvecklade. Studier av konsumentprodukternas kvalitet har varit en historisk uppgift för konsumentorganen. Tillkomsten av institutionen för konsumentteknik vid CTH är ett uttryck för att behovet av forskning känts starkt.

Vår bedömning är att den traditionella forskningen om bruksegenskaper bör fortsättas och vidareutvecklas. Viktiga perspektiv är att vardagens produkter generellt skall ha egenskaper som inte utestänger vissa brukargrupper. Ökad komplexitet riskerar i vissa fall att försvåra användbarheten medan den i andra fall skapar nya möjligheter. Gränsen mellan vanliga produkter och hjälpmedel skall i görligaste mån suddas ut.

Nyckeln ligger i att designprocessen tillförs kunskap om brukarkrav och att dessa tillämpas fullt ut. Detta är i hög grad en fråga om utbildning av designers och produktutvecklare. Metoderna för kvalitetsäkring inom tillverkningsindustrin måste utvecklas från att vara begränsade till interna tillverkningskrav till att omfatta produktens hela livscykel.

Konsumentverket har påpekat att fördelningen av forskningsmedel för säkerhetsforskning mellan arbetsliv och hem/fritid inte står i proportion till olycksriskerna och samhällskostnaderna för olyckor inom respektive område.

Insatserna för att reducera antalet olyckor och olyckstygden i vardagslivet är hittills otillfredsställande. Den forskning som bedrivits har inte bidragit till fördjupad förståelse av orsakskedjorna bakom olyckorna. Ett första steg är att anpassa och utveckla modeller från säkerhetsforskningen inom arbetslivet för tillämpning inom vardagslivet. Målsättningen är att påverka design och marknadsföring i olyckspreventiv riktning så att risknivåerna sänks.

Vår bedömning är att säkerhetsforskningen inom hem- och fritidsområdet måste förstärkas såväl med avseende på teori och metod som när det gäller utvidgad tillämpning inom nya produktområden.

I diskussionen om varifrån medel kan överföras till konsumentforskning har vi särskilt beaktat detta forskningsområde. Vår uppfattning är att motiv föreligger för att medel för arbetslivsforskning ställs till förfogande bl. a. för säkerhetsforskning inom vardagslivet.

Inträdet i kretsloppssamhället ställer hushållen inför nytt ansvarstagande och nya praktiska uppgifter. Regeringen har tillsatt en särskild utredare för att studera konsekvenserna för konsumentpolitiken.



Vi har samrått med utredaren och konstaterat att utvidgningen av politikområdet kommer att kräva nytt underlag från forskning. Utredningen befinner sig ännu i ett stadium där man inte kunnat precisera sina önskemål om forskning. Vi har förutsett att miljörelaterad konsumentforskning kommer att få framträdande plats inom samtliga perspektiv.

Initiativ har redan tagits till konsumentrelaterad miljöforskning på produktområdet. Några befintliga forskningsråd, av vilka Avfallsforskningsrådet bör uppmanas att ta det största ansvaret, kan bidra till produktrelaterad miljöforskning.

Särskilda medel bör dock finnas för forskning inom produkt-designområdet med inriktning mot att underlätta hushållens deltagande i kretsloppssamhället. Denna forskning bör ha god anknytning till forskning om hushållens resurser, värderingar och vardagsliv.

Under tiden för utredningsarbetet har priserna i dagligvaruhandeln dominerat den allmänna debatten i konsumentfrågor. Orsaker till det intensiva intresset är EU-inträdet och sänkningen av matmomsen. I forskningsinventeringen finns däremot ingen forskning dokumenterad om prisbildning, prissättning eller prispåverkan på hushållens strategier.

Vår bedömning är att konsumentforskningen bör inrymma studier av prisers/kostnaders inverkan på konsumentbeteendet.

Enligt vår uppfattning är följande områden särskilt angelägna och att forskarnätverk därför bör skapas för långsiktig kunskapsuppbyggnad.

Brukarkravbaserad produktdesign  
Säkerhetsforskning för hem/fritid  
Produkt/systemrelaterad miljöforskning  
Pris/kostnad och hushållens strategier

## 3.6 Utbildning och information, marknadsföring och reklam

### Inledning

Få samhällsområden genomgår snabbare förändringar än reklam och marknadsföring. Den pågående omställningen av etermedia från public serviceföretag till kommersiellt utbud med reklam som finansieringskälla gör att företagen når in i hushållens vardag med aggressiv marknadsföring. Samtidigt som komplexiteten i varuutbudet växer och behovet av varukunskap därmed ökar minskar såväl skolans grundutbildning i konsumentkunskap som resurserna för objektiv konsumentinformation. Hur kan forskning om utbildning, information, marknadsföring och reklam stöda hushållen i informations-samhället och påverka informationsbruset i positiv riktning.

### Forskningsinventeringen

Inventeringen har givit material som beskriver forskning spridd över flera viktiga områden, mediapåverkan på livsstilar och beteende, marketings övertalningsstrategier, masskommunikation och varuinformation. Forskning bedrivs vid institutioner med samhällsvetenskaplig; ofta med tvärvetenskaplig inriktning. Deltagande i internationella forskarnätverk förekommer.

Sociologiska institutionen, Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet, har forskat om "Livsstilar och massmedieanvändning", "Family communication Patterns Revisited: Reliability and Validity". Andra titlar är "Framtidens kommunikation: Frihet i en burk?" samt en avhandling om "Övertalningsstrategier".

På Institutionen för medier och kommunikation, Umeå universitet, har man forskat om information och media. I "Nyheterna i våra tankar" fördjupas kunskapen om nyheternas roll och påverkan och om mediernas effekter på tankar och föreställningar.

Institutionen för samhällsvetenskap, Mitthögskolan i Östersund, har studier om mediabevakning och massmedia.



Några av publikationerna: "Är konsumenterna rationella? - en analys utifrån forskning om konsumentbeteende, masskommunikation och välfärd", "Popmusik, politik och påverkan, politiska val och lokala media". Ett projekt heter "Bioteknik och den europeiska allmänheten. En internationell studie av Policy, Mediabevakning och allmänhetens uppfattningar".

Internationella Miljöinstitutet, Lund, har en undersökning om "konsumenter på marknader med bristfällig information".

Ekonomiska institutionen, Linköpings universitet har projekt om information. En uppsats heter "Konsumenten en upplyst despot? En teoretisk och empirisk analys av konsumentvarumarknaden med avseende på information".

På Konsumentverkets uppdrag bedriver Institutionen för socialt arbete, Umeå universitet, utbildning i hushållsekonomisk rådgivning.

Forskning om den nya informationsteknologin finns vid Tema Teknik och Social förändring, Linköpings universitet. Titlar: "Informationsteknologi i vardagsliv och skola" och "Distansarbete och datorer".

Tema Kommunikation och Tema Barn, Linköpings universitet, är viktiga kompetenscentra för mediaforskning.

Fonden för Handels- och Distributionsforskning, Handelshögskolan i Stockholm, forskar om konsumentbeteende, beslutsfattande, sparbeteende, affärsetik och marknadsanalys.

På sociologiska institutionen i Lund finns forskning om Body Shop och artiklar kring mode.

### **Forskningens fortsatta inriktning**

Utbildning, information, reklam, marknadsföring är ett komplext område. Forskningen skall inriktas på många sändare, från grundskolans undervisning i konsumentkunskap till företagens reklamtrång i privatsfären via radio och TV, på budskapets innehåll och form, på media som används för kommunikationen och på många typer av mottagare.

Det konsumentpolitiska intresset fokuseras på barn och ungdom, som är mest skyddslösa mot påverkan. Detta område in-

går i de prioriterade forskningsuppgifterna i det nordiska konsumentforskningsprogrammet.

Andra konsumentpolitiskt viktiga områden är tobaks- och alkoholreklam samt diskriminerande reklam.

Såväl lagstiftning som "självsanering" används som medel för att komma tillrätta med oetisk verksamhet. Skärpt marknadsföringslagstiftning har införts.

Konsumentverket har i olika debattmaterial riktat uppmärksamheten mot marknadsföringens nya metoder och inriktning. Åtstörningar bland flickor och bruk av anabola steroider bland unga män förs fram som sannolika konsekvenser av reklamens fokusering på specifika kroppsideal.

Med den ökande internationaliseringen av produkter och media intar den internationella reklamen ett allt större utrymme. Man kan fråga sig om detta medverkar till kulturell nivellering.

Den starka fokuseringen på marknaden och dennas informationssystem innebär att frågan om vilken hushållskunskap som behövs idag och hur den skall förmedlas delvis kommit i skymundan. Snabba förändringar i vardagslivets produkter, kärv ekonomi, krav på kretsloppsanpassning ställer nya krav på hushållning med resurser och därmed på nya kunskaper. Stora förändringar gör att gammal beprövad kunskap inte alltid är giltig. Viktiga frågor blir vilken ny kunskap skall förmedlas av vem och hur.

Grundläggande forskningsuppgifter är att studera förändringar i reklamens och marknadsföringens budskap, metoder och kanaler. Reklam i Internet samt TV-shopping är exempel på aktuella nya kanaler och metoder att nå hushållen i hemmiljö.

Följdfrågor för konsumentforskningen är hur informationsbruset tas emot, selekteras och påverkar kunskapsuppbyggnad, värderingar och beteenden. Exempel på forskningsuppgifter med bärlighet i detta sammanhang är attityder till diskriminerande reklam.

Kunskapsuppbyggnad för hushållning i kretsloppssamhället är både en innehållslig och en pedagogisk utmaning. Flera forskare har visat intresse för att studera hushållens kunskaps-



uppbyggnad i kretsloppssamhället. Studier av miljöargument i reklamen hör hit.

Forskarseminarierna och inventeringen har visat att forskare med media/påverkaninriktning har intresse av att vidareutveckla sin forskning inom för konsumentforskningen centrala områden. Konsumentverket avser att medverka i utvecklingen av ett forskarnätverk som startade under 1993 inom ramen för verkets arbete kring reklamens utveckling.

Områdets komplexitet och omfattning kan motivera en underindelning i specifika forskningsområden som barn och ungdom, media/livsstil/konsumtion samt konsumtion i ett historiskt/etnologiskt/socialt perspektiv.

Viktiga forskningsuppgifter gäller skolans roll som kunskaps- och attitydförmedlare i informationssamhället.

Slutligen bör den kommunala konsumentvägledningens informationsroll uppmärksammas och utvärderas från metod- och resultatsynpunkt. Detta kan ske i ett EU-perspektiv. En jämförande studie av svenska och EU-baserade teorier om konsumentinformation förefaller angelägen.

Följande samlingsrubriker för forskning inom området föreslås:

- Hushållen i mediabruset - underindelad ramprojekt
- Information och reklam som maktrelation
- Det offentliga som informatör - om skolans och den kommunala konsumentverksamhetens roll

### 3.7 Konsumentpolitikens instrument - effekter, alternativa lösningar och organisationsformer

#### **Inledning**

Konsumentpolitikens instrument och deras effekter, alternativa metoder att bedriva konsumentpolitik, frivilligorganisationernas roll är mycket viktiga forskningsfrågor.

#### **Forskningsinventeringen**

Materialet från inventeringen har grupperats under följande rubriker:

- Konsumentjuridisk forskning
- Skuldsanering
- Medborgarkontor
- Frivilligorganisationer

#### **Konsumentjuridisk forskning**

Vid Juridiska institutionen, Uppsala universitet; bedrivs forskning och utbildning om konsumenträtt. I skriften "Konsumentskyddets former" diskuteras grundläggande konsumentjuridiska frågeställningar. Skriften innehåller också en översikt över det konsumenträttsliga området.

#### **Skuldsanering**

Nationalekonomiska institutionen och Rättsvetenskapliga institutionen i Göteborg har inlett forskning om skuldsanering. Rättsvetenskapliga institutionen har också forskning om "Konsumenters skydd från avtal till konkurs".

Institutionen för slöjd och hushållsvetenskap, Göteborgs universitet, har genomfört ett antal projekt om hushållens ekonomi; "I och ur skuldfällan", "Hushållens situation vid frivillig skuldsanering", "Efter ekonomisk rådgivning och skuldsanering - hur gick det?".

Vid Sociologiska institutionen, Lunds universitet, studeras "Konkursen som socialt beteende".



### **Medborgarkontor**

Institutionen för företags- och förvaltningsutveckling, Mitt-högskolan, Sundsvall, ansvarar för den rikstäckande utvärderingen av medborgarkontor.

### **Frivilligorganisationer**

Konsumentverket har beviljat medel till utvärdering av verkets stöd till frivilliga organisationer samt för ett program för forskning om kommunal konsumentverksamhet. Denna har också utvärderats.

Institutionen för samhällsvetenskap, Mitthögskolan i Östersund, gör en internationell jämförelse av förutsättningarna för utvecklingen av mänskliga resurser i glesbygdsområden, "Ungdomar i Europas periferi". Institutionen arbetar också med kooperationsforskning.

### **Forskningens fortsatta inriktning**

Diskussionerna av forskning om de konsumentpolitiska instrumenten var livliga och konkreta under forskarsamråden. Stort intresse visades för en förstärkning av forskningen. Kvalificerade forskare finns men brist på resurser till forskarutbildning och fasta tjänster utgör hinder för bredare och långsiktiga insatser.

För hushållen är det fundamentalt att de konsumentpolitiska instrumenten, avsedda att stärka konsumenternas ställning och att skydda dem, fungerar väl. EU-inträdet innebär att det svenska regelverket skall anpassas till EU:s regelsystem. Konsekvenserna för hushållen av dessa förändringar är ett aktuellt forskningsområde. Inslagen av juridisk forskning är grundläggande vid studierna av instrumentens funktion. Ett tvärvetenskapligt angreppssätt är dock angeläget för att andra aspekter - sociala, ekonomiska och maktrelaterade - skall behandlas på ett kompetent sätt.

Konsumentverket betonar resultatstyrningens betydelse för utvecklingen av verkets arbete. Utan kontinuerlig utvärdering av de konsumentpolitiska arsenalerna, lagstiftning, branschöverenskommelser, kommunal konsumentverksamhet, utbildning och information etc. kan någon egentlig resultatstyrning inte upprätthållas.

Den lokala konsumentverksamheten spelar en nyckelroll i svensk konsumentpolitik. Inriktningen av arbetet förefaller att i hög grad styras av konjunkturerna. Så utgör t. ex skuldsanering och budgetrådgivning idag en dominerande arbetsuppgift. Utvecklingen av den kommunala konsumentverksamheten är beroende av forskning.

Frivilligorganisationernas roll när det gäller att påverka konsumenternas villkor har aktualiserats vid EU-inträdet. I EU:s policy utgör de frivilliga konsumentorganisationerna motorn i konsumentpolitik på marknadsideologisk grund. I Sverige är frivilligorganisationernas roll ännu inte särskilt framträdande. Forskning om organisationernas rekrytering, inriktning, arbetsformer, påverkansmöjligheter och relationer till de kommunala och statliga organen bör genomföras.

Satsning på följande forskarnätverk är angelägen och kan bli framgångsrik:

- || Konsumentpolitikens instrument och arbetsformer
- Svensk konsumentpolitik under EU:s inflytande
- o Organisering och konsumentmakt
- o Lokalt - centralt i konsumentpolitiken



### 3.8 Hushållen och välfärden i statistisk belysning

#### **Inledning**

Inom konsumentpolitiken finns behov av en övergripande, aggregerad kunskap om hushållens situation. Enligt direktiven är denna kunskap av generell natur. Den används även inom andra politikområden och insamlingen av data behöver därför inte ingå i konsumentforskningens kostnadsram. Vi instämmer därmed i den uppfattning som framförs i direktiven, att behovet av denna kunskap kan "tillgodoses genom den allmänna forskningspolitiken".

Det är däremot angeläget att kunskap om välfärdssystemens förändringar och dessas konsekvenser sammanställs och görs tillgänglig på ett översiktligt och lättförståeligt sätt. Parallellt krävs djupgående och differentierad kunskap, t. ex. för analyser av effekterna av förändringarna i trygghets- och transferringssystemen för olika hushållstyper och individer.

Ett led i denna kunskapsproduktion är Statistiska Centralbyråns statistik inom konsumentområdet. Vi har samrått med SCB om innehållet och redovisningen av denna statistik. I Hushållen: Producenter eller Konsumenter?, redovisar SCB kortfattat några aspekter på konsumentstatistikens faktiska och möjliga utveckling (bilaga 4).

#### **Sammanfattning av SCB:s promemoria**

Hushållen är inte endast konsumenter, utan också producenter och hushållens levnadsstandard påverkas av konsumtionsutrymmet, konsumtionsförmågan, produktionsutrymmet och produktionsförmågan. Hushållens produktion är omfattande, men inte klarlagd, menar SCB.

Tidigare hade den officiella statistiken en traditionell syn på konsumtion och konsument, där arbetskrafts- och utgiftsundersökningar ensidigt visade att hushållen tillhandahöll arbetskraft och var köpare av varor och tjänster. Dessa undersökningar kompletterades med en löpande välfärdsstatistik, men

hushållens eventuella produktion i hemmen omfattades ej av den officiella statistiken.

Konsumentstatistiken inkluderar numera ett handlingsperspektiv. Nu är utgångspunkten att hushållen producerar för att kunna konsumera varor och tjänster för att få ett bra liv och inte för produktionens egen skull. Hushållen skaffar material och halvfabrikat som de bearbetar med hjälp av arbets- och kapitalinsatser även i hemmen.

I SCBs fullskaliga tidsanvändningsstudie 1990/91 finns kunskap om vilka aktiviteter som människor ägnar sin tid åt. Även produktionen som sker i hushållen omfattas av statistiken. Det främsta syftet med undersökningen var att utgå från jämställdhetsaspekter i samhället och att se skillnaderna i kvinnors och mäns deltagande i olika livssfärer (Rydenstam, K: *I tid och otid. En undersökning om kvinnors och mäns tidsanvändning 1990/91*, rapport nr 79, Levnadsförhållanden, SCB). Tidsanvändningsstudier ger kunskap om vilka grupper av individer och hushåll som gör vad, vilken omfattning insatserna har och hur tidsinsatserna fördelas.

För att komplettera den privata konsumtionen med produktionen i hushållen måste dels den tid hushållen ägnar åt produktion och dels den del av den privata konsumtionen som är insatsvaror i hushållsproduktionen tas fram, dvs de varor och tjänster som klassas som insatsvaror.

Aktiviteterna i hushållsproduktionen är enligt SCB matlagning, städ/tvätt, underhåll, inköp, barnomsorg, trädgårdsarbete, transporter m. m. Tidsåtgången för aktiviteterna kan presenteras såväl separat för män och kvinnor som sammantaget. Insatsvarorna i hushållsproduktionen är livsmedel, köksutrustning, städutrustning, energi, transportfordon m. fl.

Satelliträkenskaperna för hushållsproduktion ger en "mer heläckande bild av produktionen i ekonomin genom att inkludera ett värde av och en struktur för hushållens produktion".

### **SCB:s förslag till statistikutveckling**

För att gå vidare behövs enligt SCB information om vilka resurser hushållet förfogar över och vilka resultat hushållsproduktionen ger. Men för att kunna uppskatta sambanden mellan den resurs som tiden utgör i hushållsproduktionen och övriga



inköpta resurser måste tids- och utgiftsanvändning ställas samman på hushållsnivå.

Den pågående utvecklingen av konsumentstatistiken innebär att utgiftsstatistiken (HUT) från och med 1995 görs löpande och ca 2000 hushåll per år lämnar uppgifter om sina utgifter. Insamling av data fördelas jämnt över årets månader. Syftet med en förenklad tidsanvändningsundersökning är att "spegla den totala produktionen i samhället", men den bör kompletteras med fullskaliga tidsanvändningsstudier.

En pan-europeisk tidsanvändningsundersökning planeras till 1997 inom Eurostat. Den har likheter med SCB:s undersökning från 1990/91. Det finns emellertid inget beslut att Sverige ska delta i den pan-europeiska tidsanvändningsundersökningen.

Utvecklingen av konsumentstatistiken kan även ge bättre statistik inom andra områden t. ex. jämställdhet som inkluderar arbetsdelningen, kvinnors och mäns bidrag till ekonomi och välfärd, vardagslivets organisering etc. och om konsumtionens miljöpåverkan och hushållens organisation av sina transporter. "Detta bidrar också till att ett handlingsperspektiv kan utvecklas i välfärdsstatistiken".

### **Statistikunderlag för konsumentforskning**

Vi konstaterar att SCB:s statistik delvis motsvarar konsumentforskarnas behov av grundläggande information bl. a. för att identifiera problem och bygga upp bakgrundskunskap till detaljerade studier. Behovet av utvecklad och förfinad statistik är dock stort. Statistik som redovisar hushållens produktion i relation till resurser och handlingsutrymme är särskilt viktig.

En utformning som gör det möjligt att särskilja kritiska hushållskategorier bör genomföras. Statistiken bör göra longitudinella beskrivningar möjliga. Viktigt är att det går att "titta in i hushållen", dvs att beskriva inbördes relationer mellan hushållsmedlemmar i jämställdhets- och resursfördelningsperspektiv.

Det är angeläget att SCB kan utveckla och genomföra ett heltäckande basprogram för kontinuerlig konsumentstatistik, bland annat som stöd för konsumentforskningen. Det är rimligt att SCB också ges möjlighet att delta i den pan-europeiska tidsanvändningsstudien.

**Del 4**  
**En samlad**  
**strategi**





## 4.1 Forskningens organisering

### **Inledning**

Enligt direktiven "förutsätter kvalificerad forskning en långsiktig kunskapsuppbyggnad och att återväxten av kompetenta forskare säkerställs. Det förutsätter en högskolemiljö med forskarutbildning. För att garantera kvaliteten måste således universitet och högskolor ha huvudansvaret för forskningen. Utredaren bör föreslå hur och i vilka former det går att vidareutveckla de forskningsmiljöer och forskningsprofiler som finns".

Vi har genom samråd med aktörerna bedömt fördelar och nackdelar med olika organisationsmodeller på forskningsnivå och nationell nivå.

Det visar sig nödvändigt att relatera organisationsform till framtida resursvolym. Bedömningarna av alternativa forskningsorganisationer är således kopplade till finansieringsfrågan.

### **Organisationsmodeller på forskningsnivån**

Forskning kan organiseras i olika former. Uppfattningen om för- och nackdelar hos olika organisationsformer har varierat över tid och mellan olika forskningsområden. En viktig skiljelinje har gått mellan förespråkare för högskolan som huvudansvarig och för olika former av institutbildningar utanför högskolan.

Samhällssektorer med starka avnämare tycks föredra institutformen, medan allmänintresset ser högskolan som den viktigaste verkställaren av forskning. Branschforskningsinstitutet exemplifierar det första, ofta med en kombination av statlig och näringslivsfinansiering. Samhälls- och socialvetenskapliga forskningen exemplifierar den motsatta organisationsformen, hänvisad till högskolan.

### **Flera kärnor och obestämd periferi**

Konsumentforskningsområdet har inte några tydliga gränser. Man kan tala om ett område med flera kärnor och en obestämd periferi. Konsekvenserna diskuteras tidigare i betänkandet. Vi



konstaterar att organisatoriska förändringar är en viktig del av strategin för att stärka forskningen.

Utgångspunkt för samråden med intressenterna har varit ett antal "teoretiska" organisationsmodeller som omfattar alla aktörer. På forskarnivån är flera organisationsformer möjliga, från ett särskilt "konsumentforskningsinstitut" via "öronmärkta institutioner vid högskolan", "nätverk och konsortier" till enskilda forskare. Dessa lösningar samt kombinationer diskuterades ingående vid forskarsamråden. Utgångspunkten var att ge forskarna möjlighet att bedöma för- och nackdelar baserat på egna erfarenheter och önskemål.

### **Ett konsumentforskningsinstitut ?**

En fråga för utredningen var om ett forskningsinstitut kunde vara ett alternativ till den högskolebaserade forskning som förordas i direktiven. Sådana institut finns i Norge och Finland och har tidigare funnits i Sverige. Företrädare för de norska och finska instituten hävdar att de fungerar bra. Någon oberoende bedömning är inte känd.

En uppfattning vid samråden var att ett institut för konsumentforskning kan ge stabilitet åt forskningsområdet. Långsiktig kunskapsuppbyggnad och anställningstrygghet kan säkras. Man konstaterade samtidigt att ett institut endast kan verka inom en begränsad del av forskningsområdet. Det blir orimligt stort om det skall innehålla bred kompetens. Det pris man får betala blir en slumpmässig gräns mellan instituts- och högskoleforskning, olämpliga skillnader i villkor för forskare inom och utanför institutet och en ojämn konkurrenssituation. Forskarutbildning och kontakten med grundutbildningen försvåras. Risk föreligger också för bristande flexibilitet och problem att säkerställa inflödet av ny kompetens till ett institut.

### **Högskolebaserad forskning ?**

Organiseringen av konsumentforskningen inom högskolan kan ske enligt olika modeller. Forskningens omfattning och komplexitet liksom den disciplinära förankringen varierar och ger anledning till val av olika organisationsformer. Forskarna ansåg att rumslig anknytning till annan forskning inom disciplinen ger goda förutsättningar för teori- och metodutveckling. Flexibilitet och förnyelse befrämjas. Risken för konkurrensutsättning gentemot mer etablerade forskningsinriktningar ökar

samtidigt. Ett tydligt önskemål var att möjligheterna till tvärvetenskapligt samarbete underlättas.

Att förorda en enda organisationsform inom högskolan är fel. En lämplig form ansågs dock vara nätverk eller konsortier inom vilka forskare från flera discipliner samverkar i stora och långsiktiga program. Nätverken bör vara anknutna till minst en basinstitution med resurser och ansvar för samordningen.

### **Forskarutbildning**

Forskarutbildning är en av grundstenarna i en långsiktig kunskapsutveckling. Ansvaret för forskarutbildning inom konsumentområdet kan till en början eventuellt koncentreras till en eller ett fåtal institutioner med kompetensbidrag från flera forskningsområden.

Den kan ha formen av Forskarskola för konsumentforskning, eventuellt som Sommaruniversitet. Det långsiktiga ansvaret åvilar högskolan. Initialt kan externt ekonomiskt stöd för uppbyggnaden av forskarutbildningen behövas.

### **Grundutbildning**

Ett kvalificerat och obligatoriskt inslag av forskningsbaserad "konsumentkunskap" bör finnas inom alla grundutbildningar. Förebild kan vara de kurser som Institutionen för konsumentteknik ger i utbildningen av civilingenjörer vid CTH. Där bibringas studenterna kunskaper i system- och produktdesign i ett brukarperspektiv. Motsvarande typ av kurser kan integreras i alla yrkesförberedande utbildningar.

### **Organisationsmodeller på nationell nivå**

När konsumentforskning sker inom praktiskt taget alla discipliner inom högskolan blir behovet av överblick och samordning stort. Detta behov kan endast tillfredsställas på nationell nivå.

Formerna för överblick över forskningsområdet kan inte diskuteras oberoende av finansieringsformen. Diskussionen slutförs därför i samband med utredningen av finansieringen av konsumentforskningen. Här förs en allmän diskussion av olika organisationsformer.

Utgångspunkten är en mångskiftande, flexibel, flerdisciplinär konsumentforskning inom högskolan.



Den institutionella formen för överblick och samordning bör enligt vår uppfattning ordnas enligt olika modeller beroende på vilka resurser som ställs till forskningens förfogande. Fyra modeller har tagits fram som diskussionsunderlag:

### **Modell 1: Ett nytt forskningsråd**

Ett väsentligt resurstillskott tillförs forskningsområdet. Ett nytt forskningsråd disponerar forskningsmedlen och fördelar efter ansökan från forskare efter bedömning av vetenskaplig kvalitet och samhällsrelevans.

Vår bedömning är att konsumentforskningen bör betraktas som sektorsforskning. En i detta sammanhang intressant beskrivning av förändringarna i svensk forskningspolitik över tid finns i "Riksdagen, regeringen och forskningen - några drag i svensk forskningspolitik under två decennier" (SOU 1995:121). I skriften skildras den sektoriella FoU-politikens utveckling i landet. Man konstaterar att det skett en "rådifiering" av sektorsforskningen med kvalitetskriteriet som huvudmotiv. Rådifieringen innebär att forskarsamhällets inflytande ökat i bedömningen av anslagsansökningar på bekostnad av sektorsorganens sakintrasse.

Enligt denna modell bör ett forskningsråd inom konsumentområdet sammansättas av en majoritet av forskare samt en minoritet bestående av representanter för Konsumentverket, den lokala konsumentverksamheten samt fristående konsumentorganisationer.

### **Modell 2: En delegation**

Ett mindre nytillskott för konsumentforskning tillförs befintliga forskningsråd. En delegation ges organisatoriska och ekonomiska resurser för att överblicka, initiera och samordna.

Att utifrån påverka resursfördelningen inom befintliga forskningsråd är en grannliga uppgift som ställer särskilt höga krav på överblick, tyngd i argumenteringen och förhandlingsförmåga. Delegationens uppgift är att initiera, stöda och samordna konsumentforskning. Samordningen sker på "frivillig" väg genom informationsinsatser, debatt och förhandlingar med forskningsråd och forskare. För att delegationen inte skall bli helt tandlös bör den förfoga över medel för initiering av pro-

gramarbete, utveckling av kvalificerade anslagsansökningar och sammanställning av forskningsresultat.

### **Modell 3: FRN ges samordningsansvar**

En förstärkning sker genom att befintliga forskningsråd omprioriterar inom nuvarande ramar. Forskningsrådsnämnden (FRN) tilldelas resurser för överblick och samordning. Modellens slagkraft är helt beroende av storleken på de forskningsmedel som frigörs genom omprioriteringar.

### **Modell 4: FRN svarar för överblick**

Bättre resursutnyttjande inom befintliga ramar. Forskningsrådsnämnden (FRN) ges i uppdrag att överblicka området. Detta alternativ torde enligt vår bedömning inte nämnvärt förbättra konsumentforskningens situation och svarar inte mot utredningens ambitionsnivå.

### **En flerdimensionell kraftsamling**

Beskrivningen av forskningsbehoven satt i relation till nuvarande forskningsresurser visar att en betydande kraftsamling inom forskningsområdet är berättigad.

Förstärkningen kan ske i olika organisatoriska former. Vår bedömning, baserad på egna överväganden och samråden med konsumentforskarna, är att forskningsområdets mångfald, kompetens och utveckling bäst tillgodoses inom högskolan.

Huvuddelen av de fria resurserna bör tillfalla större, tvärdisciplinära forskargrupper. Anslagen kan ha olika form, beroende på områdets vikt och komplexitet, graden av långsiktighet, kompetensnivån hos deltagande forskare och behovet av stödjande forskarutbildning med flera faktorer.

En uppläggnings baserad på starka grupperingar av forskare inom högskolan stämmer väl mot internationella trender. EU-forskningen arbetar vanligen i s. k. konsortier. Denna organisationsform underlättar därför sannolikt samverkan nordiskt, med forskare i andra EU-länder och internationellt.

Kartläggningen har visat att forskningens bas i form av forskartjänster och doktorandtjänster är svag. Den bör byggas ut vid strategiskt viktiga institutioner för att trygga långsiktig inomdisciplinär specialkompetens.



Hur samordningen av forskningen bör ske på nationell nivå beror på vilka ekonomiska resurser som tillförs området. Vi har sökt visa detta genom att presentera fyra olika modeller. Valet mellan dessa modeller skall således kopplas till resursförstärkningens omfattning. Så sker i utredarens förslag till organisering och finansiering av forskningsområdet.

## 4.2 Kompetenscentrum och forskningsbibliotek

### **Inledning**

Konsumentforskningsområdets storlek och komplexitet ställer stora krav på överblick och möjlighet för avnämarna att finna information. Forskningens nytta står och faller med möjligheten att sprida resultaten i rätt form och till rätt mottagare. Forskarna inom området har behov av att snabbt och med modern informationsteknik nå fram till forskningsfronten och bygga upp kontaktnät.

Mot denna bakgrund har vi studerat möjligheterna att utveckla ett kompetenscentrum med ett kvalificerat forskningsbibliotek.

### **Behovet av ett kompetenscentrum**

Konsumentverkets centrala uppgifter inom konsumentområdet bör avspeglas i relationen till forskning och kvalificerat utvecklingsarbete. Det är därför rimligt att Konsumentverket ges en roll som förmedlare av forskningsresultat. Konsumentverket bör därutöver kunna spela en viktig roll som kontaktpunkt och idégivare för forskarna.

En av Konsumentverkets fyra verksamhetsgrenar är "kunskapsförmedling". Verket beskriver målsättningen på följande sätt:

- att utveckla stödet till den lokala konsumentverksamheten främst så att en effektiv budgetrådgivning och skuldsanering kan upprätthållas i kommunerna
- att öka insatserna för att service görs tillgänglig för handikappade och äldre bland annat genom att tekniken anpassas efter deras behov
- att göra insatser för att stärka konsumenternas, särskilt ungdomars, kunskaper om konsumentfrågor
- att stödja konsumentorganisationer

Dessa pragmatiskt grundade mål har ett starkt berättigande. Konsumentverket är en viktig kanal ut i samhället. Utöver kunskapsförmedlingen till den kommunala verksamheten och kon-



sumentorganisationerna, har Konsumentverket mycket omfattande informationskontakter med media. Verket har dessutom egna kanaler till skolan, olika institutioner och allmänheten, bl.a. genom skriftproduktion och tidskriften Råd&Rön.

Det är därmed naturligt att se Konsumentverket som nationellt kompetenscentrum inom konsumentområdet, även innefattande forskningsinformation.

I uppgiften bör ingå att sammanställa och förmedla forskningsresultat på lämpligt sätt genom de kanaler som verket förfogar över.

### **Behov av ett forskningsbibliotek**

Vi har låtit utföra en studie av möjligheterna till litteratursökning inom konsumentområdet. Ett urval av aktuella forskningsrapporter och artiklar har sökts i Konsumentverkets lokala biblioteksdatabas samt i LIBRIS, BTJ 2000, ARTIKELSÖK, HELICON och RÄTTSBALKEN. Studien redovisas i bilaga 5.

Vi konstaterar att de studerade biblioteken använder olika klassificeringssystem. Eftersom forskningsområdet saknar tydlig identitet sker klassningen av forskningsrapporter med viss slumpmässighet. Det är därför generellt svårt att identifiera konsumentforskning i nu tillämpade system. Ett för konsumentforskningen adekvat klassifikationssystem behöver därför utvecklas. I studien konstateras följande:

"För att följa upp, förstärka och strukturera sökbarheten av ämnet konsumentforskning och konsumentfrågor i övrigt i svenska informationssystem borde de specialsamlingar och den specialkunskap som finns i Konsumentverkets bibliotek utnyttjas i bredare bibliotekssammanhang".

Utredaren påpekar dessutom det ofördelaktiga i att Konsumentverkets bestånd och register inte är sökbara utifrån samt att primärkatalogiseringen sker i ett isolerat, lokalt bibliotekssystem.

Dessa nackdelar till trots spelar Konsumentverkets bibliotek redan en betydelsfull roll som specialbibliotek med ett stort bestånd av litteratur och tidskrifter och sakkunnig personal.

Såväl forskarnas önskemål om ett centralt konsumentforskningsbibliotek och möjlighet till effektiv litteratursökning via

elektroniska databaser som Konsumentverkets interna kunskapsbehov talar för att Konsumentverkets bibliotek utvecklas så att det svarar mot kraven på ett centralt forskningsbibliotek inom konsumentområdet.

För att fylla denna uppgift måste biblioteket upprustas tekniskt, förbindas med externa databaser och söksystem samt ges resurser för kontinuerlig beståndsutveckling. Eftersom en snabb internationalisering av konsumentforskningen kan förutses bör biblioteket anknytas också till internationella datanätverk.

Biblioteket bör dessutom få förstärkta personalresurser för information, användarutbildning och annan extern service.

Även om konsumentverkets forskningsbibliotek inte kan ges status av särskilt ansvarsbibliotek, kan de riktlinjer som utarbetats för sådana av BIBSAM (Sekretariatet för nationell planering och samordning inom Kungliga Biblioteket) vara vägledande. Där sägs att biblioteket "skall bära ett särskilt ansvar för bestånds- och referensservice, utveckling och fortbildning". Anslag för upprustning av forskningsbibliotek kan sökas hos BIBSAM.

I linje med Konsumentverkets roll som kompetenscentrum ligger att verkets bibliotek moderniseras, anknyts till svenska och internationella databaser, tillförsäkras kontinuerliga resurser för beståndsutveckling samt för bestånds- och referensservice till externa användare. Bibliotekets roll och ansvar i utbildnings- och informationsfrågor bör också övervägas.

För att fullfölja uppgiften som kompetenscentrum med forskningsbibliotek behöver Konsumentverket särskilda resurser.



## 4.3 Forskningens finansiering

### Inledning

I tidigare avsnitt har vi i enlighet med direktiven redovisat motiv för en kraftsamling inom konsumentforskningen. En sådan kan självfallet inte komma till stånd utan resurstillskott som motsvarar önskemålen om ökad forskning. Enligt direktiven skall utredaren "även lämna förslag om vilka ekonomiska resurser som kan komma att krävas för att genomföra det konsumentpolitiska forskningsprogrammet".

### Nuvarande finansieringsformer och volym

Huvuddelen av den nuvarande konsumentforskningen finansieras med anslag från forskningsråd och från Konsumentverket. Öronmärkta konsumentforskartjänster, professorer, forskarassistenttjänster, finansierade över fakultetsanslaget finns enbart vid Institutionen för konsumentteknik vid CTH.

Doktorandtjänster, där den forskarstuderande arbetar med avhandlingsprojekt inom konsumentområdet, förekommer sporadiskt vid vissa högskolor. Gränsfall utgör bl a lärartjänsterna vid de hushållstekniska institutionerna. I övrigt sker finansieringen således genom tidsbegränsade projektanslag.

Vi har bedömt den nuvarande forskningens omfattning, mätt i årsarbetsinsatser och pengar. Det kan endast bli fråga om en grov uppskattning. Orsakerna är flera: Svårigheten att göra en ämnesavgränsning, det stora antalet finansiärer, blandningen av korta och långa projekt, forskarnas varierande insatser över tid i samma projekt, projekt som finansieras med universitetstjänster över fakultetsanslaget samt sättet att beräkna omkostnader osv.

Vår bedömning är att insatsen för den nuvarande konsumentforskningen uppgår till mellan 15 och 25 årsarbetare, vilket motsvarar en årskostnad av 9 -15 mkr. Vi bygger fortsättningsvis våra bedömningar på en årskostnad av 12 mkr inklusive Konsumentverkets forskningsanslag.

### Satsningar på andra områden

Som bakgrund till våra förslag till resursförstärkning inom konsumentområdet är det intressant att jämföra vilka forskningssatsningar som görs på sektorsforskning inom andra områden.

I ett underlag till forskningsfinansieringsutredningen (PM 1995-12-19) redovisas följande siffror i vårt urval.

Forskningsresurser inom enligt vår uppfattning besläktade, mjuka områden:

Överstyrelsen för civil beredskap (ÖCB)	25 mkr
Folkhälsoinstitutet (FHI)	23 mkr
Socialvetenskapliga forskningsrådet	90 mkr
Statens skolverk	26 mkr
Rådet för Arbetslivsforskning	263 mkr

Forskningsresurser inom hårda samhällssektorer:

Försvarmakten	850 mkr
Försvarets materialverk (FMV)	369 mkr
Vägverket (VV)	148 mkr
Statens råd för byggnadsforskning (BFR)	194 mkr
Närings- och teknikutvecklingsverket (NUTEK)	1.445 mkr
Statens råd för skogs- och jordbruksforskning (SJFR)	250 mkr

Vi konstaterar att skillnaden mellan de mjuka och de hårda områdena är markant. Men också att arbetslivsforskningen har resurser i en helt annan skala än vad som står till vardagslivsforskningens förfogande.

Det ligger utanför vår kompetens att göra jämförande bedömningar av forskningsbehovet inom försvarsindustri, näringsliv och teknik och inom hushållens domäner. Däremot anser vi oss ha anledning förmoda att skillnaderna inte kommer att lämnas utan eftertanke i arbetet med forskningspropositionen.

### Med siktet inställt på 50 mkr per år

Med utgångspunkt från vår analys av forskningsområdet och behovet och nyttan av konsumentforskning satt i relation till nuvarande forskningsresurser har vi bedömt att en forsknings-



volym om 50 mkr/år efter en uppbyggnadsperiod är önskvärd och möjlig.

Det är rimligt att de forskningsråd samt Konsumentverket, som nu stöder konsumentforskning, tills vidare upprätthåller dagens finansieringsvolym, beräknad till 12 mkr/år. Vi lämnar öppet om och i så fall när dessa medel skall överföras till ett nytt finansieringsorgan. Vår bedömning är att NUTEK, SJFR, AFR, Rådet för Arbetslivsforskning samt Konsumentverket ligger närmast till hands för ett sådant bidrag.

Vi utgår från att Konsumentverket kompenseras för bortfallet av forskningsmedel med resurser av motsvarande storlek inom förvaltningsanslaget. Dessa medel skall nyttjas för studier som fyller för verksamheten omedelbara kunskapsbehov.

När full uppbyggnad uppnåtts bör volymen hållas konstant under minst ytterligare fyra år, förutsatt att en utvärdering efter en lämplig verksamhetsperiod visar att avvägningen var ändamålsenlig.

### **En insatstrappa till full utbyggnad**

Erfarenheter från andra nya forskningsfält, t. ex. konkurrensforskningen, visar att takten i utbyggnaden av ett nytt forskningsområde är beroende av tillgången på kvalificerade forskare med intresse för uppgiften. Det handlar om en lagom och successiv ökning av insatsen.

### **Flera stödformer i en gemensam strategi**

Möjligheterna till långsiktig kompetensutveckling och breddning av forskningsinsatserna till en mångfald av institutioner ligger i en strategisk finansieringspolitik. Finansieringsformerna måste anpassas till forskningens utvecklingsnivå inom olika delområden.

I strategin bör ingå åtgärder för rekrytering av forskare och etablering av det nya forskningsfältet. Rekryteringsinsatserna kan ha formen av forskarutbildning, doktorandtjänster, handledartjänster och tjänster för projektforskare. Etableringen av forskningsområdet påskyndas genom att medel ställs till förfogande för konferenser, seminarier och uppsatstävlingar. Finansieringen kan således ske i form av:

Fasta/tidsbegränsade tjänster på olika nivåer i högskole-systemet

Stöd till forskarskolor, kurser och symposier

Långsiktiga ramanslag för större forskningsområden

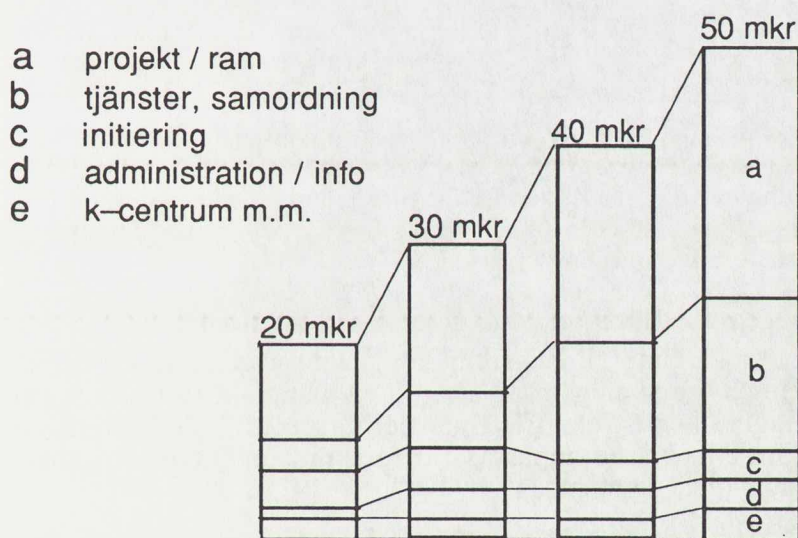
Projektanslag för specificerade tids/innehåll/resultat-insatser

Initierings/programanslag som start-stöd t ex för EU-an sökningar

Investeringsanslag för utrustning/infrastrukturutveckling

Självfallet finns ett samband mellan rimlig ambitionsnivå och tillgången till forskningsmedel. Den diskussion av insatser som förs här är knuten till forskningsvolymen 50 mkr/år och organisering enligt Modell 1; avsnitt 4.1.

Med de tre övriga modellerna och mindre eller inga nya resurser, kan en så bred förstärkning naturligtvis inte komma till stånd.



Schematisk bild av en insatstrappa för uppbyggnad av forskningsmedlen till en volym av 50 mkr år fyra. Staplarna visar ett sätt att disponera det växande anslaget för olika ändamål. Hälften disponeras för långsiktiga ram/projektanslag. Finansieringen av doktorandtjänster, mellantjänster och samordningstjänster ökar för att ge fast bas för anslagsforskningen. Behovet av nyutskott beror på i vilken takt nuvarande resurser, 12 mkr, överförs.





**Del 5**  
**Slutsatser**  
**och förslag**





## 5.1 Slutsatser och förslag

### **Inledning**

Detta betänkande handlar om vardagsforskningens villkor idag, om åtgärder för att öka dess räckvidd, samhällsliga relevans och vetenskapliga kvaliteten.

Vardagslivets villkor bestämmer i hög grad livskvaliteten. Även om arbetslivets villkor är mycket betydelsfulla för "det arbetande folket" svarar livet utanför arbetet för väsentliga livsvärden även för dem. Ett fungerande vardagsliv är dessutom en förutsättning för arbetslivet. För den stora andel av befolkningen som på grund av ålder, arbetslöshet eller arbetsoförmåga står utanför arbetslivet utgör vardagen hela livssfären.

Vardagslivet svarar för betydande del av samhällets verksamheter. Beräkningar visar att hushållens arbetsinsats motsvarar 45 - 48% av bruttonationalinkomsten. Det vore en överdrift att påstå att detta återspeglas i den nationalekonomiska debatten.

Dynamiken i dagens samhälle förändrar snabbt och dramatiskt vardagslivets villkor. Ett mångkulturellt, starkt uppdelat samhälle växer fram. De ekonomiska och sociala klyftorna och motsättningarna ökar. Påfrestningarna är stora samtidigt som nya möjligheter yppar sig.

Hushållen förhåller sig inte passiva till dessa förändringar. Tvärtom söker de nya strategier. Nya värderingar, livsstilar och beteenden utvecklas.

Varken vardagslivets betydelse i samhällsekonomin, turbulensen i hushållens verklighet eller vardagsvillkoren speglas i rättmätig utsträckning i dagens forskning.

### **Behovet av konsumentforskning**

Kunskapen om samhället måste ständigt omprövas och förnyas. Så också inom konsumentområdet.

Till faktorer som ökar behovet av nya kunskaper i dagens samhälle hör genomgripande förändringar i välfärdssystemen,



hushållens utsatta ekonomiska läge, demografiska förändringar, internationaliseringen av varu- och tjänstemarknaden under inflytande av EU samt den nya informationstekniken.

Min utgångspunkt är att sådana övergripande förändringar spelar en avgörande roll för hushållens livsvillkor och att kunskap om dem och deras konsekvens är ovärderlig i en demokratisk samhällsanalys.

Om de konsumentpolitiska målen skall uppnås krävs forskning om konsekvenserna för hushållen av dessa förändringar, om hushållens resurser och möjligheter att agera i enlighet med sina intressen samt om konsumentpolitikens förmåga att stöda särskilt utsatta hushåll.

Målsättningen är att de åtgärder jag föreslår ger forskningsområdet den styrka som dess samhällsrelevans och vetenskapliga utmaningar motiverar.

### **Fyra uppdrag**

Konsumentforskningsutredningen har haft fyra uppdrag:

- att kartlägga den konsumentpolitiska forskningen i Sverige med utblickar mot de nordiska länderna och EU
- att analysera forskningsområdet
- att föreslå hur forskningsområdet bör organiseras
- att föreslå hur forskningsområdet bör finansieras

### **Kartläggningen**

Utredningen har kartlagt den nuvarande konsumentrelaterade forskningen i Sverige genom insamling av bibliografiska uppgifter om nyss avslutad eller pågående forskning samt genom seminarier med kontaktpersoner inom forskning och forskningsfinansiering.

Jag har samtidigt sökt bedöma forskningsbehovet. Som ett led i detta har jag samrått med berörda myndigheter och konsumentorganisationer samt med utredningens sakkunniga.

Jag har funnit att relevant forskning förekommer inom alla områden som ingår i forskningsprogrammet.

Jag konstaterar att forskningen inte har den omfattning och täckning som är motiverad med hänsyn till samhällsnyttan av

ökad kunskap. Till det positiva hör att jag funnit en potential för en snabb utveckling av forskningen om resurser görs tillgängliga för forskarsamhället.

### **Forskningsområdet**

Forskningsområdet är stort och svårt att avgränsa. Ett antal kärnområden kan dock urskiljas som har bäring till de övergripande problemen. Innehållet i dessa kärnområden skisseras. Tentativa rubriker har satts på forskarnätverk eller grupperingar som enligt min uppfattning borde kunna ingå i uppbyggnaden av forskningen.

### **Organiseringen**

Jag konstaterar efter att ha övervägt olika organisationsmodeller tillsammans med forskare och finansiärer att forskningen inom området huvudsakligen bör bedrivas inom högskolan. Därmed tillförsäkras området den flexibilitet och öppenhet som är nödvändig.

Samtidigt måste långsiktighet och kompetensuppbyggnad garanteras. Detta kan ske bland annat genom satsningar på forskarutbildning, mellantjänster och långsiktiga projekt med kompetent ledning. Väsentligt är dessutom att forskarna kan integreras i internationell forskning inom området.

Min bedömning är att Konsumentverket skall ges en nyckelroll som kunskapscentrum inom forskningsområdet.

### **Finansieringen**

En konsekvens av den valda organisationsformen är att finansieringen bör ske genom ett särskilt forskningsråd. Rådets sammansättning skall garantera att vetenskaplig kvalitet och samhällrelevans upprätthålls.

Jag har bedömt att en resursvolym om 50 mkr/år vid full utbyggnad skulle kunna ge forskningen inom området rimlig omfattning och kvalitet.

Om Konsumentverkets nuvarande forskningsanslag överförs till det nya forskningsrådet anser jag det befogat att verket kompenseras i form av ett anslag för kvalificerad utredningsverksamhet inom ramen för förvaltningsanslaget.



## Förslag

I enlighet med mina slutsatser lägger jag följande förslag. Bakgrunden till förslagen samt utförliga motiveringar finns i huvudtexten.

*Jag föreslår att ett nytt forskningsråd inrättas samt att rådet efter en uppbyggnadsperiod disponerar ett årligt anslag om 50 mkr.*

Rådets styrelsemajoritet skall bestå av forskare. Representanter för Konsumentverket, den kommunala konsumentverksamheten och konsumentorganisationer skall ingå. Rådet skall ha ett eget sekretariat som dock kan dela administrativ service med annan myndighet.

*Jag föreslår att ett årligt belopp av sammanlagt 12 mkr överförs till det nya forskningsrådet från andra forskningsfinansiärer.*

Någon säker bedömning av hur mycket som idag utbetalas från olika finansiärer är inte möjlig. Nuvarande forskning inom området beräknas disponera sammanlagt c:a 12 mkr/år, fördelade på flera forskningsråd (10 mkr/år) och på Konsumentverket (2 mkr/år).

Forskningsfinansiärer som i första hand bör medverka i uppbyggnaden av det nya forskningsrådet är NUTEK, SJFR, AFR och Rådet för Arbetslivsforskning samt Konsumentverket. Formerna för överföringen till det nya forskningsrådet avgörs efter lämplighetsprövning.

Nyttillskottet av medel till forskningsområdet blir enligt mitt förslag 38 mkr/år vid full utbyggnad.

*Jag föreslår att forskningen inom området huvudsakligen skall bedrivas inom högskolan.*

Målsättningen är att varaktiga forskarnätverk, omfattande flera discipliner, byggs upp kring basinstitutioner med samordningsansvar. Vägledande för forskningens inriktning skall inledningsvis vara beskrivning av forskningsområdet i betänkan- det. Forskningsrådet skall stöda kompetensuppbyggnaden och varaktigheten hos nätverken. I detta kan ingå stöd till inrättandet av tjänster, planering och genomförande av kurser och seminarier samt initieringsbidrag till bl. a. EU-forskning. Hur fördelningen på olika typer av stöd kan se ut skisseras i betänkan- det.

*Jag föreslår att Konsumentverket, om det nuvarande forskningsanslaget tillförs det nya forskningsrådet, kompenseras i form av ett motsvarande belopp över förvaltningsanslaget för utredningar som fyller för verksamheten omedelbara kunskapsbehov.*

*Jag föreslår att Konsumentverket ges i uppdrag att svara för ett kompetenscentrum med forskningsbibliotek för området.*

För utveckling av en databas, anskaffning av utrustning och inskolning av personal föreslås ett engångsanslag om 500 tkr för budgetåret 1997. Detta anslag kan sökas från BIBSAM, Sekretariatet för nationell planering och samordning. Från budgetåret 1997 föreslår jag en årlig driftbudget för kompetenscentrum och forskningsbibliotek om 2 mkr. Beloppet ingår i det totala anslaget om 50 mkr/år.

*Jag föreslår att Statistiska Centralbyrån ges i uppdrag att vidareutveckla och genomföra ett basprogram för kontinuerlig konsumentstatistik.*

Programmet skall täcka det i betänkandet beskrivna forskningsområdet. I uppdraget ingår att SCB deltar i den pan-europeiska tidsanvändningsstudien.

*Jag föreslår att Sverige tar initiativ till en förstärkning av EU:s forskningspolitik inom konsumentområdet.*

En slutsats av diskussionerna med ansvariga inom EU är att konsumentforskningen inte har önskvärd omfattning och betydelse i utvecklingen av unionens konsumentpolitik och regelverk.





E  
K  
K

S  
E  
U  
V  
R

B  
F  
n  
f  
f  
h  
k  
l  
n  
r  
r

K  
t  
1  
h  
t

V  
n  
v

# Bilagor





# Bilaga 1:

## Konsumentpolitiskt forskningsprogram

Kommittédirektiv, Dir 1995:45. Beslut vid regerings-sammanträde den 23 mars 1995

### Sammanfattning av uppdraget

En särskild utredare tillkallas med uppdrag att utarbeta ett förslag till konsumentpolitiskt forskningsprogram som skall vara ett underlag för den forskningspolitiska proposition som regeringen avser att lägga fram år 1996.

I uppdraget ingår

- att kartlägga den konsumentpolitiska forskningen i Sverige med utblickar mot de nordiska länderna och EU
- att analysera forskningsområdet
- att föreslå hur forskningsområdet bör organiseras
- att föreslå hur forskningsområdet bör finansieras

### Bakgrund

Forskningen på det konsumentpolitiska området tillhör inte någon särskild akademisk disciplin. Tvärtom bedrivs denna forskning inom många områden med vitt skilda teoretiska och metodologiska ansatser. Försök har gjorts att förankra forskningen på konsumentområdet inom universitet och högskolor. Under 1970-talet inrättades ett antal tjänster för konsumentforskning. Flera av dessa tjänster har dock omvandlats och fått en inriktning mot andra forskningsområden. Bäst har forskningen lyckats etablera sig inom det konsumenttekniska området.

Konsumentverket har till uppgift att stödja och ta initiativ till konsumentinriktad forskning. Verket har sedan mitten av 1970-talet, med undantag för några år i början av 1980-talet, haft särskilda medel för att stödja forskningen på konsumentområdet.

Vid Konsumentverket bildades år 1988 en konsumentteknisk nämnd. Dess uppgift har varit att ge råd till verket och att verka för att brukarkrav beaktas vid utveckling och upphand-



ling av produkter. Nämnden har bl.a. behandlat frågor om utbildning, forskning och utveckling på området konsumentteknik. Nämnden har spelat en viktig roll för att skapa kontakter med andra intressenter när det gäller denna forskning samt för att initiera och värdera enskilda projekt. På verkets begäran har nämnden upphört. Skälet är att verket önskar pröva andra former för arbetet med frågor inom det konsumenttekniska området.

I 1993 års forskningspolitiska beslut (prop. 1992/93:170, bet. 1992/93:LU48, rskr. 1992/93:392) betonades vikten av att forskningen på det konsumentpolitiska området kan utvecklas. I propositionen utpekades ett antal angelägna forskningsområden. Detta motiverade enligt propositionen att Konsumentverket bör ha ett särskilt forskningsanslag för att kunna ge stöd till angelägna projekt. Genom ett sådant anslag får verket också möjlighet att etablera och vidmakthålla kontakter med forskarvärlden.

I avvaktan på den konsumentpolitiska översyn som hade inletts föreslog regeringen att anslaget till konsumentforskning tills vidare skulle vara oförändrat, dvs. 2,1 miljoner kronor. Riksdagen antog regeringens förslag och har även beslutat om motsvarande belopp för budgetåret 1994/95.

Konsumentpolitiska kommittén föreslog i sitt betänkande Konsumentpolitik i en ny tid (SOU 1994:14 s. 313) att den konsumentpolitiska forskningen skulle förstärkas inom universitet och högskolor, speciellt på områdena konsumenträtt och ekonomi. Den föreslog vidare att regeringen tillsammans med ansvariga myndigheter samt experter och forskare skulle ta fram ett konsumentpolitiskt forskningsprogram.

En särskild utredare bör få i uppdrag att ta fram ett underlag till ett konsumentpolitiskt forskningsprogram.

## **Uppdraget**

### *Utgångspunkter för uppdraget*

Den konsumentpolitiska forskningen vid universitet och högskolor bör förstärkas. Forskning är nämligen ett betydelsefullt instrument för en resultatriktad konsumentpolitik. Genom forskningsinsatser kan olika problem för konsumenterna kartläggas och orsaker analyseras. Forskningen kan

ge ökad kunskap om konsumenternas förhållanden och om hur dessa kan förbättras.

Konsumentpolitiken är en del av välfärdspolitiken. Forskningen inom konsumentområdet har därigenom en stor bredd. Det innebär att forskningen innefattar flera discipliner med skilda teoretiska och metodologiska ansatser. Mångfalden i sig är en kvalitet men gör också forskningsområdet svårgripbart.

Forskningen på det konsumentpolitiska området har haft svårt att etablera sig inom traditionella forskardiscipliner och att få sin finansiering via ordinarie forskningsanslag. Forskarnätverk har inte heller naturligen vuxit fram kring konsumentforskning.

I rapporten *Forskning på konsumentområdet* (Rapport R8:1993, Byggnadsfunktionslära, KTH), som utarbetats på uppdrag av Konsumentverket, beskrivs den konsumentpolitiska problemstrukturen i tre nivåer nämligen:

A: *Välfärdens gränser*, som omfattar problem/forskning av allmän övergripande karaktär, generell välfärdspolitik m.m. Denna forskning tillgodoses genom den allmänna forskningspolitiken.

B: *Vardagslivets villkor*, som omfattar specifik kunskap om konsumenterna som individer och hushåll, samt producenterna/distributörerna. Detta är det traditionella området för den konsumentpolitiska forskningen. Här ingår också utvärderingen av konsumentpolitiska insatser.

C: *Specifika problem*, som omfattar väl definierade strategiinriktade forskningsinsatser avsedda att fördjupa kunskapen inom prioriterade områden. Här berörs bl.a. studier av de miljökonsekvenser som den privata konsumtionen får.

I rapporten redovisas ett tänkbart forskningsperspektiv för konsumentforskningen. Det skall främst ses som en möjlighet att anvisa olika ingångar till ett sammanhängande forskningsområde. Det gäller:



- \* Hushållens resurser
- \* Marknadens uppbyggnad och funktion i ett konsumentperspektiv
- \* System för varor och tjänster - säkerhet, funktion, miljöhänsyn och kostnader
- \* Utbildning och information, marknadsföring och reklam
- \* Konsumentpolitikens instrument och effekter, alternativa lösningar och organisationsformer.

Inom ramen för Nordiska ministerrådet har ett nordiskt program för konsumentpolitisk forskning tagits fram. De nordiska konsumentministrarna godkände programmet i januari 1995. Syftet med det är att aktivt främja en ökad konsumentforskning på det nordiska och det europeiska planet.

I programmet redovisas, förutom innehållet i den nordiska forskningen och hur forskningsprogrammet kan organiseras och finansieras, även problemställningar på 14 olika forskningsområden. En särskild koordinator har anställts på deltid vid ministerrådet för att samordna den centrala informationen om forskningen, initiera forskning samt undersöka finansieringsmöjligheter.

En forskning som till viss del ligger nära den konsumentpolitiska forskningen är konkurrensforskningen. Konkurrensverket disponerar ett särskilt anslag för stöd till forskning på konkurrensområdet. Konkurrensverket har ett råd för konkurrensfrågor som har till uppgift att stimulera forskningen på konkurrensområdet, främst inom områdena nationalekonomi, företagsekonomi och juridik. Rådet skall därutöver tillföra verket kunskap om nya rön inom de ekonomiska och juridiska vetenskaperna som kan ha betydelse för verksamheten. Flera projekt som är intressanta för konsumentpolitiken pågår för närvarande inom ramen för konkurrensforskningen, bl.a. när det gäller effekter av avregleringar.

Med dessa utgångspunkter bör utredaren

*Kartlägga forskningen på konsumentområdet*

Inriktningen av ett forskningspolitiskt program på konsumentområdet är beroende av en rad faktorer som måste klarläggas närmare. Innan ett program kan utarbetas måste således ett underlag tas fram som redovisar hittillsvarande och pågående forskning på konsumentområdet.

Utredaren bör därför göra en sådan kartläggning av forskningen i Sverige. Utblickar bör även göras mot de nordiska länderna och övriga EU-länder. Utredaren bör i det sammanhanget beakta det arbete som pågår under Nordiska Ministerrådet inom ramen för det nordiska programmet för forskning på konsumentområdet.

### *Analysera forskningsområdet*

I riksdagens beslut om inriktningen av forskningspolitiken för budgetåren 1993/94 och 1995/96 betonades att det finns viktiga forskningsuppgifter på det hushållsekonomiska området. Som exempel angavs frågan hur hushållen förmår utnyttja sina resurser i ett ekonomiskt krisläge.

I forskningspropositionen betonades även att det behövs forskningsinsatser på det konsumenträttsliga området särskilt i ljuset av den europeiska integrationen. även den rättssociologiska forskningen är angelägen för att belysa hur stor genomslagskraften av olika rättsregler faktiskt blir.

Konsumentpolitiska kommittén betonade att det krävs forskning på nya konsumentområden som internationalisering, avreglering, strukturförändringar i handeln med varor och tjänster samt miljö. Kommittén betonade bl.a. forskning om produktsäkerhet. Ett annat område som kommittén pekade på är konsumentteknik.

Utredaren bör närmare analysera vilka konsumentfrågor som det är viktigt att få belysta genom den framtida forskningen. I det sammanhanget bör beaktas möjligheterna att göra internationella jämförelser för att värdera behovet av konsumentpolitiska åtgärder.

Utredaren bör med utgångspunkt från kartläggningen av konsumentpolitisk forskning inom EU belysa vilka möjligheter det finns för svenska forskare att delta i internationella forskningsprogram och att få del av resurser för att finansiera forskningen.

Utredaren bör även beakta att den decentraliserade konsumentverksamheten i Sverige, såväl den kommunala verksamheten som den som bedrivs av frivilliga organisationer, ställer krav på fortlöpande uppföljning och analys, bl.a. genom



forskning.

De mål för och inriktning av konsumentpolitiken som regeringen har föreslagit i propositionen Aktiv konsumentpolitik skall utgöra en grund för utredarens överväganden.

*Föreslå hur forskningsområdet bör organiseras*

Kvalificerad forskning förutsätter en långsiktig kunskapsuppbyggnad och att återväxten av kompetenta forskare säkerställs. Det förutsätter en högskolemiljö med forskarutbildning. För att garantera kvaliteten måste således universitet och högskolor ha huvudansvaret för forskningen.

Utredaren bör föreslå hur och i vilka former det går att vidareutveckla de forskningsmiljöer och forskningsprofiler som finns. Här bör Konsumentpolitiska kommitténs påpekande beaktas att det måste finnas en kontinuerlig förankring av forskningen på det konsumenttekniska området vid olika forskningsinstitutioner. Man betonade att den konsumenttekniska forskningen vid de tekniska högskolorna måste vidareutvecklas.

Utredaren bör redovisa hur ämnet Konsumentekonomi kan utvecklas både vad gäller utbildningen och forskningen.

Utredaren bör också överväga i vilken utsträckning och hur Konsumentverket bör engageras i stödet av forskningen på kort och lång sikt samt hur resultatet av forskningen skall spridas och utnyttjas.

*Föreslå hur forskningsområdet bör finansieras*

Utredaren bör redovisa vilka forskningsresurser som finns tillgängliga vid olika institutioner för konsumentpolitisk forskning.

Utredaren bör även lämna förslag om vilka ekonomiska resurser som kan komma att krävas för att genomföra det konsumentpolitiska forskningsprogrammet. Utredaren skall i det sammanhanget lämna förslag till hur resurskraven kan finansieras inom befintliga resursramar.

Utredaren bör belysa möjligheterna till gemensam nordisk finansiering samt finansiering genom EU.

Utredaren bör lämna förslag om vilket organ som är lämpligast att i framtiden administrera medel för konsumentforskning. I det sammanhanget bör utredaren också överväga vilka för- och nackdelar som är förknippade med att de särskilda forskningsmedlen förs över från Konsumentverket till något annat organ, t.ex. något forskningsråd. Vid val av administratör bör hänsyn tas till hur ansvaret för styrning och uppföljning/utvärdering av forskningsmedlen skall eller bör se ut.

### **Hur arbetet bör bedrivas**

Utredningsarbetet skall ske i nära samarbete med Konsumentverket och andra berörda myndigheter samt med universitet, högskolor och forskningsråd.

Utredaren bör även ta del av de övriga nordiska ländernas erfarenheter av olika sätt att organisera forskning på det konsumentpolitiska området.

För utredarens arbete gäller regeringens direktiv till samtliga kommittéer och särskilda utredare att pröva offentliga åtaganden (dir. 1994:23) att redovisa jämställdhetspolitiska konsekvenser (dir. 1994:124), att redovisa regionalpolitiska konsekvenser (dir. 1992:50).

Utredaren skall redovisa sitt förslag till regeringen senast den 31 december 1995.





## **Bilaga 2:**

### **EU DG XXIV - Consumer Policy**

#### **- de sex enheternas ansvarsområden**

#### **Statement of mission - General**

The mission of DG XXIV "Consumer Policy" is to :  
develop a consumer policy at the level of the European Union;  
ensure that the interests of consumers are given due consideration in the development of other European Union policies; reinforce market transparency; improve the safety of consumer products and services circulating in the Single Market; improve consumer confidence, especially by more complete and effective information; develop a system of dialogue and consultation between the Commission and organisations representing consumers.

**Unit 1** : General matters and relations with other Community institutions and consumer organisations.

Responsible for :

- coordinating general questions; relations with other institutions; consumer representation; relations with national consumer organisations; relations with EFTA countries and with candidate countries.

**Unit 2** : Drafting and implementation of legislation

Responsible for :

- general legal questions; preparation of legislation, including preliminary studies and legal drafting; examination of national consumer protection legislation; legal questions relating to the application of the principle of subsidiarity in consumer policy; control of the application of legislation, including transposition of EU legislation, infraction procedures and complaints; codification of legislation; legal aspects of product labelling .



### **Unit 3 : General product safety and liability for services**

Responsible for :

- general questions of consumer safety; legislation relating to goods and services (both private and public); safety management (monitoring and notification systems; urgent situations); public health questions (standardisation; certification; "new approach" directives).

### **Unit 4 : Quality and distribution of products**

Responsible for :

- sectoral aspects of consumer policy; free circulation of specific products; questions of quality and the safety of specific products, especially food products, cosmetics, pharmaceutical products, textiles, toys and biotechnological products; presentation, packaging and labels of origin of specific products.

### **Unit 5 : Consumer information and training**

Responsible for :

- all questions concerning consumer information and education; production and distribution of printed and audio-visual information material; development of transfrontier centres for consumer information and advice; promotion of the Single Market aspect of comparative tests; production and distribution of an external bulletin ("INFO-C"); relations with producers of consumer programmes on radio and television; relations with specialised Press; promotion of the "European Young Consumer's Competition";

### **Unit 6 : Transactions involving consumer**

Responsible for :

- preparation of legislation relating to the protection of the economic interests of consumers; following national practice relating to the protection of the economic interests of consumers preparation and introduction of practical actions designed to ensure the respect of consumers' rights (especially improving access to justice); integration of consumer policy in other Community policies.

## Bilaga 3: Forskningsinventeringen

### Projektreferenser och samråd med forskare

Som framgår av betänkandet vände sig utredningen till högskolor och institutioner för att få namn på personer för samråd om vårt uppdrag.

Samtidigt bad vi om referenser till pågående eller nyss avslutad konsumentforskning. Vi kontaktades av ett 40-tal personer och fick tillgång till en mängd material, huvudsakligen litteraturreferenser.

Projektredovisningarna har vi använt i beskrivningen av forskningens fem perspektiv. De ger en aktuell bild, utan anspråk på fullständighet. En heltäckande forskningsinventering kräver helt andra resurser än utredningen förfogat över. Vi har utrett frågan om ett kompetenscentrum och ett forskningsbibliotek med ansvar för en databas för konsumentforskning i kontakt med andra inforamtionsnät.

Kontaktpersonerna från universitet och högskolor inbjöds till regionala, tvärvetenskapliga forskarsamråd i Göteborg, Umeå, Stockholm och Lund. I dessa möten deltog 32 personer. I samband med diskussionerna om forskningsinriktning, organisationsformer och resursbehov fick delta-garna besvara en enkät. De ombads att redovisa om den institution de representerade var intresserad av att

- a) delta i lokalt/nationellt/nordiskt/EU-programarbete
- b) utveckla ett eget forskningsprogram
- c) inrätta doktorandtjänster
- d) på annat sätt bidra till forskningsområdets utveckling

Formuläret fylldes i av 23 forskare. Störst var intresset för att utveckla forskningsprogram (19 positiva svar) samt att ingå i forskarnätverk med projektbidrag. Doktorandtjänster efterlystes av 17 deltagare. Forskarna ombads också att lämna uppslag till angelägna projekt. Vi anser att projektideerna är intressanta och återger dem därför i denna bilaga.



## Förslag till forskningsämnen

### Institution

### Ämnesområde

---

#### GÄVLE

---

##### *KTH*

Inst. för byggd miljö  
Ulla Westerberg

- Kvalitetskriterier, bostäder, hushållsarbete, bostadsvanor

#### GÖTEBORG

---

##### *Göteborgs universitet*

Avd för handikappforskning,  
Eva André

- Olika brukares situationer

Inst. för slöjd och  
hushållsvetenskap  
Univ. lektor Marianne Ekström  
Univ. lektor Helena Shanahan

- Hushållsvetenskap
- Hushållsekologi
- Hushåll och vardagsliv
- Hushållsvetenskap och genus
- Hushåll som kulturbärare
- Humanekologi

##### *Handelshögskolan*

Rättsvetenskapliga institutionen  
Univ. lektor Krister Sundin

- Konsumentjuridik

Företagsekonomiska inst.  
Avd. för marknadsföring  
Ekon. Dr. Karin M. Ekström

- Familjebeslut, konsumentlärande och konsumentsozialisation
- Konsumenters attityder och kunskap om bioteknologi (genmanipulerad mat)
- Behovsidentifiering och behovstillfredsställelse vid produktutveckling i samarbete med Konsumentteknik, CTH.

*Chalmers Tekniska Högskola*  
 Inst. för Arkitektur  
 Arkitekt Jan Paulsson

- Hushåll och vardagsliv
- Hushållens livs- och arbetsmiljö
- Hushåll som kulturbärare
- Food supply systems for the elderly (EU-program)

Inst. för konsumentteknik  
 Professor Elsa Rosenblad

- IT-användning
- Miljö- och resursfrågor
- Produktutveckling
- Infrastruktur och användaraspekter
- EU-standardisering och lagstiftning ur konsumentperspektiv
- Konsumentroll och vardagsliv i ett bärkraftigt samhälle

## **LUND**

---

*Lunds universitet*  
 Socialhögskolan  
 Anders Giertz

- Försörjningsförmåga i longitudinellt perspektiv
- Hushåll med särskilda resursproblem, såsom ungdomar, ensamförsörjare
- Försörjningsförmåga och försörjningsnätverk

Sociologiska institutionen  
 Avd f Medie- och kommunikationsvetenskap  
 Studierektor Gunilla Jarlbro

- Reklam- och medieförändring
- Konsumentinformation

Sociologiska institutionen  
 Professor AnnMari Sellerberg

- Särdrag hos det moderna samhällets konsumtionsformer



Sociologiska institutionen  
Anna-Lisa Lindén

- Hushållens miljöanpassade konsumtion i kort- och långsiktiga perspektiv
- Användningsfrekvenser av livsmedel, textil, vitvaror, kem/tekn.
- Generationsanalyser
- Genderanalyser av hushållens konsumtion

Nationalekonomiska inst.  
Göran Skogh

- Miljömärkning, standards och konsumentinformation
- Ansvar och säkerhet

Företagsekonomiska inst.  
Ulf Elg

- Möjligheterna att tillgodose små marknader och specifika behov på en gemensam Europamarknad
- Hur påverka företagsstruktur, distributions- och servicesystem för att skapa lyhördhet och flexibilitet?

## **STOCKHOLM**

---

*Stockholms universitet*  
Institutet för folklivsforskning  
Docent Sören Jansson

- Etnologisk konsumentforskning
- Konsumentorienterad kostforskning

## **SUNDSVALL**

---

*Mithögskolan*  
Inst. för företags- och förvaltningsutveckling  
Docent Hans Rutqvist

- Konsumtion av offentliga tjänster

## UMEÅ

---

### *Umeå universitet*

Inst. för medier och  
kommunikation  
Professor Olle Findahl

- Miljökonsument
- Reklam

Inst. för socialt arbete  
Professor Lennart Nygren

- Konsumtion och social utsatthet
- Arbetslöshet och konsumtion
- Att konsumera bidrag
- Sociala rörelser och konsumtion

Sociologiska institutionen  
Fil.dr. Björn Halleröd

- Samband mellan resursfördelning, konsumtion och konsumtionsmönster

## UPPSALA

---

### *Lantbruksuniversitetet*

Inst. för livsmedelsvetenskap  
Professor Ann-Christin Bylund

- Konsumentaspekter på livsmedel

### *Uppsala universitet*

Inst. för hushållsvetenskap  
Fil.dr. Christina Fjellström

- Smak som kulturellt betingad faktor

Centrum för  
omvårdnadsvetenskap  
Per-Olow Sjödén

- Highlighting the environmental dimensions of consumers' everyday behaviour

## ÖREBRO

---

### *Högskolan*

Inst. för teknik och  
naturvetenskap  
Lärare och forskare Peter Wide

- Kombinerings av sensorinformation
- Mätning av konsument & kvalitetsparametrar
- Mättekniska kvalitetsmätningar





## Bilaga 4: Statistiken inom konsumentområdet

### Behov av konsumentstatistik

Utredningen har samrått med Statistiska Centralbyrån om utvecklingen av statistiken inom konsumentområdet.

SCB har beskrivit den nuvarande statistikproduktionen och förlagit utvecklingslinjer i denna bilaga.

Konsumentforskningsutredningens kommentar och slutsatser redovisas i betänkandet.

## Hushållen: Producenter eller Konsumenter?

*Klas Rydenstam, Anders Wadenskog, SCB*

### Inledning

I denna bilaga behandlas kortfattat några aspekter på konsumentstatistikens faktiska och möjliga utveckling. Konsumenten och konsumtionen ses i ett vidgat perspektiv. Innebörden i detta och hur statistikens utformning och innehåll kan påverkas diskuteras.

### Konsumentpolitik i en vidare mening<sup>1</sup>

Konsumentpolitiken i vidaste mening syftar till att hjälpa hushållen till en effektiv användning av sina resurser. Hushållets levnadsstandard påverkas bl.a. av:

---

1) Hämtat från Statistik 96 - Konsumentpolitik, SCB 1992, med viss anpassning.



- **Konsumtionsutrymmet**, dvs disponibel inkomst minus s.k. nödvändiga utgifter
- **Konsumtionsförmågan**, dvs hur väl hushållet kan utnyttja sitt konsumtionsutrymme
- **Produktionsutrymmet**, dvs hushållets totala resurser i tid, verktyg, lokaler etc att själv framställa varor och tjänster
- **Produktionsförmågan**, dvs hushållets förmåga att utnyttja sitt produktionsutrymme.

Standardjämförelser enbart med hjälp av disponibla inkomster kan bli missvisande eftersom andra faktorer som påverkar levnadsstandarden är ojämnt fördelade mellan olika hushållsgrupper.

En aktiv konsumentpolitik förutsätter ett väl utvecklat kunskapsunderlag om hushållens resurser i form av pengar, tid och kunskaper. Även hushållens förmåga att hantera de egna ekonomiska resurserna samt möjligheter att byta tjänster, producera själva, tillgång till hjälp av släkt och vänner m.m. har stor betydelse för hushållets ekonomiska handlingsfrihet.

Hushållet byter tid mot inkomst, genom lönearbete, som i sin tur byts mot varor och tjänster som ingår i hushållets produktion av de nyttigheter som hushållet behöver och vill ha.

Historiskt har statistiken likställt konsumtion med konsumenternas köp av varor och tjänster. Det finns emellertid ett betydelsefullt gap mellan denna "konsumtion" och den verkliga konsumtionen i form av slutlig konsumtion. Innan den slutliga konsumtionen kan äga rum, måste det som inhandlats i de flesta fall bearbetas och underhållas. Denna produktion är ytterst dåligt belyst idag trots att den är mycket omfattande och av avgörande betydelse för hushållens levnadsstandard.

Vi har idag en effektiv produktion och distribution av varor fram till köptillfället. Inköp, hemdistribution och produktion i hemmen tar däremot ofta mycket tid i anspråk och det är inte säkert att den totala effektiviteten är den bästa möjliga. Kanske är det i hushållssektorn som de största effektivitetsvinsterna finns att hämta i framtiden - vinster i tid, andra resurser och kvalitet.

## Konsumenten och ekonomin

### Introduktion

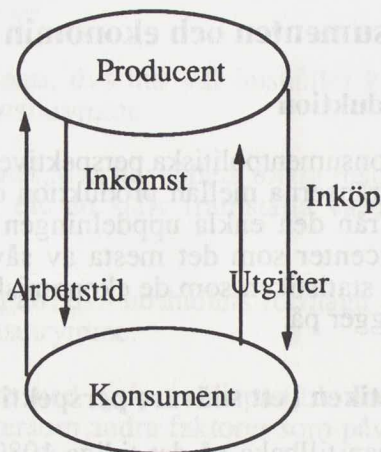
Det konsumentpolitiska perspektivet ovan löser till en viss del upp gränserna mellan produktion och konsumtion och leder bort från den enkla uppdelningen mellan konsumenter och producenter som det mesta av såväl den ekonomiska politiken, statistiken som de ekonomiska modellerna och teorierna bygger på.

### Statistiken i ett snävare perspektiv

Ser man tillbaka på det tidiga 1980-talet, genomsyrades den officiella statistiken av en traditionell syn på konsumtion och konsument. Den ekonomiska statistiken gav, då som nu, en detaljerad bild av marknadsproduktion och finansiella flöden mellan olika sektorer i samhället, via t.ex. nationalräkenskaper, industristatistik och inkomststatistik. I individ- och hushållstatistiken tecknades, t.ex. i arbetskraftsundersökningarna (AKU), bilden av hushållen som tillhandahållare av arbetskraft och i utgiftsundersökningarna bilden av hushållet som köpare av de varor och tjänster som produceras (HUT). Hushållets situation beskrevs vidare av en väl utbyggd löpande välfärdsstatistik (t.ex. Undersökningen om levnadsförhållandena, ULF) som återspeglar såväl resurser hushåll och individer förfogade över som utfall i form av hälsa, kunskaper, sociala relationer, materiella tillgångar.

Den bakomliggande modellen för den mer ekonomiskt inriktade statistiska beskrivningen av konsumenter och producenter baserades på en enkel ekonomisk kretsloppsmodell med följande principiella innehåll:





Produktion sker för en konsument som efterfrågar varor och tjänster på marknaden och som för att finansiera denna konsumtion tvingas sälja arbetstid. All produktion sker, i denna enkla modell, i en marknadssektor och all konsumtion sker i en hushållssektor. Hushållets eventuellt produktiva insatser vid sidan av förvärvsarbetet ansågs vara av underordnad betydelse och behövde därför ej omfattas av den officiella statistiken.

I individ och hushållsstatistiken saknades med andra ord ett mer täckande *handlingsperspektiv*. Betoningen låg på *resurser* och *tillstånd* - att ha och att vara. Handlingsperspektivet - att göra - begränsades till bestämda aktiviteter, främst sådana som är relaterade till produktionen på marknaden, förvärvsarbete och konsumtion av de varor och tjänster som produceras på marknaden.

Till skillnad från individ- och hushållsstatistiken kan den ekonomiska statistiken sägas vara handlingsorienterad, dvs. den tar fasta på vad som *görs*. Aktiviteterna på marknaden kartläggs i termer av vad som åstadkoms, vad som produceras och värdet av det.

Tidsanvändningundersökningen 1990/91 kom att införa ett mer heltäckande handlingsperspektiv i individ- och hushållsstatistiken. Genom detta upprättades en "länk" mellan den

ekonomiska statistiken och individ- och hushållsstatistiken vilket ändrar på förutsättningarna för hur man med statistikens hjälp kan se på produktionen och konsumtionen. Ett resultat av detta är t. ex. möjligheterna att konstruera så kallade satelliträkenskaper för hushållssektorn. Detta beskrivs i ett senare avsnitt.

### **Att vidga synen på konsumenten**

Med ett vidare perspektiv på ekonomisk verksamhet tar man utgångspunkt i att vi producerar för att kunna konsumera, dvs vi vill ha/behöver olika varor/tjänster för att få ett bra liv.

Sättet som vi väljer att producera på och formen vi väljer att organisera denna produktion i är inte en gång för alla givet. Olika produktionsuppgifter fördelas ut i olika typer av organisationer<sup>2</sup>. Historiskt har produktionen flyttat mellan olika sektorer och organisationsformer men i grund och botten är det samma saker vi velat och vill ha ut av denna produktion - nyttigheter som ger oss ett bättre liv. Hur och var dessa produceras kan förändras av olika skäl.

Produktionsprocessen innebär att vi skaffar in material och halvfabrikat som vi sedan bearbetar vidare med hjälp av arbetsinsatser och kapitalinsatser. Detta gäller oavsett om vi producerar i hemmet, i en offentlig inrättning eller i ett privat företag på marknaden och oavsett bransch eller sektor.

Principen för all denna produktion bör, ur ett ekonomiskt perspektiv, vara att få ut så mycket som möjligt av satsade resurser.

Ett privat företag skall gå runt, och helst ge vinst, vilket leder till att man jämför olika sätt att kombinera produktionsresurserna så att man minimerar kostnaderna givet ett visst marknadspris för varan eller tjänsten som produceras.<sup>3</sup>

---

2) T.ex. hushåll, föreningar, företag, offentliga institutioner etc.

3) Man kan alltid diskutera i vilken utsträckning man egentligen kan påverka marknadspriset. I en idealisk marknadsekonomi tar alla producenter/säljare priset för givet, dvs det är marknaden som bestämmer.



I en offentligt skattefinansierad organisation, där priset som kunder betalar inte står i relation till de faktiska produktionskostnaderna, fungerar budgeten som restriktion. Man skall få ut så mycket som möjligt givet en viss budget. Storleken på budgeten skall i idealfallet bestämmas genom en kollektiv beslutsprocess där andelen av de gemensamma resurserna som ägnas åt en viss verksamhet är noga övervägd och förankrad.

I ett hushåll fungerar det på ungefär samma sätt eftersom vi inte har monetära relationer inom hushållet. Här utgörs restriktionen av tillgänglig tid med dess alternativa användningar, den tillgängliga inkomsten och de varor och tjänster som denna kan översättas till samt hushållets sociala nätverket som kan skapa resurser eller restriktioner. Skillnaden mellan denna beslutssituation och den för den offentliga organisationen är att hushållet saknar marknadspriser för tidsinsatser. Annars gäller samma princip här. Hushållet skall använda de tillgängliga resurserna för att få ut så mycket som möjligt och man bestämmer, i bästa fall, kollektivt hur de gemensamma resurserna skall fördelas för att täcka olika delar av hushållets behov och önskemål.

### **Vad menar vi egentligen med konsumtion i detta perspektiv?**

Varje led i en produktionsprocess innehåller en konsumtionsdel och en produktionsdel. Omvandlingen eller förädlingen av en viss vara eller tjänst innebär att resurser konsumeras. Detta innebär att vi får en distinktionen mellan insatsvaror (produktion) och varor för slutlig användning (konsumtion). Om ett vinstdrivande företag köper en bil så är denna en del av produktionskostnaderna och förädlingsprocessen, oavsett vad man producerar för vara. Om ett hushåll köper samma bil så är den en (varaktig) konsumtionsvara och anses inte bidra till något produktionsvärde. I produktionen är konsumtion av varor och tjänster mellansektoriella leveranser av insatsvaror och egentligen en del av den stora produktionsprocessen.

I nationalräkenskaper och det mesta av den ekonomiska diskussionen talar man om privat konsumtion som om det vore självklart vad som avsågs med detta. Definitionen blir tydlig om man begränsar den till att avse en produktionskedja som hålls samman och därmed definieras av (övervägande) monetära transaktioner. Den första och den sista transaktionen för en viss vara/tjänst definierar en produktionsprocess. Fis-

ken som fångas i havet säljs till fiskfabriken som processar den och säljer den vidare till grossisten som säljer den vidare till detaljisten som säljer den vidare till en konsument. Där slutar produktionsprocessen. Om fisken sålts till en restaurang så hade den förädlats vidare ett steg och konsumtionen hade inträffat först då en matgäst köper måltiden i vilken den ingår. Den enskilde konsumenten som köper fisken i affären går hem och tillreder fisken kanske på precis samma sätt som sker i restaurangen - men det räknas inte. Fisken anses redan konsumerad i och med att den sålts i affären.

Detta är bara ett sätt att definiera och avgränsa vad som menas med konsumtion, men det är inte det enda möjliga och det är heller inte självklart att man skall begränsa sig på detta sätt om man verkligen är intresserade av att studera produktion och konsumtion i en vidare mening. För det enskilda hushållet är det givetvis intressant att se vad man kan och vill göra med alla de varor och tjänster man köper. Ju mer man kan göra för att höja värdet på (förädla) de varor och tjänster man köper desto bättre får man det.<sup>4</sup> Desto mer får man ut av de resurser man har till sitt förfogande.

Det är inte helt oväsentligt var och hur förädlingen sker. Om man t.ex betraktar produktionen ur ett miljöperspektiv så kan man fråga sig huruvida en ökad eller minskad förädling i hushållet är till förmån eller till nackdel för en utveckling som tar fasta på hållbarhet ur ett miljöperspektiv. För att komma åt detta behöver man veta mer om hur produktionen i hushåll går till och de miljöeffekter de olika produktionsstegen har.

### **Konsumtion och produktion - tidsanvändningen**

I mitten av 1980-talet genomfördes en pilotundersökning av befolkningens tidsanvändning och 1990/91 följdes denna upp av en fullskalig tidsanvändningsundersökning. I dessa undersökning frågar man i princip: vilka aktiviteter ägnar människor sin tid åt? Det är således fråga om ett utpräglat handlingsperspektiv. Ansatsen är heltäckande i den bemärkelsen att alla tänkbara sorters verksamheter kartläggs utan hänsyn till vilken funktion de har - förvärvsarbete är inte viktigare än

---

4) Det kan givetvis också gå för långt. Förädling måste ses i relation till vad vi tycker att slutresultatet är värt.



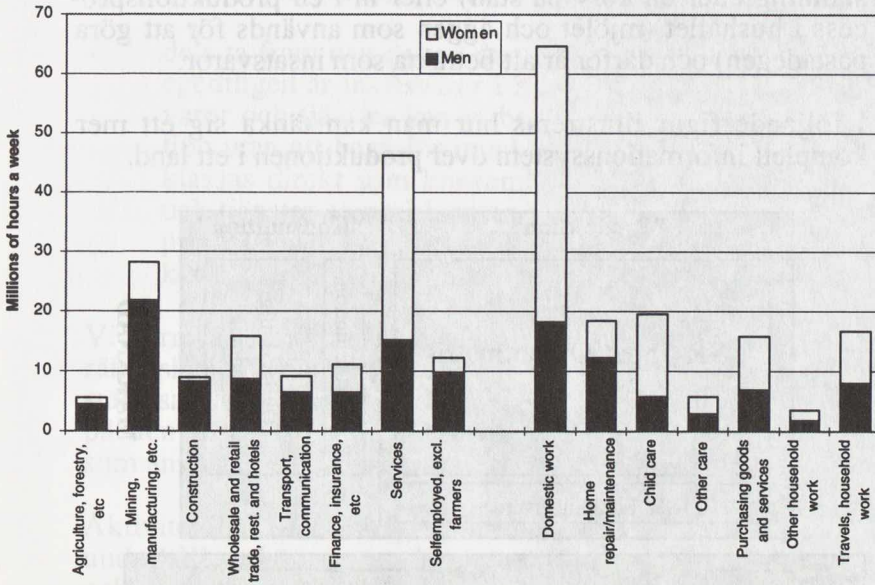
hushållsarbete, de är bägge alternativa sätt att använda de 24 timmar vi har till vårt förfogande under ett dygn.

Syftet med tidsanvändningsundersökningarna var således att kartlägga alla typer av aktiviteter som utövas under en bestämd tidsperiod. Detta leder till att också den produktion som sker i hushållets regi och för hushållets egen räkning omfattas av statistiken.

Tillkomsten av tidsanvändningsstatistiken innebär att den del av produktionskedjan som hushållen själva står för kan ges en bättre statistisk belysning. Man kan belysa vilka grupper av individer och hushåll som gör vad, vilken omfattning insatserna har, hur tidsinsatserna fördelas i olika avseenden, etc.

En förbindelselänk upprättas mellan statistiken över maknaden och hushålls- och individstatistiken genom att produktiva insatser inom de båda sektorerna nu kan mätas i en gemensam enhet - tid - och att detta på samma nivå (individen). Hushålls/individstatistiken kan nu ges samma handlingsorienterade perspektiv som den ekonomiska statistiken. Med hjälp av tidsbaserade mätningar av arbetsinsatser inom olika verksamheter, i den officiella ekonomin såväl som i hushållssektorn, kan följande typ av jämförelse göras där hushållsproduktionen i tidstermer väl matchar den formella ekonomin på många punkter.

Hours worked in household and market industries. Swedish population 20-64 years. 1990/91.



## Produktion och konsumtion - national- och sateliträkenskaper

Med detta har vi nu ett redskap för att börja lösa upp de artificiella gränserna mellan produktion och konsumtion så som de vanligtvis definieras i nationalräkenskaper och BNP-måttet. Vi kan beskriva en mer fullständig produktionsprocess med utgångspunkt i att förädlingsvärdekedjan inte avstannar i och med att något köpts i affären.

Produktionsprocessen kan angripas utifrån ett hushållsperspektiv med hjälp av information om hushållets demografiska och andra karakteristika såväl som dess tillgängliga







- Dels ta fram den tid hushållen ägnar åt produktion i hushållet. Definitionen på vad som är att betrakta som produktion baseras på det sk tredje-parts kriteriet<sup>5</sup>,
- dels ta fram den del av den privata konsumtionen som egentligen är insatsvaror i hushållsproduktionen. Vissa varor och tjänster kan vi betrakta som slutlig konsumtion utan att begå för mycket våld på analysen. Dessa klassas direkt som konsumtion. Resten, dvs de varor och tjänster som vi klassar som insatsvaror i hushållsproduktionen och förs separat som insatser i satelliträkenskaperna.

Vi närmar oss nu det som har kommit att kallas för satelliträkenskaper för hushållsproduktion. I tabellen nedan har vi ställt samman en satelliträkenskapstabell för Sverige baserad på den metod som utvecklats av Duncan Ironmonger<sup>6</sup> och som använts bl.a i Kanada, Tyskland, Norge och Finland.<sup>7</sup>

Aktiviteterna i hushållsproduktion är matlagning, städ/tvätt, underhåll, inköp, barnomsorg, trädgårdsarbete, transporter och övrigt. Tidsåtgången för dessa aktiviteter presenteras såväl separat för män och kvinnor som sammantaget. Tidsanvändningsdata är från tidsanvändningsundersökningen 1990/91.

En begränsning i denna undersökning är att hushållsproduktionen ses ur ett individperspektiv. Det är individers, inte hela hushålls, tidsanvändning och produktiva verksamheter som kartläggs. Visserligen kan en form av syntetis-

- 
- 5) Detta kriterium går ut på att allt som vi gör men skulle kunna betala någon annan för att utföra åt oss är att betrakta som produktion. Detta innefattar matlagning, städning, barnomsorg etc. De aktiviteter som utesluts har med personliga behov och fritid att göra. Vi kan inte anställa någon annan för att duscha i vårt ställe eller sova i vårt ställe.
  - 6) Se t.ex Ironmonger, D. (Ed.) (1989): *Households Work*. Allen & Unwin, Sydney, Wellington, London, Boston; eller Ironmonger, D. (1992): *National Time Accounts: A Focus for International Comparisons, Modelling and Methodology*. Paper presented at the Meeting of International Association for Time Use Research in Rome, June 1992.
  - 7) Schäfer, D. and Schwarz, N (1994): *Wert der Hasushaltproduktion 1992*. *Wirtschaft und Statistik*, 8/1994.



ka hushåll bildas, men samspelet mellan hushållsmedlemmar-  
nas tidsanvändning låter sig inte genomlysas.

Vidare kan sammankopplingen av tidsinsatserna samt kapital-  
och varuinsatserna i hushållsproduktionen endast ske på  
gruppnivå. Det innebär att för en bestämd grupp av hushåll,  
t.ex. småbarnshushåll med två vuxna gifta eller samman-  
boende föräldrar skapar vi hushållets tidsinsatser genom att  
bilda syntetiska hushåll, dvs. den genomsnittliga tidsåtgången  
för alla sammanboende män med små barn och alla samman-  
boende kvinnor med små barn utgör ett småbarnshushålls  
sammanlagda genomsnittliga tidsanvändning. Dessa hushåll  
matchas sedan mot genomsnittliga utgifter för insatsvaror i  
hushållsproduktionen för hushåll i utgiftsundersökningen (i  
detta fall från 1988) med motsvarande karakteristika. Utgifts-  
och tidsanvändningsundersökningarna är således genomförda  
vid olika tidpunkter och baserade på skilda urval.

Insatsvaror		Aktiviteter								Total	% of Total
	Wage SEK per hour	Cooking	Cleaning/ Laundry	Maint	Shopp- ing	Child care	Garde- ning	Others	Transp.		
		Million hours									
Total Adults		1709	1212	380	757	934	225	872	793		
Women	70	1204	915	55	433	662	98	462	410		
Men	70	505	298	325	324	271	127	409	383		
		Billion SEK									
Food		93.70								93.70	100%
Kitchen Equipm.		4.77	0.49	0.13			0.13			5.52	100%
Cleaning/Washing equipm.			1.50							1.50	100%
Energy		0.85	0.60	0.19		0.47		0.43		14.89	17%
Transports/Vehicles				0.04					26.61	77.86	34%
Clothes/Shoes		2.02	1.43	0.45	0.89	1.10	0.37	1.03	0.94	34.70	23%
Furniture		0.65	0.46	0.15		0.49		0.33		14.35	15%
House/Repairs/Insurances		5.87	4.17	10.12	0.18	3.21	0.77	2.99	0.19	113.34	24%
Personal Equipm.		0.08	2.79	0.02	0.03	0.66	0.01	0.04	0.04	25.16	15%
Services etc.		0.32	0.32	0.32	0.32	3.23	0.32	0.32	0.32	9.55	57%
Misc. Equipm.		0.58	0.43	0.54	0.30	2.33	0.94	0.31	3.84	87.60	11%
Total intermediate cons.		108.85	12.20	11.94	1.72	11.49	2.44	5.46	31.93	478.16	39%
Value Added		119.63	84.84	26.60	52.99	65.38	15.75	61.04	55.51		
Production value		228.48	97.04	38.54	54.71	76.87	18.19	66.50	87.44		

Insatsvarorna i hushållsproduktionen är livsmedel, köksutrustning, städutrustning, energi, transportfordon etc. Fördelningen av dessa mellan insatsvaror i hushållsproduktion och direkt konsumtion framgår av sista kolumnen (% of Total) där vi bl.a ser alla livsmedel som insatsvaror i produktionen av måltider under det att t.ex 34 procent av bilar och andra transportfordon anses höra till hushållsproduktionen. Resten används framför allt till arbetsresor och fritidsändamål. Fördelningen av hushållets utgifter på detta sätt kan givetvis diskuteras men detta är ett möjligt, om än icke helt genomarbetat, sätt att göra det. Tabellen ovan är främst ett räkneexempel som skall illustrera vad man kan göra med de svenska data som finns tillgängliga. Många satelliträkenskaper byggs upp på en fördelningsnyckel som enbart baseras på tidsåtgången i de olika aktiviteterna.



Värderingen av hushållsproduktion görs enligt detta sätt att konstruera satelliträkenskaper, enbart med utgångspunkt i förädlingsvärdet<sup>8</sup> i form av nedlagd tid. För att kunna göra detta behövs en timpenning för att räkna om tid till pengar. I exemplet ovan används en genomsnittslön i den kommunal hemtjänsten som utgångspunkt. Andra värderingsprinciper är naturligtvis tänkbara.

Bl.a för att öka jämförbarheten med nationalräkenskaperna, borde hellre värderingen baseras på värdet av hushållsproduktionens output, dvs vad den nyttighet som produceras är värd i monetära termer för hushållet. Detta kan inte göras idag. Det går att komma en bit på väg genom att använda priser på substitutvaror, som t.ex måltider på restaurang eller barnomsorgskostnader, men det är bara en bit på väg.

## **Bortom satelliträkenskaper - hushållet som ekonomisk enhet**

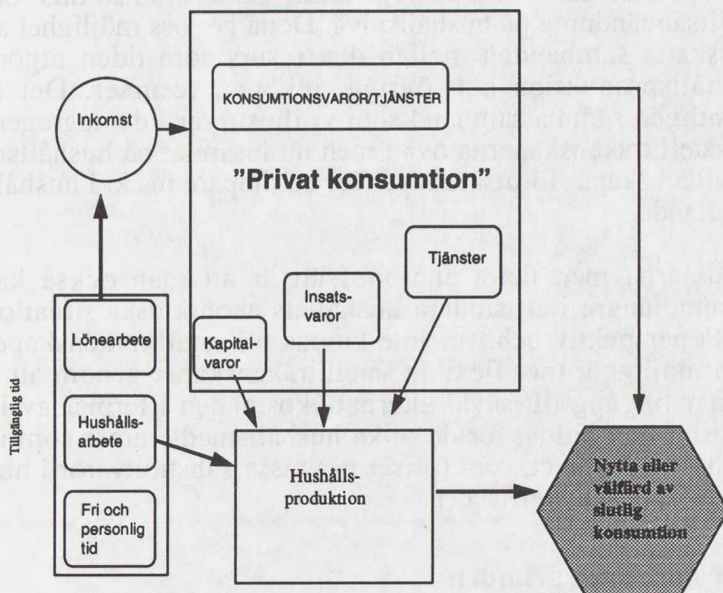
### **Grundtanken**

Satelliträkenskaper ger oss en mer heltäckande bild av produktionen i ekonomin genom att inkludera ett värde av och en struktur för hushållens produktion. Det är fortfarande en konstruktion där vi använder oss av aggregerade data för att beskriva något som försiggår i enskilda hushåll. Alla satelliträkenskaper hittills har, som i vårt eget exempel ovan, använt sig av en kombination av tidsanvändningsstudier och utgiftsundersökningar där perioden sällan, och urvalet aldrig, överensstämmer. Detta utgör inget större problem om man enbart vill visa storleksordningar för hushållsproduktionen och hushållssektorn i sin helhet.

Vi kan utgå från följande bild för att beskriva vilken information som skulle vara användbar för att kunna ta ytterligare steg i hushållsperspektivet.

---

8) Raden "Value Added" i tabellen ovan.



Ytterst behövs mer information om vilka resurser hushållet förfogar över, hur de kombinerar dessa resurser och vilka resultat detta ger i form av produktion av nyttigheter.

Det är orealistiskt att tänka sig övergripande undersökningar med denna ambitionsnivå. Möjligtvis kan man sätta upp experimentella, laboratorieliknande, studier av olika hushållsproduktionsmoment, som t.ex matlagning eller städning, och ställa samman produktionsfunktioner för dessa. Detta skulle i sig kunna ge intressant information men kan knappast bli heltäckande.

Man får då försöka hitta ett mellanting mellan denna detaljerade ingenjörbeskrivning av hushållsproduktionen och de konstruerade aggregerade mått som satelliträkenskaperna

- 9) I bemärkelsen rena input-outputstudier där productionsprocessen ses ur ett receptperspektiv, dvs för att tillaga en måltid av viss beshaffenhet så behövs x timmer arbete, y kwh energi, z kg potatis etc.



ovan ger. Ett sådant mellanläge är att ställa samman tids- och utgiftsanvändning på hushållsnivå. Detta ger oss möjlighet att uppskatta sambanden mellan den resurs som tiden utgör i hushållsproduktion och övriga, inköpta, resurser. Det är egentligen samma samband som vi illustrerar i de aggregerade satelliträkenskaperna ovan men nu insamlat på hushållsnivå vilket skapar förutsättningar för en djupare insikt i hushålls handlande.

Fördelarna med detta angreppssätt är att man också kan komma längre i att studera hushållets ekonomiska situation. Detta perspektiv behöver inte knytas till satelliträkenskaper, men möjliggör mer flexibla satelliträkenskaper genom att vi nu har tillgång till såväl alternativkostnaden i termer av inkomster och bidrag för de olika hushållsmedlemmar som utför hushållsarbetet, som (priser på) vissa substitutvaror i hushållets faktiska utgiftskorg.

### **Den statistiska grunden**

Detta ställer emellertid nya krav på den statistiska undersökningsmodellen, såväl när det gäller undersökningsmetod, undersökningsenhet som variabelinnehåll.

Den utveckling av konsumentstatistiken som nu pågår ligger i linje med detta. Utgiftsstatistiken (HUT) var tidigare intermitterant men görs från och med 1995 löpande. Cirka 2000 hushåll per år lämnar uppgifter om sina utgifter. Datainsamlingen fördelas jämnt över årets månader. Genom att utnyttja ny teknik i form av persondatorer och streckkodsläsare för EAN-koder, är avsikten att samla in mer detaljerad information än vad som tidigare var möjligt. Det gäller särskilt dagligvaror, för vilka EAN-koderna i flertalet fall ger unika definitioner av varorna. Genom detta kan vi med högre upplösning skilja ut insatsvarorna i hushållsproduktionen.

Med hjälp av EAN-koderna kommer insatsvarorna i t.ex. måltidsproduktionen att kunna klassificeras bl.a. med avseende på grad av prefabricering. Hushåll som baserar sin mathållning på förbearbetade produkter kommer att kunna särskiljas från hushåll som använder mer obearbetade råvaror. Arbetsinsatserna i hushållsproduktionen avses mätas i en starkt för-

enklad dagboksbasead tidsanvändningsundersökning<sup>10</sup>. Undersökningen avser all tid under några dygn, dvs. samtliga aktiviteter som utförs under dessa kartläggs, om än ganska grovt. Mätningen av just hemarbetsaktiviteter är emellertid mer detaljerad än av andra aktiviteter. Skälet till att tidsanvändningsdelen i denna utvidgade produktions/konsumtionsundersökning är starkt förenklad beror på uppgiftslämnarbördan. Utgiftsundersökningen medför i sig ganska avsevärda uppgiftslämnarbördor för de hushåll som medverkar. Att försöka slå samman den med en fullskalig tidsanvändningsundersökning skulle öka denna börda på hushållen långt mer än vad som vore möjligt och rimligt.

Förenklade tidsanvändningsundersökningar av detta slag kan inte ersätta fullskaliga tidsanvändningsundersökningar av den typ som SCB genomförde 1990/91. Syftet med den första är mer begränsat, nämligen att spegla den totala produktionen i samhället genom att följa den in i hushållssektorn med bibehållande av den ekonomiska statistikens perspektiv, dvs. att betrakta och beskriva fenomenet produktion oberoende av i vilken sektor den sker. En fullskalig tidsanvändningsundersökning syftar till att mer koncentrerat teckna en mer nyansrik och inträngande bild av vardagslivets organisering utan hänsyn till vad som är produktion eller ej. Dess syften är fler och vidare. Eftersom den förenklade undersökningen inte helt kan ersätta den fullskaliga behövs båda. Den fullskaliga kan dock genomföras intermittent. Skapas länkar mellan undersökningarna kan de stödja varandra vilket ökar bådas värde. Den förenklade undersökningen bör kunna dra nytta av den fullskaliga undersökningen som källa för kalibrering och för fördjupade studier kring vissa aktiviteter. Även motsatsen torde gälla, nämligen att analysen av den fullskaliga undersökningen skulle kunna dra nytta av information från en kombinerad tidsanvändnings-/utgiftsundersökning.

Inom Eurostat planeras en pan-europeisk fullskalig tidsanvändningsundersökning till 1997. Pilotstudierna till denna skall genomföras under 1996 och en av de aspekter som lyfts fram i denna är möjligheten att konstruera jämförbara satellit-räkenskaper på europeisk nivå. Undersökning är tänkt att ba-

---

10) Mätinstrumentet som ska användas har utvecklats i samarbete med ett Brittiskt forskningsinstitut och används redan i statistikproduktion.



seras på hushållsurval men har i övrigt stora likheter med SCB:s tidsanvändningsundersökning från 1990/91.

Båda undersökningarna är högst relevanta ur ett konsumentperspektiv. Detta gäller också andra perspektiv, såsom välfärds- och könsperspektivet. Den föreslagna ansatsen innebär ju att t.ex. verksamheter som är starkt förbundna med kön, t.ex. den obetalda produktion som främst kvinnor bidrar med kommer att kunna ges en bättre statistisk belysning, vilket ligger helt i linje med överenskommelserna vid FN:s kvinnokonferens i Beijing 1995. Välfärdsstatistiken kompletteras därmed med ett mer utpräglat handlingsperspektiv; vilka arbetsinsatser (totalt sett) kräver välfärden?, hur är dessa fördelade?, hur gör hushåll (och individer)?, etc

För närvarande pågår konkret arbete med att utveckla den kombinerade utgifts-/tidsanvändningsundersökningen. Tidigt 1996 kommer fältprov att utföras. Utöver visst utvecklingsarbete och pilotstudie finns inga beslut rörande Sveriges eventuella deltagande i den pan-europeiska tidsanvändningsundersökningen.

### Fortsatt utveckling

Den utveckling av konumentsstatsitiken som är beslutad och pågår leder inte hela vägen som skisserats ovan. För detta skulle behövas ytterligare insatser. I första hand skulle statistiken behöva utvidgas till att omfatta mer av de speciella aspekter som beskrivits ovan. I detta ingår att genomföra intermittenta fullskaliga tidsanvändningsundersökningar. En första sådan bör i så fall kopplas till den pan-europeiska tidsanvändningsundersökning som Eurostat för närvarande planerar. Vidare bör fördjupade undersökningar göras kring hushållsproduktionen för att ge en bättre inblick i hur olika hushåll rent konkret använder olika insatsvaror, de olika hushållsmedlemmarnas tid, etc för att producera vissa typer av nyttigheter. Härigenom kan man komma längre i att dels specificera produktionsprocessen och dels komma närmare en mätning av värdet av de nyttigheter som produceras.

Att utvidga urvalet<sup>11</sup> i de nya utgiftsundersökningarna som kompletteras med den enklare tidsanvändningsundersökning-

---

11) F.n. 2000 hushåll per år.

en skulle ge bättre möjligheter till nedbrytningar av materialet på olika hushållstyper och andra redovisningsgrupper.

## **Avslutningsvis**

En konsumentpolitik i vidare mening tar hänsyn till att en stor del av produktionen av nyttigheter sker i hushållet. Här har beskrivits hur SCB försöker tillgodose detta statistiska informationsbehov.

Utvecklingen av statistiken i den riktningen möjliggör att även en rad andra aktuella aspekter bör kunna ges en bättre statistisk belysning på en löpande basis. Hit hör frågor om jämställdhet: arbetsdelning, kvinnors och mäns bidrag till ekonomi och välfärd, vardagslivets organisering, etc., om konsumtionens miljöpåverkan och hushållens organisation av sina transporter för att nämna några. Detta bidrar också till att ett handlingsperspektiv kan utvecklas i välfärdsstatistiken.



en statlig verksamhet eller förhållanden som innebär  
på olika sätt för att kunna utvärdera verksamheten

### A. Värdepappers

En konsument eller annan person som har köpt eller  
del av produkterna av denna verksamhet eller i samband  
bestäms som SCS. Konsumenterna eller andra personer  
människor

Utvecklingen av statens och andra myndigheters  
även en del av andra aktiva personer för denna verksamhet  
statistisk betydelse på en liknande sätt. Detta innebär  
jämförbara aktiviteter, verksamheter och andra saker  
ekonomi och tilldelning av resurser, etc. etc.  
konstruktionsarbete och andra aktiviteter som  
sina funktioner för att kunna utvärdera verksamheten  
en handlingsplan som kan utvärderas i samband med

## Bilaga 5: Utredning om informationssystem

### Uppgiften

Konsumentforskningsutredningen har låtit undersöka hur det svenska bibliotekssystemet fungerar för konsumentforskning och konsumentforskare. I uppdraget ingick inledningsvis att söka ett urval av dokument av olika karaktär i aktuella databaser. Det visade sig att klassifikationssystemen var bristfälliga. Denna erfarenhet ledde till att studien utvidgades till en kartläggning av databaser och praxis vid några valda bibliotek som underlag för utredningens ställningstaganden.

### Informationskällor för konsumentforskning *Marjatta Hauska, KTHB*

#### Inledning

För att bilda en uppfattning om hur resultat av konsumentforskning är dokumenterad i svenska biblioteksväsen gjordes ett strategiskt val av fyra representativa bibliotek: myndighetsbibliotek för konsumentområden, ansvarsbibliotek för ekonomi, tvärvetenskapligt universitetsbibliotek och folkbibliotek. Följande bibliotek besöktes:

- 1 Konsumentverkets bibliotek - myndighetsbibliotek
- 2 Handelshögskolans bibliotek - högskolebibliotek -  
ansvarsbibliotek inom ekonomi
- 3 Stockholms Universitetsbibliotek - universitetsbibliotek med  
fakultet för samhällsvetenskap juridik och ekonomi
- 4 Stockholms Stadsbibliotek - folkbibliotek

De givna litteraturreferenserna söktes i följande informationskällor:

#### Lokala datorbaserade bibliotekskataloger

Konsumentverkets lokala biblioteksdatabas är byggt på Mac-Intosh File Maker /Alexandria. Ca 1400 publikationer är re-



gistrerade sedan 1991 och framåt. Katalogen är tillgänglig endast i Konsumentverkets bibliotek.

Handelshögskolans lokala biblioteksdatas, Geisha. Katalogposterna överförs från det centrala Libris till den egna databasen. Söksystemet är användarvänlig. Databasen är allmänt tillgänglig via Internet.

Stockholms universitetsbiblioteks lokala biblioteksdatas. Geac. Katalogposter överförs från Libris. Användarvänligt söksystem. Allmänt tillgänglig via Internet.

### **Libris**

Libris databas innehåller en stor del av det litteraturbeståndet som finns vid de svenska forskningsbiblioteken. För närvarande bidrar 65 universitets/högskole- och specialbibliotek till uppbyggnaden av Libris databas vilket innebär, att de registrerar sitt litteraturbestånd i systemet. Libris-systemet syftar alltså till samutnyttjande av i första hand de svenska forsknings- och specialbibliotekens resurser. Med avsikten att reducera tiden för katalogiseringsarbete registreras varje bok, tidskrift eller annan publikation endast en gång i databasen. De deltagande biblioteken kompletterar katalogposterna med lokala uppgifter om ämnesord, klassifikationskoder, och om innehav och uppställning.

Registrering av svensk litteratur i Libris databas görs dock huvudsakligen vid Kungliga bibliotekets Nationalbibliografiska sektion. Svenska bokhandelns centrallager registrerar svensk litteratur som är under utgivning. Dessutom som ytterligare stöd för inköp och katalogisering läses utländsk bibliografisk information från Helsingfors universitets bibliotek, Library of Congress, British Library, Deutsche Bibliothek och ISDS-centralen kontinuerligt in i basen. Databasen innehåller också tidskriftsinnehavet för ett 80-tal bibliotek i andra nordiska länder.

Sökmöjligheterna omfattar såväl formulärstyrd sökning som mera användarvänlig fritextsökning. Systemet är tillgängligt via flera datornät och Internet. För att accessa systemet krävs lösenord. Sökningarna är avgiftsbelagda, men erbjuds i stora bibliotek gratis för låntagare, antingen online eller på CD-ROM.

## **BTJ 2000**

BTJ 2000 är ett motsvarande system för Libris på folkbiblioteksidan. Det är tillgängligt för samutnyttjande för närvarande i ca 180 folkbibliotek.

Bibliotekstjänst i Lund katalogiserar centralt svenskt tryck. Katalogposter överförs till de lokala databaserna, där sökningarna är gratis.

## **Artikelsök**

BTJ:s tvärvetenskapliga referensdatabas avser innehållet i ett stort antal dagstidningar, tidskrifter och årsböcker utgivna i Sverige.

Årligen förtecknas material ur 30 dagstidningar och ca 500 löpande tidskrifter och årsböcker, sammanlagt referenser till ca 40 000 artiklar per år.

Artikelsök har varit tillgänglig för extern användning sedan 1984 och innehåller referenser fr.o.m. 1979 och framåt. Sökningar är avgiftsbelagda, men erbjuds oftast i större bibliotek gratis till biblioteksbesökanden.

## **Rättsbanken**

Den mest kompletta svenska, juridiska informationskällan. Den innehåller det mesta om lag och rätt: Riksdagstryck, författningar, t.ex. Konsumentverkets och Konkurrensverkets författningar, domstolspraxis. Dessutom innehåller den två litteraturlatabaser, den ena av dessa indexerar artiklar från tre centrala svenska juridiska tidskrifter. Rättsbanken har också mängder av information om EG/EU, EES och Europa. Systemet är avgiftsbaserad. Tillgängligt i de flesta större bibliotek.

## **Helecon**

Informationssystem som erbjuder översikt över näringsliv, affärsledning och ekonomi i Europa och internationellt. Systemet identifierar informationskällor ur sju ledande europeiska och internationella databaser med referenser till monografier, artiklar, forskningsrapporter och avhandlingar - en del av dessa med abstrakt.



Deldatabasen SCANP är en skandinavisk databas med bibliografiska referenser till national- och företagsekonomiska tidskriftsartiklar och rapportserier från 1980 till dato. Ämnen är företagsekonomi, nationalekonomi och närliggande ämnen. Handelshögskolan i Sverige ansvarar för registrering av svensk material.

Databasen NCOM är en skandinavisk databas med referenser till litteratur inom ämnesområdet kommunikation.

Helecon-systemet är avgiftsbaserat, men finns gratis tillgängligt på CD-ROM i flesta universitet-/högskolebibliotek

Helecon har ett utmärkt thesaurus, som uppdateras ofta av de deltagande ländernas biblioteken. Denna thesaurus används av Handelshögskolans bibliotek även för ämnesord för publikationer i den lokala online katalogen.

## **Information om konsumentforskning inom EU**

### **The CORDIS Service**

CORDIS som står för "The Community Research and Development Information Service" dokumenterar all information om forskning och teknisk utveckling (RTD) understödd eller finansierad av den Europeiska Unionen. Den utgör en central kvalitativ informationskälla för organisationer, industrier och handel över hela EU. Den är dessutom väsentlig för den akademiska och industriella forskningen för dess behov av kunskap om aktuella forskningstrender och projekt. I medlemsstaterna har CORDIS därmed blivit ett viktigt verktyg för beslutsfattare inom forskningspolitik.

CORDIS innehåller över 13 000 dokument i tio olika databaser. Ett exempel på informationssökning gjordes i deldatabasen RTD-NEWS (News items related to Community RTD activities). Söktermer var "consumer interest". Som resultat av sökningen erhöles två relevanta referenser. Den ena referensen gav en ingående introduktion till en konferens "Second meeting of the European Consumer Forum", som hölls i Madrid den 21 November 1995. Referensen innehöll dessutom en kortfattad introduktion till "The European Consumer Forum".

En annan sökning gjordes i deldatabasen RTD-Projects (Community RTD-related Projects). Söktermer var "private economy". Resultatet innehöll bl.a. fullständig information om ett danskt pilotprojekt om tillämpning av EU's märkning av energiförbrukning av s.k. vita varor i den danska handeln.

The CORDIS Service är tillgänglig online via ECHO Host eller som en egen CD-ROM produkt. ECHO Host kan nås via Packet Switched Data Network (PSDN) eller via INTERNET. Generell information om CORDIS och dess deldatabaser får man enklast via INTERNET/WWW med adress <http://www.Cordis.lu/>. Specifika sökningar i CORDIS deldatabaser är idag inte möjliga via INTERNET/WWW. För att kunna söka i deldatabaser ämnesvis måste man koppla upp sig via INTERNET/Telnet med TCP/IP adress Echo.lu eller 194.51.247.130. Sökningar görs kostnadsfritt med hjälp av ett enkelt självinstruerande menystyrt söksystem. Förutsättning för att kunna göra sökningar är att man registrerar sig som användare och innehar ett eget användarnamn och lösenord. Dessa erhålls online vid första uppkopplingen.

## Slutsatser

Svenska biblioteksvärlden har traditionellt präglats av tudelning, där ett informationssystem och en organisation finns för den akademiska delen och ett separat system och en egen organisation för folkbiblioteken. Vad beträffar svenskt tryck, klassificeras och katalogiseras dessa publikationer två gånger, i två separata system, vars klassificeringssystem är samma och skillnader i katalogisering är överkomliga.

Folkbibliotekens BTJ2000 har ett enkelt söksystem. I funna sökresultat redovisas utöver de bibliografiska uppgifterna de klassificeringskoder och ämnesorden, som är givna centralt av BTJ och dessutom de lokalt givna koder och ämnesorden.

Det akademiska bibliotekssystemet Libris har länge präglats av trögt, icke låntagarvänligt söksystem, speciellt vad beträffar ämnessökning. Detta har nu på senare åren förbättras avsevärt, speciellt med den nyaste sökmöjligheten, Libris/Lättsök, som tillåter fritextsökning.

När man söker i Libris-databasen är alla inmatade uppgifter, även de lokala uppgifterna från deltagande bibliotek sökbara. Dessa uppgifter kan vara klassificeringskoder som skiljer sig



från Kungliga bibliotekets eller koder från andra använda klassifikationssystem, t. ex. UDK .

Lokalt angivna ämnesorden är alla sökbara på samma sätt som ämnesorden tilldelade av Kungliga Biblioteket. När man söker information inom ett visst ämnesområde kan man pröva sig fram och söka med fritt valda ämnesord, dvs. sådana som förekommer i de olika lokala ämnesordsfälten. Man får fram ett sökresultat, ett antal referenser. Själva redovisningen av sökresultatet innehåller dock aldrig de ämnesorden, som är lokalt tilldelade. Systemet redovisar bara de s.k. genererade termer, som är centralt givna av Nationalbibliografiska avdelningen i Kungliga biblioteket. Detta kan vara en nackdel. De lokalt inmatade söktermerna är alltid relevanta på ett eller annat sätt. De kompletterar de s.k. genererade termerna och beskriver dessutom ofta mera specifikt innehållet i publikationerna.

För dessa lokala ämnesorden har en del av biblioteken utvecklat sina egna ämnesordslistor eller thesaurier, som är just ämnesspecialiserade. Kunde man i allmänhet i Libris sökresultaten se dessa "dolda" ämnesorden, vore det lättare för informationssökaren att komplettera, justera och göra om sina sökningar. Att dokumentation av konsumentforskning ter sig bristfällig i Libris kan delvis ha sin förklaring här.

I de lokala akademiska bibliotekssystemen däremot, t.ex. i Geisha och Geac, är endast deras egna lokala ämnesord och klassificeringkoder sökbara, inte de centralt av Kungliga Biblioteket angivna koder och termerna, trots att kataloguppgifterna har överförts från det centrala Libris.

I folkbibliotekens informationssystem, BTJ 2000 har en "kompromiss" tillämpats. I sökresultaten redovisas var och för sig både centrala ämnesorden och just i det bibliotek angivna lokala ämnesorden.

En annan brist som kan drabba sökaren av information om t.ex. konsumentforskning, är biblioteksvärldens hantering av forskningsrapporter. Mycket av aktuellt forskningsresultat redovisas i form av rapporter, samtidigt som få bibliotek har resurser att lokalt klassificera eller ge specifika ämnesord till dessa. Rapporter tenderar att vara ganska generellt registrerade i de stora centrala bibliotekssystemen. Oftast överförs dessa uppgifter utan kompletteringar till de lokala databaserna. Detta

påverkar naturligtvis sökbarheten av forskningsresultat i bibliotekskataloger.

Biblioteken har valt att använda olika klassificeringssystem. Det mest använda klassificeringssystemet i Sverige är SAB, som används i alla folkbibliotek och i en del akademiska bibliotek. Andra vanliga klassifikationssystem är UDK eller Dewey Decimal Classification. Enligt de samtal, som jag hade med bibliotekarier i de besökta biblioteken, var dessa samstämmiga om, att SAB tillämpar sig bäst för klassificering av de olika aspekterna av konsumentområde.

När det gäller ämnesbeskrivning av litteratur i bibliotekssystem är den intressanta trenden idag, att i många bibliotek har tyngdpunkten flyttats från användandet av komplicerade, för användaren abstrakta klassifikationskoder till användandet av flertal beskrivande, sökbara ämnesord.

Handelshögskolans användning av Helecon thesaurus för ämnesord är intressant. Den är mycket aktuell. Nackdelen med tanke på den breda allmänheten är dock, att den är på engelska. I översättning skulle den kanske vara utgångspunkten till en ämnesordlista eller thesaurus för konsumentforskning och angränsande områden.

Handelshögskolan är ett ansvarsbibliotek inom ekonomi. För att följa upp, förstärka och strukturera sökbarheten av ämnet konsumentforskning, och konsumentfrågor i övrigt, i svenska informationssystem borde de specialsamlingar och den specialkunskapen, som finns i t.ex. Konsumentverkets bibliotek utnyttjas i bredare bibliotekssammanhang. Kanske skulle Handelshögskolans bibliotek etablera samarbete med Konsumentverkets bibliotek, eller detta bibliotek skulle knytas samarbetsmässigt till det blivande ansvarsbiblioteket inom samhällsvetenskapen.

Konsumentverkets bibliotek är ett specialbibliotek inom sitt ämnesområde. Dess personal präglas av goda ämneskunskaper och har dessutom kontakt med ämnesföreträdare och forskare i olika delområden. Ofördelaktigt är, att Konsumentverkets biblioteksresurser inte är sökbara utanför själva biblioteket. Detta kunde lösas med att biblioteket samarbetade inom Libris-systemet genom att registrera sitt bestånd i Libris. Detta skulle medföra fördelar även för arbetsrutinerna i Konsumentverkets bibliotek. De färdiga katalogposterna kunde utnyttjas, komplet-



teras med lokal information och sedan överförs även till den egna lokala databasen. Det onödiga dubbelarbetet med egna primärkatalogiseringar i ett helt isolerat lokalt bibliotekssystem skulle då undvikas. Omläggningen förutsätter, att biblioteket skulle frångå från den interna myndighetsbiblioteksrollen och att Konsumentverket skulle investera i ett bibliotekssystem med gränssnitt mot Libris .

För samutnyttjandet av alla biblioteksresurser talar även de framtida samarbetsplanen mellan Bibliotekstjänst och Kungliga Bibliotekets Libris-sekretariat. Folkbibliotekens BTJ2000 är redan Unix/PC/Windows-baserad, det akademiska Libris planerar att byta sin datorplattform för Unix-system. De två systemen blir kompatibla. Dessutom pågår diskussioner mellan dessa två, traditionellt helt skilda system, om samutnyttjandet av gemensamma katalogposter för svenskt tryck. Det planeras också kontinuerlig inläsning av svenska länsbibliotekens bestånd från BTJ 2000 till Libris databasen, samtidigt som Libris planerar att ha sin databas gratis sökbar över Internet. Åtgärder av detta slag kommer att resultera i rationaliseringar, men framför allt i effektivisering av utnyttjandet av landets olika informationsresurser. Det vore väl olyckligt, om information- resurser i sådana statliga myndighetsbibliotek som Konsumentverkets bibliotek hålls eller håller sig utanför.

### **Avslutningsvis**

Konsumentforskning är dokumenterad i olika grad i olika informationssystem. Det saknas en ansvarstagande sammanhållande länk, en nationell auktoritet, som skulle bevaka och försörja information om konsumentforskning - avslutad eller pågående - genom samordnade informationsresurser. Detta skulle kunna lösas genom att konsumentområdet skulle diskuteras och definieras i ansvarsbibliotekssammanhang. Först då skulle problematiken runt konsumentforskningsdokumentationen få både uppmärksamhet- och samlat nationellt stöd.

# Statens offentliga utredningar 1996

## Kronologisk förteckning

---

1. Den nya gymnasieskolan – hur går det? U.
  2. Samverkansmönster i svensk forskningsfinansiering. U.
  3. Fritid i förändring.  
Om kön och fördelning av fritidsresurser. C.
  4. Vem bestämmer vad? EU:s interna spelregler inför regeringskonferensen 1996. UD.
  5. Politikområden under lupp. Frågor om EU:s första pelare inför regeringskonferensen 1996. UD.
  6. Ett år med EU. Svenska statstjänstemäns erfarenheter av arbetet i EU. UD.
  7. Av vitalt intresse. EU:s utrikes- och säkerhetspolitik inför regeringskonferensen. UD.
  8. Batterierna – en laddad fråga. M.
  9. Om järnvägens trafikledning m.m. K.
  10. Forskning för vår vardag. C.
-



# Statens offentliga utredningar 1996

## Systematisk förteckning

---

### **Utrikesdepartementet**

Vem bestämmer vad? EU:s interna spelregler inför regeringskonferensen 1996. [4]

Politikområden under lupp. Frågor om EU:s första pelare inför regeringskonferensen 1996. [5]

Ett år med EU. Svenska statstjänstemäns erfarenheter av arbetet i EU. [6]

Av vitalt intresse. EU:s utrikes- och säkerhetspolitik inför regeringskonferensen. [7]

### **Kommunikationsdepartementet**

Om järnvägens trafikledning m.m. [9]

### **Utbildningsdepartementet**

Den nya gymnasieskolan – hur går det? [1]

Samverkansmönster i svensk forskningsfinansiering. [2]

### **Civildepartementet**

Fritid i förändring.

Om kön och fördelning av fritidsresurser. [3]

Forskning för vår vardag. [10]

### **Miljödepartementet**

Batterierna – en laddad fråga. [8]





