

EJ/AMJ
29092006

Høringsuttalelse fra Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) vedrørende

Høringsnotat 30.08.2006: Ny strategi for forskning og forskningsbasert innovasjon (LMD).

Landbruks- og matpolitikken skal gi grunnlag for økt verdiskaping og livskvalitet basert på en bærekraftig forvaltning av landbruket og bygdenes ressurser. Strategien for forskning og forskningsbasert innovasjon skal bidra til å øke landbruks- og matforskningens betydning som et sentralt virkemiddel for nå regjeringens mål på området.

Med utgangspunkt i denne overordnede målsettingen erkjenner SIFO at det er en krevende oppgave å formulere LMD's forskningsstrategi for årene 2007-2011. Usikkerhet omkring de politiske og økonomiske rammebetingelsene for landbruket og endringer i markedene for norskproduserte matvarer, gjør det utfordrende å prioritere innsatsen. Det foreliggende høringsnotatet er letlest og forståelig. Vi vil i det følgende kommentere noen punkter av spesiell relevans for SIFOs forskning og for forbrukernes situasjon og interesser i forskning som kan gi økt verdiskaping og livskvalitet.

Landbruket har noen av de mest komplette verdikjedene innen norsk næringsliv, fra forskning og produksjon av innsatsvarer og fram til forbrukerne som aktive deltakere i å omforme produktene. Dette gir gode muligheter for å studere innovasjonsprosesser og samspillet i verdikjeden, der også forbrukerne har en rolle.

SIFO savner derfor et perspektiv der sektorens utfordringer langs hele verdikjeden sees i sammenheng. Primærnæringsens og industriens muligheter vil i stor utstrekning avhenge av hvordan de forholder seg til dagligvarehandelen, food-service industrien og i siste rekke til forbrukerne. Vi savner et fokus på dagligvarekjedenes roller som samarbeidspartner eventuelt konkurrent på produktutviklings/-profileringssiden og som "portvakt" i forhold til nye produkter og tjenester overfor forbrukerne.

Vi trenger forskning som kan fokusere på makt- og avhengighetsforhold i verdikjeden og på potensial for konflikt og samarbeide mellom de ulike leddene. Det må for eksempel forskes på hvordan handelens satsning på egne-merke-produkter dels utfordrer landbruksindustriens merkevarer, dels representerer en supplerende kanal for avsetning av primærproduksjon. Handelens konseptutvikling og hvordan den virker inn på sortimentsstyring og markedsdifferensiering, bør også få mer fokus. Satsningen på nisjeprodukter og mål om en mindre bulkpreget industri, avhenger av tilgang på god hylleplass og profilering fra handelens side. Handelens rolle i forhold til produktutvikling må få mer fokus. Vi vet i dag for lite om hvordan handelen stiller betingelser for og gir signaler inn mot produktutviklingen i industrien. I denne sammenheng savnes det et fokus på hvordan samarbeide mellom leddene i verdikjeden kan bidra til å utvikle nasjonale konkurransefortrinn.

Dette siste poenget gjelder også forbrukersiden. Høringsnotatet er forbrukerorientert i den forstand at produksjoner som ikke finner avsetning hos eller forhold som har lite relevante for forbrukerne, vies mindre oppmerksomhet. Det legges også vekt på sammenhengene mellom mat, forbruk og helse. Vi savner likevel en interesse for å få større kunnskap om dynamikken i forbruksutviklingen, og enda viktigere, hvordan kunnskap om denne dynamikken kan brukes for å øke landbrukets bidrag til livskvalitet og konkurransekraften for norske matprodusenter. Her savner vi et fokus på markedskommunikasjon: Hvordan kan en bidra til å øke bedriftenes evne til å lære av forbrukerkontakt og forbrukererfaringer, og hvordan kan slik læring omsettes i konkurransefortrinn? Spørsmålet om hvordan norske forbrukere kan mobiliseres som allierte for å oppnå nasjonale landbruks- og matpolitiske mål bør få oppmerksomhet. Vi mener dette til syvende og sist er viktigere for norsk matproduksjons framtid enn all verdens satsning på å utvikle ny teknologi og nye patenter.

Satsning på teknologi, å utvikle patenterte produkter og prosessere og internasjonalt renommerte teknologer er viktig for norsk konkurransekraft. Vi tror likevel det er vel så viktig å fokusere på primærnæringsens, industriens og handelens evne til å ta i bruk og høste gevinstene av allerede kommersielt tilgjengelig teknologi. Vi trenger mer kunnskap om de organisatoriske og teknologiske grensesnittene mellom leddene i verdikjeden, hvordan disse kan optimaliseres og hvordan ulike løsninger bidrar til å lukke inn eventuelt åpne opp relasjonene i forhold til samarbeidende og konkurrerende aktører. Vi trenger mer forskning på industrielle fornyingsprosesser, på organiseringen av innovasjonsprosesser og på investering i og introduksjon av ny teknologi. Vi trenger en dypere forståelse for faktorer som kan bidra til å øke omstillingsevnen i matindustrien, herunder også evnen til å lære gjennom markedskommunikasjon. Vi trenger også mer fokus på ulike eier- og organisasjonsformer i matsektoren og hvordan disse virker inn på innovasjon, investeringer og risikovillighet. Endelig, så trenger vi etter vår mening et større fokus på forbrukerne som innovatør, som bruker av nye produkter og tjenester og deltaker i innovative nettverk. Hvis primærlandbruket og industrien skal lykkes med sine innovasjoner, må de forstå beslutningsprosessene og brukssituasjonene i de tusen hjem og i ulike typer hushold. Utviklingen av slik kunnskap, der produktene forstås i de praktiske, økonomiske, sosiale og kulturelle sammenhengene de skal inngå i, er viktig som premiss for produktutvikling og markedsprofilering.