

Ukeslutt

Bård Harstad
professor,
Økonomisk institutt,
Universitetet i Oslo



twitter: @bardharstad

Hver søndag i Aftenposten



Aksel Mjøs
førsteamanuensis
Norges Handels-
høgskole



Elisabeth Holvik
sjeføkonom
Sparebank 1



Einar Lie
professor
Universitetet i Oslo



Helle Stensbak
sjeføkonom
YS



Erling Røed Larsen
professor
Handelshøgskolen BI

Produktmerking. Som forbruker bestemmer du hva samfunnet skal produsere.

Forbrukermakt krever informasjon

Avmaktsfølelse kan man ha selv i gode demokratier. Det går jo flere år mellom hvert politiske valg, og selv da er det usansynlig at min stemme skal ha noen som helst påvirkning.

Ditt kjøp er din stemme

Men en alternativ politisk makt tilbys av markedet. Hverken biler eller palmeolje blir produsert uten at noen kjøper. Jo flere som velger Tesla, jo flere Teslaer blir produsert. Ditt kjøp er din stemme på hva samfunnet skal produsere. Stemmesedlene i markedsdemokratiet er rett nok ulikt fordelt, men som nordmann har du uansett fått din rikelige del.

For at din stemme og ditt kjøp skal få den rette effekten er det nødvendig å kjenne til mest mulig om pakken du

kjøper. Noen finleser listen over ingredienser på suppeposene. Andre leter etter fair-trade kaffe i butikkyllene. Mange foretrekker resirkulerbare produkter, og de fleste vil gjerne unngå klær produsert ved hjelp av barnarbeid eller møbler av ikke-bærekraftig regnskogstømmer. Når du kjøper et produkt så stemmer du på en hel pakke som inkluderer produksjonsprosessen så vel som egne og andres helseeffekter. Ditt kjøp er din stemme på at denne pakken: Den vil vi ha mer av.

Informasjonshindre

Skal konsumentene kunne bli informert om hvorvidt et produkt er genmodifisert? Debatten er intens selv innad i USA, og nå forsinker den frihandelsforhandlingene mellom USA og EU. Amerikanske produsenter påstår at slik informasjon skremmer konsumentene og danner et urettferdig handelshinder. Amerikanerne ønsker også å fjerne informasjon om geografisk opprinnelse.

Det er altså ikke bare tobakkprodusenter som gjerne vil slippe søkelys på produktet. Det samme er nok blitt ønsket av anerkjente produsenter som Nike, Nestlé og norske fiskeoppdrettere. Sterke krefter er i sving for å hindre konsumentene i å ta informerte valg. Men mangel på informasjon kan føre til en fundamental markedssvikt.

En nobelpris verdig

Faktisk kan hele markedet kollapse om konsumentene er usikre på produktets

kvalitet. George Akerlof ved universitetet i Berkeley analyserte slik asymmetrisk informasjon i en modell av markedet. Bruktbiler ble brukt som eksempel. Hvis kjøperen er usikker på om bilen har skjult feil eller svakheter vil hun ikke være villig til å betale det en feilfri bil faktisk er verd. I sin tur medfører dette at få feilfrie bruktbiler blir lagt ut for salg. Markedet vil dermed domineres av de dårligste bilene, og markedet for de gode kan praktisk talt kollapse.

Innsiktet gjelder ikke bare bruktbiler, men alle markeder der kjøperen ikke lett kan se kvaliteten. Er det vanskelig å skille friske og salmonellainfiserede egg, så lager vi ikke omelett. Forskningen på mangelfull informasjon har eksplodert, og i 2001 ble Akerlof en av tre som delte økonomiprisen til minne om Alfred Nobel.

I tillegg til grønne skatter

Informasjon er nødvendig – men selvsagt ikke tilstrekkelig for et velfungerende marked. Hvis jeg selv finner det kostbart med lavutslippsprodukter vil jeg likevel gjerne at du kjøper disse. Bieffektene på andres ve og vel kalles eksternaliteter, og disse markedssviktene er forskjellig fra dem som oppstår ved mangelfull informasjon, og de vil dermed ikke korrigeres ved å opplyse konsumentene. For disse er problemene at markedsprisen ikke reflekterer samfunnets totale kostnad ved produksjonen. Som jeg har forklart tidligere er løsningen da grønne skatter som korrigerer prisene.

På motsatt vis er ikke grønne skatter tilstrekkelig når kjøperne mangler informasjon. Konsumentene vil ha forskjellige behov, og din toleranse for sprøytemidler kan være forskjellig fra min. Det er derfor viktig at konsumentene etterspør informasjon om produktene og at myndighetene legger til rette for at slik informasjon finnes.

Slipp teknologien fri

Ny teknologi står klar til å revolusjonere hva konsumentene kan lære i butikken. I tillegg til etikettens ingrediensliste har mange produkter nå strek- og QR-koder (de små firkantene) med langt mer produktinformasjon. Slike kan leses av smarttelefoner, og i prinsippet vil de kunne gi informasjon om produktene selv er mest interessert i. Noen kjøpere vil da kunne lese om lammet har bittet ved Halingskarvet, mens for andre vil telefonen opplyse om tomaten er genmodifisert. Noen vil kanskje være fornøyd med å vite hvorvidt svanemerket er til stede, mens andre vil sjekke graden av oppfyllelse, kanskje gitt i prosent eller terningkast. Presisjonsnivået kan gjøres individuelt.

En slik teknologisk revolusjon burde myndighetene legge til rette for heller enn å hindre. Flere tall og mer statistikk kan dessuten bidra til å øke interessen for matematikk og naturfag.

Legg til rette

Informasjonsmangel som markedssvikt

«Sterke krefter er i sving for å hindre konsumenten i å ta informerte valg. Men mangel på informasjon kan føre til en fundamental markedssvikt.»

Internett

«Jeg ser på internett som en sivilisasjonstrussel.»

Bernt Hagtvet, professor i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo, til Dagens Næringsliv

Gigantsykehus

«Det er ikke grunnlag for å hevde at gigantsykehus og store helseforetak er riktig medisin.»

Kurt R. Brække, professor ved Norges Handelshøgskole (NHH) og ekspert i helseøkonomi, til NHH Bulletin

Vestlandet

«Vestlandet må begynne å profilere seg som det globale kunnskapsknutepunkt i de blå næringene, og ikke som en landsdel med dårlige veier og et tiltagende hovedstads-kompleks.»

BI-professor Torgeir Reve i nettavisen Sysla (Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende)

Dagens Næringsliv

«Med nok rosa papir og trykksverte tror enkelte journalister i DN (Dagens Næringsliv) at griser flyt.»

Storeier Kjell Inge Røkke i brev til aksjonærene i Aker-selskapene

Universiteter

«Så lenge de styrende godtar markedsøkonomien som premiss-leverandør, vil de ønske å rydde humaniora av veien.»

Professor George Chabert ved Institutt for språk og litteratur ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU) i Klassekampen



Jo flere som velger Tesla, desto flere Teslaer blir det produsert. Ditt kjøp er din stemme på hva samfunnet skal produsere, skriver Bård Harstad. FOTO: NG HAN GUAN, AP/NTB SCANPIX

er ofte enkelt å regulere. Dersom det er mulig å verifisere produksjonsmetoden vil de flinkeste i klassen frivillig gå ut med alle detaljer.

Deretter vil de nest-flinkeste publisere sine tall for ikke å bli plassert i samme bås som de øvrige. Slik vil til slutt alle bedrifter (bortsett fra de verste) velge å offentliggjøre den informasjon som kjø-

perne ønsker. Mekanismen krever at informasjonen kan bekrefte og at sertifikattene er ærlige.

Fra finanskrisen har vi lært at selv anerkjente ratingbyråer som lever av å informere korrekt om andres kredittverdighet, kan gjøre en slett jobb. Ved Økonomisk institutt har kolleger som Adrien Vigier og Steinar Holden bidratt til

å forklare hvorfor. Ved Boston-universitetet har Jacopo Bizzotto studert betydningen av konkurranse blant ratingbyråene.

Det er en glede å meddele at Bizzotto nylig aksepterte vårt jobbtillbud ved Universitetet i Oslo. For ikke bare trenger vi mer informasjon i markedene, vi trenger også informasjon om hvordan dette best oppnås.

Skatteetaten > Skatteetatens IT- og servicepartner

Seksjonssjef til Partnerdialog

Vi søker etter en positiv og utadvendt person som ønsker å lede en seksjon som jobber innenfor hele tjenestespekteret til Skatteetatens IT- og servicepartner (SITS).

Enheten du skal lede er hovedansvarlig for å forvalte tjenestetilbudet til SITS, og for dialog med Sits' sine kunder. Dette gjelder både overfor Skattedirektoratet (SKD) og samarbeidende etater som Toll og Avgiftsdirektoratet (TAD), Statens Innkrevingssentral (SI) og Etatenes Fellesforvaltning (EFF).

Sentrale arbeidsoppgaver er blant annet å være en proaktiv kundepartner (KAM) rettet mot bestillersiden, sikre forståelse av kortstiktige og langsiktige behov, og bidra til å utvikle grensesnittet og møteplassene mellom SITS, SKD og EFF. For mer informasjon om stillingen se skatteetaten.no/jobb

Kontaktperson: avdelingsdirektør Sverre Norberg, mobil 971 50 506

Søknadsfrist: 11. mai 2014

Ref.nr.: 2014/263388

Profesjonell • Imøtekommende • Nytenkende

Skatteetaten satser sterkt på utvikling. Skatteetatens IT- og Servicepartner (SITS) er etatenes leverandør av IT-, eiendoms- og administrative tjenester – en profesjonell partner som bidrar aktivt til etatenes måloppnåelse og fornyelse. SITS består av 850 ansatte og har kontorer i Oslo, Grimstad og Lillehammer. skatteetaten.no

ÅREKNUTER?

Ultralydkonsultasjon med spesialist for deg som har åreknuter: 29/4 og 30/4

Alle dager fra kl. 16.00-19.00. Vi undersøker så mange vi rekker. Gjelder IKKE om du har hatt åreknuteoperasjon m/stripping. Pris kr. 350,- pr. konsultasjon

Norsk Legesenter

Ring nå: **22 58 00 90**

NB Ny adresse: Hegdehaugsveien 31
E-post: firmapost@norsk-legesenter.no
Web: www.norsk-legesenter.no

Si din mening

– meld deg inn i Aftenposten Leserpanel

Les mer og registrer deg her: leserpanel.aftenposten.no

Aftenposten

BOLIGBYGG

Boligbygg Oslo KF er et kommunalt foretak som eier og forvalter boliger på vegne av Oslo kommune. Boligbygg har ansvar for forvaltning, drift, utvikling og vedlikehold av over 10 000 boliger. Det bor omlag 25 000 personer i våre boliger. Foretaket har en balanse på ca. 7 mrd. kroner og har 100 ansatte. Det pågår for tiden betydelig aktivitet innen eiendomsutvikling med et stort antall planlagte prosjekter.

Mer informasjon om Boligbygg kan du finne på www.boligbygg.no. Utfyllende beskrivelse av stillingen og registrering av søknad/cv gjøres på www.assessit.no

God kommunikasjon er avgjørende for å skape forståelse for det arbeidet Boligbygg driver i Oslo Kommune. Vi søker en proaktiv kommunikasjons-sjef som kan bygge tillit og gode relasjoner til ulike miljøer, jobbe strategisk og samtidig ivareta våre mange og krevende ad-hoc kommunikasjonsoppgaver.

Stillingen inngår i Boligbyggs ledergruppe og rapporterer til administrerende direktør.

Vi ønsker at du har:

- Relevant høyere utdanning
- Bred kommunikasjons erfaring
- Erfaring fra medie håndtering, beredskapsarbeid og krisekommunikasjon
- God samfunnsforståelse
- Svært god skriftlig og muntlig fremstillingsevne

For nærmere opplysning ta kontakt med Trine Bjertnes Tangen i Assessit, tlf. 905 53 525, eller Jon Carlsen på tlf. 924 07 420, adm. direktør i Boligbygg KF.

Søknadsfrist 11.05.2014

assessit
IDENTIFYING SUPERIOR PERFORMERS