

RAPPORT FRA UNDERAVDELINGEN FOR INTERVJUUNDERSØKELSER

Nr. 44

**Reklame- og informasjonssendinger
i postkassen
1977**

STATISTISK SENTRALBYRÅ
OSLO

RAPPORT FRA UNDERAVDELINGEN FOR INTERVJUUNDERSØKELSER

Nr. 44

REKLAME - OG INFORMASJONSENDINGER
I POSTKASSEN
1977

Statistisk Sentralbyrå

Oslo 1977

ISBN 82-537-0829-7

FORORD

Undersøkelsen om reklame- og informasjonssendinger i postkassen er utført etter oppdrag fra Postdirektoratet.

Konsulent Jim Aage Nøttestad har planlagt undersøkelsen og har også stått for gjennomføringen av den.

Statistisk Sentralbyrå, Oslo, 3. januar 1978

Petter Jakob Bjerve

Arne S. Andersen

INNHOOLD

	Side
T a b e l l r e g i s t e r	6
T e k s t d e l	7
I Formål	7
II Opplegg og gjennomføring	7
1. Utvalg	7
2. Datainnsamling	7
III Feilkilder og usikkerhet ved resultatene	7
1. Utvalgsvarians	7
2. Utvalgsskjevhet	8
3. Innsamlings- og bearbeidingsfeil	9
IV Begrep og kjennemerker	9
V Bruk av tabellene og noen hovedresultater	10
1. Bruk av tabellene	10
2. Noen hovedresultater	11
S æ r s k i l t t a b e l l d e l	13
V e d l e g g	
1. Intervjuskjema	29
U t k o m n e p u b l i k a s j o n e r	
Publikasjoner sendt ut fra Statistisk Sentralbyrå siden 1. juli 1976	33
Utvalgte publikasjoner i serien Statistisk Sentralbyrås Håndbøker (SSH)	37
Publikasjoner i serien Rapporter fra Underavdelingen for intervjuundersøkelser	39

S t a n d a r d t e g n

0 Mindre enn 0,5 av den brukte enhet
: Tall kan ikke offentliggjøres

TABELLREGISTER

	Side
1. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/landsdel/kommunetype, etter tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene. Prosent	14
2. Husholdninger i grupper for tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes oppfatning av om postkassen er overfylt. Prosent	15
3. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/landsdel/kommunetype, etter hvilken måte den intervjuede vanligvis leser slike sendinger. Prosent	16
4. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/den intervjuedes syn på nytten av reklame/landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes holdning til reklame i postkassen. Prosent	17
5. Husholdninger etter den intervjuedes holdning til forskjellige typer reklame og informasjons-sendinger i postkassen. Prosent	18
6. Andel av husholdninger der den intervjuede liker å få forskjellige reklame- og informasjons-sendinger, i grupper for hovedpersonens yrke/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/kommunetype. Prosent	19
7. Andel av husholdninger der den intervjuede vanligvis leser forskjellige reklame- og informasjonssendinger nøye, i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på reklamesendinger mottatt de siste 14 dagene/kommunetype. Prosent	20
8. Andel av husholdninger som vanligvis oppbevarer forskjellige sendinger mer enn en uke. Prosent	21
9. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/landsdel/kommunetype etter hvor mange ganger husholdningen de siste 12 månedene har kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklame i postkassen. Prosent	21
10. Husholdninger som ikke har kjøpt varer eller tjenester tilbudt gjennom reklame i postkassen de siste 12 månedene, etter viktigste grunn til at de ikke har gjort dette. Prosent	22
11. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/landsdel/kommunetype, etter hvor mange kuponger fra reklamesendinger husholdningen har sendt inn de siste 12 månedene. Prosent	23
12. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/kommunetype, etter den intervjuedes syn på mengden av reklame i postkassen. Prosent	24
13. Husholdninger som mener de får for mye reklame i postkassen i grupper for hovedpersonens yrke/kommunetype, etter den intervjuedes begrunnelse for dette. Prosent	25
14. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes syn på nytten av reklame. Prosent	26
15. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke, etter den intervjuedes syn på nytten av reklame i postkassen i forhold til nytten av andre former for reklame. Prosent	27
16. Husholdninger i grupper for landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes syn på nytten av reklame i postkassen i forhold til nytten av andre former for reklame. Prosent	28

I. FORMÅL

Denne undersøkelsen er den andre Statistisk Sentralbyrå gjennomfører for Postdirektoratet om publikums holdninger til reklamesendinger i postkassen. Den første undersøkelsen ble foretatt i 1969.

Formålet har vært å følge opp undersøkelsen fra 1969. I tillegg til spørsmålene i undersøkelsen i 1969 har en stilt spørsmål om publikums holdninger til forskjellige typer av reklame- og informasjonssendinger. Videre ville en vite hvordan publikum vurderte nytten av reklamesendinger i postkassen sammenlignet med andre former for reklame.

II. OPPLEGG OG GJENNOMFØRING

1. Utvalg

Undersøkelsen ble gjennomført i tilknytning til arbeidskraftundersøkelsen i 2. kvartal 1977.

Ved arbeidskraftundersøkelsene blir utvalget av husholdninger trukket i to trinn. Til trekkingen på første trinn nyttes en inndeling av hele landet i et sett utvalgsområder. Utvalgsområdene er kommuner. Kommuner som har færre enn 3 000 innbyggere er slått sammen med andre kommuner.

Utvalgsområdene er først gruppert etter landsdel og region. Innen hver av disse grupperingene er byer med mer enn 30 000 innbyggere tatt ut som egne strata. De øvrige utvalgsområdene er stratifisert etter kommunetype (dvs. næringsstruktur og sentralitet) og innbyggertall. På denne måten er landet delt opp i tilsammen 102 strata.

For hvert av de 102 strata er det trukket ett utvalgsområde. Trekkingen på første trinn foregikk ved at utvalgsområder som utgjorde egne strata ble trukket ut med 100 prosent sannsynlighet. Utvalgsområdene innen de øvrige strata ble trukket ut med en sannsynlighet proporsjonal med innbyggertallet i det enkelte området.

På annet trinn er det innen hvert utvalg trukket tilfeldige bo-husholdninger på grunnlag av adresseregisteret for utvalget.

På denne måten har en til arbeidskraftundersøkelsene trukket ut nærmere 6 000 bo-husholdninger med i alt vel 11 000 personer i alderen 16-74 år. Til denne undersøkelsen har en tilfeldig trukket et utvalg av 1 819 husholdninger til denne undersøkelsen.

2. Datainnsamling

Innsamlingen av data ble foretatt i tilknytning til arbeidskraftundersøkelsen i 2. kvartal, fra 31. mai til 17. juni. Intervjuet ble foretatt umiddelbart etter intervjuet i arbeidskraftundersøkelsen. En person i husholdningen er intervjuet. Dette har fortrinnsvis vært husmoren. I husholdninger uten husmor, eller husholdninger hvor husmoren er fraværende, er en annen voksen person, og då fortrinnsvis leilighetsinnehaveren intervjuet.

For nærmere opplysninger om intervjuets innhold viser en til spørreskjemaet som er tatt med som vedlegg 1.

III. FEILKILDER OG USIKKERHET VED RESULTATENE

1. Utvalgsvarians

En type feil eller usikkerhet ved undersøkelsen henger sammen med at en nytter resultatene fra et lite utvalg personer til å si noe om hele befolkningen. I og med at utvalget er trukket etter reglene for tilfeldig utvalg, er det mulig å beregne hvor stor utvalgsfeilen kan ventes å bli. Som mål for utvalgsfeilen nyttes gjerne standardavviket. I og med at utvalget er trukket etter reglene for tilfeldig utvalg, er det mulig å estimere standardavviket. En har ikke estimert standardavviket i denne rapporten, men et anslag, S , på standardavviket kan beregnes etter formelen:

$$S = \sqrt{\frac{p(100-p)}{n}} \cdot 1,5$$

der p er den prosent anslaget skal beregnes for, og n er tallet på observasjoner. I tabellen nedenfor er S beregnet for forskjellige verdier av p og n.

Når standardavviket er kjent, kan en finne et intervall som med en bestemt sannsynlighet inneholder den samme verdien av en estimert størrelse (den verdien en ville ha fått om en hadde foretatt en totaltelling i stedet for en utvalgsundersøkelse). Dette intervallet kalles konfidensintervallet. Kaller en den estimerte verdien M, vil intervallet med yttergrensene M minus 2 ganger standardavviket og M pluss 2 ganger standardavviket med 95 prosents sannsynlighet inneholde den samme verdien.

Tabell A. Størrelsen av standardavviket i prosent

Tallet på observasjoner	Prosenttall									
	5 (95)	10 (90)	15 (85)	20 (80)	25 (75)	30 (70)	35 (65)	40 (60)	45 (55)	50 (50)
25	5,3	7,4	8,8	9,8	10,6	11,2	11,7	12,0	12,2	12,3
50	3,8	5,2	6,2	6,9	7,5	7,9	8,3	8,4	8,6	8,7
75	3,1	4,2	5,1	5,7	6,1	6,5	6,8	6,9	7,0	7,1
100	2,7	3,7	4,4	4,9	5,3	5,6	5,8	6,0	6,1	6,1
150	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,8	4,9	5,0	5,0
200	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,1	4,2	4,3	4,3
250	1,7	2,3	2,8	3,1	3,4	3,6	3,7	3,8	3,9	3,9
300	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5	3,5
400	1,3	1,8	2,2	2,5	2,7	2,8	2,9	3,0	3,1	3,1
600	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5
800	0,9	1,3	1,6	1,7	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2
1 000	0,8	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9
1 500	0,7	1,0	1,1	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6

Konfidensintervallet for et prosenttall på 35, vil etter tabell A være $35 \pm 2 \times 3,7$ når linjesummen (tallet på personer i gruppen) er 250. Det vil si at intervallet med grenser 27,6 og 42,4 med 95 prosent sannsynlighet inneholder den tallstørrelsen en ville fått om hele befolkningen hadde vært med i undersøkelsen.

Sammenlikning av tall. I praksis vil en ikke nøye seg med å betrakte ett og ett prosenttall fra en eller flere undersøkelser særskilt, men ønske å sammenlikne prosenttall for forskjellige grupper. Det er da nødvendig å være oppmerksom på at to tall som sammenliknes begge er usikre, og at usikkerheten på forskjellen mellom dem vanligvis blir større enn usikkerheten på hvert tall.

2. Utvalgsskjevhet

Utvalgsskjevhet kan oppstå ved at husholdninger med spesielle kjennemerker ikke blir representert blant de intervjuede i samme grad som de forekommer i befolkningen. Dette vil først og fremst skje ved at det er særlig høyt frafall blant spesielle grupper i utvalget.

Av de 1 819 husholdningene som ble trukket til undersøkelsen var det 357 vi ikke fikk intervjuet, det vil si 20 prosent, slik at tallet på oppgavegivere ble 1 462 husholdninger. Fraffallet fordeler seg etter frafallsårsak som vist i tabell B.

Tabell B. Husholdninger som ikke ble intervjuet. Prosent

I alt	Nekting	Sykdom eller, dødsfall i familien	Bortreist på arbeid, skole o.a.	Ikke truffet av andre årsaker	Annet og uoppgitt	Tallet på husholdninger
100	25	8	11	22	34	357

Tabell C. Oppsøkte husholdninger, husholdninger som svarte, og frafall etter landsdel

	Oppsøkte husholdninger		Husholdninger som svarte		Frafall	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
I alt	1 819	100	1 462	100	357	100
LANDSDEL						
Oslo/Akershus	433	24	332	23	101	28
Resten av Østlandet	511	28	421	29	90	25
Sørlandet/Vestlandet	416	23	332	23	84	23
Møre/Trøndelag	264	14	217	15	47	13
Nord-Norge	195	10	160	11	35	10

Tabell C viser at frafallet ikke er så skjevt på landsdeler at det får noen videre betydning for representativiteten. Forskjellen mellom fordelingen av de oppsøkte husholdningene og de husholdningene som deltok i undersøkelsen etter landsdel er ubetydelige.

3. Innsamlings- og bearbeidingsfeil

Resultatene fra en intervjuundersøkelse vil vanligvis inneholde visse målings- og bearbeidingsfeil. Målings- eller innsamlingsfeil oppstår når den intervjuede på grunn av glemsel, erindringsfor skyvning, misforståelse av spørsmål o.l. gir feil svar, eller ved at intervjueren påvirker den intervjuede eller merker feilaktig av på spørreskjemaet. Bearbeidingsfeil oppstår som oftest på grunn av feil koding, eller feil ved overføring av opplysninger fra skjema til databånd.

Som et ledd i bearbeidningen av datamaterialet blir det i Statistisk Sentralbyrå foretatt rettinger av feil som har oppstått under innsamlingen og/eller dataoverføringen, og som er av en slik art at de kan rettes på grunnlag av allerede gitte opplysninger eller logiske kontroller.

IV. BEGREP OG KJENNEMERKER

I de fleste tilfellene går betydningen av de kjennemerkene som er nyttet, fram av tabelloverskriftene eller spørreskjemaet, (vedlegg 1). Følgende kjennemerker fremgår ikke av spørreskjemaet:

En husholdning omfatter personer som er fast bosatt i samme leilighet (bolig).

I en del tabeller har vi karakterisert husholdningen ved yrket til hovedpersonen. Som hovedperson har vi valgt den i husholdningen som har hatt flest timer med innteksgivende arbeid uken forut for intervjuperioden. I husholdninger hvor to husholdningsmedlemmer har samme antall timer i innteksgivende arbeid, regnes mannen som hovedperson. I husholdninger hvor flere enn to personer har samme antall timer med innteksgivende arbeid, er den eldste valgt som hovedperson. Mannen er regnet som hovedperson i husholdninger hvor ingen er yrkesaktive.

Landsdelene omfatter følgende fylker:

Oslo og Akershus

Østlandet ellers: Østfold, Vestfold, Hedmark, Oppland, Buskerud og Telemark

Sørlandet og Vestlandet: Aust- og Vest-Agder, Rogaland, Hordland og Sogn og Fjordane

Møre og Trøndelag: Møre og Romsdal, Sør- og Nord-Trøndelag

Nord-Norge: Nordland, Troms og Finnmark

Yrkesgrupperingen følger standard for yrkesgruppering i offentlig norsk statistikk (1965).

Kommunetype. Grupperingen av kommunene etter kommunetype bygger på oppgaver fra Folke- og boligtellingen 1970 over kommunenes næringsstruktur. Med sentralitet menes kommunens geografiske beliggenhet i forhold til store og mellomstore tettsteder. For en nærmere beskrivelse av kommunetypeinndelingen, se Artikler fra Statistisk Sentralbyrå nr. 69.

Hovedklassifiseringen av kommunene deler disse inn i følgende 9 kommunetyper:

Type 1: Landbrukskommuner

De vareproduserende næringer sysselsetter flere enn de tjenesteytende næringer. Dessuten må minst ett av disse krav være oppfylt:

- Jord- og skogbruk sysselsetter mer enn 2/3 av de sysselsatte i de vareproduserende næringer.
- Jord- og skogbruk sysselsetter flere enn fiske og fangst, som igjen sysselsetter flere enn industri.

Type 2: Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner

De vareproduserende næringer sysselsetter flere enn de tjenesteytende næringer. Ingen enkelt vareproduserende næring sysselsetter mer enn 2/3 av de sysselsatte i de vareproduserende næringer, og fiske og fangst er minste vareproduserende næring. Kommunen ligger mindre sentralt.

Type 3: Sentrale, blandede landbruks- og industrikommuner

De vareproduserende næringer sysselsetter flere enn de tjenesteytende næringer. Ingen enkelt vareproduserende næring sysselsetter mer enn 2/3 av de sysselsatte i de vareproduserende næringer, og fiske og fangst er minste vareproduserende næring. Kommunen ligger sentralt.

Type 4: Fiskerikommuner

De vareproduserende næringer sysselsetter flere enn de tjenesteytende næringer. Dessuten må begge disse krav være oppfylt:

- a) Fiske og fangst sysselsetter flere enn jord- og skogbruk.
- b) Fiske og fangst sysselsetter minst halvparten av det antall som er sysselsatte i industri.

Type 5: Mindre sentrale industrikommuner

De vareproduserende næringer sysselsetter flere enn de tjenesteytende næringer. Dessuten må minst ett av disse krav være oppfylt:

- a) Industri sysselsetter mer enn 2/3 av de sysselsatte i de vareproduserende næringer.
- b) Industri sysselsetter mer enn dobbelt så mange som fiske og fangst, som igjen sysselsetter flere enn jord- og skogbruk. Kommunen ligger mindre sentralt.

Type 6: Sentrale industrikommuner

De vareproduserende næringer sysselsetter flere enn de tjenesteytende næringer. Dessuten må minst ett av disse krav være oppfylt:

- a) Industri sysselsetter mer enn 2/3 av de sysselsatte i de vareproduserende næringer.
- b) Industri sysselsetter mer enn dobbelt så mange som fiske og fangst, som igjen sysselsetter flere enn jord- og skogbruk. Kommunen ligger sentralt.

Type 7: Særlig sentrale, blandede tjenesteytings- og industrikommuner

De tjenesteytende næringer sysselsetter flere enn de vareproduserende næringer. Industri er største vareproduserende næring. Kommunen ligger særlig sentralt.

Type 8: Øvrige blandede tjenesteytings- og industrikommuner

De tjenesteytende næringer sysselsetter flere enn de vareproduserende næringer. Industri er største vareproduserende næring. Kommunen ligger ikke særlig sentralt.

Type 9: Andre kommuner

De tjenesteytende næringer sysselsetter flere enn de vareproduserende næringer. Industri er ikke største vareproduserende næring.

V. BRUK AV TABELLENE OG NOEN HOVEDRESULTATER

1. Bruk av tabellene

For enkelte husholdninger har en ikke fått opplysninger om ett eller flere kjennemerker. Summen av tallet på husholdninger som svarte, kan for enkelte kjennemerker derfor være noe mindre enn tallet på husholdninger som svarte i alt.

For grupper med mindre enn 25 observasjoner er det ikke foretatt prosentberegninger.

Tallene i tabellene er avrundet til nærmeste hele prosenttall. Summene i tabellene er satt lik 100 prosent, selv om det kan være et avvik på 1-2 prosentenheter.

Undersøkelsen er basert på et husholdningsutvalg og er derfor egnet til å kaste lys over spørsmål om mottatte sendinger, og om kjøp og innsending av kuponger. Det er i undersøkelsen også stilt en del spørsmål om holdninger til reklame m.v. Her er husholdningen imidlertid ikke en like naturlig enhet. Dersom en først og fremst er interessert i å se holdninger til reklame m.v. i sammenheng med husholdningens kjøpeatferd, vil det heller ikke være uten problemer å ha person som undersøkelsesenheter. Kjøpebeslutninger i en husholdning vil i mange tilfelle omfatte flere av personene i husholdningen.

Som tidligere nevnt, har en i denne undersøkelsen intervjuet bare en person i hver husholdning. Dette bør en ta hensyn til i tolkningen av tallene. Resultatene for holdningsspørsmålene kan ikke tolkes som uttrykk for befolkningens holdninger. Da en her, som i undersøkelsen fra 1969, i hovedsak har intervjuet "husmoren" vil også kvinner bli overrepresentert blant de personene som er blitt intervjuet.

2. Noen hovedresultater

I alt oppgav 81 prosent av de intervjuede at husholdningen hadde mottatt en eller flere reklame- og informasjonssendinger de siste 14 dagene før intervjuet, 8 prosent hadde ikke mottatt slike sendinger, mens 13 prosent ikke kjente tallet på sendinger. 5 prosent hadde mottatt 1 sending i dette tidsrommet, og 43 prosent hadde mottatt 5 eller flere sendinger.

Tallet på sendinger den intervjuede hadde mottatt, varierte både med bosted og yrke til hovedpersonen i husholdningen. I alt 86 prosent av husholdninger bosatt i industrikommuner hadde mottatt én eller flere sendinger, det tilsvarende tallet for husholdninger i fiskerikommuner var 66 prosent. I husholdninger hvor hovedpersonen hadde administrasjonsarbeid, kontor- eller handelsarbeid var det 84 prosent som hadde fått én eller flere sendinger, mens det i husholdninger hvor hovedpersonen var pensjonist eller trygdet var det 71 prosent som hadde fått én eller flere sendinger de siste 14 dagene før intervjuet (tabell 1).

På spørsmål om postkassen ofte var overfylt på grunn av disse sendingene, svarte 15 prosent at postkassen ofte var overfylt, 22 prosent at det skjedde av og til, mens 72 prosent svarte at den aldri var overfylt (tabell 2).

Andelen som ikke likte å få reklame- og informasjonssendinger i postkassen var omtrent dobbelt så stor som andelen som likte å få slike sendinger, henholdsvis 27 og 12 prosent. I alt 35 prosent var verken for eller imot, mens 26 prosent svarte at holdningen var avhengig av den enkelte sendingen (tabell 4). De sendingene som de fleste likte å motta, var informasjonssendinger fra stat og kommune. I alt 63 prosent har svart at de likte å motta slike sendinger, mens 22 prosent likte å motta reklame fra bokklubber, forlag og tidsskrifter og informasjon fra politiske partier. Av reklamesendinger var reklame fra dagligvareforretninger de mest populære, 49 prosent svarte at de likte å motta slike sendinger i postkassen (tabell 5).

Bare 5 prosent svarte at de studerer reklame- og informasjonssendingene nøye, 66 prosent ser litt på dem og 10 prosent svarte at de ser ikke på dem i det hele tatt, mens 19 prosent svarte at det avhenger av sendingene hvordan de leser dem (tabell 3).

10 prosent av husholdningene har sendt inn kuponger i de siste 12 måneder for å få nærmere opplysninger, vareprøver, delta i konkurranser o.l. (tabell 11).

Av alle husholdninger har 34 prosent kjøpt varer eller tjenester som i de siste 12 måneder er blitt tilbudt gjennom reklame i postkassen. Størst andel av husholdningene som foretok innkjøp, finner en blant husholdninger hvor hovedpersonen hadde teknisk arbeid, humanistisk arbeid, eller jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid. I disse gruppene hadde henholdsvis 47 og 45 prosent foretatt ett eller flere slike innkjøp de siste 12 månedene. Det tilsvarende tall for husholdninger hvor hovedpersonen var trygdet/pensjonist, var 8 prosent (tabell 9).

I alt 61 prosent hadde ikke foretatt slike innkjøp og de viktigste begrunnelsene for dette var: "vil heller gå i butikken" (43 prosent), "liker å se varene, er usikker på kvaliteten" (34 prosent) (tabell 10).

65 prosent av de intervjuede syntes de fikk for mye reklame i postkassen, 31 prosent mente de fikk passe og bare 1 prosent mente de fikk for lite reklame.

De viktigste begrunnelsene for at folk syntes de fikk for mye reklame var: "det kastes likevel, blir for mye papirsøll" (34 prosent), 33 prosent var uinteressert i det meste av den reklamen som kommer og 19 prosent mente at det brukes for mange penger på reklame (tabell 13).

Det var 5 prosent av de intervjuede som mente at reklame generelt var meget nyttig for dem, 42 prosent mente reklamen var ganske nyttig, 40 prosent at den var lite nyttig, mens 12 prosent mente at reklamen ikke var nyttig (tabell 14).

Undersøkelsen er i store trekk en gjentakelse av en undersøkelse i 1969. Undersøkelsen fra 1969 omfattet imidlertid bare reklame og ikke som nå reklame- og informasjonssendinger. Dette tilsier at en del av resultatene ikke er direkte sammenlignbare.

I 1969 hadde 13 prosent av husholdningene ikke mottatt noen sendinger de siste 14 dagene før intervjuet, 78 prosent hadde mottatt en eller flere sendinger. De tilsvarende tall fra 1977 er 8 og 81 prosent. Spesielt ser det ut til å være en økning i andelen av husholdningene som har mottatt mange sendinger, i 1969 var det 26 prosent som mottok 5 eller flere sendinger, i 1977 var dette tallet 43 prosent. Som nevnt er tallene imidlertid ikke helt sammenlignbare.

Folks holdning til reklame i postkassen synes å ha endret seg noe. I 1969 var det 29 prosent som likte å få reklame i postkassen, 49 prosent stilte seg likegyldig og 23 prosent likte det ikke. Tilsvarende tall for 1977 er 12, 35 og 27 prosent. 1977-undersøkelsen skiller seg her fra 1969-undersøkelsen ved at det var mulig å svare "kommer an på sendingen" (26 prosent).

Andelen av husholdningene som de siste 12 måneder kjøpte varer og tjenester som ble tilbudt gjennom reklame i postkassen, har økt noe, fra 25 prosent i 1969 til 34 prosent i 1977.

TABELLER
Særskilt tabelldel

Tabell 1. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/landsdel/kommunetype, etter tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene. Prosent

	I alt	Tallet på sendinger de siste 14 dager							Tallet på husholdninger
		Ingen	1	2	3	4	5 eller flere	Vet ikke	
Alle husholdninger	100	8	5	9	12	12	43	13	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE									
Teknisk- og humanistiskarbeid	100	8	2	14	11	11	42	12	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	4	6	7	12	11	48	12	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid .	100	9	5	12	4	10	47	13	77
Transportarbeid	100	10	6	10	12	6	47	8	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	8	3	9	15	13	39	13	202
Servicearbeid	100	9	6	3	13	10	46	13	69
Pensjonister, trygdede	100	12	3	5	12	18	33	17	103
Andre ikke yrkesaktive	100	7	5	10	11	11	43	13	666
LANDSDEL									
Oslo og Akershus	100	8	4	6	10	10	49	13	332
Østlandet ellers	100	7	5	11	15	14	38	10	421
Sørlandet og Vestlandet	100	6	5	10	8	9	44	17	332
Møre og Trøndelag	100	7	5	11	9	12	46	10	217
Nord-Norge	100	11	4	9	15	13	33	15	160
KOMMUNETYPE									
Landbrukskommuner	100	11	5	8	8	12	40	16	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	8	6	11	12	11	41	11	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	6	6	21	14	4	38	11	71
Fiskerikommuner	100	14	7	19	2	7	31	19	42
Mindre sentrale industrikommuner	100	5	4	4	16	17	45	9	57
Sentrale industrikommuner	100	5	8	10	14	10	44	8	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	8	4	8	9	11	47	12	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	7	3	7	16	13	35	19	242
Andre kommuner	100	9	4	9	12	14	40	12	86

Tabell 2. Husholdninger i grupper for tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene, den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes oppfatning av om postkassen er overfylt. Prosent

	I alt	Hvor ofte postkassen er overfylt				Tallet på husholdninger
		Ofte	Av og til	Aldri	Vet ikke	
Alle husholdninger	100	5	22	72	1	1 462
TALLET PÅ SENDINGER MOTTATT DE SISTE 14 DAGER						
Ingen	100	1	19	77	3	112
1 sending	100	6	12	82	-	67
2 sendinger	100	5	18	76	1	137
3 sendinger	100	2	17	80	1	169
4 sendinger	100	4	22	74	-	168
5 eller flere sendinger	100	6	24	69	1	621
Vet ikke	100	6	27	64	3	188
DEN INTERVJUEDES HOLDNING TIL REKLAME I POSTKASSEN						
Liker	100	1	12	87	-	178
Likegyldig/ingen mening	100	3	22	74	1	510
Liker ikke	100	11	25	63	1	400
Kommer an på sendingen	100	3	23	73	1	374
LANDSDEL						
Oslo og Akershus	100	3	23	73	1	332
Østlandet ellers	100	5	18	76	1	421
Sørlandet og Vestlandet	100	5	21	73	1	332
Møre og Trøndelag	100	3	26	70	1	217
Nord-Norge	100	9	26	62	3	160
KOMMUNETYPE						
Landbrukskommuner	100	3	3	92	2	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	-	21	79	-	106
Sentrale blandede landbruks- og industri- kommuner	100	13	6	80	1	71
Fiskerikommuner	100	-	19	79	2	42
Mindre sentrale industrikommuner	100	9	33	58	-	57
Sentrale industrikommuner	100	4	24	71	1	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	4	24	71	1	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industri- kommuner	100	7	19	72	2	242
Andre kommuner	100	13	23	62	2	86

Tabell 3. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/landsdel/kommunetype, etter hvilken måte den intervjuede vanligvis leser slike sendinger. Prosent

	I alt	Hvordan den intervjuede vanligvis leser reklamesendinger				Uopp-gitt	Tallet på husholdninger
		Studerer dem nøye	Titter litt på dem	Ser ikke på dem	Kommer an på sendingen		
Alle husholdninger	100	5	66	10	19	0	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE							
Teknisk- og humanistisk-arbeid	100	3	57	12	28	-	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	4	65	11	20	-	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	100	4	65	10	21	-	77
Transportarbeid	100	6	63	10	20	-	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	7	65	8	18	1	202
Servicearbeid	100	6	64	11	19	-	69
Pensjonister, trygdede	100	5	62	17	16	-	103
Andre ikke yrkesaktive	100	4	70	8	18	-	666
TALLET PÅ SENDINGER MOTTATT DE SISTE 14 DAGER							
Ingen	100	5	66	13	14	1	112
1 sending	100	3	75	10	12	-	67
2 sendinger	100	5	70	7	18	-	137
3 sendinger	100	8	72	8	12	-	169
4 sendinger	100	6	67	4	23	-	168
5 eller flere sendinger	100	4	66	9	21	0	621
Vet ikke	100	1	56	18	25	-	188
DEN INTERVJUEDES HOLDNING TIL REKLAME I POSTKASSEN							
Liker	100	24	59	1	15	1	178
Likegyldig/ingen mening	100	1	84	6	9	-	510
Liker ikke	100	1	52	27	20	-	400
Kommer an på sendingen	100	4	60	1	35	0	374
LANDSDEL							
Oslo og Akershus	100	4	58	10	27	0	332
Østlandet ellers	100	5	71	9	15	0	421
Sørlandet og Vestlandet	100	4	68	10	18	-	332
Møre og Trøndelag	100	5	70	7	18	-	217
Nord-Norge	100	6	61	13	20	-	160
KOMMUNETYPE							
Landbrukskommuner	100	2	70	8	20	-	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	3	72	8	16	1	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	4	66	14	16	-	71
Fiskerikommuner	100	5	69	2	24	-	42
Mindre sentrale industrikommuner	100	4	66	12	18	-	57
Sentrale industrikommuner	100	4	74	7	14	-	202
Særlig sentrale blandede tjenesteyttings- og industrikommuner	100	5	62	10	23	0	592
Øvrige blandede tjenesteyttings- og industrikommuner	100	5	65	12	17	-	242
Andre kommuner	100	6	71	7	16	-	86

Tabell 4. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/den intervjuedes syn på nytten av reklame/landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes holdning til reklame i postkassen. Prosent

	I alt	Den intervjuedes holdning til reklame i postkassen			Tallet på husholdninger	
		Liker	Likegyldig/ingen mening	Liker ikke		Kommer an på sendingen
Alle husholdninger	100	12	35	27	26	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE						
Teknisk- og humanistiskarbeid	100	10	33	28	29	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	12	35	30	23	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	100	14	26	29	31	77
Transportarbeid	100	8	45	20	27	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	13	38	20	29	202
Servicearbeid	100	16	23	45	16	69
Pensjonister, trygdede	100	10	40	38	12	103
Andre ikke yrkesaktive	100	12	35	25	27	666
TALLET PÅ SENDINGER MOTTATT DE SISTE 14 DAGER						
Ingen	100	13	41	28	18	112
1 sending	100	9	37	21	33	67
2 sendinger	100	15	42	17	26	137
3 sendinger	100	14	42	21	23	169
4 sendinger	100	17	29	27	27	168
5 eller flere sendinger	100	12	31	31	26	621
Vet ikke	100	6	33	33	28	188
DEN INTERVJUEDES SYN PÅ NYTTEN AV REKLAME						
Meget nyttig	100	37	31	10	21	70
Ganske nyttig	100	18	32	17	33	618
Lite nyttig	100	6	39	32	23	582
Ikke nyttig	100	3	29	55	13	175
LANDSDEL						
Oslo og Akershus	100	14	32	28	26	332
Østlandet ellers	100	12	33	31	24	421
Sørlandet og Vestlandet	100	12	39	25	24	332
Møre og Trøndelag	100	12	40	24	24	217
Nord-Norge	100	11	31	26	32	160
KOMMUNETYPE						
Landbrukskommuner	100	6	47	22	25	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner ..	100	7	34	33	26	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	7	35	31	27	71
Fiskerikommuner	100	10	31	19	40	42
Mindre sentrale industrikommuner ..	100	9	33	28	30	57
Sentrale industrikommuner	100	11	35	28	26	202
Særlig sentrale blandede tjenesteyttings- og industrikommuner	100	14	34	27	25	592
Øvrige blandede tjenesteyttings- og industrikommuner	100	13	38	28	21	242
Andre kommuner	100	16	26	24	34	86

Tabell 5. Husholdninger etter den intervjuedes holdning til forskjellige typer reklame- og informasjonssendinger i postkassen. Prosent

	I alt	Liker	Likegyldig/ ingen mening	Liker ikke	Uoppgitt	Tallet på husholdninger
Reklame fra dagligvare- forretninger	100	49	31	20	0	1 462
Reklame for møbler, innbo og utstyr til hjemmet	100	41	36	22	0	1 462
Reklame for klær, sko, kosmetikk o.l.	100	32	38	29	0	1 462
Reklame for sports- og fritids- artikler	100	26	41	33	0	1 462
Reklame fra bokklubber, bokforlag og tidsskrifter	100	22	34	44	0	1 462
Reklame fra andre postordrefirma .	100	21	37	41	1	1 462
Informasjonssendinger fra stat og kommune	100	63	22	14	1	1 462
Informasjonssendinger fra politiske partier	100	22	36	42	0	1 462
Informasjonssendinger fra for- eninger og organisasjoner	100	27	40	32	0	1 462
Informasjonssendinger om kurs og undervisningstilbud	100	52	27	20	0	1 462

Tabell 6. Andel av husholdninger der den intervjuede liker å få forskjellige reklame- og informasjons-sendinger, i grupper for hovedpersonens yrke/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/kommunetype. Prosent

	Type sending										Tallet på husholdninger
	Reklame fra dagligvareforretninger	Reklame for møbler, innbo og utstyr til hjemmet	Reklame for klær, sko, kosmetikk o.l.	Reklame for sports- og fritidsartikler	Reklame fra bok-klubber, bok-forlag og tids-skrifter	Reklame fra andre post-ordre-firma	Informasjons-sendinger fra stat og kommune	Informasjons-sendinger fra politiske partier	Informasjons-sendinger fra foreninger og organisasjoner	Informasjons-sendinger om kurs og undervisnings-tilbud	
Alle husholdninger ...	49	41	32	26	21	21	63	22	27	52	1 462
HOVEDPERSONENS-YRKE											
Teknisk- og humanistiskarbeid	41	48	24	34	37	18	75	30	31	75	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	42	43	28	30	29	17	68	22	27	60	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	42	35	31	22	16	27	64	26	29	52	77
Transportarbeid	49	49	41	37	16	22	65	14	18	57	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	44	48	38	36	22	26	64	25	31	54	202
Servicearbeid ..	54	39	28	23	13	19	58	14	29	49	69
Pensjonister, trygdede	40	18	19	8	22	12	54	17	26	17	103
Andre ikke yrkesaktive ..	56	42	35	23	18	21	62	21	26	51	666
DEN INTERVJUEDES HOLDNING TIL REKLAME I POSTKASSEN											
Liker	76	79	67	54	41	48	77	37	42	68	178
Likegyldig/ingen mening .	48	35	26	22	18	15	60	21	26	47	510
Liker ikke	31	20	11	9	14	7	53	15	19	42	400
Kommer an på sendingen	57	55	48	37	26	28	72	24	31	64	374
KOMMUNETYPE											
Landbrukskommuner	52	38	33	23	13	16	66	23	23	55	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner .	52	38	38	20	14	27	54	23	25	45	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	44	37	42	28	30	23	62	25	32	48	71
Fiskerikommuner	52	38	38	24	19	31	55	21	33	45	42
Mindre sentrale industrikommuner	56	51	40	39	16	25	56	11	26	60	57
Sentrale industrikommuner .	49	38	31	25	21	18	53	22	24	46	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industrikommuner	50	44	28	26	24	17	71	22	26	53	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industrikommuner	45	42	34	27	22	22	66	23	30	57	242
Andre kommuner	49	33	37	27	16	35	52	22	35	58	86

Tabell 7. Andel av husholdninger der den intervjuede vanligvis leser forskjellige reklame og infomasjons-sendinger nøye, i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på reklamesendinger mottatt de siste 14 dagene/kommunetype. Prosent

	Type sending										Tallet på husholdninger
	Reklame fra dagligvareforretninger	Reklame for møbler, innbo og utstyr til hjemmet	Reklame for klær, sko, kosmetikk o.l.	Reklame for sports- og fritidsartikler	Reklame fra bok- og bokforlag og tidskrifter	Reklame fra andre postordrefirma	Informasjons-sendinger fra stat og kommune	Informasjons-sendinger fra politiske partier	Informasjons-sendinger fra foreninger og organisasjoner	Informasjons-sendinger om kurs og under-visnings-tilbud	
Alle husholdninger...	31	20	17	12	10	10	34	13	14	32	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE											
Teknisk- og humanistiskarbeid	20	27	12	13	12	7	51	18	18	57	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	28	23	16	12	12	8	39	13	12	37	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	25	19	18	12	10	16	34	18	19	32	77
Transportarbeid	33	29	29	20	10	10	39	12	6	33	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	29	23	18	14	11	10	30	14	14	30	202
Servicearbeid ..	32	16	12	16	6	7	22	12	12	25	69
Pensjonister, trygdede	25	11	11	6	14	7	34	11	16	10	103
Andre ikke yrkesaktive ..	35	19	19	11	9	11	31	11	13	30	666
TALLET PÅ SENDINGER MOTTATT DE SISTE 14 DAGER											
Ingen	18	21	18	15	9	9	21	8	13	27	112
1 sending	21	24	22	13	7	10	21	9	7	22	67
2 sendinger ...	42	23	20	15	9	10	34	14	12	28	137
3 sendinger ...	35	20	18	11	9	11	33	16	20	33	169
4 sendinger ...	35	24	20	15	13	11	38	16	14	29	168
5 eller flere sendinger ...	32	20	15	10	11	10	37	12	14	37	621
Vet ikke	23	15	17	10	9	6	29	11	9	27	188
KOMMUNETYPE											
Landbrukskommuner	27	16	16	17	8	8	23	14	20	39	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industriskommuner .	27	10	19	7	4	8	20	11	13	23	106
Sentrale blandede landbruks- og industriskommuner	18	11	17	8	17	14	38	14	14	25	71
Fiskerikommuner	31	24	24	14	12	19	38	10	17	36	42
Mindre sentrale industriskommuner	23	12	16	11	4	12	21	11	9	28	57
Sentrale industriskommuner .	32	21	18	9	12	11	29	12	8	31	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industriskommuner	33	24	15	13	11	7	41	13	12	33	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industriskommuner	30	21	20	12	12	12	34	12	19	34	242
Andre kommuner .	36	20	24	14	8	15	21	12	15	30	86

Tabell 8. Andel av husholdninger som vanligvis oppbevarer forskjellige sendinger mer enn en uke. Prosent

	Type sending										
	Reklame fra dagligvareforretninger til hjemmet	Reklame for møbler, innbo og utstyr til	Reklame for klær, skotøy, kosmetikk o.l.	Reklame for sports- og fritidsartikler	Reklame fra bokforlag og tidskrifter	Reklame fra andre postordre-firma	Informasjons-sendinger fra stat og kommune	Informasjons-sendinger fra politiske partier	Informasjons-sendinger fra foreninger og organisasjoner	Informasjons-sendinger om kurs og undervisnings-tilbud	Tallet på hus-holdninger
Alle husholdninger	7	17	12	9	6	9	22	6	8	23	1 462

Tabell 9. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/ landsdel/kommunetype etter hvor mange ganger husholdningen de siste 12 månedene har kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklame i postkassen. Prosent

	I alt	Tallet på kjøp siste år							Uopp-gitt	Tallet på hus-holdninger
		Ingen	1	2	3	4	5 eller flere	Vet ikke		
Alle husholdninger	100	61	11	8	3	2	10	4	0	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE										
Teknisk- og humanistisk arbeid	100	49	14	12	4	4	13	4	-	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	57	12	12	4	2	11	3	-	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	100	51	16	13	5	4	7	5	-	77
Transportarbeid	100	65	12	6	2	4	4	4	2	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	56	12	8	3	2	13	5	1	202
Servicearbeid	100	62	13	4	3	3	9	4	1	69
Pensjonister, trygdede	100	81	4	2	2	-	10	2	-	103
Andre ikke yrkesaktive	100	64	10	7	3	2	9	4	0	666
TALLET PÅ SENDINGER MOTTATT DE SISTE 14 DAGER										
Ingen	100	75	5	8	2	3	5	1	1	112
1 sending	100	64	18	10	2	2	4	-	-	67
2 sendinger	100	58	13	7	2	2	10	7	-	137
3 sendinger	100	64	11	5	5	3	9	3	-	169
4 sendinger	100	60	10	8	6	1	11	4	-	168
5 eller flere sendinger	100	57	11	9	3	3	13	4	0	621
Vet ikke	100	64	11	7	2	1	5	9	1	188
LANDSDEL										
Oslo og Akershus	100	61	10	7	2	2	14	4	-	332
Østlandet ellers	100	66	8	8	3	2	9	4	0	421
Sørlandet og Vestlandet	100	57	16	9	2	2	9	3	1	332
Møre og Trøndelag	100	61	11	6	4	1	11	6	-	217
Nord-Norge	100	54	12	11	6	5	7	4	-	160
KOMMUNETYPE										
Landbrukskommuner	100	55	20	5	6	5	3	6	-	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industri-kommuner	100	58	10	10	4	2	9	6	1	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	69	9	7	3	1	10	1	-	71
Fiskerikommuner	100	50	12	12	5	2	9	10	-	42
Mindre sentrale industrikommuner	100	65	10	7	4	4	5	5	-	57
Sentrale industrikommuner	100	59	11	7	3	1	13	5	1	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	61	12	8	2	2	11	4	0	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industri-kommuner	100	67	7	8	4	3	8	3	-	242
Andre kommuner	100	55	12	8	8	3	11	3	-	86

Tabell 10. Husholdninger som ikke har kjøpt varer eller tjenester tilbudt gjennom reklame i postkassen de siste 12 månedene, etter viktigste grunn til at de ikke har gjort dette. Prosent

	I alt	Viktigste grunn										Tallet på husholdninger	
		Vil heller gå i butikken	Skepsis overfor postordre generelt	Liker å se varene, på kvalliteten	Usikker på returrett/byttemulighet	Besværlig/vint å hente pakker på postkontoret	Uinteressert i varene/tjenestene som ble tilbudt	Hadde ikke råd	Har ikke fått slike tilbud	Andre grunner	Vet ikke		Uopp-gitt
Alle husholdninger	100	43	7	34	1	1	7	1	0	4	0	1	893
HOVEDPERSONENS YRKE													
Teknisk- og humanistisk-arbeid	100	35	8	28	2	2	15	-	-	8	-	2	60
Administrasjons-arbeid													
Kontor- og handels-arbeid	100	44	7	28	2	1	10	1	-	4	-	-	97
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeri-arbeid	100	51	10	31	-	-	5	-	-	3	-	-	39
Transportarbeid	100	50	9	34	3	-	3	-	-	-	-	2	32
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruve-drift	100	41	8	36	2	2	6	-	-	4	-	-	113
Servicearbeid	100	49	9	23	-	2	9	2	-	5	-	2	43
Pensjonister, trygdede ...	100	47	5	28	-	1	8	1	1	5	1	1	83
Andre ikke yrkesaktive	100	42	7	38	1	1	5	2	1	3	1	-	424
KOMMUNETYPE													
Landbruks-kommuner ...	100	49	9	37	3	-	-	-	-	3	-	-	35
Mindre sentrale blandede landbruks- og industri-kommuner ...	100	18	13	56	-	-	5	2	-	3	-	3	61
Sentrale blandede landbruks- og industri-kommuner ...	100	49	4	29	-	-	10	2	-	6	-	-	49
Fiskeri-kommuner ...	100	38	10	43	5	-	5	-	-	-	-	-	21
Mindre sentrale industri-kommuner ...	100	35	3	49	3	8	-	-	-	3	-	-	37
Sentrale industri-kommuner	100	52	6	28	1	1	7	-	-	2	-	3	120
Særlig sentrale blandede tjenesteyttings- og industri-kommuner ...	100	41	8	30	1	1	10	2	1	5	1	1	361
Øvrige blandede tjenesteyttings- og industri-kommuner ...	100	49	6	33	1	1	3	2	1	3	1	1	162
Andre kommuner	100	43	9	40	-	-	9	-	-	-	-	-	47

Tabell 11. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/tallet på sendinger mottatt de siste 14 dagene/landsdel/kommunetype, etter hvor mange kuponger fra reklamesendinger husholdningen har sendt inn de siste 12 månedene. Prosent

	I alt	Antall innsendte kuponger						Vet ikke	Tallet på husholdninger
		Ingen	1	2	3	4	5 eller flere		
Alle husholdninger	100	87	4	3	1	1	1	3	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE									
Teknisk- og humanistiskarbeid	100	79	8	6	1	1	2	4	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	88	2	4	3	1	1	2	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid ...	100	88	7	1	1	1	-	1	77
Transportarbeid	100	88	4	2	-	2	-	4	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	84	5	4	1	2	2	3	202
Servicearbeid	100	84	9	-	1	-	1	4	69
Pensjonister, trygdede	100	96	1	1	1	-	-	1	103
Andre ikke yrkesaktive	100	89	4	2	1	1	1	3	666
TALLET PÅ SENDINGER MOTTATT DE SISTE 14 DAGER									
Ingen	100	83	5	1	2	1	1	7	112
1 sending	100	92	1	-	3	2	2	-	67
2 sendinger	100	85	5	4	1	1	1	3	137
3 sendinger	100	92	3	1	1	1	1	1	169
4 sendinger	100	87	6	3	1	1	-	2	168
5 eller flere sendinger	100	86	5	3	2	1	1	2	621
Vet ikke	100	90	2	1	-	1	1	5	188
LANDSDEL									
Oslo og Akershus	100	84	6	4	1	1	-	4	332
Østlandet ellers	100	89	3	2	2	1	1	2	421
Sørlandet og Vestlandet	100	87	4	3	1	2	1	2	332
Møre og Trøndelag	100	88	4	1	1	2	-	3	217
Nord-Norge	100	89	4	1	1	2	-	3	160
KOMMUNETYPE									
Landbrukskommuner	100	86	6	2	2	-	3	2	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	93	1	-	-	-	-	6	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	85	3	4	3	1	3	1	71
Fiskerikommuner	100	79	7	2	-	-	-	12	42
Mindre sentrale industrikommuner	100	93	-	4	-	-	-	3	57
Sentrale industrikommuner	100	91	3	1	1	2	1	1	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	84	6	3	2	1	1	3	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	92	5	1	1	1	-	0	242
Andre kommuner	100	87	5	5	2	-	-	1	86

Tabell 12. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/den intervjuedes holdning til reklame i postkassen/kommunetype, etter den intervjuedes syn på mengden av reklame i postkassen. Prosent

	I alt	Den intervjuedes syn på mottatt mengde reklame				Tallet på husholdninger
		For mye	Passe	For lite	Vet ikke	
Alle husholdninger	100	65	31	1	3	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE						
Teknisk- og humanistiskarbeid ..	100	62	33	3	3	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	63	33	1	4	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	100	62	35	1	1	77
Transportarbeid	100	69	29	-	2	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	64	33	1	2	202
Servicearbeid	100	65	29	-	6	69
Pensjonister, trygdede	100	67	24	-	9	103
Andre ikke yrkesaktive	100	65	31	1	3	666
DEN INTERVJUEDES HOLDNING TIL REKLAME I POSTKASSEN						
Liker reklame	100	22	73	3	2	178
Likegyldig/Ingen mening	100	62	33	0	4	510
Liker ikke reklame	100	93	5	-	2	400
Kommer an på sendingen	100	58	37	1	4	374
KOMMUNETYPE						
Landbrukskommuner	100	64	33	-	3	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner .	100	70	24	-	6	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	65	30	4	1	71
Fiskerikommuner	100	55	36	-	9	42
Mindre sentrale industrikommuner	100	72	26	2	-	57
Sentrale industrikommuner	100	61	34	1	4	202
Særlig sentrale blandede tjenesteytings- og industrikommuner .	100	63	33	1	3	592
Øvrige blandede tjenesteytings- og industrikommuner	100	68	29	0	3	242
Andre kommuner	100	67	28	-	5	86

Tabell 13. Husholdninger som mener de får for mye reklame i postkassen i grupper for hovedpersonens yrke/kommunetype, etter den intervjuedes begrunnelse for dette. Prosent

	I alt	Den intervjuedes begrunnelse							Tallet på husholdninger	
		Det kastes likevel, blir for mye papirsøl	Er uinteressert i det meste av den reklamen som kommer	Prinsipielt imot reklame	Det brukes for mange penger på reklame	Uinteressert i postordre-kjøp	Andre grunner	Vet ikke		Uoppgitt
Alle husholdninger.....	100	34	33	2	19	8	4	0	0	946
HOVEDPERSONENS YRKE										
Teknisk- og humanistisk-arbeid	100	25	33	8	15	9	11	-	-	76
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid .	100	31	34	2	20	8	6	-	-	107
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeriarbeid	100	42	27	2	21	8	-	-	-	48
Transportarbeid	100	41	29	-	18	9	3	-	-	34
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruve-drift	100	32	32	1	19	9	5	1	1	130
Servicearbeid	100	33	31	2	13	16	4	-	-	45
Pensjonister, trygdede ...	100	38	23	1	26	7	4	-	-	69
Andre ikke yrkesaktive ...	100	35	35	3	18	6	3	0	0	434
KOMMUNETYPE										
Landbrukskommuner	100	24	27	2	32	12	2	-	-	41
Mindre sentrale blandede landbruks- og industri-kommuner	100	39	34	1	12	7	4	1	1	74
Sentrale blandede landbruks- og industri-kommuner	100	37	39	2	7	9	7	-	-	46
Fiskerikommuner	100	35	48	-	9	-	4	-	4	23
Mindre sentrale industri-kommuner	100	34	37	2	20	5	2	-	-	41
Sentrale industri-kommuner	100	36	27	4	27	5	1	-	-	123
Særlig sentrale blandede tjenesteyttings- og industri-kommuner	100	29	36	3	18	8	6	-	-	376
Øvrige blandede tjenesteyttings- og industri-kommuner	100	34	29	1	21	9	5	1	-	164
Andre kommuner	100	57	19	3	14	7	-	-	-	58

Tabell 14. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke/landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes syn på nytten av reklame. Prosent

	I alt	Den intervjuedes syn				Uopp- gitt	Tallet på husholdninger
		Meget nyttig	Ganske nyttig	Lite nyttig	Ikke nyttig		
Alle husholdninger	100	5	42	40	12	1	1 462
HOVEDPERSONENS YRKE							
Teknisk- og humanistiskarbeid	100	4	45	42	7	2	122
Administrasjonsarbeid. Kontor- og handelsarbeid	100	7	50	32	9	2	171
Jordbruks-, skogbruks- og fiskeri- arbeid	100	5	46	35	13	1	77
Transportarbeid	100	4	55	37	4	-	49
Industri-, bygge- og anleggsarbeid og gruvedrift	100	4	48	38	9	1	202
Servicearbeid	100	10	38	35	16	1	69
Pensjonister, trygdede	100	2	26	44	28	-	103
Andre ikke yrkesaktive	100	5	39	43	12	1	666
LANDSDEL							
Oslo og Akershus	100	4	42	43	11	0	332
Østlandet ellers	100	5	43	38	12	1	421
Sørlandet og Vestlandet	100	7	44	35	12	2	332
Møre og Trøndelag	100	3	41	43	11	2	217
Nord-Norge	100	4	39	42	14	1	160
KOMMUNETYPE							
Landbrukskommuner	100	3	31	47	19	-	64
Mindre sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	4	40	46	7	3	106
Sentrale blandede landbruks- og industrikommuner	100	4	45	30	15	6	71
Fiskerikommuner	100	-	45	45	10	-	42
Mindre sentrale industrikommuner ...	100	9	28	47	16	-	57
Sentrale industrikommuner	100	7	42	38	10	3	202
Særlig sentrale blandede tjeneste- yttings- og industrikommuner	100	5	44	39	12	0	592
Øvrige blandede tjenesteyttings- og industrikommuner	100	4	46	37	12	1	242
Andre kommuner	100	4	38	44	13	1	86

Tabell 15. Husholdninger i grupper for hovedpersonens yrke, etter den intervjuedes syn på nytten av reklame i postkassen i forhold til nytten av andre former for reklame. Prosent

	Hovedpersonens yrke								
	Alle husholdninger	Teknisk og humanistisk arbeid	Administrasjonsarbeid, Kontor- og handelsarbeid	Jordbruks-, skogbruks og fiskeriarbeid	Tran-sportarbeid	Indu-stri-, bygge- og an-leggsarbeid	Ser-vicearbeid	Pensjo-nister, trygdede	Andre ikke yrkesaktive
KINOREKLAME									
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	33	40	35	29	29	33	33	24	33
Like nyttig	12	15	18	10	12	16	16	4	11
Mindre nyttig	13	14	14	13	27	12	17	6	13
Vet ikke/ikke aktuelt	40	30	32	46	33	38	32	65	42
Reklame er generelt ikke nyttig	12	7	9	13	4	9	16	28	12
Uoppgitt	2	2	2	3	-	1	1	1	2
UKEBLADSANNONSER									
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	22	24	28	20	12	23	20	15	23
Like nyttig	25	25	26	26	31	28	25	23	25
Mindre nyttig	23	17	24	14	37	25	29	16	24
Vet ikke/ikke aktuelt	28	34	21	38	16	23	25	46	27
Reklame er generelt ikke nyttig	12	7	9	13	4	9	16	28	12
Uoppgitt	1	1	2	3	4	1	1	1	1
REKLAME I AVIS									
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	24	25	28	23	22	27	30	19	22
Like nyttig	26	28	22	30	35	22	26	18	29
Mindre nyttig	39	39	44	34	33	43	32	43	38
Vet ikke/ikke aktuelt	10	7	5	9	8	8	12	19	10
Reklame er generelt ikke nyttig	12	7	9	13	4	9	16	28	12
Uoppgitt	1	-	1	4	2	-	-	-	1
REKLAMEPLAKATER PÅ GATENE, I FORRETNINGER OG UTSTILLINGSVINDUER									
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	27	24	32	20	25	30	16	24	28
Like nyttig	19	27	18	22	20	19	19	8	20
Mindre nyttig	31	29	33	31	39	32	41	25	29
Vet ikke/ikke aktuelt	21	18	15	25	14	18	23	42	21
Reklame er generelt ikke nyttig	12	7	9	13	4	9	16	28	12
Uoppgitt	2	3	3	3	2	1	1	1	2
Tallet på husholdninger	1 462	122	171	77	49	202	69	103	666

Tabell 16. Husholdninger i grupper for landsdel/kommunetype, etter den intervjuedes syn på nytten av reklame i postkassen i forhold til nytten av andre former for reklame. Prosent

	Landsdel					Kommunetype								
	Oslo og Akershus	Østlandet ellers	Sørlandet og Vestlandet	Møre og Trøndelag	Nord-Norge	Landbrukskommuner	Min-dre sên-trale blandede landbruks- og indu-stri-kommuner	Sen-trale blandede landbruks- og indu-stri-kommuner	Fiskeri-kommuner	Min-dre sên-trale indu-stri-kommuner	Sen-trale indu-stri-kommuner	Særlig sên-trale blandede tjen-este-ytings- og in-dustri-kommuner	Øvrige blandede tjen-este-ytings- og in-dustri-kommuner	An-dre kom-muner
KINOREKLAME														
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	35	32	32	35	28	26	26	39	21	26	30	35	36	33
Like nyttig	13	10	15	10	17	11	11	7	12	19	11	13	14	7
Mindre nyttig	15	12	11	16	14	14	14	17	14	18	12	13	10	17
Vet ikke/ikke aktuelt	35	45	42	38	36	44	47	35	48	37	46	37	39	38
Reklame er generelt ikke nyttig	11	12	12	12	14	19	8	16	10	16	10	12	12	13
Uoppgitt	2	1	0	1	4	5	1	1	5	-	1	2	0	5
UKEBLADSANNONSER														
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	27	20	23	20	19	9	14	28	12	19	24	25	24	20
Like nyttig	21	25	22	36	29	23	34	24	41	18	26	25	20	28
Mindre nyttig	21	23	24	22	25	25	18	27	24	44	21	22	24	21
Vet ikke/ikke aktuelt	28	31	30	20	23	38	33	20	21	17	28	27	31	26
Reklame er generelt ikke nyttig	11	12	12	12	14	19	8	16	10	16	10	12	12	13
Uoppgitt	2	1	1	1	4	5	1	1	2	2	1	1	1	5
REKLAME I AVIS														
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	27	21	25	23	22	22	19	21	12	21	23	26	26	20
Like nyttig	29	25	20	33	31	28	39	18	52	23	21	28	19	30
Mindre nyttig	36	44	44	36	31	34	33	42	17	47	46	38	42	40
Vet ikke/ikke aktuelt	8	10	11	6	13	14	9	17	14	9	10	7	12	9
Reklame er generelt ikke nyttig	11	12	12	12	14	19	8	16	10	16	10	12	12	13
Uoppgitt	0	0	0	2	3	2	-	1	5	-	-	1	1	1
REKLAMEPLAKATER PÅ GATENE, I FORRETNINGER OG UTSTILLINGS-VINDUER														
I alt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mer nyttig	30	26	24	29	23	16	22	17	17	23	32	28	30	26
Like nyttig	19	18	19	21	22	17	21	23	28	16	16	19	22	19
Mindre nyttig	30	31	32	33	29	31	29	36	33	40	28	32	26	35
Vet ikke/ikke aktuelt	19	24	24	15	21	28	27	23	17	21	23	19	21	17
Reklame er generelt ikke nyttig	11	12	12	12	14	19	8	16	10	16	10	12	12	13
Uoppgitt	2	1	1	2	5	8	1	1	5	-	1	2	1	3
Tallet på husholdninger	332	421	332	217	160	64	106	71	42	57	202	592	242	86

STATISTISK SENTRALBYRA
Intervjukontoret
Postboks 8131 Dep, Oslo 1
Tlf. (02) *41 38 20

Intervjuerens navn: _____

Intervjuerens nr.: _____

UNDERGITT TAUSHETSPLIKT

Skjematype

			4	1

Utv.omr.nr. 2-4
Ar-Kvartal-Gang 5-8
Husholdningsnr. 9-12

REKLAME- OG INFORMASJONSENDINGER I POSTKASSEN

Tilleggsspørsmål til Arbeidskraftundersøkelsen
2. kvartal 1977

Navn: _____

Fødselsdag-mnd.-år Personnr.

Adresse: _____

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

 13-23

Vi har noen spørsmål som gjelder reklame- og informasjonssendinger som De får i postkassen. Med reklame menes borsjyrer, salgsbrev, prislister, kataloger og vareprøver. Informasjonssendinger er f.eks. trykksaker fra stat og kommune og fra politiske partier. Vi er interessert bare i sendinger som kommer i postkassen, ikke sendinger som legges ved døren, leveres direkte eller lignende.

1. Kan De si hvor mange slike sendinger Deres husholdning har fått i postkassen i de siste 14 dagene?
- | | | |
|---|-------------------------|-------|
| 1 | 24 | Ingen |
| 2 | 1 sending | |
| 3 | 2 sendinger | |
| 4 | 3 " | |
| 5 | 4 " | |
| 6 | 5 eller flere sendinger | |
| 7 | Vet ikke | |

2. Hender det ofte, av og til, eller aldri at Deres postkasse er overfylt på grunn av slike sendinger?
- | | | |
|---|-----------|------|
| 1 | 25 | Ofte |
| 2 | Av og til | |
| 3 | Aldri | |
| 4 | Vet ikke | |

3. Pleier De å studere reklame- og informasjonssendinger nøye, titter De bare litt på dem, eller pleier De ikke å se nærmere på dem i det hele tatt?
- | | | |
|---|------------------------|-------------------|
| 1 | 26 | Studerer dem nøye |
| 2 | Titter litt på dem | |
| 3 | Ser ikke på dem | |
| 4 | Kommer an på sendingen | |

4. Liker De å få slike sendinger i postkassen, er det likegyldig for Dem eller liker De det ikke?
- | | | |
|---|-------------------------|-------|
| 1 | 27 | Liker |
| 2 | Likegyldig/ingen mening | |
| 3 | Liker ikke | |
| 4 | Kommer an på sendingen | |

5. Her har vi et kort med en liste over noen forskjellige typer reklame- og informasjonssendinger som kommer i postkassen. For hver type sending ber jeg Dem si om De liker å få slike sendinger, om det er likegyldig for Dem, eller om De ikke liker Det.

VIS KORT

LES OPP HVER TYPE

- | | Liker | Likegyldig/
ingen mening | Liker
ikke |
|--|-------|-----------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 |
| 1. Reklame fra dagligvareforretninger? | 28 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Reklame for møbler, innbo og utstyr til hjemmet? | 29 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Reklame for klær, sko, kosmetikk o.l.? | 30 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Reklame for sports- og fritidsartikler? | 31 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Reklame fra bokklubber, bokforlag og tidsskrifter? | 32 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Reklame fra andre postordrefirma? | 33 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Informasjonssendinger fra stat og kommune? | 34 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Informasjonssendinger fra politiske partier? | 35 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Informasjonssendinger fra foreninger og organisasjoner? | 36 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Informasjonssendinger om kurs og undervisningstilbud? | 37 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6. Er det noen av disse sendingene som De vanligvis leser nøye?

- | | | | | |
|---|--------------------------|-----------------------|--------------------------|-----|
| 1 | 38 | Ja | | → 7 |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Nei, leser ingen nøye | <input type="checkbox"/> | → 8 |

VIS TIL KORTET. DET ER IKKE NØDVENDIG Å LESE OPP DE ULIKE TYPER SENDINGER.

<p>7. Hvilke sendinger? KRYSS AV FOR DEN/DE SENDINGER SOM IO LESER NØYE.</p> <p style="text-align: right;">Ja, leser nøye</p> <p>1. Reklame fra dagligvareforretninger? 39 <input type="checkbox"/></p> <p>2. Reklame for møbler, innbo og utstyr til hjemmet? 40 <input type="checkbox"/></p> <p>3. Reklame for klær, skotøy, kosmetikk o.l.? 41 <input type="checkbox"/></p> <p>4. Reklame for sports- og fritidsartikler 42 <input type="checkbox"/></p> <p>5. Reklame fra bokklubber, bokforlag og tidsskrifter? 43 <input type="checkbox"/></p> <p>6. Reklame fra andre postordrefirma? 44 <input type="checkbox"/></p> <p>7. Informasjonssendinger fra stat og kommune? 45 <input type="checkbox"/></p> <p>8. Informasjonssendinger fra politiske partier? 46 <input type="checkbox"/></p> <p>9. Informasjonssendinger fra foreninger og organisasjoner? 47 <input type="checkbox"/></p> <p>10. Informasjonssendinger om kurs og undervisningstilbud? 48 <input type="checkbox"/></p>	<p>12. Hva vil De si er den viktigste grunnen til at De ikke har kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklame i postkassen? 62</p> <p>0 <input type="checkbox"/> Vil heller gå i butikken</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Skepsis overfor postordrer generelt</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Liker å se varene, usikker på kvaliteten</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Usikker på returrett/byttemulighet</p> <p>4 <input type="checkbox"/> Besværlig/tungvint å hente pakker på postkontoret</p> <p>5 <input type="checkbox"/> Uinteressert i varene/tjenestene som ble tilbudt</p> <p>6 <input type="checkbox"/> Hadde ikke råd</p> <p>7 <input type="checkbox"/> Har ikke fått slike tilbud</p> <p>8 <input type="checkbox"/> Andre grunner, spesifiser:</p> <p>_____</p> <p>9 <input type="checkbox"/> Vet ikke</p>
<p>8. Er det noen av disse sendingene som De vanligvis oppbevarer mer enn en uke? 49</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Ja → 9</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Nei, ingen oppbevares mer enn en uke → 10</p> <p>VIS TIL KORTET. DET ER IKKE NØDVENDIG Å LESE OPP DE ULIKE TYPER SENDINGER.</p>	<p>13. Reklamen inneholder ofte kuponger som kan sendes inn, enten det er for å få nærmere opplysninger, vareprøver eller delta i konkurranser. Har De eller noen i husholdningen sendt inn slike kuponger i løpet av de siste 12 måneder? 63</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Ja → 14</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Nei → 15</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Vet ikke → 15</p>
<p>9. Hvilke sendinger? KRYSS AV FOR DEN/DE SENDINGER SOM IO OPPBEVARER MER ENN EN UKE.</p> <p style="text-align: right;">Oppbevares mer enn en uke</p> <p>1. Reklame fra dagligvareforretninger? 50 <input type="checkbox"/></p> <p>2. Reklame for møbler, innbo og utstyr til hjemmet? 51 <input type="checkbox"/></p> <p>3. Reklame for klær, skotøy, kosmetikk o.l.? 52 <input type="checkbox"/></p> <p>4. Reklame for sports- og fritidsartikler? 53 <input type="checkbox"/></p> <p>5. Reklame fra bokklubber, bokforlag og tidsskrifter? 54 <input type="checkbox"/></p> <p>6. Reklame fra andre postordrefirma? 55 <input type="checkbox"/></p> <p>7. Informasjonssendinger fra stat og kommune? 56 <input type="checkbox"/></p> <p>8. Informasjonssendinger fra politiske partier? 57 <input type="checkbox"/></p> <p>9. Informasjonssendinger fra foreninger og organisasjoner? 58 <input type="checkbox"/></p> <p>10. Informasjonssendinger om kurs og undervisningstilbud? 59 <input type="checkbox"/></p>	<p>14. Hvor mange slike kuponger har Deres husholdning sendt inn i løpet av de siste 12 månedene? 64</p> <p>1 <input type="checkbox"/> 1 kupong</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 2 kuponger</p> <p>3 <input type="checkbox"/> 3 "</p> <p>4 <input type="checkbox"/> 4 "</p> <p>5 <input type="checkbox"/> 5 kuponger eller flere</p> <p>6 <input type="checkbox"/> Vet ikke</p> <p>15. Synes De at De får for mye, passe eller for lite reklame i postkassen? 65</p> <p>1 <input type="checkbox"/> For mye → 16</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Passe → 18</p> <p>3 <input type="checkbox"/> For lite → 17</p> <p>4 <input type="checkbox"/> Vet ikke → 18</p>
<p>10. Har De eller noen i Deres husholdning i løpet av de siste 12 måneder kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklame i postkassen? 60</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Ja → 11</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Nei → 12</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Vet ikke → 13</p>	<p>16. Hvorfor synes De at De får for mye? 66</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Det kastes allikevel. Det blir for mye papirsøl</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Er uinteressert i det meste av den reklamen som kommer</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Prinsipielt imot reklame</p> <p>4 <input type="checkbox"/> Det brukes for mye penger på reklame</p> <p>5 <input type="checkbox"/> Uinteressert i postordrekjøp</p> <p>6 <input type="checkbox"/> Andre grunner, spesifiser:</p> <p>_____</p> <p>7 <input type="checkbox"/> Vet ikke</p>
<p>11. Hvor mange ganger har De gjort dette? 61</p> <p>1 <input type="checkbox"/> 1 gang → 13</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 2 ganger → 13</p> <p>3 <input type="checkbox"/> 3 " → 13</p> <p>4 <input type="checkbox"/> 4 " → 13</p> <p>5 <input type="checkbox"/> 5 eller flere ganger → 13</p> <p>6 <input type="checkbox"/> Vet ikke → 13</p>	<p>17. Hvorfor synes De at De får for lite? 67</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Fint å få kjennskap til tilbud, ideer, moter, priser o.l.</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Savner spesielle typer reklame</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Liker å få noe i postkassen</p> <p>4 <input type="checkbox"/> Andre grunner, spesifiser:</p> <p>_____</p> <p>5 <input type="checkbox"/> Vet ikke</p>

18. Hvor nyttig vil De si at reklame stort sett er for Dem? Vi tenker da på all slags reklame, ikke bare det De får i postkassen. Vil De si at reklame for Dem er meget nyttig, ganske nyttig, lite nyttig eller ikke nyttig i det hele tatt?

- 68
- 1 Meget nyttig
 2 Ganske nyttig
 3 Lite nyttig
 4 Ikke nyttig

19. Vi vil gjerne at De skal sammenligne nytten av reklame i postkassen med nytten av andre typer reklame. Er reklame i postkassen mer nyttig, like nyttig eller mindre nyttig for Dem enn:

		Mer nyttig	Like nyttig	Mindre nyttig	Vet ikke/ ikke aktuelt
		1	2	3	4
1. Kinoreklame?	69	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ukeblads- annonser?	70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Reklame i avis	71	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Reklameplakater på gatene, i forretninger og utstillings- vinduer?	72	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FYLLES UT AV INTERVJUEREN

Intervjutid ⁷³⁻⁷⁴ Antall minutter

Publikasjoner sendt ut fra Statistisk Sentralbyrå
siden 1. juli 1976

*Publications issued by the Central Bureau of Statistics
since 1 July 1976*

I serien Norges offisielle statistikk (NOS):

Rekke XII

Boktrykk 1976

- Nr. 283 Økonomisk utsyn over året 1975 *Economic Survey* Sidetall 144 Pris kr 15,00
ISBN 82-537-0541-7
- 284 Fiskeristatistikk 1972 *Fishery Statistics* Sidetall 116 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0591-3
- 285 Statistisk årbok 1976 *Statistical Yearbook of Norway* Sidetall 490 Pris kr 15,00
ISBN 82-537-0635-9

Rekke A

Offsettrykk 1976

- Nr. 805 Fiskeristatistikk 1975 *Survey of Fishermen* Sidetall 41 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0613-8
- 806 Utenrikshandel 1975 I *External Trade I* Sidetall 243 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0614-6
- 807 Jaktstatistikk 1975 *Hunting Statistics* Sidetall 63 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0615-4
- 808 Veitrafikkulykker 1975 *Road Traffic Accidents* Sidetall 73 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0617-0
- 809 Sivilrettsstatistikk 1975 *Civil Judicial Statistics* Sidetall 31 Pris kr 7,00
ISBN 82-537-0618-9
- 810 Skattestatistikk Inntektsåret 1974 *Tax Statistics* Sidetall 133 Pris kr 9,00
ISBN 82-537-0619-7
- 811 Lønns- og sysselsettingsstatistikk for ansatte i skoleverket 1. oktober 1975 *Wage and
Employment Statistics for Employees in Publicly Maintained Schools* Sidetall 75
Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0621-9
- 812 Hotell- og pensjonatstatistikk 1974-1975 *Statistics on Hotels and Boarding Houses*
Sidetall 87 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0622-7
- 813 Arbeidsmarkedstatistikk 1975 *Labour Market Statistics* Sidetall 97 Pris kr 8,00
ISBN 82-537-0623-5
- 814 Utdanningsstatistikk Universiteter og høyskoler 1. oktober 1974 *Educational Statistics
Universities and Colleges* Sidetall 135 Pris kr 9,00 ISBN 82-536-0624-3
- 815 Utdanningsstatistikk Grunnskoler 1. oktober 1975 *Educational Statistics Primary Schools*
Sidetall 71 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0627-8
- 816 Kriminalstatistikk Forbrytelser etterforsket av politiet 1975 *Criminal Statistics
Crimes Investigated by the Police* Sidetall 75 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0628-6
- 817 Jordbruksstatistikk 1975 *Agricultural Statistics* Sidetall 113 Pris kr 9,00
ISBN 82-537-0629-4
- 818 Utenrikshandel 1975 II *External Trade II* Sidetall 291 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0631-6
- 819 Bøndenes inntekt og formue 1974 *The Holders' Income and Property* Sidetall 53 Pris kr 8,00
ISBN 82-537-0632-4
- 820 Flyttestatistikk 1975 *Migration Statistics* Sidetall 95 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0633-2
- 821 Folkemengden etter alder og ekteskkelig status 31. desember 1975 *Population by Age and
Marital Status* Sidetall 141 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0634-0
- 822 Lønnsstatistikk for sjøfolk på skip i utenriksfart mars 1976 *Wage Statistics for Seamen
on Ships in Ocean Transport* Sidetall 29 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0636-7
- 823 Folke- og bolig telling 1970 VI Kontrollundersøkelse *Population and Housing Census VI
Evaluation Survey* Sidetall 89 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0638-3
- 824 Folkemengdens bevegelse 1975 *Vital Statistics and Migration Statistics* Sidetall 75
Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0639-1
- 825 Laks- og sjøaurefiske 1975 *Salmon and Sea Trout Fisheries* Sidetall 61 Pris kr 8,00
ISBN 82-537-0640-5
- 826 Sosial hjemmehjelp 1975 *Social Home-Help Services* Sidetall 29 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0641-3
- 827 Veterinærstatistikk 1975 *Veterinary Statistics* Sidetall 79 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0642-1
- 828 Skogstatistikk 1975 *Forestry Statistics* Sidetall 135 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0644-8
- 829 Alkohol og andre rusmidler 1975 *Alcohol and Drugs* Sidetall 47 Pris kr 7,00
ISBN 82-537-0645-6
- 830 Lønnsstatistikk for ansatte i varehandel 1. mars 1976 *Wage Statistics for Employees in
Wholesale and Retail Trade* Sidetall 27 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0648-0
- 831 Sykehusstatistikk 1975 *Hospital Statistics* Sidetall 53 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0649-9
- 832 Legestatistikk 1976 *Statistics on Physicians* Sidetall 85 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0650-2
- 833 Sosialhjelpstatistikk 1974 *Social Care Statistics* Sidetall 47 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0652-9
- 834 Psykiatriske sykehus 1975 *Mental Hospitals* Sidetall 55 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0655-3
- 835 Byggearealstatistikk 1975 *Building Statistics* Sidetall 85 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0656-1
- 836 Eie og bruk av personbil Utvalgsundersøkelse 1973-1974 *Private Motorring Sample Survey*
Sidetall 95 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0661-8
- 837 Kriminalstatistikk Reaksjoner 1975 *Criminal Statistics Sanctions* Sidetall 49 Pris kr 7,00
ISBN 82-537-0662-6
- 838 Utdanningsstatistikk Oversikt 1. oktober 1974 *Educational Statistics Survey* Sidetall 113
Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0663-4
- 839 Kriminalstatistikk Fanger 1975 *Criminal Statistics Prisoners* Sidetall 51 Pris kr 8,00
ISBN 82-537-0664-2

Rekke XII

Boktrykk 1977

- Nr. 286 Økonomisk utsyn over året 1976 *Economic Survey* Sidetall 146 Pris kr 20,00
ISBN 82-537-0668-5
- 287 Statistisk årbok 1977 *Statistical Yearbook of Norway* Sidetall 500 Pris kr 20,00
ISBN 82-537-0746-0
- 288 Fiskeristatistikk 1973-1974 *Fishery Statistics* Sidetall 150 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-

Rekke A

Offsettrykk 1977

- Nr. 840 Elektrisitetsstatistikk 1975 *Electricity Statistics* Sidetall 95 Pris kr 8,00
ISBN 82-537-0665-0
- 841 Dødsårsaker 1975 Hovedtabeller *Causes of Death* Sidetall 99 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0666-9
- 842 Struktur tall for kommunenes økonomi 1974 *Structural Data from the Municipal Accounts*
Sidetall 123 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0667-7
- 843 Barneomsorg 1975 *Child Welfare Statistics* Sidetall 75 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0669-3
- 844 Regnskapsstatistikk 1975 Bergverksdrift og industri *Statistics of Accounts Mining and*
Manufacturing Sidetall 99 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0671-5
- 845 Regnskapsstatistikk 1975 Engroshandel *Statistics of Accounts Wholesale Trade* Sidetall 67
Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0672-3
- 846 Lønnsstatistikk for ansatte i forsikringsvirksomhet 1. september 1976 *Wage Statistics for*
Employees in Insurance Activity Sidetall 33 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0677-4
- 847 Industristatistikk 1975 *Industrial Statistics* Sidetall 191 Pris kr 15,00 ISBN 82-537-0677-4
- 848 Lønnsstatistikk for ansatte i bankvirksomhet 1. september 1976 *Wage Statistics for Bank*
Employees Sidetall 39 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0679-0
- 849 Statistisk fylkeshefte 1977 Finnmark Sidetall 201 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0680-4
- 850 Statistisk fylkeshefte 1977 Troms Sidetall 203 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0681-2
- 851 Statistisk fylkeshefte 1977 Nordland Sidetall 271 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0682-0
- 853 Statistisk fylkeshefte 1977 Sør-Trøndelag Sidetall 213 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0684-7
- 854 Statistisk fylkeshefte 1977 Møre og Romsdal Sidetall 247 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0685-5
- 855 Statistisk fylkeshefte 1977 Sogn og Fjordane Sidetall 209 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0686-3
- 867 Bygge- og anleggsstatistikk 1975 *Construction Statistics* Sidetall 65 Pris kr 11,00
ISBN 82-537-0700-2
- 868 Lønnsstatistikk for arbeidere i bergverksdrift og industri 1976 *Wage Statistics for*
Workers in Mining and Manufacturing Sidetall 29 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0701-0
- 869 Lønnsstatistikk for ansatte i jordbruk, gartnerier og hagebruk September 1976 *Wage*
Statistics for Workers and Salaried Employees in Agriculture and Horticulture
Sidetall 36 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0703-7
- 870 Varehandelsstatistikk 1975 *Wholesale and Retail Trade Statistics* Sidetall 119 Pris kr 13,00
ISBN 82-537-0705-3
- 871 Kredittmarkedstatistikk Private og offentlige banker *Credit Market Statistics Private*
and Public Banks Sidetall 127 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0706-1
- 872 Folketallet i kommunene 1976-1977 *Population in Municipalities* Sidetall 41 Pris kr 9,00
ISBN 82-537-0708-8
- 873 Sjøulykkesstatistikk 1976 *Marine Casualties* Sidetall 59 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0712-6
- 874 Helsestatistikk 1975 *Health Statistics* Sidetall 103 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0714-2
- 875 Utdanningsstatistikk Videregående skoler 1. oktober 1975 *Educational Statistics Upper*
Secondary Schools Sidetall 99 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0716-9
- 876 Lønnsstatistikk for sjøfolk på skip i innenriks rutefart november 1976 *Wage Statistics for*
Seamen on Ships in Scheduled Coasting Trade Sidetall 31 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0718-5
- 877 Kredittmarkedstatistikk Fordringer og gjeld overfor utlandet 1973-1975 *Credit Market*
Statistics Assets and Liabilities on Foreign Countries Sidetall 103 Pris kr 11,00
ISBN 82-537-0720-7
- 878 Utdanningsstatistikk Grunnskoler 1. oktober 1976 *Educational Statistics Primary Schools*
Sidetall 69 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0721-5
- 879 Veitrafikkulykker 1976 *Road Traffic Accidents* Sidetall 73 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0722-3
- 880 Lønns- og sysselsettingsstatistikk for statens embeds- og tjenestemenn 1. oktober 1976
Wage and Employment Statistics for Central Government Employees Sidetall 97 Pris kr 11,00
ISBN 82-537-0723-1
- 881 Utdanningsstatistikk Universiteter og høyskoler 1. oktober 1975 *Educational Statistics*
Universities and Colleges Sidetall 139 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0726-6
- 882 Utenrikshandel 1976 I *External Trade I* Sidetall 271 Pris kr 15,00 ISBN 82-537-0727-4
- 883 Lønnsstatistikk for ansatte i hotell- og restaurantdrift april og oktober 1976 *Wage*
Statistics for Employees in Hotels and Restaurants Sidetall 41 Pris kr 9,00
ISBN 82-537-0728-2
- 884 Arbeidsmarkedstatistikk 1976 *Labour Market Statistics* Sidetall 133 Pris kr 11,00
ISBN 82-537-0730-4
- 885 Lønnsstatistikk 1976 *Wage Statistics* Sidetall 91 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0731-2
- 886 Helårs- og heltidssysselsettings inntekter 1970 *Income of Whole-year and Full-time Employed*
Persons Sidetall 337 Pris kr 15,00 ISBN 82-537-0734-7
- 887 Skogavvirkning til salg og industriell produksjon 1975-76 *Roundwood Cut for Sale and*
Industrial Production Sidetall 55 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0735-5
- 888 Bedriftstelling 1974 Varehandel *Census of Establishments 1974 Wholesale and Retail Trade*
Sidetall 113 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0739-8
- 889 Jaktstatistikk 1976 *Hunting Statistics* Sidetall 65 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0742-8
- 890 Sivilrettsstatistikk 1976 *Civil Judicial Statistics* Sidetall 43 Pris kr 9,00
ISBN 82-537-0740-1
- 891 Hotell- og pensjonatstatistikk 1975-1976 *Statistics on Hotels and Boarding Houses*
Sidetall 87 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0744-4

- Rekke A Offsettrykk 1977 (forts.)
- Nr. 892 Inntektsstatistikk 1973 *Income Statistics* Sidetall 157 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0745-2
 - 893 Kriminalstatistikk Forbrytelser etterforsket av politiet 1976 *Criminal Statistics Crimes Investigated by the Police* Sidetall 77 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0747-9
 - 894 Helseundersøkelse 1975 *Health Survey* Sidetall 183 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0748-7
 - 895 Bedriftstelling 1974 Tjenesteyting m.v. *Census of Establishments 1974 Service Industries etc.* Sidetall 105 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0749-5
 - 896 Samferdselsstatistikk 1976 *Transport and Communication Statistics* Sidetall 251 Pris kr 15,00 ISBN 82-537-0750-9
 - 897 Utenrikshandel 1976 II *External Trade II* Sidetall 361 Pris kr 15,00 ISBN 82-537-0751-7
 - 898 Flyttestatistikk 1976 *Migration Statistics* Sidetall 95 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0752-5
 - 899 Folkemengden etter alder og ekteskapelig status 31. desember 1976 *Population by Age and Marital Status* Sidetall 159 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0753-3
 - 900 Bøndernes inntekt og formue 1975 *The Holders' Income and Property* Sidetall 53 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0757-6
 - 901 Sosialhjelpstatistikk 1975 *Social Care Statistics* Sidetall 47 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0759-2
 - 902 Alkohol og andre rusmidler 1976 *Alcohol and Drugs* Sidetall 47 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0760-6
 - 903 Lønnsstatistikk for ansatte i varehandel 1. mars 1977 *Wage Statistics for Employees in Wholesale and Retail Trade* Sidetall 77 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0762-2
 - 904 Folkemengdens bevegelse 1976 *Vital Statistics and Migration Statistics* Sidetall 77 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0763-0
 - 905 Utdanningsstatistikk Vaksenopplæring 1975-76 *Educational Statistics Adult Education* Sidetall 99 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0764-9
 - 906 Skattestatistikk Inntektsåret 1975 *Tax Statistics Income Year 1975* Sidetall 141 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0765-7
 - 907 Forretnings- og sparebanker Balanser og resultatregnskaper for de enkelte banker 1975 og 1976 *Commercial and Savings Banks Balance Sheets and Working Accounts* Sidetall 171 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0729-0
 - 908 Sosial hjemmehjelp 1976 *Social Home-Help Services* Sidetall 33 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0767-3
 - 909 Lønnsstatistikk for sjøfolk på skip i utenriksfart mars 1977 *Wage Statistics for Seamen on Ships in Ocean Transport March 1977* Sidetall 31 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0768-1
 - 910 Laks- og sjøaurefiske 1976 *Salmon and Sea Trout Fisheries* Sidetall 57 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0773-8
 - 911 Skogstatistikk 1976 *Forestry Statistics* Sidetall 121 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0774-6
 - 912 Utdanningsstatistikk Oversikt 1. oktober 1975 *Educational Statistics Survey* Sidetall 111 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0776-2
 - 913 Jordbruksstatistikk 1976 *Agricultural Statistics* Sidetall 139 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0777-0
 - 914 Lønns- og sysselsettingsstatistikk for ansatte i skoleverket 1. oktober 1976 *Wage and Employment Statistics for Employees in Public Maintained Schools* Sidetall 59 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0780-0
 - 915 Kriminalstatistikk Reaksjoner 1976 *Criminal Statistics Sanctions* Sidetall 49 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0781-9
 - 916 Lønnsstatistikk for kommunale arbeidstakere pr. 1. oktober 1976 *Wage Statistics for Local Government Employees* Sidetall 77 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0783-7
 - 917 Byggearealstatistikk 1976 *Building Statistics* Sidetall 85 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0784-3
 - 918 Struktur tall for kommunens økonomi 1975 *Structural Data from the Municipal Accounts* Sidetall 143 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0785-1
 - 919 Veterinærstatistikk 1976 *Veterinary Statistics* Sidetall 79 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0787-8
 - 920 Stortingsvalget 1977 *Storting Elections 1977* Sidetall 153 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0790-8
 - 921 Elektrisitetsstatistikk 1976 *Electricity Statistics* Sidetall 95 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0792-1
 - 923 Rutebilstatistikk 1975 *Scheduled Road Transport* Sidetall 61 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0795-9
 - 926 Dødsårsaker 1976 Hovedtabeller *Causes of Death Main Tables* Sidetall 99 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0799-1
 - 927 Framskriving av folkemengden 1977-2010 Regionale tall *Population Projections 1977-2010 Regional Figures* Sidetall 207 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0800-9
 - 931 Kredittmarkedstatistikk Finansielle Sektorbalanser 1971-1976 *Credit Market Statistics Financial Sector Balance Sheets* Sidetall 199 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0807-6

I serien Statistiske analyser (SA):

- Nr. 25 Forbruk blant skoleungdom og studenter 1973-1974 *Students' Consumer Expenditure* Sidetall 59 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0606-5
 - 26 Vaksenopplæring 1969-1974 *Adult Education* Sidetall 137 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0630-8
 - 27 Omsetning og fortjeneste m.v. i varehandelen *Sales and Profit etc. in the Internal Trade* Sidetall 63 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0651-0
 - 28 Beholdning og anskaffelse av varige forbruksvarer i private husholdninger *Accounts of Stocks and Purchases of Durable Consumer Goods in Private Households* Sidetall 133 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0670-7
 - 29 Tømmerfløting 1871-1975 *Timber Floating* Sidetall 79 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0704-5
 - 30 Døgnets 24 timer *The Day's 24 Hours* Sidetall 99 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0719-3
 - 31 Sosialt utsyn 1977 *Social Survey* Sidetall 239 Pris kr 15,00 ISBN 82-537-0756-8
 - 32 Norsk hagebruk 1969-1974 *Norwegian Horticulture* Sidetall 103 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0761-4

I serien Samfunnsøkonomiske studier (SØS):

- Nr. 29 Statistisk Sentralbyrås 100-årsjubileum Prolog og taler ved festmøte i Universitetets aula 11. juni 1976 *Central Bureau of Statistics Prologue and Adresses at the Centenary Celebration, University Hall* Sidetall 32 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0637-5
- 30 Inntekts- og forbruksbeskatning fra et fordelingssynspunkt - En modell for empirisk analyse *Taxation of Income and Consumption from a Distributional Point of View - A model for Empirical Analysis* Sidetall 148 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0647-2
- 32 Inntekt og forbruk for funksjonshemma *Income and Consumer Expenditure of Disabled Persons* Sidetall 166 Pris kr 13,00 ISBN 82-537-0732-0

I serien Artikler fra Statistisk Sentralbyrå (ART):

- Nr. 85 Utdanning og yrke til lærerkandidatene fra 1965 *Educational and Occupation of Graduates from Teachers' Training Colleges in 1965* Sidetall 55 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0611-1
- 86 Four Papers on the Analytic Graduation of Fertility Curves *Fire artikler om analytisk glatting av fruktbarhetskurver* Sidetall 57 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0616-2
- 87 On the Estimation of Dynamic Relations from Combined Cross Section Time Series Data *Om estimering av dynamiske relasjoner frå tverrsnitts-tidsrekke data* Sidetall 19 Pris kr 5,00 ISBN 82-537-0620-0
- 88 Estimering av total sysselsetting innen noen hovednæringer i geografiske regioner: Om estimatorens skjevhet, varians og bruttovarians *Estimation of Employment within Geographical Regions: On the Bias Variance and the Mean Square Error of the Estimates* Sidetall 57 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0646-4
- 89 Ekteskap og barnetal - ei gransking av fertilitetsutviklinga i Norge 1920-1970 *Marriages and number of children - An Analysis of Fertility Trend in Norway* Sidetall 48 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0658-8
- 90 Utviklingstendensar i 1975 i Norges befolkning *Trends in the Norwegian Population* Sidetall 27 Pris kr 7,00 ISBN 82-537-0654-5
- 91 Aktuelle skattetall 1976 *Current Tax Data* Sidetall 51 Pris kr 8,00 ISBN 82-537-0653-7
- 92 Regionale forskjeller i yrkesdeltakingen 1970 *Regional Differences in Labour Force Participation* Sidetall 67 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0709-6
- 93 Pris- og inntektsfordelingsvirkninger av miljøinvesteringer i norsk bergverk og industri *Price and Income Effects of Environmental Protection Investments in Norwegian Mining and Manufacturing* Sidetall 87 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0717-7
- 94 En modell for analyse av skatter ved forskjellige definisjoner av inntekt *A Model for Analysis of Taxes and Alternative Definitions of Income* Sidetall 59 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0725-8
- 95 Energibruk i Norge *Energy Use in Norway* Sidetall 49 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0733-9
- 96 Inflation in the Open Economy: A Norwegian Model *Inflasjon i en åpen økonomi: En norsk modell* Sidetall 67 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0737-1
- 97 Allmennlærerutdanning og yrke En analyse av tall fra Folketelling 1970 *General Teacher Training and Occupation An Analysis of Data from Population Census 1970* Sidetall 66 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0743-6
- 98 Pendling i Norge 1970 *Commuting in Norway* Sidetall 84 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0754-1
- 99 Aktuelle skattetall 1977 *Current Tax Data* Sidetall 59 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0770-3
- 100 Mediabruk som fritidsaktivitet *The Use of Mass Media as a Leisure Activity* Sidetall 33 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0778-9
- 101 The Effect on Consumption of Household Size and Composition *Konsum og husholdningens størrelse og sammensetning* Sidetall 35 Pris kr 9,00 ISBN 82-537-0788-6
- 102 Levestandard for private husholdninger *Standard for Living for Private Households* Sidetall 64 Pris kr 11,00 ISBN 82-537-0789-4

Utvalgte publikasjoner i serien Statistisk Sentralbyrås Håndbøker (SSH)
Selected publications in the series Statistisk Sentralbyrås Håndbøker (SSH)

- Nr. 4 Innføring i maskinregning. Hefte 1. Addisjonsmaskiner
" 5 Innføring i maskinregning. Hefte 2. Kalkulasjonsmaskiner
" 8 Framlegg til nordisk statistisk terminologi
" 9 Standard for næringsgruppering ISBN 82-537-0711-8
" 13 Standard for handelsområder ISBN 82-537-0715-0
" 19 Varenomenklatur for industristatistikken ISBN 82-537-0678-2
" 23 Utsnitt om prinsipper og definisjoner i offisiell statistikk ISBN 82-537-0196-9
" 24 Standard for gruppering av sykdommer - skader - dødsårsaker i offentlig norsk statistikk
ISBN 82-537-0217-5
" 26 Statistisk varefortegnelse for utenrikshandelen ISBN 82-537-0675-8
" 27 Utsnitt om prinsipper og definisjoner i offisiell statistikk. Fra Forbruksundersøkelsen 1958
" 28 Standard for utdanningsgruppering i offentlig norsk statistikk ISBN 82-537-0272-8
" 29 Norsk-Engelsk ordliste
" 30 Lov, forskrifter og overenskomst om folkeregistrering ISBN 82-537-0099-7
" 32 Konsumprisindeksen ISBN 82-537-0484-4
" 35 Standard for kommuneklassifisering ISBN 82-537-0465-8
" 36 Produksjonsindeks for bergverksdrift, industri og kraftforsyning ISBN 82-537-0471-2
" 37 13 konjunkturindikatorer - En kort oversikt ISBN 82-537-0659-6

Publikasjoner i serien Rapporter fra Underavdelingen for Intervjuundersøkelser
Reports from the Division for Interview Surveys

- Nr. 1 Radio- og fjernsynsundersøkelsen april 1976 *Radio and Television Survey April 1967*
 " 2 Forbrukerundersøkelsen for studenter og skoleungdom 1967
 " 3 Boligundersøkelsen oktober 1967 *Housing Survey October 1967*
 " 4 Radio- og fjernsynsundersøkelsen september/oktober 1968 *Radio and Television Survey September/October 1968*
 " 5 Fritidshusundersøkelsen 1967/1968 *Survey of Holiday Cabin-houses 1967/1968*
 " 6 Radio- og fjernsynsundersøkelsen februar 1969 *Radio and Television Survey February 1969*
 " 7 Ønsker om og behov for sysselsetting blant gifte kvinner *Survey of Married Women's Employment*
 " 8 Undersøkelse om Forbruker-rapporten, vareundersøkelser og reklamasjoner 1969 *Survey on the Consumer Report, Commodity Examinations and Reclamations 1969*
 " 9 Valgprogrammer i radio og fjernsyn i samband med Stortingsvalget 1969 *Survey of Radio and Television Programmes in connection with the Storting Elections 1969*
 " 10 Reklamesendinger i brevkassen 1969 *Survey on Advertising-Mail in the Letter Boxes 1969*
 " 11 Pensjonsalderundersøkelsen 1969 *The Retirement Survey 1969*
 " 12 Lytterundersøkelse om ungdommens radioavis april 1970 *Survey on the Youth Radio Magazine 1970*
 " 13 Radio- og fjernsynsundersøkelsen juni/august 1970 *Radio and Television Survey June/August 1970*
 " 14 Radio- og fjernsynsundersøkelsen februar 1971 *Radio and Television Survey 1971*
 " 15 Finansiering av nye boliger 1968 *Financing of New Dwellings 1968*
 " 16 Radio- og fjernsynsundersøkelsen februar 1971. Hefte II *Radio and Television Survey February 1971. Part II*
 " 17 Offentlig informasjon og publikums informasjonsbehov 1970 *Public Information Survey 1970*
 " 18 Seerundersøkelse om fjernsynsteateret februar/mars 1972 *Survey on Television Theatre viewing in February/March 1972*
 " 19 Holdninger til norsk utviklingshjelp 1972 *Survey on Attitudes toward Norwegian Assistance to Developing Countries 1972*
 " 20 Valgprogrammer i radio og fjernsyn i samband med kommunevalget 1971 *Survey of Radio and Television Programmes in connection with the Municipal Elections 1971*
 " 21 Undersøkelse av radio- og fjernsynsreportasjene fra sommerlekene 1972 *Survey of Radio and Television Coverage of the Summer Olympic Games 1972*
 " 22 Radio- og fjernsynsundersøkelsen november 1972 *Radio and Television Survey November 1972*
 " 23 Radio- og fjernsynsundersøkelsen november 1972. Hefte II *Radio and Television Survey November 1972. Part II*
 " 24 Radio- og fjernsynsundersøkelsen februar 1973 *Radio and Television Survey February 1973*
 " 25 Radio- og fjernsynsundersøkelsen februar 1973. Hefte II *Radio and Television Survey February 1973. Part II*
 " 26 Valgprogrammer i radio og fjernsyn i samband med Stortingsvalget 1973 *Survey of Radio and Television Programmes in connection with the Storting Elections 1973*
 " 27 Radio- og fjernsynsundersøkelsen, juleaften 1973
 " 28 Seerundersøkelsen om balettprogrammer i fjernsynet, november 1973 *Survey of Television Ballet Programmes November 1973*
 " 29 Røykevaner 4. kvartal 1973 *Survey on Smoking Habits 4. Quarter 1973*
 " 30 Radio- og fjernsynsundersøkelsen april 1974 *Radio and Television Survey April 1974*
 " 31 Konsumkreditter og betalingsvaner i private husholdninger *Consumer Credits and Mode of Payments in Private Households*
 " 32 Holdninger til norsk utviklingshjelp 1974 *Attitudes to Norwegian Development Assistance 1974*
 " 33 Radio- og fjernsynsundersøkelsen april 1975 *Radio and Television Survey April 1975*
 " 34 Holdninger til norsk utviklingshjelp 1974/1975 *Attitudes to Norwegian Development Assistance 1974/1975*

- Nr. 35 Ungdomsundersøkelsen 1975 *Youth Survey 1975*
- " 36 Radio- og fjernsynsundersøkelsen i samband med kommune- og fylkestingsvalget 1975 *Survey of Radio and Television Programmes in connection with the Municipal and County Election 1975*
- " 37 Undersøkelse om bruk av Televerkets telegramtjeneste 1975 *Survey on use of the Telegram Service of the State Telegraph Administration 1975*
- " 38 Ungdomsundersøkelsen 1975 Vestfold *Youth Survey 1975 Vestfold*
- " 39 Undersøkelse om barnetilsyn 1975 *Survey of Child-care Arrangements 1975*
- " 40 Røykevaneundersøkelse 1974 *Survey of Smoking Habits 1974*
- " 41 Radio- og fjernsynsundersøkelse juni/august 1976. Hefte I *Radio and Television Survey June/August 1976. Part I*
- " 42 Radio- og fjernsynsundersøkelsen juni/august 1976. Hefte II *Radio and Television Survey June/August 1976. Part II*
- " 43 Radio- og fjernsynsundersøkelsen februar 1977 *Radio and Television Survey February 1977*
- " 44 Reklame- og informasjonssendinger i postkassen 1977 *Survey of Advertising and Information-Mail in the Letter Boxes 1977*
- " 45 Dagsrevyundersøkelsen 1977 *Television-News Survey 1977*

PRIS KR. 9,00