

Navn: Pirjo Honkanen

Stilling Forsker
Adresse Nofima Marked, Postboks 6122, 9291 Tromsø
Telefon 77 62 90 37
E-post pirjo.honkanen@nofima.no

Grad/utdanning

2006 Dr. Scient (Ph.D) i markedsføring, Institutt for samfunns- og markedsfag, Norges fiskerihøgskole, Universitetet i Tromsø,
1993 Fiskerikandidat i fiskerimarkedsføring, Norges fiskerihøgskole, Universitetet I Tromsø

Erfaring/praksis

2009- Senior forsker, Nofima Marked
2002-2009 Forsker II, Fiskeriforskning
1996-2002 Forsker III, Fiskeriforskning
1993-1996 Kvalitetssjef/div. markeds- og salgsarbeid, Arctic Products AS, Bugøynes

Nåværende forskningsoppgaver og interesseområder

2007 For tiden jobber jeg med forbrukerforskning, i hovedsak holdnings- og verditeorier relatert til valg av (sjø)mat; påvirkning av etiske og miljøspørsmål på forbrukernes valg av mat

Utvalgte publikasjoner

Publikasjoner med referee

In press Honkanen, P. Food preference based segments in Russia, Accepted, *Food quality & Preference*, [doi:10.1016/j.foodqual.2009.08.005](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2009.08.005)
2009 Honkanen, P. & Frewer, L. (2009), Russian consumers' motives for food choice. In press, *Appetite*. 52, 363-371.
2009 Honkanen, P. & Olsen, S.O.O. (2009) Environmental and animal welfare issues in food choice – the case of farmed fish”, *British Food Journal*, 111(3).
2008 Honkanen, P. Food preference based segments in Russia, Submitted, *Food quality & Preference* (2008)

- 2006 Honkanen, P., Verplanken, B., & Olsen, S.O (2006). Ethical values and motives driving organic food choice. *Journal of Consumer Behaviour*, 5, 420-430).
- 2006 Scholderer, J., Olsen, S. O., Brunsø, K. Honkanen, P. Verbeke, W. & Pieniak, Z. (2006): The relative importance of habitual and deliberative factors in food consumer behaviour. *Appetite* 47(2):276.
- 2005 Honkanen, P., Olsen, S.O., & Verplanken, B (2005). Intention to consume seafood – the importance of habit. *Appetite*, 95, 2, 161-168.
- 2004 Honkanen & Verplanken (2004). Understanding attitudes towards genetically modified food: The role of values and attitude strength. *Journal of Consumer Policy*, 27 (4), 401-420.
- 2004 Honkanen P., Olsen S.O., & Myrland Ø (2004). Preference-based segmentation: A study of meal preferences among Norwegian teenagers. *Journal of Consumer Behaviour*, March 2004, 3, 3, 235-250

Rapporter

- 2009 Pirjo Honkanen (2009) Forbrukerpreferanser i endring? – Russland som marked. Rapport 5/2009
- 2008 Jens Østli,, Svein Ottar Olsen, Pirjo Honkanen (2008). Report of the Spanish study of (ethical) farmed cod, FOOD-CT-2004-506359, Deliverable 10: Project 2.4
- 2008 Kole, Adriaan; Kremer, Stefanie; Honkanen, Pirjo; Mejdell, Cecilie; Schelvis, Rian. (2008). Qualitative assessment of potential market opportunities of welfare actions and indices in fish farming. Report, BENEFISH, project no: 044118, Deliverable 7.1.
- 2008 Kole, Adriaan; Kremer, Stefanie; Honkanen, Pirjo; Mejdell, Cecilie; Schelvis, Rian. (2008). Literature reports with respect to the marketing of animal welfare in farmed fish. Report, BENEFISH, project no: 044118, Deliverable 7.3
- 2006 Honkanen P. & Voldnes G. (2006). Russian consumers' food habits. Report 27/2006. Fiskeriforskning
- 2006 Brunsø, K., Scholderer, J., Fruensgaard, L., Verbeke, W., Pieniak, Z., Honkanen, P., Olsen, S.O. (2006) Report on cross-cultural comparison of determinants of consumer behaviour and decision-making in relation to seafood. FOOD-CT-2004-506359, 2.1.6
- 2005 Honkanen P., Olsen S.O., Brunsø, K., Verbeke, W., Scholderer, J., Fruensgaard, L., and Pieniak, S. (2005). Report on cross-cultural eating habits and segments. 2.1.5, SEAFOODplus. FOOD-CT-2004-506359
- 2005 Honkanen P., Olsen S.O., Brunsø, K., Verbeke, W., Scholderer, J., Fruensgaard, L., and Pieniak, S. (2005). Testing and validating the scales used in consumer survey. 2.1.4, SEAFOODplus. FOOD-CT-2004-506359

- 2005 Scholderer, J., Brunsø K., Fruensgaard L., Honkanen P., Olsen S.O., Pieniak S., and Verbeke W. (2005). Report on theoretical and methodological developments for studying consumer behaviour in relation to seafood including the platform integrating different models and levels of analysis. 2.1.2, SEAFOODplus. FOOD-CT-2004-506359
- 2003 Olsen, B.I., Olsen, S.O & Honkanen P. (2003). Segmentering av det norske ungdomsmarkedet for middagsmat, fisk og fiskeretter. Rapport 4/2003, Fiskeriforskning

Andre publikasjoner

- 2005 Honkanen, P. and Olsen, S.O. (2005). Bedre liv gjennom økt forbruk av sjømat. Fisk, Industri og marked, 7, September, pp. 14-15.
- 2005 Honkanen, P., Nilssen, F. and Norberg, H.M. (2005). Torsk som oppdrettsart – et informasjonsdillemma?. Fisk, industri og marked, 6, august
- 2004 Østli J. and Honkanen P. (2004). Oppdrett av fisk og konsumentholdninger. *Norsk fiskeoppdrett*, 3, 2004

Bokkapitler

- 2008 Brunsø, K., Birch Hansen, K., Honkanen, P., Olsen, S.O., Scholderer, J. and Verbeke, W. (2008). Consumer attitudes and seafood consumption in Europe, In Børresen, T. (ed.) *Improving seafood products for the consumer*, Chapter 3, pp. 16-39. Woodhead Publishing Ltd

Utvalgte foredrag

Populærvitenskapelige artikler/-foredrag

- 2008 "Russiske forbrukere: Fra sild til sushi?". Honkanen, foredrag Pelagiske dager, Bergen, 3.-4.september, 2008
- 2008 "Consumer concern for ethical issues in fish farming – a segmentation study", foredrag Honkanen & Olsen, IIFET 2008, Nha Trang, Vietnam, 22.-25. juli, 2008.
- 2007 "Sild i Russland – spisevaner og preferanser", Honkanen, foredrag, Pelagiske dager, Bergen, 05.-06. september, 2007
- 2007 "The role of ethical concern in evaluation of farmed cod" by Honkanen & Olsen. Foredrag, The 4th SEAFOODplus conference, Bilbao, 6.6.07.
- 2005 Honkanen, P. & Olsen, S.O. Bedre liv gjennom økt forbruk av sjømat. *Fisk, Industri og marked*, 7, September, pp. 14-15.
- 2005 Honkanen, P., Nilssen, F. & Norberg, H.M. Torsk som oppdrettsart – et informasjonsdillemma? *Fisk, industri og marked*, 6, august
- 2004 Østli J. & Honkanen P. Oppdrett av fisk og konsumentholdninger. *Norsk fiskeoppdrett*, 3, 2004