



Hvilken effekt har temporal distanse på forbrukeres holdninger og handlinger?

En studie av hvordan opplevd distanse har en effekt på forbrukeres handlinger og holdninger for bærekraftige tiltak

Julia Liv Amanda Bjørnsdotter Baardsen

og

Nora Østvold Hjertenes

Veileder: Siv E. Rosendahl Skard

Selvstendig masterutredning innen hovedprofilene strategi og ledelse (STR) og økonomisk styring (BUS)

NORGES HANDELSHØYSKOLE

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen eller sensorer innestår for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Førord

Denne masterutredningen er skrevet som et ledd i masterstudiet økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole. Utredningen utgjør 30 studiepoeng og er skrevet med utgangspunkt i hovedprofilene strategi og ledelse (STR) og økonomisk styring (BUS).

Vi ønsket å skrive om et tema som vi oppfattet som givende og dagsaktuelt. Vi føler oss derfor svært takknemlige for å få muligheten til å bidra med data til en doktorgradsavhandling relatert til psykologisk distanses effekt på bærekraftig forbruk. Dette er et fagfelt vi finner svært interessant. Det er med stor glede og vemod at vi avslutter vår utdanning innen økonomi og administrasjon. En stor milepæl har blitt oppnådd, og vi er spente på veien videre.

Vi vil først og fremst rette en stor takk til vår veileder, professor Siv E. Rosendahl Skard, for meget god oppfølging, raske tilbakemeldinger og nyttige råd. Din faglige kunnskap og engasjement har betydd mye for oss i denne prosessen. Vi vil også takke Hege Landsvik, PhD-kandidat ved Norges Handelshøyskole, for hennes innspill og verdifulle forslag til eksperimentets utforming. Tusen takk!

I tillegg vil vi takke alle våre deltakere som har tatt seg tid til å svare på undersøkelsene, noe som har vært en viktig del av gjennomføringen av studien.

Sist, men ikke minst ønsker vi å takke våre samboere, medstudenter, venner og familie for å være gode motivatorer og støttespillere gjennom hele studieprosessen.

God lesing!

Bergen, mai 2022

Julia Liv Amanda Bjørnsdotter Baardsen og Nora Østvold Hjertenes

Sammendrag

Denne masteravhandlingen tar for seg temaet temporal distanse, en dimensjon av det overordnede fenomenet psykologisk distanse, og forbrukerevaluering av bærekraftig konsum. Psykologisk distanse forklares som forbrukeres subjektive opplevelse av avstand til en hendelse eller et objekt som påvirker evalueringen av den spesifikke hendelsen eller objektet (Trope, Liberman & Wakslak, 2007).

Ved å benytte den eksisterende teorien om psykologisk distanse, ønsket vi å undersøke i hvilken grad temporal distanse i form av umiddelbare versus forsinkede valg har en innvirkning på forbrukeres holdninger og intensjoner i relasjon til bærekraft. For å finne ut av dette har vi tatt utgangspunkt i atferdsøkonomiske modeller som forklarer hvorfor mennesker avviker fra rasjonalitet og derfor beveger seg bort fra de grunnleggende forutsetningene for klassisk økonomi (Ekström, 2019). I kontrast til klassisk økonomi utviser mennesker ifølge tidligere forskning begrenset rasjonalitet og selvkontroll, og planene de legger for fremtiden avviker systematisk på bakgrunn av dette. Bruk av atferdsøkonomiske modeller kan hjelpe oss til å identifisere i hvilken grad enkeltpersoner vil foretrekke det bærekraftige alternativet i de tilfeller hvor temporal distanse mellom kjøpsbeslutningen og tiltenkt bruk øker.

I lys av dette ønsket vi fortrinnsvis å undersøke hvilke produkter en gruppe respondenter anså som minst bekvemmelige og størst kostnad å erstatte med et bærekraftig substitutt. Dette kartla vi gjennom en pretest som la videre grunnlag for studiens eksperiment, og hvilke tiltak som skulle testes i eksperimentets scenarier. Deltakere ble eksponert for to ulike scenarier hvor vi manipulerte temporal distanse gjennom umiddelbart og forsinket valg. Videre målte vi også deltakernes holdninger til fire ulike bærekraftige påstander for å avdekke om de betraktet seg som grønne konsumenter eller ikke. Av de presenterte resultatene finner vi ikke støtte for at studentene vil ha ulike handlinger eller holdninger til umiddelbare eller forsinkede valg, men vi ser en tendens til at ikke-grønne forbrukere er mer negative til at bærekraftige tiltak iverksettes umiddelbart kontra forsinket.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	6
1.1 Struktur	8
2.0 Teoretisk grunnlag	9
2.1 Konstruksjonsnivåteori (CLT)	10
2.1.1 Psykologisk distanse.....	10
2.1.2 «Hvorfor- eller hvordan»-aspekter ved en handling	11
2.1.3 Typer av psykologiske avstander	11
2.2 Nåtidsskjevhet	17
2.2.1 Preferanser for umiddelbar tilfredsstillelse	18
2.2.2 Hyperbolsk tidsdiskontering.....	20
2.3 Relevante teorikapitler	23
2.3.1 Tid og markedsplassen	23
2.4 Oppsummering av kapittelet	24
3.0 Studiens hypoteser	26
3.1 Hypoteser	26
4.0 Metode	29
4.1 Forskningsdesign	29
4.1.1 Forskningsformål.....	29
4.1.2 Forskningstilnærming.....	30
4.1.3 Forskningsstrategi.....	31
4.2 Datainnsamling.....	33
4.2.1 Primærdata.....	33
4.2.2 Populasjon	33
4.3 Pretest	34
4.3.1 Hensikten med pretest	34
4.3.2 Utforming av pretest.....	34
4.3.3 Svarprosent	36
4.3.4 Resultater av pretest	37
4.4 Eksperiment.....	40
4.4.1 Utforming av studiens eksperiment.....	41
4.4.2 Svarprosent	42
4.4.3 Måleskala.....	42
4.5 Forskningskvalitet.....	43
4.5.1 Validitet	43
4.5.2 Reliabilitet	44
5.0 Analyse	48
5.1 Forberedelser til analysen:	48
5.1.1 Koding av dataene	48
5.1.2 Vurdering av innhentet data	49
5.2 Deskriptiv statistikk.....	50
5.2.1 Kvikvadrat-test	50
5.2.2 Uavhengig t-test.....	52
5.2.3 Moderatoranalyse	52
6.0 Resultater	54
6.1 Resultater fra hypotesetesting.....	54

6.1.1 Hypotese 1	54
6.1.2 Hypotese 2	56
6.1.3 Hypotese 3	58
6.1.4 Hypotese 4	59
7.0 Diskusjon.....	62
7.1 <i>Diskusjon av funn.....</i>	63
7.1.1 Hypotese 1	63
7.1.2 Hypotese 2	65
7.1.3 Hypotese 3	66
7.1.4 Hypotese 4	67
7.2 <i>Begrensninger.....</i>	68
7.3 <i>Forslag til videre forskning.....</i>	69
8.0 Konklusjon.....	70
Bibliografi	71
Vedlegg:.....	81
<i>Vedlegg A: Spørreskjema pretest.....</i>	81
<i>Vedlegg B: Eksperiment.....</i>	89
<i>Vedlegg C: Resultater på hvorfor deltakere vil benytte kantinen sjeldnere enn i dag dersom tiltaket med emballasje iverksettes. Resultater samlet for begge gruppene.....</i>	100
<i>Vedlegg D: Resultater på hvorfor deltakere vil benytte kantinen sjeldnere enn i dag dersom tiltaket med plantebasert kantine iverksettes. Resultater samlet for begge gruppene.....</i>	100
<i>Vedlegg E: Cronbach's alpha analyse</i>	101

Figur- og tabelloversikt

FIGUR 1: HVORDAN PREFERANSER FOR RELATIVE DYDER OG LASTER ENDRES SOM EN FUNKSJON AV TID – BÅDE PROSPEKTIVT OG RETROSPEKTIVT (READ, 2003)	23
FIGUR 2: KONSEPTUELT DIAGRAM, PROCESS, MODELL 1	53
TABELL 1: RESULTATER FRA PRETEST, KATEGORI: RENGJØRINGSPRODUKTER	38
TABELL 2: RESULTATER FRA PRETEST, KATEGORI: HYGIENEPRODUKTER	38
TABELL 3: RESULTATER FRA PRETEST, KATEGORI: MATVARER	39
TABELL 4: RESULTATER FRA PRETEST, KATEGORI: MILJØVENNLIGE LØSNINGER	40
TABELL 5: OPPSUMMERENDE GRUPPESTATISTIKK FOR H1A	54
TABELL 6: KJKVADRAT: EGET BRUK OM EMBALLASJETILTAKET IVERKSETTES* BETINGELSE (TID)..	55
TABELL 7: OPPSUMMERENDE GRUPPESTATISTIKK FOR H1B	55
TABELL 8: KJKVADRAT: EGET BRUK OM PLANTEBASERT TILTAK IVERKSETTES* BETINGELSE (TID).	55
TABELL 9: OPPSUMMERENDE GRUPPESTATISTIKK FOR H2A	56
TABELL 10: KJKVADRAT: ANDRES BRUK OM EMBALLASJETILTAKET IVERKSETTES* BETINGELSE (TID)	56
TABELL 11: OPPSUMMERENDE GRUPPESTATISTIKK FOR H2B	57
TABELL 12: KJKVADRAT: ANDRES BRUK OM PLANTEBASERT TILTAK IVERKSETTES* BETINGELSE (TID).....	57
TABELL 13: OPPSUMMERENDE GRUPPESTATISTIKK FOR HYPOTESE 3	58
TABELL 14: UAVHENGIG T-TEST FOR HYPOTESE 3 (A OG B)	58
TABELL 15: HAYES' PROCESS MODEL 1 FOR H4, DEL 1	59
TABELL 16: JOHNSON-NEYMAN-TEKNIKKEN FOR H4, TILTAK EMBALLASJE	60
TABELL 17: HAYES' PROCESS MODEL 1 FOR H4, DEL 2	61

1.0 Innledning

Det globale materielle fotavtrykket har i perioden 2000-2017 økt med 70 prosent, og dagens lineære «bruk-og-kast»-modell preges i stor grad av overforbruk og uheldig utnyttelse av naturressurser (FN-sambandet, 2022). Ifølge FN-sambandet (2022) er verdens forbruk av naturressurser langt ifra bærekraftig, og overforbruket har en stor ødeleggende effekt på planetens klima, naturmangfold og miljø. Ressursproblemet omhandler i stor grad at vi eier mer i kortere tid enn tidligere, noe som forårsaker store mengder avfall som vi ikke klarer å håndtere (Driveklepp, 2022).

For å oppnå bærekraftig forbruk, er det en forutsetning at vi forstår hvordan forbrukere konsumerer. Det er blant annet flere indikasjoner på at forbrukere kjøper mindre usunn mat når de bestemmer seg for et måltid på forhånd, kontra her og nå (VanEpps, Downs, & Loewenstein, 2016). Det økonomiske konseptet «hyperbolsk tidsdiskontering» (Hyperbolic time discounting) ønsker å forklare individens tendens til å velge en mindre, men snarere belønning fremfor en større, senere belønning (O'Donoghue & Rabin, 1999). Dette er også kjent som nåtidsskjevhet (present bias). Nåtidsskjevhet peker i tillegg på at mennesker handler impulsivt på kort sikt, men utviser større grad av tålmodighet på lang sikt. Dette kan komme av at vi ikke er villige til å legge ned den nødvendige innsatsen som kreves, noe som blant annet gir utslag i stadige utsettelse av viktige gjøremål (Böhm-Bawerk, 1890).

Dette henger sammen med at mennesker i stor grad preges av selvkontrollproblemer: Vi har preferanser for umiddelbar tilfredsstillelse som kan medføre konsekvenser vi ikke verdsetter i det lange løp (O'Donoghue & Rabin, 2000). Aktiviteten kan enten være umiddelbart behagelig å utføre, med eventuelle kostnader forsinket i fremtiden, eller ubehagelig å utføre, men med eventuelle fordeler forsinket i fremtiden. Menneskers selvkontrollproblem avhenger av samspillet mellom situasjonen personen står i og individets evne til å forutse egne fremtidige selvkontrollproblemer (O'Donoghue & Rabin, 2000).

En annen forklaring på tidsavhengige endringer i preferanser knyttes til hvordan beslutninger og preferanser påvirkes av distanse. Construal Level Theory (CLT) forklarer enkeltpersoners evne til å forholde seg til situasjoner som ikke utgjør vår direkte erfaring i nåtiden. Teorien finner at når hendelser er langt unna – i form av tid, sted, sosial- eller hypotetisk distanse – er personer mer opptatt av det som er overordnet og sentralt på et høyt forestillingsnivå, fremfor

detaljer og sekundære elementer ved situasjonen på et lavt nivå (Trope & Liberman, 2010). Ifølge CLT vil beslutningstakeren foretrekke det alternativet som anses mest attraktivt for valg i fremtiden, og motsatt foretrekke alternativet som er mest gjennomførbart når valget tas for nåtiden.

Vi ser en stadig økende etterspørsel for bærekraftige produkter, blant annet på bakgrunn av forbrukernes bekymring for helse, miljø og etiske spørsmål (Young et al., 2009). Dette har bidratt til endring av atferd mot mer bærekraftig konsum, og undersøkelser viser til og med at forbrukere foretrekker grønne produkter fremfor ikke-grønne alternativer (Haller et al., 2020; Nielsen, 2018; Unilever, 2017). Til tross for at forbrukere utviser gunstige holdninger til bærekraftige alternativer, utviser de som tidligere nevnt ikke alltid bærekraftige handlinger (Auger & Devinney, 2007; Gatersleben, Steg, & Vlek, 2002; Kollmuss & Agyeman, 2002; Young, Hwang, McDonald, & Oates, 2009). Dette kan skyldes at forbrukere ofte klarer å veie fordeler og kostnader når valget er langt frem i tid, sett i forhold til når valget er nærstående, da de umiddelbare fordelene og kostnadene relativt sett er mer fremtredende (Ariely & Wertenbroch, 2002).

En slik uoverensstemmelse mellom hva forbrukerne *sier* og hva forbrukerne *gjør* utgjør en stor utfordring for både selskaper, offentlige beslutningstakere, markedsførere og organisasjoner som har som mål å fremme bærekraftig forbruk (Johnstone & Tan, 2014; Prothero, et al., 2011). Studier viser at gapet mellom intensjon og bærekraftig atferd kan være stort (Vermeir & Verbeke, 2006). Dette medfører at atferdsmessige intensjoner ikke resulterer i ønsket atferd. Mye tyder på at individer ikke oppfatter fordelene ved bærekraftig kjøpsatferd, slik at det ikke veier opp mot barrierer, opplevde kostnader eller individuelle motiver (Vermeir, et al., 2020). Samtidig finner en undersøkelse utført av Opinion (2020) at åtte av ti nordmenn er villige til å endre sine hverdagsvaner for å bli mer miljøvennlige. Når det er sagt, viser undersøkelsen utført av Opinion (2020) også at en stor andel av respondentene mangler forståelse for hvordan en kan få til dette i praksis.

Menneskeskapt global oppvarming, forurensing og plast i havet er ikke en direkte erfaring i nåtiden eller noe forbrukerne merker i hverdagen. Det som derimot er merkbart er økte priser, plastskjeer som erstattes av pappskjeer og smaken av vegansk mat, noe som kan medføre ulemper for bærekraftige alternativer i tilfeller hvor beslutningene er umiddelbare. På bakgrunn av dette antar vi at bærekraftige alternativer, i forhold til ikke-bærekraftige alternativer kan ha

en ulempe i situasjoner med lav psykologisk avstand, og en fordel i situasjoner med høy psykologisk avstand. Vi har i denne studien tatt høyde for at det bærekraftige alternativet har en relativt lavere umiddelbar tiltrekningskraft enn det ikke-bærekraftige. Dette begrunnes blant annet begrunnet i bekvemmelighet og smak, samt at endringer av vaner i umiddelbare situasjoner kan oppfattes som en kostnad av forbrukerne.

Som følger av den foregående diskusjonen, har denne avhandlingen som formål å undersøke hvorvidt umiddelbare versus forsinkede valg har en innvirkning på forbrukeres holdninger og handlinger i relasjon til bærekraft, og i hvilken grad dette utspiller seg i deres beslutninger. I lys av dette har vi utviklet følgende forskningsspørsmål:

«I hvilken grad har umiddelbare versus forsinkede valg en innvirkning på forbrukernes holdninger og handlinger knyttet til bærekraft?»

1.1 Struktur

Denne masteravhandlingen består totalt av åtte kapitler. Innledningsvis i kapittel 1 har vi adressert bakgrunn og formål med studien, samt forskningsspørsmålet som vi tar sikte på å besvare i de følgende syv kapitlene. Kapittel 2 vil introdusere det teoretiske grunnlaget for vår studie og tidligere forskning på området. Basert på dette foreslår kapittel 3 hypotesene som skal brukes for å besvare studiens forskningsspørsmål. Kapittel 4 innledes med en gjennomgang av studiens metode, før vi videre gjør rede for datainnsamling og forskningskvalitet. Deretter vil vi i kapittel 5 forklare hvordan den innsamlede dataen er analysert, før vi videre presenterer resultatene i kapittel 6. I kapittel 7 vil diskusjonen finne sted, hvor vi avslutningsvis nevner studiens begrensninger og kommer med forslag til videre forskning. Til slutt i kapittel 8 vil utredningens konklusjon bli presentert.

2.0 Teoretisk grunnlag

I dette kapitlet ønsker vi å ta for oss teorien som ligger til grunn for avhandlingens forskningsspørsmål og hypoteser. Teorikapitlet innledes med å presentere konstruksjonsnivåteori (CLT) med hovedvekt på temporal distanse. Videre ser vi nærmere på teori om nåtidsskjevhet (present bias) og former for dette, herunder preferanser for umiddelbar tilfredsstillelse og hyperbolsk tidsdiskontering. Avslutningsvis tar vi for oss artikkelen «Time and the Marketplace» og oppsummerer følgelig teorikapitlet.

Studiens teoretiske grunnlag forklarer individers evne til å forholde seg til ulike situasjoner som ikke utgjør vår direkte erfaring i nåtiden. I lys av dette anser vi rammeverkene som relevante for å identifisere i hvilken grad individer vil foretrekke det bærekraftige alternativet i tilfeller hvor temporal distanse mellom kjøpsbeslutningen og tiltenkt bruk øker. Det kan også tenkes at rammeverkene kan anvendes for å bedre forstå hvordan individer vektlegger behovet for bærekraft i fremtidige steder, tid eller andre mennesker, snarere enn her og nå.

Atferdsøkonomi

Det teoretiske rammeverket i denne avhandlingen representerer atferdsøkonomiske modeller, som har til hensikt å gi økonomifaget et realistisk psykologisk grunnlag (Camerer, Loewenstein, & Rabin, 2004). Ifølge Ekström (2019) modifierer atferdsøkonomien standardantakelsene innen økonomisk teori, gjennom å anta begrenset rasjonalitet og andre motiver som snevrer egeninteressen. Standardantakelsen som Ekström refererer til, relateres til at mennesker er fullstendig rasjonelle og utelukkende opptatt av egeninteressen. I kontrast til standardantakelsen, ser vi derimot at mennesker ofte har manglende selvkontroll og at planene de legger for fremtiden systematisk avviker på bakgrunn av dette (Ekström, 2019). Atferdsøkonomisk teori kan derfor hjelpe oss til å identifisere i hvilken grad enkeltpersoner vil foretrekke det bærekraftige alternativet i de tilfeller hvor psykologisk avstand mellom kjøpsbeslutningen og tiltenkt bruk øker. Dette tar oss over til studiens første rammeverk; konstruksjonsnivåteori (Construal Level Theory).

2.1 Konstruksjonsnivåteori (CLT)

Folk er i stand til å tenke på fremtiden, fortiden, andre personers perspektiver og kontrafaktiske alternativer. Uten å benekte det unike ved enhver prosess, foreslår CLT at det utgjør ulike former for å krysse psykologisk avstand. Rammeverket demonstrerer at psykologisk distanse påvirkes av forbrukeres evalueringer av, og preferanse for, hendelser eller objekter (Trope & Liberman, 2003). Gjennom å koble sammen avstand og abstraksjon, baserer CLT seg på psykologisk distanse. Abstraksjon refereres til tankemåten hvor vi skiller ut elementer for å betrakte en overordnet hendelse eller et objekt, hvor forholdet forankres i koblingen mellom individets tilstand til, og kunnskap om, hendelsen eller objektet (Wakslak, Nussbaum, Liberman, & Trope, 2008).

2.1.1 Psykologisk distanse

Trope og Liberman (2010, s. 440) definerer psykologisk distanse som « (...) *a subjective experience that something is close or far away from the self, here and now*». En annen beskrivelse av fenomenet relaterer seg til forbrukeres subjektive opplevelse av avstand til en hendelse eller et objekt som påvirker evalueringen av den spesifikke hendelsen eller objektet (Trope, Liberman & Wakslak, 2007). Psykologisk distanse er egosentrisk: Referansepunktet er «selvet» her og nå, og de ulike måtene en hendelse eller et objekt kan forflyttes fra referansepunktet – i tid, sted, sosial avstand og hypotetisk distanse – utgjør ulike avstandsdimensjoner (Trope & Liberman, 2010). Dette innebærer «mental konstruksjon», som betyr at hendelser eller objekter ikke oppleves direkte, men som en psykologisk følt avstand. Sagt med andre ord blir konstruksjonsnivået mer abstrakt jo fjernere hendelsen eller objektet er fra direkte erfaring og opplevelse hos forbrukeren (Trope & Liberman, 2010).

Rammeverket baserer seg på psykologisk distanse gjennom å koble sammen abstraksjon og avstand, og illustrerer hvordan psykologisk distanse kan brukes som basis for evaluering (Trope, Liberman & Wakslak, 2007). Forbrukere bruker et høyt forestillingsnivå når de prosesserer informasjon om en hendelse langt frem i tid, og et lavt forestillingsnivå ved prosessering av informasjon om en hendelse nært frem i tid. Forestillinger ved bruk av høyt nivå kjennetegnes av skjematiske og forenklete representasjoner som trekker ut kjernen av informasjonen som er tilgjengelig (Trope & Liberman, 2010). Forestillinger på lavt nivå ofte relaterer seg derimot til mer overfladiske, kontekstualiserte og ustrukturerte representasjoner bestående av tilfeldige kjennetegn ved hendelsen eller objektet (Trope, Liberman & Wakslak,

2007). Disse kjennetegnene er imidlertid ofte rikere av informasjon og mer detaljerte i forhold til høyt forestillingsnivå, hvor selve informasjonen om hendelsen eller objektet er i fokus.

2.1.2 «Hvorfor- eller hvordan»-aspekter ved en handling

Forestillingsnivå kan også forklares som «hvorfor»- eller «hvordan»-aspekter ved en handling, ifølge Trope og Liberman (2010). «Hvorfor»-aspekter knyttes i denne sammenheng seg til et høyt forestillingsnivå på bakgrunn av at det relateres til *hvorfor* selve handlingen utføres og utfallets attraktivitet. Kjennetegn ved høyt forestillingsnivå relateres ofte til fokus på sentrale og primære aspekter, som for eksempel at gjenbruk og resirkulering kan bidra til kutt i klimagassutslippene. «Hvordan»-aspektene skiller seg fra dette da det omhandler *hvordan* handlingen gjennomføres og betydningen av å nå sluttmålet. Dette knyttes derfor til et lavt forestillingsnivå, som ofte kjennetegnes av at forbrukere har et fokus på perifere og sekundære aspekter til objektet eller hendelsen (Trope & Liberman, 2010). Et eksempel på dette kan være at Norge slapp ut 7,6 tonn klimagasser per innbygger i 2020 (Global Carbon Budget, 2021).

I denne sammenheng belyser forskerne hvordan psykologisk distanse påvirker hvilke aspekter forbrukerne vektlegger ved valg mellom ulike alternativer. Forbrukerne vil eksempelvis i større grad vektlegge attraktivitet (desirability) foran gjennomførbarhet (feasibility) i de tilfeller hvor konsekvensene av valget tas for fremtiden. Tilsvarende vil gjennomførbarhet vektlegges i større grad enn attraktivitet i de tilfeller hvor valgets konsekvenser inntreffer i nær fremtid. Sagt med andre ord vil beslutningstakeren ifølge CLT foretrekke det alternativet som er mer attraktivt når de tar et valg for fremtiden, og motsatt foretrekke det alternativet som er mer gjennomførbart ved valg som tas for nåtiden (Trope & Liberman, 2010).

2.1.3 Typer av psykologiske avstander

Objekter, hendelser og opplevelser kan ifølge Trope og Liberman (2010) distansere seg fra her-og-nå-perspektivet på flere ulike dimensjoner; sosial, sted, hypotetisk og tid. Denne avhandlingen ønsker å undersøke hvorvidt bærekraftige valg representerer en psykologisk temporal distanse, og hovedvekten vil derfor være på «tidsmessig distanse». I det følgende vil vi ha en kort gjennomgang av sosial-, stedsmessig- og hypotetisk distanse, før vi videre tar for oss tidsmessig distanse.

2.1.3.1 Sosial distanse

Sosial distanse beskrives som et mål på avstand mellom to eller flere individer eller sosiale grupper. I de tilfeller hvor individer eller sosiale grupper føler seg trygge med andre grupper, vil de utvise nær avstand. Sosial distanse kan også knyttes til oppfattet mellommenneskelig likhet mellom individer og grupper; jo mer lik noen er, jo mer sosialt nære opptrer de (Fujita et al., 2006). Oppfattet likhet kan ifølge Cialdini (2011) påvirke overtalelse og følelsen av tilhørigheten til en gruppe. Sheppard, Hartwick, & Warshaw (1988) legger også til at oppfattet likhet indirekte kan påvirke forbrukerens atferdsintensjon, noe som kan skyldes at individer ofte liker personer som ligner oss selv.

Dette kan ifølge Fennis & Stroebe (2010) også ha en sammenheng med kultur, da individer i større grad føler tilhørighet til og identifiserer seg med mennesker som deler samme kultur. Ulike kulturelle forskjeller vil i denne sammenheng kunne kobles til en form av sosial psykologisk distanse på bakgrunn av manglende likhet. Handlinger fra noen som er ulike oss, tolkes i mer abstrakte termer enn handlinger fra noen som er lik (Liviatan, Trope, & Liberman, 2008). Dette tyder på at likhet kan fungere som en psykologisk distanse. Fjern psykologisk distanse oppstår når mennesker i en sosial gruppe ikke kan forholde seg til den andre gruppen (Fujita m.fl., 2006).

2.1.3.2 Stedsmessig distanse

Stedsmessig distanse kjennetegner den fysiske avstanden hvor de ulike hendelsene finner sted fra hverandre. I de tilfeller hvor begivenheten finner sted i nær fysisk avstand, behandles den på et lavt forestillingsnivå. Dersom begivenheten derimot foregår i fjern avstand, behandles den på et høyt nivå. I tilfeller hvor hendelsen er plassert langt fra en person, oppfattes den mer abstrakt i forhold til når hendelsen er i nærheten (Henderson, Fujita, Trope, & Liberman, 2006).

Ifølge CLT aktiverer økt stedsmessig avstand prosessering på et høyere forestillingsnivå, da individer i større grad fokuserer på situasjonens sluttresultat, kontra å vektlegge selve gjennomføringen av situasjonen som kjennetegner et lavt forestillingsnivå (Trope & Liberman, 2010). En studie gjort av Fujita m.fl. (2006) bekrefter dette, og fant at fysisk avstand kan føre til at individer prosesserer informasjon på et høyt forestillingsnivå snarere enn lavt.

2.1.3.3 Hypotetisk distanse

Hypotetisk distanse relateres ofte til sannsynlighet. Forestillingsnivået vil ifølge Wakslak m.fl. (2006) påvirke individers oppfattelse av sannsynligheten for at en hendelse vil inntreffe. Avstanden i hypotetisk distanse har å gjøre med hvor nærme virkeligheten noe befinner seg. I tilfeller hvor sannsynligheten for at en hendelse oppstår er høy, representeres hendelser ifølge Wakslak m.fl. (2006) på en ustrukturert og konkret måte, mens når det er lav sannsynlighet for at hendelsen oppstår, representeres ofte hendelser på en strukturert og abstrakt måte. Også her finner man at individer foretrekker gjennomførbare, men mindre attraktive utfall i de tilfeller hvor det er større sannsynlighet for at hendelsen inntreffer. Motsatt finner forskerne at personer foretrekker attraktive, men mindre gjennomførbare utfall dersom sannsynligheten er lav (Goren, Todorov, & Trope, 2007).

Optimisme er en faktor som spiller en rolle i hypotetisk distanse (Armor & Sackett, 2006). Dette fordi at det kan påvirke individer når de planlegger for fremtiden, samt hvor mange feil som oppstår i planleggingsprosessen. Som belyst, er mennesker ofte optimistiske og planlegger abstrakt når hendelsen er i fjern fremtid, noe som kan resultere i at de ikke forutser potensielle feil siden de tror at alle aspekter kommer til å gå etter planen (Armor & Sackett, 2006).

2.1.3.4 Tidsmessig distanse

Denne studien undersøker effekten av tidsmessig avstand som en del av konstruksjonsnivåteori og beskrivende normer på forbrukervalg. Tid påvirker ifølge Liberman og Trope (1998; 2000; 2003) individers forestillingsnivå, beslutninger og evaluering. Forskerne fant blant annet at beslutninger og evalueringer som tas for nær fremtid gjøres på bakgrunn av et lavt forestillingsnivå, mens beslutninger og evalueringer som tas for fjern fremtid gjøres ut fra et høyt forestillingsnivå (Trope & Liberman, 2010). Forskerne fant blant annet at studenter i større grad foretrekker emner som er mer interessante, men utfordrende, i de tilfeller der emnet skal gjennomføres i fjern fremtid. Motsatt viste funnene at studenter finner emner som er mindre interessante og enklere mer attraktivt dersom emnet skal gjennomføres i nær fremtid. Dette er i tråd med teorien om høyt og lavt forestillingsnivå, hvor beslutninger som tas for fjern fremtid baserer seg på målorienterte og abstrakte aspekter, mens beslutninger om nær fremtid kjennetegnes av individets evne til å kunne fullføre emnet (Trope og Liberman, 2000).

Å tenke på et måltid som vil skje om en måned vil utgjøre en større tidsmessig avstand enn å tenke på et måltid som vil skje om én dag. Slik tidsmessig distanse til fremtidige forestilte hendelser modulerer vår evaluerende representasjon av dem (O'Sullivan, 2015), noe som medfører at jo større avstand, jo mer sannsynlig er det at hendelsen blir konseptualisert i form av abstrakte trekk. Eksempelvis fremhever Leiserowitz (2005) at folk generelt sett oppfatter at miljømessige påvirkninger skjer her og nå, men likevel har en tendens til å vurdere at konsekvensene vil være mer alvorlige i fremtiden enn det de er nå. Til tross for at individer anerkjenner at faktiske klimaendringer skjer, og at det medfører store konsekvenser på kloden, tenderer med andre ord folk til å oppfatte det som psykologisk tidsmessig distansert, da de relaterte effektene ligger langt frem i tid (Maiella, et al., 2020).

Kim og Ahn (2019) studerte forholdet mellom tidsmessig psykologisk distanse og miljømessig atferd av et utvalg studenter i Sør-Korea og USA. Effekten av en annonse om miljø som forklarer den fjerne fremtiden kontra nær fremtid ble studert, hvor de så på effekter av klimaendringer og studentenes engasjement for å bruke lyspærer med lavt forbruk. Resultatene fra studien viste at opplevd tidsmessig distanse hadde negative effekter på holdning til atferd og opplevd relevans av bærekraftstiltaket, uavhengig av geografisk område. Videre viste deltakerne en mer positiv holdning til atferd og høyere opplevd relevans når de oppfattet fremtidige effekter av klimaendringer som mer tidsmessig proksimale. Opplevd relevans hadde også en positiv effekt på holdning til atferd, som videre påvirket studentenes atferdsintensjon positivt (Kim & Ahn, 2019).

Park et al. (2020) studerte på lik linje et utvalg fra Sør-Korea og USA. Undersøkelsen så på effekten av tidsmessig distanse og beskrivende normer for resirkulering og forsøpling på tvers av kulturene. Funnene indikerte dog at individers intensjoner om forsøpling og resirkulering ikke nødvendigvis varierer på tvers av de ulike tidsrammene, til tross for at tidligere studier antyder at det vil være en signifikant forskjell mellom disse (Lieberman & Trope, 1998; Sagristano, Trope & Liberman, 2002). Studien fant imidlertid en noe sterkere intensjon om å resirkulere for en fjern fremtid (3 år). Resultatet fra studien tilsvarer Eyal og kollegaers (2009) studie, som i likhet demonstrerer mangelen på effekt av tidsoppfatning på atferdsintensjoner.

Jones m.fl. (2016) studerte også konstruksjonsnivåteori, og undersøkte om reduksjon av psykologisk distanse fra klimaendringer kunne øke individers engasjement til mer miljøvennlig atferd. Resultatene indikerte at både de sosiale, hypotetiske, steds- og tidsmessige

dimensjonene var signifikant positivt assosiert med bekymring for klimaendringer og bærekraftige intensjoner. Gjennom en mer dyptgående analyse kom det imidlertid frem at sosiale og hypotetiske distanser spilte en vesentlig større rolle i å forklare effekten av umiddelbare kontra forsinkede bærekraftige valg, fremfor steds- og tidsmessig distanse (Jones et al., 2017). Singh et al. (2017) undersøkte i likhet sammenhengen mellom psykologisk distanse og klimaendringers effekter, og fant heller ingen direkte effekt av tidsmessig distanse på bærekraftig atferd. Funnene viste derimot at tidsmessig distanse hadde en betydelig indirekte effekt på bærekraftig atferd, ettersom den fullstendig var avhengig av deltakernes grad av bekymring for klimaendringenes konsekvenser (Singh et al., 2017).

Hvorvidt individer oppfatter klimaendringenes effekter som nært tidsmessig, samt anerkjenner og bekymrer seg for konsekvensene, kan med andre ord tyde på å ha innvirkning for den tidsmessige distansens effekt på bærekraftig konsum. Likevel ser vi at tidligere forskning finner noe motstridende resultater. Dette kan imidlertid skyldes at ovennevnte studier har brukt ulike tiltak og verktøy for både de psykologiske avstandsdimensjonene og deltakernes miljøatferd (Maiella, et al., 2020). Til tross for at koblingen mellom temporal distanse og bærekraftig atferd er et aktuelt tema, er studiene som er utført fortsatt noe begrensede, da forskningsfeltet nylig har blitt interessert i denne tematikken (Maiella, et al., 2020). I det følgende skal vi se på to former for tidsmessig distanse; planleggingsfeil og tidsdiskontering.

2.1.3.4.1 Planleggingsfeil

Enkelt personer tenderer ifølge Trope (2012) til å ubevisst ikke planlegge tiden fremover i detalj, noe som kan medføre at de kan overengasjere seg til ulike hendelser i fremtiden. Når hendelsene nærmer seg, vil disse personene innse at de umulig kan fullføre alle de planlagte oppgavene grunnet manglende planlegging (Kahneman & Tversky, 1982). CLT foreslår at feil knyttet til planlegging oppstår fordi hendelser i fjern fremtid tolkes på et høyere og mer abstrakt nivå i forhold til hendelser i nær fremtid, som tolkes på et mer konkret nivå (Trope & Liberman, 2012).

Tidsbegrensninger er en faktor som påvirker gjennomførbarheten av aktiviteten, og er derfor på lavt forestillingsnivå hvor fokuset er nær fremtidig planlegging. På den annen side fant Liberman og Trope (1998) at uken som ble planlagt i fjern fremtid kjennetegnet et høyt forestillingsnivå hvor vurderinger om aktivitetens attraktivitet sto i fokus.

2.1.3.4.2 Tidsdiskontering

Tidsdiskontering beskrives som et bredt spekter av idéer som involverer sammenhengen mellom tid og i hvilken grad en situasjon eller et objekt anses som verdifullt (Trope & Liberman, 2000). Antakelsen baserer seg på at individer i større grad verdsetter situasjoner og utfall som skjer her og nå, fremfor fremtidige situasjoner og utfall.

Ifølge Trope og Liberman (2000) kan ulike konstruksjoner variere ut fra hvor stor grad de er assosiert med positive eller negative evalueringer. En abstrakt konstruksjon på høyt nivå av en aktivitet, for eksempel «resirkuler for å bidra til å redde kloden», kan føre til en mer positiv evaluering av aktiviteten enn det en konkret konstruksjon på lavt nivå kan gjøre; «sorter plastavfall, papp, restavfall, glass og hermetikk». I den hensikt foreslår CLT at vi vurderer verdien av konstruksjoner på høyt nivå når vi evaluerer en hendelse som skjer i fjern fremtid, og motsatt vurderer verdien av konstruksjoner på lavt nivå ved evalueringer av hendelser i nær fremtid.

Når konstruksjoner på lavt nivå anses mer verdifulle, foreslår CLT at en tidsdiskontering vil *redusere* alternativets attraktivitet, men derimot *øke* alternativets attraktivitet i de tilfeller hvor høykonstruksjon anses mer verdifulle. På den måten påvirkes og måles diskonteringsrenten av hendelsens anslåtte verdi (Trope & Liberman, 2012). Trope trekker i denne sammenheng frem at mindre belønninger diskonteres raskere enn dersom belønningen var av større art.

2.1.4 Oppsummering konstruksjonsnivåteori

Ettersom at miljøatferd påvirkes av den psykologiske avstanden, spesielt tidsmessig avstand (Brügger et al., 2016; Schill & Shaw, 2016; White et al., 2011; Yu et al., 2017), kan konstruksjonsnivåteori være nyttig for å forstå hva som motiverer mennesker, samt hvordan bærekraftige beslutninger og preferanser påvirkes av temporal distanse. Dette fordi at rammeverket forklarer enkeltpersoners evne til å forholde seg til ulike situasjoner som ikke utgjør vår direkte erfaring i nåtiden. Vi finner at når hendelser er langt unna, enten i form av tid, sted, sosial- eller hypotetisk distanse, er en mer opptatt av det som er overordnet og sentralt på et høyt forestillingsnivå, fremfor detaljer og andre sekundære elementer ved situasjonen eller objektet ved et lavt nivå (Trope & Liberman, 2010). Beslutningstakeren vil ifølge CLT foretrekke det alternativet som anses mest attraktivt når valget tas for fremtiden, og motsatt foretrekke alternativet som er mer gjennomførbart dersom valget tas for nåtiden.

Kim & Ahn (2019) fant i sin studie at en lavere opplevd tidsmessig distanse fremmet en større holdning til å redusere klimaendringer blant studenter. Dette kan knyttes til at når enkeltpersoner fokuserer på de store linjene, altså et høyt forestillingsnivå, er det vanskelig å ta innover seg de miljømessige konsekvensene her og nå. Det kan også være lett å undervurdere hva gjennomføringen av aktiviteten vil innebære for enkeltpersonen. Eksempelvis vil det være lettere å se for seg at en skal spise mer plantebasert eller gjenbruke mer i et fremtidig perspektiv, da man fokuserer på de store linjene og derfor ser mer optimistisk på idéen. Jo nærmere idéen om å ta mer miljøbevisste valg er, desto mer tenker vi ved bruk av mentale representasjoner på et lavere forestillingsnivå. Når dagen vi skal spise mer plantebasert nærmer seg, vil valget fremstå mindre attraktivt sett i sammenheng med når beslutningen inntreffer om lang tid.

2.2 Nåtidsskjevhet

Nåtidsskjevhet (present bias) forklares som en kognitiv skjevhet som medfører at en avviker fra det rasjonelle. Gjennom de siste 20 årene har forskning ført til en mer teoretisk forståelse av nåtidsskjevhet, herunder når og hvordan det skal brukes, samt hvilke hjelpeantakelser som er hensiktsmessige i ulike sammenhenger (O'Donoghue & Rabin, 2015). Empiriske analyser har vist hvordan nåtidsskjevhet kan forbedre vår forståelse av atferd i ulike økonomiske kontekster, og til tross for at modellen ikke anses som «korrekt» av forskerne, viser den seg i mange sammenhenger som en nyttig, gjennomførbart og disiplinert verktøy innen økonomisk analyse.

Nåtidsskjevhet er blitt brukt for å studere avveininger mellom alternativer som oppstår på forskjellige tidspunkter: Forskning viser at mindre umiddelbare belønninger ofte foretrekkes fremfor senere større belønninger, men denne preferansen reverseres når belønningene er like forsinket (Chakraborty, 2021). Tanken om at usikkerheten ved fremtidige valg former intertemporale valg, går tilbake til det nittende århundre (Böhm-Bawerk, 1890). Böhm-Bawerk (1890) peker i sin forskning på at mennesker undervurderer systematisk fremtidige ønsker, samt midlene som tjener til å tilfredsstille dem. Dette kan komme av at vi har utilstrekkelig kraft til å forestille oss og å abstrahere. Samtidig kan det komme av at vi også ikke er villige til å legge ned den nødvendige innsatsen som kreves, men snarere begrenser oss til et ufullstendig bilde av våre fremtidige ønsker – spesielt de fjerntliggende (Böhm-Bawerk, 1890).

I det følgende vil vi se nærmere på to ulike former for nåtidsskjevhet; preferanser for umiddelbar tilfredsstillelse og hyperbolsk tidsdiskontering.

2.2.1 Preferanser for umiddelbar tilfredsstillelse

Ifølge O'Donoghue og Rabin (1999) er det å utsette en aktivitet som gir umiddelbare kostnader, men belønning i fremtiden, et resultat av en tidsinkonsekvent preferanse for umiddelbar tilfredsstillelse kjent som nåtidsskjevhet. I studien «The Economics of Immediate Gratification» forsket O'Donoghue og Rabin (2000) på atferdsmessige og velferdsmessige implikasjoner av tidsinkonsekvente preferanser, og fant at mennesker i stor grad preges av selvkontrollproblemer: Vi fristes til umiddelbar tilfredsstillelse som medfører konsekvenser vi ikke verdsetter i det lange løp. Aktiviteten kan ifølge forskerne enten være umiddelbart behagelig å utføre med eventuelle kostnader forsinket i fremtiden, eller ubehagelig å utføre, med eventuelle fordeler forsinket i fremtiden. Den generelle intuisjonen gir uttrykk av at velferdskostnadene ved selvkontrollproblemer avhenger av samspillet mellom situasjonen personen står i og hvorvidt personen er *naiv* eller *sofistikert*; altså evnen til å forutse egne fremtidige selvkontrollproblemer (O'Donoghue og Rabin (2000)).

For mennesker som er naive når det gjelder fremtidige selvkontrollproblemer, kjennetegnes atferden av å være enkel og intuitiv. Deres oppførsel gjenspeiler preferansen for umiddelbar tilfredsstillelse gjennom at de stadig vil prokrastinere ubehagelige oppgaver, og alltid overdrive vanedannende aktiviteter (O'Donoghue & Rabin, 2000). For eksempel vil naive personer gjentatte ganger ikke ha «viljestyrken» til å gi avkall på fristende mat, men samtidig spå at de vil klare det i morgen. Personer som er sofistikerte med hensyn til fremtidige selvkontrollproblemer påvirkes også av preferansen for umiddelbar tilfredsstillelse, samtidig som at de forsøker å kontrollere seg selv for å indusere god oppførsel i fremtiden (O'Donoghue & Rabin, 2000).

Til tross for at bevissthet om ens selvkontrollproblemer kan hjelpe en person til å dempe dem, kan selvkontrollproblemer i mange situasjoner forverres av å være sofistikert (O'Donoghue & Rabin, 2000). I og med at sofistikerte personer er oppmerksomme på at de kommer til å oppføre seg dårlig i fremtiden, vil de i mange situasjoner oppføre seg dårlig med en gang, siden de uansett vil fristes til umiddelbar tilfredsstillelse. Imens naive personer påvirkes av nåtidsskjevhet og er optimistiske med tanke på å endre atferden i fremtiden, er sofistikerte

personer altså pessimistiske med tanke på fremtidig atferd og deres evne til å endre atferden (O'Donoghue & Rabin, 2000).

Jennifer Jacquet og hennes kolleger (2013) har oppdaget at umiddelbar tilfredsstillelse også kan være et hinder når det gjelder gruppesamarbeid for å påvirke klimaendringer. Jacquet m.fl. (2013) fant at grupper samarbeider mindre for å redusere klimaendringer når belønningen av samarbeidet ligger i fremtiden – spesielt hvis belønningene strekker seg inn i fremtidige generasjoner. I og med at ingen enkeltpersoner kan påvirke klimaendringene på egen hånd, målte eksperimentet hvorvidt gruppedynamikk kunne oppmuntre individer til å jobbe sammen mot en grønnere fremtid. Eksperimentet gikk ut på at hver studiedeltaker fikk utdelt 40 euro til å investere sammen som en gruppe på seks personer, for tiltak mot klimaendringer. Dersom gruppene samarbeidet for å samle inn totalt 120 euro, ble avkastningen på investeringen deres lovet én dag senere, syv uker senere, eller til investering av eiketrær som skal gi klimafordeler flere tiår frem i tid – men ikke personlig for deltakerne (Jacquet, et al., 2013).

Resultatene viste at flere deltakere i utgangspunktet investerte langsiktig til fordel for fremtidige generasjoner, men ingen av gruppene nådde likevel målet. Snarere fant studien at selv grupper graviterer mot umiddelbar tilfredsstillelse (Jacquet, et al., 2013). Dette kan skyldes at individer har nåtidsskjeve preferanser, noe som utspiller seg i at belønninger som er til fordel for fremtidige generasjoner – eller til og med vårt fremtidige jeg – ikke motiverer oss til å handle for å dempe klimaendringene. Den nåværende generasjonen bærer altså kostnadene ved samarbeid, mens fremtidige generasjoner oppnår fordelene dersom samarbeidet lykkes, eller lider dersom samarbeidet mislykkes (Jacquet, et al., 2013). Studien bygger på et nylig skifte for å få bedre forståelse av samfunnsvitenskapen bak klimaendringene. Resultatene anses derfor som relevant for utforming av miljøpolitikk på et globalt nivå, da internasjonale forhandlinger med hensikt i å dempe klimaendringer ikke vil lykkes dersom man hensyntar enkeltlands kortsiktige gevinster (Jacquet, et al., 2013).

2.2.2 Hyperbolsk tidsdiskontering

Hyperbolsk tidsdiskontering er en funksjonell form for diskontering som genererer nåtidsskjevhet, som ønsker å forklare individers tendens til å velge en mindre, men snarere belønning fremfor en større, men senere belønning (O'Donoghue & Rabin, 1999). Det kan være flere årsaker til dette, blant annet at individers preferanser endrer seg, at de har et presserende behov for å motta belønningen raskt, eller ønsker å sikre at de mottar belønningen. Studien peker på at mennesker handler impulsivt på kort sikt, men utviser støtte grad av tålmodighet på lang sikt (O'Donoghue & Rabin, 1999).

Forskning om nåtidsskjevhet og hyperbolsk tidsdiskontering har undersøkt ulikheter i individers relative verdsettelse om belønninger; i hovedsak penger og varer på ulike tidspunkt (Frederick, Loewenstein, & O'Donoghue, 2002). Studien målte individers verdsettelse på et tidligere tidspunkt sammenlignet med verdsettelsen på et senere tidspunkt, og fant at nåværende belønninger ble vektet større og var mer verdifulle enn fremtidige belønninger. I og med at mennesker generelt sett foretrekker å motta belønninger før heller enn senere, anses alternativer som forsinker en belønning mindre attraktive. I studien «Optimal Sin Taxes» forsker O'Donoghue og Rabin (2006) på avgifter på usunn mat som gir umiddelbar nytelse, men som kan påføre forbrukeren helsekostnader på sikt. Forskerne finner at personer med nåtidsskjevhet har en økt tilbøyelighet til å overkonsumere usunn kost. Dette skyldes i hovedsak at de ikke tar inn over seg alle kostandene som et usunt kosthold kan forårsake.

En lignende modell har blitt skissert av Gul & Pesendorfer (2001) som skiller seg fra dette gjennom at det er selve fristelsen som kan lede til overkonsum, og ikke tidskonsistens som O'Donoghue og Rabin (2006) foreslår. Med andre ord, vil et individs preferanser ifølge modellen til Gul & Pesendorfer (2001) være konstant, men fristelser og manglende selvkontroll kan lede til at en likevel handler mot egne ønsker. Begge studiene belyser at gjennom å utsette ubehagelig gjøremål eller falle for fristelser, kan en oppleve å bryte de langsiktige planene om eksempelvis et sunnere kosthold eller en mer bærekraftig livsstil. Hyperbolsk diskontering er en driver som kan lede til slik atferd, og betyr at vi verdsetter nåtiden sammenlignet med fremtiden (O'Donoghue & Rabin, 1999). Når dette skjer, oppstår det konflikter mellom vurderinger tatt i dag og vurderinger som tas i fremtiden.

Forskning om hyperbolsk tidsdiskontering har også undersøkt forbrukeres bekymringer til klimaendringers konsekvenser og vilje til mer miljøvennlig atferd, hvor det blant annet ble

funnet at viljen til bærekraftig atferd ble diskontert sterkere enn bekymring på tvers av alle dimensjoner (Sargisson & Schöner, 2020). Resultatene gjenspeiler det ofte rapporterte holdnings- og atferdsgapet der individer opplever en bekymring for en negativ hendelse over dimensjoner av psykologisk avstand, men deres vilje til å handle mer miljøvennlig er lavere og mer kraftig diskontert. Med andre ord kan den opplevde klimakrisen for mange oppfattes som for fjernt distansert til at alt arbeidet for å bremse den ikke anses som verdt det.

Samfunnet vårt er satt opp på en måte som gjør det vesentlig mer praktisk og rimelig å spise fabrikkert kjøtt enn nesten alle andre alternativer (Simon, 2013). Dette dilemmaet er blitt beskrevet som en kontrast mellom individuell interesse og felles interesse, hvor individuelle interesser ofte tilfredsstilles på bekostning av felles interesser (Wittmann & Sircova, 2018). En persons individuelle interesse om å stoppe for en rask og billig burger vil eksempelvis kunne komme i konflikt med den felles interessen om å fremme bærekraft gjennom redusert kjøttforbruk (Wittmann & Sircova, 2018). Dette begrunnet i at det kjøttfrie alternativet ofte er dyrere og mindre tilgjengelig enn andre alternativer. Et tiltak mot dette er foreslått av Todorov (2010) som peker på at atferdsanalytikere leder folk til mer umiddelbare konsekvenser, fremfor å fokusere på de langsiktige, storskala-utfall av klimaendringene. Her er det en åpenbar tidsmessig konflikt mellom kortsiktige og langsiktige interesser: Bærekraft er en langsiktig interesse for individer dersom utfallet ligger langt unna i fremtiden, mens den kortsiktige egeninteressen av å kjøpe en rask og billig burger innebærer et mye mer umiddelbart resultat (Todorov, 2010).

Sarah Parkinson (2020) gjennomførte en studie som presenterte kjøttforbruk som miljøatferd, hvor hun undersøkte hvordan forsinkelsen til miljøtap kan påvirke individers beslutninger om å spise kjøtt. Forhåndsundersøkelsens resultater viste at den gjennomsnittlige prosentandelen av kjøtt som deltakerne valgte å eliminere fra kostholdet, reduserte som en funksjon av forsinkelsen til miljøtapet. Dette betyr at verdien av å forsinke miljøtap er gjenstand for forsinket diskontering (Parkinson, 2020). Dette er i samsvar med funnene til Kaplan m.fl. (2016) som fant at mengden tid deltakerne var villige til å bruke på å forhindre forurensning var en funksjon av forsinkelsen frem til den inntraff, noe som tilsier at miljøtapet var gjenstand for forsinket diskontering.

Etter forhåndsundersøkelsen ble deltakerne introdusert til en introduksjonsvideo om kjøttproduksjon og dets konsekvenser for miljøpåvirkning, hvilket som viste seg å være noe effektivt til å påvirke svarene for etterundersøkelsen (Parkinson, 2020). Dette kan tyde på at deltakerne ikke var klar over hvilken innvirkning kjøttproduksjonen har på klimaet. Dette funnet støtter tidligere forskning om effekten av kunnskap og bevissthet på miljøatferd (Yilmaz & Can, 2020). Studien undersøkte virkningen av økt kunnskap, bekymring og bevissthet om global oppvarming på miljøatferd, og fant at dette ga indirekte effekter på miljøatferd.

Det kan derfor tenkes at den beste løsningen mot en klimamessig kollaps er bevissthet om at slike problemer kan oppstå. Den sofistikerte forbrukeren vil ifølge Hebburn (2003) ikke oppleve en uforutsett kollaps, men snarere være i stand til å regulere seg deretter. Det er bare en naiv forbruker som ikke vil klare å forutse en miljø- og ressurskollaps før det er for sent. Ifølge Polasky og Dampha (2021) spiller hyperbolsk diskontering en sentral rolle i beslutninger om globale miljøendringer. De trekker frem at diskontering av fremtiden i større grad vil vippe beslutninger mot nåtiden, noe som videre kan minske sannsynligheten for at samfunnet iverksetter tiltak for å dempe klimaendringer eller andre globale miljøendringer (Polasky & Dampha, 2021).

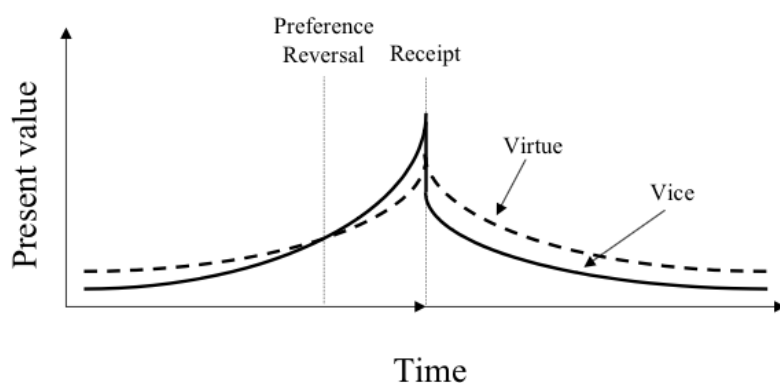
Oppsummert virker personer med nåtidsskjevhet til å gi etter for fristelser som kan gi negative miljømessige konsekvenser på lang sikt, noe som blant annet gir utslag i stadige utsettelse av slike tiltak. Måten to gitte perioder vektet opp mot hverandre endres systematisk som tiden går, noe som resulterer i at en utsetter ubehagelige, men viktige gjøremål (NOU 2007:8). Nyttens som skjer i nær fremtid oppjusteres relativt sett mer enn nytten som oppstår i fjern fremtid. Dette medfører at den relative avveiningen mellom de to periodene forrykkes, ettersom at de begge rykker nærmere hverandre (NOU 2007:8). Så, til tross for at den fremtidige belønningen av å dempe miljøendringer vil gi høyere nytte, kan vektleggingen av nåtiden kombinert med lav viljestyrke medføre at preferansen for umiddelbar behovstilfredsstillelse går på bekostning av individets plan eller ønsker om bærekraftig atferd (O'Donoghue & Rabin, 1999).

2.3 Relevante teorikapitler

2.3.1 Tid og markedsplassen

Som belyst over, konfronteres forbrukere ofte med valg mellom alternativer som varierer i kort- og langsiktig nytte; også kalt umiddelbar og forsinket nytte. Artikkelen «Time and the Marketplace» skrevet av Daniel Read i 2003, beskriver hvordan forbrukere ofte uforholdsmessig vektlegger umiddelbar nytte fremfor forsinket nytte. Når dette skjer, overforbrukes alternativer som tilbyr små umiddelbare fordeler til en større senere kostnad, noe som kalles en *last*. Motsatt refereres alternativet til en *dyd* når personer underforbruker alternativer som gir forsinket, men mer total nytte enn dets alternativ (Wertenbroch, 1998).

Read bruker i denne sammenheng begrepet «nytte» for å beskrive valgkonsekvenser. Han vektlegger at ethvert valg gir opphav til en nyttestrøm, som er den tidsmessige fordelingen av konsekvensene (Kahneman, Wakker, & Sarin, 1997). Når det er sagt, er valgene som virkelig plager oss de som krever en avveining mellom forsinket og umiddelbar nytte. Å spise vegansk vil for mange trolig oppleves som en last i forhold til alternativet, da mange vil ønske de kortsiktige belønningene av smak, men også foretrekke et vegansk kosthold for dets langsiktige effekter på miljø og helse. Vi ser derfor at når forbruket er fjernt, vil forbrukerens preferanse være dyd (virtue) fremfor last (vice), og motsatt når forbruket er nært forestående. Dette illustreres i figur 1:



Figur 1: Hvordan preferanser for relative dyder og laster endres som en funksjon av tid – både prospektivt og retrospektivt (Read, 2003)

Som illustrert ser vi at preferansene endrer seg som en funksjon av tid etter valget: Forbrukere som velger last, vil ifølge figuren få en følelse av skuffelse, mens dyd vil gi beslutningstakeren en tilfredshet eller lettelse (Read, 2003). Likevel er det tilsynelatende mange grunner for at en beslutningstaker vil endre preferansene sine både før valg, etter valg, eller begge deler. En

grunn som Read (2003) trekker frem er at når forbrukere mottar informasjon om produktet, er de i bedre stand til å foreta bedre og mer realistiske vurderinger. For å illustrere et eksempel kan det tenkes at en person har planer om å spise en vegansk burger, men når vedkommende får øye på kjøttburgeren kan han eller hun konsekvent ombestemme seg. Ikke fordi vedkommende har en svak vilje, men rett og slett fordi han eller hun ikke var i stand til å forutse hvor god burgeren er på bakgrunn av manglende informasjon.

Når det gjelder anger i ettertid av et valg, argumenterer Read (2003) for at anger er en upålitelig indeks begrunnet i at det oppstår etter at fordelene ved valget er oppnådd, når kostnadene gjenstår å bæres. Det kan eksempelvis tenkes at vedkommende som ble fristet til å velge kjøttburgeren fikk økt livsglede gjennom å nyte maten, men angret i etterkant siden forbrukeren gikk imot egne verdier og mål om å være miljøvennlig. For å møte slike forbrukere fra et markedsføringsperspektiv, antyder Read (2003) at en må erkjenne at de samme forbrukerne som ønsker sunn mat når de *ikke trenger* å spise den, egentlig ønsker usunn mat når de *må* spise den. Det må her vurderes hvorvidt det tilgjengelige alternativet bør endres, eller om en skal endre kostnadene eller fordelene ved disse alternativene (Read, 2003).

2.4 Oppsummering av kapitlet

Vi innledet teorikapitlet med å se på konstruksjonsnivåteori, og fant at rammeverket kan være et nyttig verktøy for å forstå hvordan beslutninger og preferanser påvirkes av psykologisk distanse. Når enkeltpersoner har et høyt forestillingsnivå og fokuserer på de store linjene, ser vi at en kan undervurdere hva gjennomføringen vil kreve. Dette knyttet vi til overgangen til en mer miljøvennlig livsstil, og at jo nærmere denne overgangen kommer, desto mindre attraktivt vil valget fremstå sammenlignet med beslutninger som inntreffer i fjern fremtid (Trope og Liberman, 2000). I og med at vi ønsker å undersøke hvorvidt bærekraftige valg representerer en psykologisk distanse, anser vi den tidsmessige dimensjonen som mest relevant.

CLT antyder at personer foretrekker gjennomførbare, men mindre attraktive utfall i tilfeller hvor det er større sannsynlighet for at hendelsen inntreffer, og foretrekker attraktive, men mindre gjennomførbare utfall dersom sannsynligheten er lav. Dette er i tråd med teorien om høyt og lavt forestillingsnivå, hvor beslutninger som tas for fjern fremtid baserer seg på målorienterte og abstrakte aspekter, mens beslutninger om nær fremtid kjennetegnes av individets evne til å kunne fullføre emnet (Trope og Liberman, 2000). Dette sammenfaller med

avhandlingens hypoteser, da vi antar at umiddelbare versus forsinkede valg har en innvirkning på forbrukeres konsum av bærekraftige alternativer.

Vi har også sett at nåtidsskjevhet kan spille en rolle for å forklare hvorfor mennesker utsetter valg om å bli mer miljøbevisste. Et individ kan eksempelvis ha ambisjoner om å ta mer bærekraftige valg i fremtiden, gjennom å spise mer plantebasert eller å resirkulere, men bare *ikke i dag* (Ackert & Deaves, 2009). Gjennom å redusere nåtidskjeve preferanser kan trolig individers valg knyttet til bærekraft og miljø øke. Mennesker preges også i stor grad av selvkontrollproblemer, da vi fristes til umiddelbar tilfredsstillelse til tross for at det medfører konsekvenser som vi ikke verdsetter i det lange løp (O'Donoghue & Rabin, 2000). Read (2003) viser oss at slik dynamisk inkonsistens er en avgjørende del av vår forståelse for hvordan en kan imøtekomme beslutningstakeres behov.

Ved hjelp av rammeverkene belyst over, kan vi på en bedre måte identifisere i hvilken grad enkeltpersoner vil foretrekke det bærekraftige alternativet i de tilfeller hvor psykologisk avstand mellom kjøpsbeslutningen og tiltenkt bruk øker. Vi finner det svært interessant å undersøke hvorvidt den subjektive psykologiske avstanden som mennesker representerer, påvirker deres handlinger og beslutninger knyttet til bærekraft. Det kan tenkes at rammeverkene belyst over kan anvendes for å forstå hvordan individer potensielt vektlegger behovet for bærekraft i fremtidige steder, tid eller andre mennesker, snarere enn her og nå.

3.0 Studiens hypoteser

I dette kapitlet vil vi presentere studiens hypoteser som danner et utgangspunkt for den kommende analysen. Hypotesene er utformet og tar utgangspunkt i studiens tilgjengelige teori og forskningsspørsmål. Det er utformet fire hovedhypoteser, der H1-H3 er testet ved to delhypoteser.

3.1 Hypoteser

Når beslutningstakere står overfor et valg, har Trope og Liberman (2000) avdekket at forbrukere foretrekker det mest gjennomførbare alternativet når valget tas for nåtiden, og det mest attraktive alternativet når valget tas for fremtiden. Ifølge Leiserowitz (2005) anerkjenner individer generelt sett eksisterende klimaproblemer, men likevel tenderer til å vurdere konsekvensene som mer alvorlige i fremtiden fremfor i nåtiden. Dette kan begrunnes i at forbrukeres subjektive opplevelse av avstand til en hendelse eller et objekt påvirker evalueringen av den spesifikke hendelsen eller objektet (Trope, Liberman & Wakslak, 2007). Kim og Anh (2019) undersøkte tid som psykologisk distanse sin effekt på miljømessig atferd av et utvalg studenter, og fant at opplevd temporal distanse hadde negative effekter på holdning til atferd og opplevd relevans av bærekraftstiltaket. Deltakerne utviste derimot positive holdninger til atferd og høyere relevans av bærekraftstiltaket når effektene var nært forestående. I lys av dette tror vi at forbrukere vil ha en lavere intensjon om å endre vaner til et mer bærekraftig alternativ når valgt skal realiseres umiddelbart. Følgende hypoteser utviklet:

H1a: Forbrukere vil ha lavere intensjon om å ta i bruk en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

H1b: Forbrukere vil ha lavere intensjon om å ta i bruk et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Sheppard, Hartwick, & Warshaw (1988) foreslår i sin forskning at oppfattet likhet indirekte kan påvirke forbrukernes beslutninger og evalueringer, på bakgrunn av at vi ofte liker personer som ligner oss selv. Det er sannsynlig at studenter ved Norges Handelshøyskole, heretter omtalt som NHH, i stor grad deler tilsvarende sosial status, kultur og felles sosiale trekk, og vi finner det derfor interessant å undersøke om deltakerne forventer at egne medstudenter vil håndtere bærekraftige beslutninger på lik linje som dem selv. Trope og Liberman (2010) argumenterer

for at jo flere likheter som oppleves mellom to eller flere parter, desto mindre blir den sosiale distansen, som videre skaper et lavt forestillingsnivå. Ved et lavt forestillingsnivå vil individer vektlegge graden av gjennomføringsevne, samt vurdere hendelser eller objekter som mer detaljert og informasjonsrikt (Trope og Liberman, 2010). I den hensikt er det ønskelig å se hvordan forbrukere vektlegger andre forbrukeres gjennomføringsevne ved bærekraftig konsum. Følgende hypoteser er i den anledning utviklet:

H2a: Forbrukere vil forvente at andre forbrukere vil ha en lavere intensjon om å ta en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

H2b: Forbrukere vil forvente at andre forbrukere vil ha en lavere intensjon om å ta i bruk et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Forbrukere utviser ofte gunstige holdninger til bærekraftige alternativer, noe som ikke alltid reflekteres i deres handlinger (Auger & Devinney, 2007). Dette kan det være flere årsaker til, men Ariely & Wertenbroch (2002) foreslår at forbrukere ofte har utfordringer med å veie fordeler og ulemper ved nærstående valg, da de umiddelbare fordelene og kostnadene relativt sett er mer fremtredende (Ariely & Wertenbroch, 2002). I lys av dette vil forbrukere ofte uforholdsmessig vektlegge umiddelbar fremfor forsinket nytte (Read, 2003), noe som videre kan resultere i de utsetter ubehagelige valg grunnet nåtidsskjevne preferanser (Ackert & Deaves, 2009). Vi tror dermed at tiden for når bærekraftige beslutninger realiseres kan påvirke deltakernes holdninger til bærekraftige valg. Hypotesene er som følger:

H3a: Forbrukere vil ha en mer negativ holdning til en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

H3b: Forbrukere vil ha en mer negativ holdning til et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

I tillegg til å analysere hvorvidt forbrukernes holdning er negativ til et bærekraftig alternativ når avgjørelsen er umiddelbar, har vi valgt å inkludere en hypotese (H4) der vi benytter grønn identitet som en modereringsvariabel. Vi ønsker å utforske om deltakernes holdninger til når tiltaket iverksettes endres i takt med deres grønne identitet. Dette kan ses i sammenheng med Reads (2003) teori om dyd og last, der mindre grønne forbrukere overforbruker alternativer som tilbyr små umiddelbare fordeler til en større senere kostnad. På bakgrunn av dette er det rimelig å anta at eksperimentets deltakere som anser seg som ikke-grønne forbrukere, vil ha en mer negativ holdning til om et bærekraftig tiltak iverksettes umiddelbart kontra forsinket. Basert på dette forventes det en moderatoreffekt på forholdet mellom tid på iverksettelse av tiltakene og forbrukernes holdninger. Følgende hypotese er i den anledning utviklet:

H4: Den negative effekten på holdning når beslutningen er umiddelbar (H3a-b) er sterkere for ikke-grønnere forbrukere.

4.0 Metode

Når man står overfor en forskningsstudie er det viktig å kartlegge hva som er formålet med studien og hvilke spørsmål studien skal besvare. Metode handler om teknikker og prosedyrer for å samle inn og analysere data (Jacobsen, 2015). I dette kapitlet vil vi redegjøre for hvilket forskningsdesign og metode som er utarbeidet for å besvare denne studiens forskningsspørsmål. Det innebærer redegjørelse av valgt metode, fremgangsmåte for datainnsamling og evaluering av dataens validitet og reliabilitet (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

Vi vil innledningsvis presentere studiets forskningsdesign, før vi følgelig vil presentere metoden for datainnsamlingen. Avslutningsvis evalueres kvaliteten av forskningen med hensyn på validitet og reliabilitet.

4.1 Forskningsdesign

Et forskningsdesign er mer eller mindre detaljert plan for hvordan vi vil sikre oss at våre forskningsmessige mål oppnås. Forskningsdesignet inneholder både strategiske overveininger og taktiske beslutninger (Grenness, 2003). Hensikten med et forskningsdesign er å presentere hvordan forskningsspørsmålene er belyst og besvart (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

I det følgende vil vi presentere studiens strategiske og metodiske valg, herunder forskningsformål, forskningstilnærming og forskningsstrategi.

4.1.1 Forskningsformål

Gitt formålet til en studie opererer Churchill (1991) med tre idealtyper av forskningsdesign; eksplorativt, deskriptivt og kausalt. Da det overordnede metodiske valget bør utledes fra forskningsspørsmålet, ser vi det hensiktsmessig å belyse og besvare forskningsspørsmålet med et deskriptivt forskningsdesign. I motsetning til et eksplorativt forskningsdesign som er fleksibelt og gir rom for endringer underveis, er det deskriptive forskningsdesignet mer fast og nøyaktig (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

Designet forutsetter at man har en klar formening om hvilke variabler og begreper som kan forklare fenomenet, samt at en er i stand til å sette opp klare hypoteser før innsamlingen av data starter (Selnes, 1999) Koblingen mellom studiens forskningsspørsmål, hypoteser og teori er

tydelig i denne studien da det eksisterer tilstrekkelig litteratur på området og vi har mulighet å utforme hypotesene deretter.

Videre har deskriptive studier som formål å beskrive eller finne sammenhenger (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). I denne studien ønsker vi å se om manipulasjon av tid i to ulike scenarioer vil resultere i forskjellige holdninger og bruk av kantinen blant studenter ved NHH. Robson (2002, s. 59) definerer formålet med det deskriptive designet som «å skildre en nøyaktig profil av personer, hendelser eller situasjoner». Hensikten med denne studien er å få fram en kvantifisert beskrivelse av deltakernes holdninger og bruk av kantinen dersom to ulike tiltak iverksettes, som vi videre ønsker å generalisere til resten av skolens studenter. På bakgrunn av dette ser vi det pragmatisk å velge et deskriptivt forskningsdesign.

4.1.2 Forskningstilnærming

Deduktiv tilnærming

Det er vanlig å skille mellom to typer forskningstilnærminger; induktiv og deduktiv tilnærming. Med en induktiv tilnærming benytter man eksisterende empiri for å etablere teori, mens en deduktiv tilnærming tar utgangspunkt i teori og forsøker å verifisere den med empiri (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

I denne studien studerer vi litteratur og benytter begreper som allerede eksisterer i teorien, der vi tilstreber å verifisere en sammenheng mellom teoriene og studentenes holdninger og intensjoner. I lys av dette ser vi det hensiktsmessig å velge en deduktiv forskningstilnærming, der målet er å utarbeide forskningsspørsmål i form av hypoteser som hentes ut fra eksisterende teorier om et bestemt fenomen, for videre å teste det empirisk (Mehmetoglu, 2004). I tillegg egner en deduktiv forskningstilnærming seg svært godt sammen med det strategiske valget om et deskriptivt forskningsdesign.

Kvantitativ orientert tilnærming

Videre skiller vi mellom to metodiske tilnærminger; kvalitativ metode basert på tekstdata og kvantitativ metode basert på talldata. En kvalitativ orientert forskningstilnærming bygger ifølge Ringdal (2018) på at sosiale fenomener viser en så stor stabilitet at måling og kvalitativ beskrivelse er meningsfylt. Ringdal (2018) omtaler videre at en kvantitativ tilnærming gjerne er teoristyrkt og basert på talldata, hvor en ønsker å innhente informasjon og å tallfeste gitte

fenomener og relasjonen mellom disse. På bakgrunn av studiets forskningsspørsmål ser vi det hensiktsmessig å velge en kvantitativ metode for innsamling av primærdata. Vi ønsker å tallfeste størrelser og trenger dermed i mindre grad å benytte oss av kvalitative teknikker, da vi baserer studien på allerede etablerte teorier.

En ulempe med kvantitativ metode er at det krever langt flere informanter enn en kvalitativ metode, men når det er sagt anser vi det i denne studien formålstjenlig med flest mulige informanter for den enheten vi undersøker. Ved å benytte en kvantitativ metode kan vi oppnå høyere presisjon som gir større sannsynlighet for å nettopp kunne generalisere funnene fra utvalg til populasjon. Saunders et al. (2005) påpeker at en kvantitativ metodisk tilnærming er relevant å ta i bruk i studier som forsøker å verifisere sammenhenger i deduktive forskningstilnærminger.

En annen ulempe med kvantitativ metode er at dataene som innsamles kan oppleves som overfladisk, da man ikke studerer fenomenet i dybden. Sett fra en annen side er dataene standardiserte, noe som forenkler arbeidet med å behandle dem og ikke minst replikere gjennom statistiske programmer. Systematisk frafall av deltakere og påvirkning av undersøkelseeffekten er andre uheldige konsekvenser som gjerne oppstår ved innsamling av kvantitativ data (Jacobsen, 2015). Dette vil bli diskutert grundigere under kommende delkapittel 4.5 om forskningskvalitet.

4.1.3 Forskningsstrategi

Valget av forskningsstrategi er styrt av forskningsspørsmålet, målet for studien, omfanget av eksisterende kunnskap, mengde tid og andre ressurser som er tilgjengelig (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Selve empirien i denne studien er samlet inn gjennom en spørreundersøkelse som vi benytter som en pretest, som videre legger grunnlaget for et eksperiment. Spørreundersøkelser er en strategi som oppfattes som både enkel å forstå og forklarende for respondenter generelt, og på denne måten kan vi tilegne oss en betydelig mengde data (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Bakgrunn for valg av denne forskningsstrategien er å kunne innhente mange svar, kvantifisere, generalisere og skape tendenser for funnene i studien til den respektive populasjonen.

Videre er spørreundersøkelser forbundet med den deduktive tilnærmingen, og benyttes i vår studie for å få et innblikk i hvilke bærekraftige alternativer som respondentene oppfatter som mindre bekvemmelige. Vi ønsker også svar på hvilke av de utvalgte produktene som genererer en større kostnad for respondentene å bytte ut mot et grønnere substitutt. Resultatene av den innsamlede dataen vil vi benytte til å tolke og analysere for å finne svar på hvilke produkter dette er. Følgelig vil vi velge ut de kategoriene, produktene eller løsninger som skiller seg ut og deretter teste dette ut i fiktive scenarioer i et eksperiment. Vi kommer nærmere inn på utformingen av pretesten i delkapittelet 4.3.2.

Den andre forskningsstrategien vi velger å benytte i denne studien for å besvare forskningsspørsmålet er et eksperiment. Denne strategien anses hensiktsmessig i og med at vi skal studere om en endring i en uavhengig variabel gir en endring i en annen avhengig variabel (Hakim, 2000). Eksperimentet vil bestå av to ulike fiktive scenarioer, med produktkategoriene som respondentene i pretesten anså som minst bekvemmelig og som den største kostnaden å bytte ut med et grønt substitutt. Vi ønsker å undersøke om det er en markant forskjell i svarene dersom vi manipulerer tid for iverksettelsen av de ulike scenarioene. På denne måten søker vi etter å se om en manipulasjon vil føre til endring i deltakernes resultat. Eksperimentets utforming utdypes videre i delkapittel 4.4.1.

Begge strategiene nevnt over vil følge en krysseksjonell tilnærming som baserer seg på svar fra informanter der alle målinger skjer i et avgrenset tidsrom, hvor hensikten er å beskrive forholdet til dagens studenter (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Grenness (2003) omtaler denne forskningsstrategien som velegnet når vi ønsker å kombinere kunnskap om informantens egenskaper med kunnskap om adferd – to sentrale faktorer for å besvare denne studiens forskningsspørsmål. Videre er en krysseksjonell tilnærming kvantitativt og har en enkel datainnsamlingsteknikk, der resultatene analyseres ved hjelp av kvantitative prosedyrer (Ringdal, 2018).

4.2 Datainnsamling

Vi vil i det følgende utrede for innsamlingen av primærdata og utvalgets populasjon.

4.2.1 Primærdata

Når man skal samle inn primærdata finnes det to hovedformer for innsamling: observasjon og kommunikasjon. Observasjon innebærer at man registrerer den faktiske atferden til den vi ønsker opplysninger om, mens kommunikasjon gjerne innebærer et intervju eller et spørreskjema (Churchill & Iacobucci, 2005). Primærdataene i denne studien ble samlet inn ved bruk av kommunikasjon, gjennom en nettbasert spørreundersøkelse som pretest, samt et nettbasert eksperiment. Formålet med å samle inn primærdata på egen hånd er at vi selv kan skreddersy spørsmålene, og at vi på den måten kan sikre validiteten og reliabiliteten i studien.

Pretesten og eksperimentet ble utformet og bearbeidet i programvaren Qualtrics, en velkjent plattform for utarbeidelse og distribusjon av undersøkelser. Tilgangen til dette undersøkelsesverktøyet har vi fått gjennom NHH, hvor skolens logo frontes på hver side. Å benytte Qualtrics i samarbeid med NHH, kan tenkes å bidra til å gi spørreundersøkelsen og eksperimentet et profesjonelt preg, som videre kan resultere i at deltakerne opplever at de bidrar til et akademisk formål.

4.2.2 Populasjon

Før utsendelse av pretesten og eksperimentet er det nødvendig å definere utvalget. Et representativt utvalg vil si at de som tar del av undersøkelsen skal kunne presentere hele populasjonen innenfor det området man studerer (Ringdal, 2018). Det er to utvalgsstrategier en kan velge mellom: sannsynlighetsutvalg og ikke sannsynlighetsutvalg (Ringdal, 2018). Pretesten ble distribuert på sosiale kanaler som LinkedIn og Facebook. Vi benyttet her ikke-sannsynlighetsutvalg og bekvemmelighetsutvalg som utvalgsstrategi, og tilegnet oss svar fra respondenter vi nådde ut til gjennom sosiale medier.

I innlegget postet på de ulike kanalene kom studiens bakgrunn og formål tydelig frem, samt informasjon om at dataene ville bli behandlet konfidensielt. Dette håpet vi at skulle bidra til interesse for å gjennomføre spørreundersøkelsen hos mottakeren. En ulempe med å velge denne utvalgsstrategien er at vi kan få problemer med å generalisere, noe som videre kan føre til skjevheter i utvalget da det er lett å nå ut til en bestemt populasjon.

Eksperimentet ville derimot kun bli distribuert på e-post til studenter fra 1.-4. klasse ved NHH. Dette begrunnes i at en tidsvariabel i eksperimentet er å iverksette endringer i kantinen fra høsten 2022, og at vi derfor så det nødvendig å sile ut studenter som uteksamineres våren 2022. Dermed benyttet vi her et sannsynlighetsutvalg som utvalgsstrategi for å nå ut til den riktige populasjonen. På samme måte som pretesten ble det utformet en e-post med studiens bakgrunn og formål, samt informasjon om at de som deltar kan delta i en konkurranse, noe vi håpet at skulle bidra til økt interesse blant studentene.

4.3 Pretest

I dette delkapittelet vil vi ta for oss hensikten, utformingen, svarprosent og resultater av pretesten.

4.3.1 Hensikten med pretest

Hensikten med å gjennomføre en pretest var å undersøke hvilke produkter som ble presentert for et utvalg respondenter som de opplevde som mindre bekvemmelige å bytte ut med et bærekraftig alternativ i form av enten smak, effekt eller tungvinthet. De produktene som her skiller seg markant ut, vil vi videre benytte i studiens eksperiment.

4.3.2 Utforming av pretest

I en spørreundersøkelse er det viktig å ha klart for seg hva man ønsker svar på, for å kunne benytte svarene til å besvare forskningsspørsmålet, samt for å oppnå målet med undersøkelsen (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Som nevnt tidligere er denne spørreundersøkelsen en pretest som skal legge grunnlaget for det videre eksperimentet. Av den grunn vil ikke utformingen av spørreundersøkelsen kun ha innvirkning på validiteten og reliabiliteten i den innsamlede dataen, men også være med på å forme eksperimentet, og dets validitet og reliabilitet.

Mordal (1989) trekker frem at det er sentralt at spørsmålene utformes på en måte som gjør at respondentene forstår meningsinnholdet. Vi har derfor vært varsomme med bruk av fremmedord overfor den allmenne befolkning, og heller ikke overvurdert deres kunnskapsnivå (Ringdal, 2018). Dette er av stor betydning, da det er usannsynlig at vi har mer enn én mulighet til å samle inn dataene. Spesielt vil vi ikke kunne få tilbake de samme respondentene til å samle

inn ytterligere data ved bruk av et annet spørreskjema, da spørreundersøkelsen er anonym (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

For å styrke validitet, reliabilitet og den fullførte responsraten, har vi utformet spørsmålene og rekkefølgen av dem nøyaktig i denne spørreundersøkelsen. Dette er gjort for å sørge for at samtlige spørsmål som stilles er forankret i det teoretiske rammeverket. Selnes (1999) trekker frem to sentrale punkter for utformingen av spørreundersøkelsen. Det første omhandler at spørreundersøkelsen bør være utformet slik at den bygger opp motivasjonen til å svare og fullføre utfyllingen av undersøkelsen, mens det andre relaterer seg til spørsmålsrekkefølgen da det kan påvirke svarene (Selnes, 1999).

For å unngå å påvirke respondentene i en «grønn» og «bærekraftig» retning, valgte vi å plassere de bærekraftige påstandene om respondentenes holdning til slutt. Dersom vi derimot hadde plassert denne delen i starten, kan det tenkes at respondentene hadde vært mer oppmerksomme på at vi målte deres holdninger og handlinger til bærekraft. Ut over dette har vi også benyttet et tydelig og tiltalende oppsett i Qualtrics, samt en tydelig forklaring av hensikten med spørreundersøkelsen, for å maksimere dens kvalitet.

Totalt ble det utarbeidet én spørreundersøkelse (vedlegg A); et standardisert spørreskjema der alle respondentene fikk tilsvarende spørsmål, presentert på en identisk måte. Robson (2002) indikerer at standardiserte spørsmål er det mest optimale for å være sikker på at spørsmålene vil bli tolket på tilsvarende måte av samtlige respondenter.

Spørreskjemaet ble innledet med informasjon om undersøkelsen, anonymitet og krevde samtykke av informantene at de ville delta i studien. Videre ble respondentene presentert en informasjonstekst der de ikke kunne trykke seg videre før 20 sekunder hadde passert. Vi benyttet funksjonen «delay showing submit button» i Qualtrics, for å forsikre at respondentene hadde lest og forstått oppgaven de sto ovenfor. En mulig risiko tilknyttet dette kan være at noen respondenter ikke ønsker å vente i 20 sekunder og dermed trykker seg ut av undersøkelsen. Dette var imidlertid en risiko vi ønsket å ta, da vi anser det viktigere å ha respondenter som er klar over formålet for undersøkelsen, samt tar seg god tid til å oppgi veloverveide svar.

I den neste delen ble respondentene presentert fire produktkategorier med underspørsmål. Disse omhandlet hvilke ulike produkter respondentene antok var best på smak, mest effektive

og tungvinte løsningene. Kategoriene besto av: rengjøringsmidler, hygieneprodukter, matvarer og bærekraftige løsninger. Dillman (2007) skiller mellom tre typer datavariabler som kan benyttes i spørreskjemaer; menings-, oppførsels- og egenskapsspørsmål. Han påpeker viktigheten av å bevisst velge én type, da dette kan påvirke måten spørsmålene blir formulert på. Vårt mål var å få informasjon over hva respondentene antok var best, og ikke hva de faktisk ville valgt. På bakgrunn av dette gikk vi for spørsmål som testet deres meninger, og hva respondentene føler eller tror om ulike de ulike produktene. Det var totalt 20 ulike spørsmål der respondentene måtte ta stilling til hvilket alternativ de anså som best av det bærekraftige eller ikke-bærekraftige alternativet.

Videre skulle respondentene vurdere seg selv gjennom en grønn identitetsskala. Gjennom å presentere fire påstander der de måtte kartlegge hvor bærekraftige de anser seg, tilegnet vi informasjon om de var en bærekraftig eller mindre bærekraftig respondent. Denne informasjonen vil gjenspeile respondentenes atferd og skiller seg fra deres meninger, da vi registrerte deres konkrete syn på hvor bærekraftige de anser seg, samt hvor langt de er villige til å strekke seg for å ta mer bærekraftige valg (Dillman D. , 2007). Tanken er at vi skal kunne utforske hvordan meninger og atferd differensierer seg mellom de ulike respondentene. Avslutningsvis ble respondentene spurt om egenskapsattributter som kjønn og alder.

Qualtrics gir muligheten for at alle spørsmål er obligatoriske å svare på før en kan gå videre, med bruk av funksjonen «forced response». Denne funksjonen anser vi som verdifull siden det muliggjør å sikre at respondentene ikke overser noen spørsmål, samtidig som at vi tilegner oss fullstendige svar til videre analyse av resultatene og utforming av eksperimentet.

4.3.3 Svarprosent

Det ble samlet inn 151 unike fullførte svar og 27 pågående ufullstendige besvarelser. Vi valgte å kun inkludere respondenter som hadde oppgitt svar for alle variablene, noe majoriteten hadde gjort. Vi tror at den høye fullførte svarprosenten kan skyldes funksjonen «forced response», og at muligheten for å gå videre ikke eksisterte så lenge ikke alle spørsmål var besvart. Ufullstendige besvarelser er der en informant har åpnet undersøkelsen, men ikke fullfører.

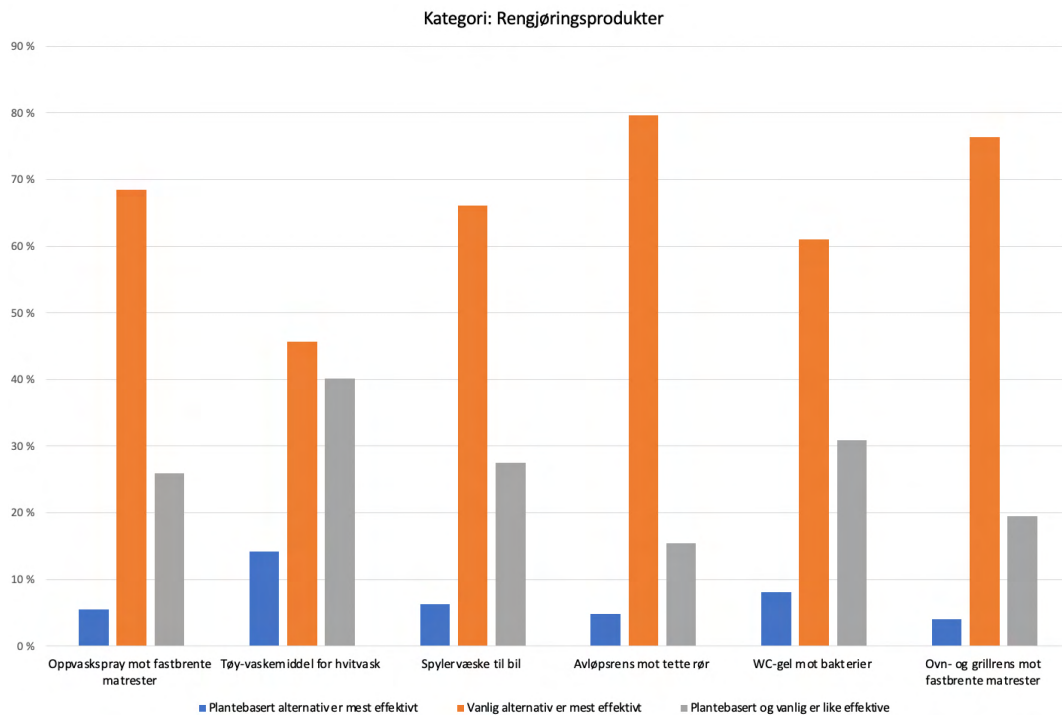
Vi så også etter ekstreme observasjoner i den innhentede primærdataen; observasjoner der resultatene skiller seg vesentlig ut fra resten av dataen og vil ødelegge for resultatene (Saunders, 1999). Blant de fullførte svarene fant vi ingen ekstreme observasjoner hvor man hverken kan tolke at respondentene ikke har hatt tid til å tenke seg om, eller trykket det samme på alle spørsmål.

Kjønnsfordelingen i de fullførte svarene var 64 prosent kvinner og 36 prosent menn. Alderen på respondentene varierte fra 18-74, mens hovedvekten lå mellom 25-34 år. Med denne fordelingen ser vi at respondentene har et litt uproporsjonalt forhold mellom kjønn, men vi velger allikevel å vekte svarene likt og videre utforme eksperimentet med informasjonen vi tilegnet oss fra resultatene.

4.3.4 Resultater av pretest

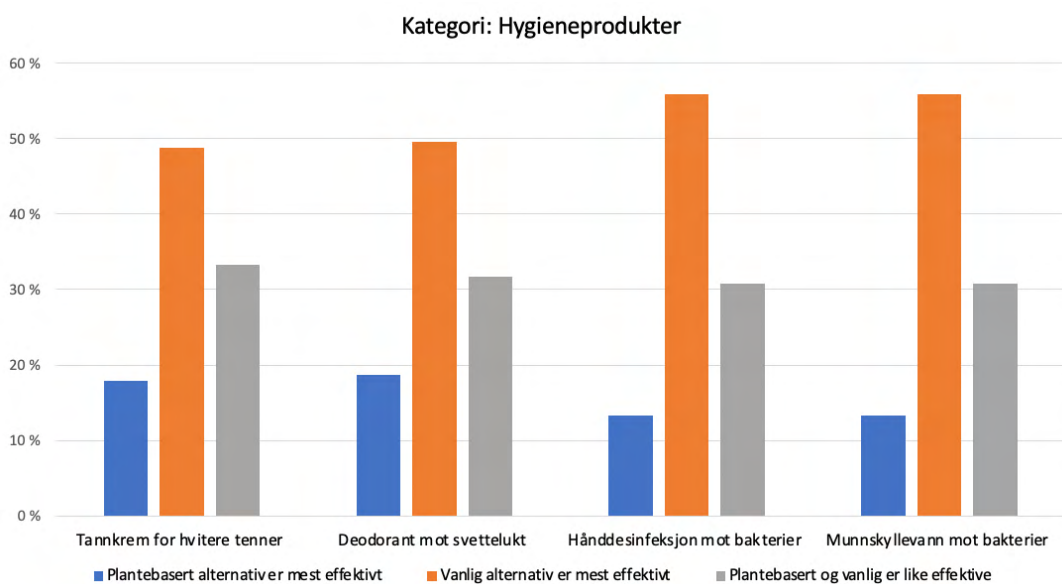
I dette delkapittelet vil vi presentere resultatene fra pretesten, og avslutningsvis kommentere hvilke kategorier vi valgte å gå videre med for å teste i eksperimentet.

I kategorien «rengjøringsprodukter» viste resultatene at respondentene jevnt over oppfatter at det «vanlige» alternativet var mest effektivt, med en score som lå på 60 prosent eller over. Derimot fikk produktet «tøyvaskemiddel for hvitvask» nesten like mange stemmer på at det «vanlige» og det «plantebaserte og vanlige» alternativet var like effektivt. Resultatene er illustrert i tabellen nedenfor.



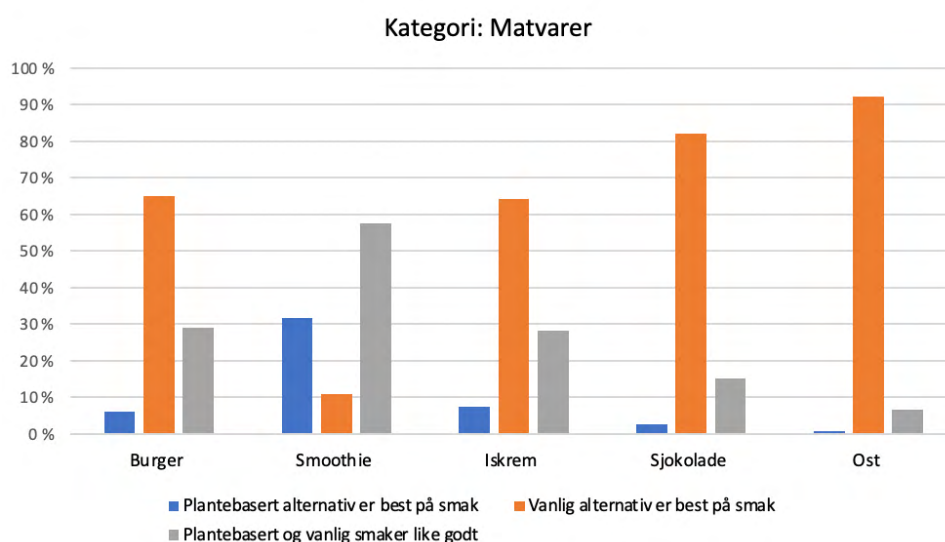
Tabell 1: Resultater fra pretest, kategori: rengjøringsprodukter

Kategorien for hygieneprodukter viste til resultater med en nesten tilnærmet identisk fordeling på de ulike produktene og hvilke som var mest effektive. I snitt hadde det «vanlige» alternativet en poengsum på 50 prosent eller mer av stemmene, og det «plantebaserte og vanlige alternativet var like effektivt» lå på rundt 30 prosent av stemmene.



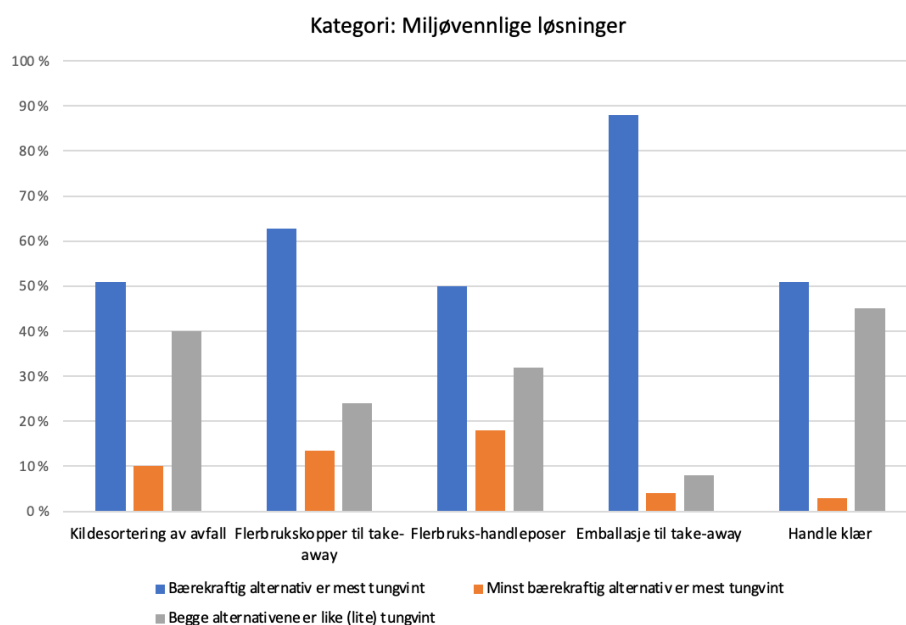
Tabell 2: Resultater fra pretest, kategori: hygieneprodukter

Av resultatene i produktkategorien «matvarer» kan vi se at produktene «burger» og «iskrem» fikk tilnærmet lik fordeling mellom alternativene. Det viser seg at 65 prosent av respondentene foretrekker det «vanlige» alternativet, og 30 prosent mener det «vanlige og plantebaserte alternativet smaker like godt». Derimot kan vi se at produktet «smoothie» skiller seg betraktelig ut ved at nesten 60 prosent av respondentene mener «plantebasert og vanlig smoothie smaker like godt», og er derfor det eneste produktet med flere stemmer på dette alternativet. Kategorien «sjokolade» viste at respondentene totalt sett ikke foretrekker plantebasert sjokolade, der 83 prosent synes vanlig sjokolade smaker best. Til slutt ser vi at også at respondentene foretrekker «vanlig ost» når det kommer til «best på smak». Resultatene viser at hele 93 prosent av respondentene synes melkebasert ost smaker best. Bare 6 prosent av respondentene mener «plantebasert og vanlig smaker like godt». Resultantene er vist i tabellen under.



Tabell 3: Resultater fra pretest, kategori: matvarer

Til slutt har vi resultatene fra kategorien om miljøvennlige løsninger. Resultatene her viser at respondentene svarte tilnærmet likt på «kildesortering av avfall», «flerbruks-handleposer» og «flerbrukskopper til takeaway-kaffe»: Mellom 50 til 60 prosent mener at kildesortering eller å ta med egen flerbrukspose/flerbrukskopp er mest tungvint, mens resten av respondentene er fordelt på de andre alternativene. Spørsmålet som omhandlet egen emballasje til takeaway-mat, opplevde hele 88 prosent av respondentene som mest tungvint, og er den nest høyeste scoren i denne pretesten. Til slutt har vi løsningen «å handle klær», som hadde en tilnærmet lik fordeling mellom «handle klær brukt er mest tungvint» og «begge deler er like tungvint».



Tabell 4: Resultater fra pretest, kategori: miljøvennlige løsninger

Oppsummert ser vi at det kun er produktet «smoothie» som får en høyere score på «plantebasert og vanlig smaker like godt» enn at det «vanlige» alternativet er best. Resterende produkter og løsninger anser vi dermed at vil være mindre bekvemmelige for respondentene å erstatte med et bærekraftig alternativ i form av enten smak, effekt eller tungvinthet. De kategoriene som skilte seg betraktelig ut som enten mindre bekvemmelig på smak eller mer tungvint var: ost, egen emballasje til takeaway-mat og sjokolade.

Resultatene fra pretesten gir oss en indikasjon på at smak på mat og å ta med egen emballasje er en stor kostnad for individer å erstatte, og dermed mindre bekvemmelig. Basert på disse resultatene gikk vi videre med å teste tiltakene der vi erstatter kjøttprodukter med plantebasert mat og fjerner engangsemballasje i de fiktive scenarioene i eksperimentet. Vi har her erstattet ost og sjokolade med generelle kjøttprodukter for å teste hvorvidt effekten av studentenes holdning og bruk endres dersom kantinen erstatter kjøtt med plantebaserte produkter, og ikke kun ost og sjokolade med et plantebasert alternativ. Dette begrunnes med at vi tror dette vil gi større utslag i resultatene for å avslutningsvis klare å svare på forskningsspørsmålet.

4.4 Eksperiment

I dette delkapittelet vil vi ta for oss masteravhandlingens eksperiment, herunder hvordan det er utformet, svarprosenten og tilhørende målskala.

4.4.1 Utforming av studiens eksperiment

Eksperimentet (vedlegg B) ble utformet med bakgrunn i den innsamlende dataen fra spørreundersøkelsen som vi benyttet som pretest. De to produktene som respondentene i pretesten opplevde som minst bekvemmelig og som størst kostnad å erstatte med et grønnere substitutt, ønsket vi videre å teste i to ulike fiktive scenarier med manipulasjon av tid. Formålet med eksperimentet var å teste hypoteser H1-H4.

Deltakerne ble tilfeldig tilordnet i de to eksperimentelle betingelsene (umiddelbar og forsinket). Innad i hver betingelse var det variasjon i rekkefølgen av de to scenarioene som deltakerne måtte vurdere sin holdning og bruk, samt hva de tror om andre studenters holdning og bruk av kantinen dersom tiltakene iverksettes. På denne måten kunne vi teste om manipulasjonen frembrakte ulike resultater hos deltakerne.

Første gruppen fikk presentert at kantinen skulle iverksette to ulike bærekraftige tiltak én uke etter eksperimentet, noe som utgjorde en umiddelbar manipulering. Den andre gruppen fikk presentert de to samme tiltakene, men at dette først skulle iverksettes et halvt år etter, og var derfor en forsinket manipulering. Hvilket av de ulike tiltakene som ble presentert i de ulike manipuleringene er randomisert. For å sikre like mange deltakere i hver betingelse og tilsvarende rekkefølge, benyttet vi funksjonen «evenly present elements» i Qualtrics. Denne funksjonen kvalitetssikrer at det er tilsvarende antall deltakere og rekkefølge i hver betingelse.

Eksperimentet etterfølges videre av spørsmål som: «Hvor mange ganger benytter du kantinen i dag?». Dette er essensielt da vi ønsker å sortere ut de deltakerne som ikke benytter kantinen. Vi er ute etter holdningene til de som benytter kantinen i dag, og hvordan tiltakene vil endre deres forbruk i kantinen. Videre stilte vi spørsmål om kjønn, om de er veganere eller vegetarianere, samt om de er studenter på bachelor- eller masternivå. Vi har også inkludert fire ulike bærekraftige påstander i eksperimentet, for å avdekke deres grønne identitet. I likhet med pretesten ble funksjonen «forced response» i Qualtrics benyttet på hvert spørsmål. Resultatene er anonyme og blir registrert som talldata i en samlet datafil til videre analyse.

Da tematikken for undersøkelsen er nærstående for deltakerne, enkel å forstå og observerer ikke-verbal kommunikasjon, ser vi undersøkelsesstrategien som tilstrekkelig. Strategien gir oss en god kontroll over prosessen med å innsamle data, som deretter kan analyseres kvantitativt ved hjelp av beskrivende og konklusjonsstatistikk (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

4.4.2 Svarprosent

Det ble totalt samlet inn 179 unike fullførte svar, der fem av svarene var deltakere som ikke er studenter ved NHH høsten 2022, og dermed sorteres ut fra resultatene vi videre skal analysere. Dette resulterer i at vi har 173 fullførte svar fra studenter som studerer ved NHH høsten 2022.

Kjønnsfordelingen i de unike fullførte svarene var 45 prosent kvinner og 55 prosent menn. Videre var 53 prosent av deltakerne studenter på bachelornivå, og 47 prosent på masternivå høsten 2022. Denne informasjonen forteller oss at vi har en tilsvarende lik vektning mellom kjønn og utdanningsnivå, noe som er viktig for generaliseringen til resten av skolens studenter.

4.4.3 Måleskala

Kvantitative undersøkelser måler variabler, og vi skiller mellom fire målnivåer; forhåndstallnivå, intervallnivå, ordinalnivå og nominalnivå (Tuft, 2018). Eksperimentet inneholdt spørsmål som ble målt på ordinalnivå. Ordinalnivå og intervallnivå kan sies å være flytende i den forstand at de begge benyttes til å rangere verdier langs en gitt skala. Forskjellen grenser ved at intervallnivå stiller krav til at skalaen skal inneholde et nullpunkt, samt fast avstand mellom de ulike verdiene langs skalaen (Grenness, 2003).

Ordinalnivå stiller ingen slike krav. Lekvall og Wahlbin (1987) anbefaler dog at en bør betrakte skalaer der skalaverdiene er verbalt definert som ordinalnivå, og ikke intervallnivå. Eksperimentet måler deltakernes holdninger til to ulike fiktive scenarier som kantinen vurderer å iverksette. Vi måler dermed ikke avstanden mellom verdier, og kan heller ikke kommentere et produkts eller holdningers egenskaper i forhold til et annet.

For å måle hvor enig eller uenige deltakerne var i fire ulike bærekraftige utsagn, benyttet vi en 7-punkts Likert-skala. Mulige alternativer ble presentert på en rett linje, der alle fire utsagn hadde tilsvarende rekkefølge på svarkategoriene for å unngå å forvirre deltakeren (Dillman, 2007). Skalaer av denne typen betraktes gjerne som intervallnivå, der det er eksakte mellomrom mellom de syv verdiene.

Avslutningsvis spurte vi deltakerne om deres kjønn, utdanningsnivå, og om de er veganere eller vegetarianere, noe som kjennetegnes som rene kategorispørsmål målt med en nominalskala

(Grenness, 2003). Dette regnes ikke som en skala, men peker i retning av at tall kan brukes som navn. Her er det ingen av svaralternativene som er bedre eller dårligere, men vi benytter dette for en klassifisering av deltakerne.

4.5 Forskningskvalitet

I dette delkapittelet vil vi gjøre en vurdering av forskningskvaliteten til studien ut ifra hvilke tiltak som er benyttet for å sikre validitet og reliabilitet. En slik vurdering er sentral for å sikre at den innsamlede dataen reflekterer faktiske forhold, og reduserer sannsynligheten for at resultatene i studien er feil (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

4.5.1 Validitet

Forskningens validitet omhandler i hvilken grad man ut ifra resultatene kan trekke gyldige sammenhenger og slutninger for det utvalget og fenomenet som er undersøkt (Jacobsen, 2015). Med andre ord kan vi si at validitet refererer til hvor godt resultatene kan representere og generaliseres til lignende individer utenfor deltakerne av studien. Validitet kan deles inn i begrepsvaliditet, intern validitet og ekstern validitet. I og med at dette er en deskriptiv studie, nevner Saunders et al. (2008) at intern validitet ikke er av relevans. For å sikre at denne studien har høy validitet vil vi i det følgende kun inkludere begrepsvaliditet og ekstern validitet.

4.5.1.1 Begrepsvaliditet

Begrepsvaliditet omhandler sammenhengen mellom spørsmålene og variablene de har til hensikt å måle, samt definere og gjøre de teoretiske begrepene målbare (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). I denne studien vil begrepsvaliditeten til eksperimentet i stor grad avhenge av hvorvidt spørsmålene i pretesten evner å måle studiens formål. For å forhindre at vi har tilstrekkelig dekning i pretesten, har vi nøyaktig gjennomgått tilgjengelig forskning og litteratur på området.

For å sikre begrepsvaliditeten i både pretesten og eksperimentet har vi hatt tett dialog med både veileder og en doktorgradsstipendiat ved NHH som skal forske videre på fagfeltet. De har vært med på å utforme undersøkelsene, gi tilbakemelding, samt vurderte i hvilken grad måleinstrumentene fungerte tilstrekkelig før vi begynte datainnsamlingsprosessen. Gjennom å benytte andre som har kjennskap til temaet for innspill, samt å vurdere at pretesten og eksperimentet måler det den faktisk skal måle, styrkes studiens begrepsvaliditet (Saunders,

Lewis, & Thornhill, 2005). En studie som besitter høy begrepsvaliditet, vil gi et mer korrekt grunnlag for å trekke sammenhenger om en påvirkning har effekt eller ikke. På bakgrunn av dette vurderer vi at studien har en tilfredsstillende begrepsvaliditet.

4.5.1.2 Ekstern validitet

Forskningsstudiet har god ekstern validitet om forskningsresultatene er generaliserbare og om de kan si noe om andre forskningskontekster som kan være relevant for studiens formål (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Respondentene som har besvart pretesten er et utvalg vi har nådd ut til ved bruk av sosiale kanaler, som Facebook og LinkedIn. Et bekvemmelighetsutvalg kan være en mulig eksisterende trussel mot resultatets eksterne validitet, da vi ikke er sikre på om resultatet kan generaliseres til en større befolkning.

Eksperimentet ble distribuert til deltakere som er representative for studiens formål. Ved å utføre en kvantitativ studie vil vi kunne tilegne oss store mengder data om studentenes holdninger og handlinger, og må derfor ta hensyn til at utvalgsskjevhet er en trussel mot ekstern validitet. Vi distribuerte eksperimentet til over 2000 studenter, der vi mottok 173 fullførte svar. Dette kan indikere at det kun er deltakere som bryr seg om bærekraft og miljø som har deltatt. Den eksterne validiteten kan dermed imidlertid reduseres på bakgrunn av en svarprosentrate på under 10 prosent. På den annen side hadde vi tilnærmet lik fordeling mellom kjønn og utdanningsnivå, noe som igjen styrker den eksterne validiteten, og at resultatene i større grad kan generaliseres til resterende studenter ved NHH.

På bakgrunn av at studien kun benytter deltakere fra én skole i Norge, kan det imidlertid oppstå usikkerhet om hvorvidt resultatene kan generaliseres til andre skoler eller befolkningen for øvrig. Studenter ved NHH kan tenkes å ha andre typer holdninger og intensjoner til bærekraftige tiltak enn hva eksempelvis andre generasjoner har. Det er dermed begrenset hvor robust generaliserbarheten fra denne studien er til andre studenter i Norge eller befolkningen i som helhet. Alt tatt i betraktning anser vi likevel at resultatene vil kunne replikeres, samt forklare holdningene og handlingene til bærekraftige tiltak til øvrige studenter ved NHH.

4.5.2 Reliabilitet

Reliabilitet kan omtales som pålitelighet og konsistens, og refererer til i hvilken grad studiens datainnsamlingsteknikker og analyseprosedyrer vil gi konsistente funn (Saunders, Lewis, &

Thornhill, 2005). Dette innebærer at forskningen vil gi konsistente resultater til ulike tider, under ulike forskningsforhold og fra ulike forskere. Innen kvantitativ forskning handler reliabilitet i hovedsak om at spørsmålene i undersøkelsen måler det vi er ute etter å måle, på en pålitelig og konsistent måte (Grenness, 2003). Svak reliabilitet vil ikke bare påvirke de endelige resultatene til forskningen, men kan også påvirke begrepsvaliditeten negativt. Vi vil i denne delen diskutere intern og ekstern reliabilitet, og avslutningsvis kommentere trusler mot studiens reliabilitet.

4.5.2.1 Intern reliabilitet

Intern reliabilitet handler om å sikre konsistens i løpet av et forskningsprosjekt (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Det finnes ulike tilnærminger for å vurdere og teste reliabiliteten. Mitchell (1996) trekker frem test-retest, indre konsistens og alternativ form. For å måle robusthet i eksperimentets spørsmål om grønn identitet og for å sikre at variablene har god indre konsistens har vi benyttet oss av en Cronbachs Alpha-analyse. Denne analyseformen måler graden av intern konsistens mellom de spørsmål som skal inngå i en dimensjon. Analysens resultat vil variere fra 0 til 1, der en Alpha-verdi mot 0 vil fortelle oss at det er liten eller ingen konsistens og en Alpha-verdi mot 1 er god konsistens. For at vi skal regne Alpha-verdien som reliabel nevner Peterson (1994) at verdien bør ligge mellom 0,70-0,95. Resultatene av analysen viser oss at vi har en Alpha-verdi på 0.816 (vedlegg E). Dette indikerer at spørsmålene har en god indre reliabilitet, som resulterer i at vi har mulighet å slå spørsmålene sammen til en dimensjon til videre analyse.

4.5.2.2 Ekstern reliabilitet

Den eksterne reliabiliteten tar for seg hvorvidt en annen forsker vil få konsistente funn dersom forskeren replikerer studien med de samme teknikkene og prosedere for innsamling av data og analyse (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

Pretesten ble distribuert med et bekvemmelighetsutvalg, til respondenter som vi nådde ut til via sosiale plattformer. Dersom denne testen skulle blitt gjennomført på nytt med andre forskere, ville de trolig tilegnet seg andre resultater, da de mest sannsynlig hadde nådd ut til en annen gruppe respondenter. I motsetning til pretesten, gis eksperimentet i denne studien til et tilfeldig representativt utvalg av studenter ved NHH. Vi kan dermed anta at de generelle resultatene ville blitt tilnærmet like dersom eksperimentet ville blitt gjennomført på nytt med

deltakere fra NHH og bruk av tilsvarende forskningstilnærming. Dersom eksperimentet derimot hadde tatt utgangspunkt i en annen gruppe deltakere, ville man høyst sannsynlig tilegnet seg andre resultater, da det er svært begrenset hvor representativt dette utvalget er for hele Norges befolkning.

På bakgrunn av at eksperimentet baserer seg på bærekraft, bør det påpekes at et tilsvarende likt eksperiment burde gjennomføres innen rimelig tid. Skolen får nye studenter hvert år, som tar med seg nye intensjoner og holdninger til bærekraftige tiltak. I tillegg endres befolkningens syn på bærekraft i takt med økt kunnskap, bevissthet og bekymring for klimaendringer og naturkatastrofer. Dette er faktorer som kan utspille seg i studiens moderatorverdi; grønn identitet. Det er usikkert hvor studenter står i forhold til resten av befolkningen når det kommer til hvor grønne de anser seg. En fersk rapport utført av Unicef viser til at et stort flertall av norske barn og unge føler sinne, frykt og håpløshet på bakgrunn av klimaendringene (Nilsen, 2021).

Rapporten viser videre til at 72 prosent av deltakerne (norske barn og unge) svarer «ja» på at de tar klimavennlige valg i hverdagen, og av disse oppgir 79 prosent at de gjerne vil gjøre mer selv for å redusere klimaavtrykkene sine (Nilsen, 2021). Dette får støtte i en undersøkelse av Cicero (2019) som finner at unge voksne under 30 år er mer klimaengasjerte og mer villige til å redusere bruken av bensin- og diesebil, villige til å fly mindre og de kan i større grad tenke seg å spise mindre kjøtt (Aasen, Klemetsen, Reed, & Vatn, 2019). På bakgrunn av dette kan det dermed antas at studenter scorer høyere på skalaen om grønn identitet, enn mennesker fra 45 år og oppover som ifølge Cicero er mindre villige til å endre egen adferd mot et grønt skifte (Aasen, Klemetsen, Reed, & Vatn, 2019). Dette kan resultere i at om studien replikeres med et annet utvalg, gjerne deltakere over 45 år, vil man ikke kunne tilegne seg tilsvarende resultater som er blitt innhentet i denne studien.

For videre å styrke reliabiliteten og få konsistente funn dersom forskningsstudiet replikeres ved en senere anledning, har vi benyttet oss av dataverktøyet SPSS. Dette styrker den eksterne reliabiliteten da dataverktøyet er et offentlig lett tilgjengelig program, slik at andre forskere kan benytte de samme til sin replikasjon av studiet. Dermed vurderer vi samlet sett at resultatene ville blitt de samme, ved en ny undersøkelse om den utføres blant studenter ved NHH og at undersøkelsen kan kopieres og replikeres (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

4.5.2.3 Trusler mot reliabilitet

Det finnes mange trusler mot ekstern reliabilitet i en studie. Robson (2002) trekker frem fire ulike trusler der både informanten og forskeren står i fare for å svekke reliabiliteten (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005), herunder 1. emne- og deltakerfeil, 2. subjekt- og deltakerbias, 3. observatørfeil og 4. observatørskjevhet. Vi vil i det følgende se på emne- og deltakerfeil og observatørfeil. Dette fordi at til tross for at en gjør flere tiltak for å sikre sterk reliabilitet, vil det i ethvert forskningsprosjekt likevel kunne oppstå potensielle trusler som kan knyttes opp til deltakerne og forskerne av studien (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

Den første trusselen er emne- og deltakerfeil som tar for seg at deltakere blir påvirket av ulike faktorer som kan resultere i at de endrer adferden når de besvarer eksperimentet. Vi anser dette som vår største trussel da faktorer som stress, tid på dagen og energi kan spille stor rolle i deltakernes svar i vårt eksperiment. Videre reklamerer vi med at studenter kan vinne en premie ved å delta i eksperimentet, noe som kan friste til deltakelse, men samtidig føre til at de bare vil komme til konkurransen og svarer betydningsløs på eksperimentertes spørsmål. For å motvirke ulike faktorer slik som de ovennevnte, distribuerte vi undersøkelsen på e-post der studentene i fred og ro kan svare når det passer dem.

Den andre faktoren vi anser som en trussel for reliabiliteten er observatørfeil, der spørsmålene som stilles i undersøkelsene er ledende mot det vi vil måle. Mange forbrukere har en mer bærekraftig holdning enn handling, og et utfall kan derfor være at de ble ledet til å svare mer mot det bærekraftige alternativet enn det de ville gjort i realiteten. Et tiltak for å forhindre dette er bruk av anonymitet, da deltakerne trolig ikke vil fremstå som ikke-bærekraftige med fullt navn. Dette er med på å styrke studiens reliabilitet, da det gir deltakerne relative svake insentiver til å lyve eller fremstå som mer bærekraftige enn de i realiteten er.

Anonymitet er også benyttet for å beholde reliabiliteten i konkurransen der studentene måtte oppgi kontaktinformasjon i form av en e-postadresse. Denne informasjonen er innhentet ved bruk en annen spørreundersøkelse som var implementert på slutten av eksperimentet. På den måten var det ikke mulig å spore e-postadressen til de avgitte svarene, som videre resulterer i at vi opprettholder reliabiliteten også i konkurransen.

5.0 Analyse

I dette kapitlet vil forberedelsene til analysen og den deskriptive statistikken som er benyttet i dataanalysen bli introdusert. Den innsamlede kvantitative primærdataen fra eksperimentet vil bli analysert og testet i statistikkprogrammet IBM SPSS Statistics (versjon 28.0). IBM SPSS Statistics er en programvare som har et enkelt brukergrensesnitt og innehar de analyseegenskapene vi ønsker å benytte for å utarbeide analysen og resultatene (Johannessen, 2009).

For å kunne analysere datamaterialet vil vi innledningsvis starte med å presentere hvordan dataene er kontrollert og forberedt for analysene. Videre vil vi ta for oss hvordan vi har benyttet deskriptiv statistikk for å teste hypotesene samt besvare studiens forskningsspørsmål. Denne innføringen tror vi vil være til hjelp for å danne et bilde av innholdet i analysene vi videre presenterer under neste kapittel.

5.1 Forberedelser til analysen:

Før vi starter analysearbeidet av de innhentede dataene, er det nødvendig å gjøre noen forberedelser. Forberedelser av dataene før analysen kan ha en direkte effekt på kvaliteten av det statistiske resultatet og de anbefalingene man gir til beslutningstakerne i den gitte situasjonen (Malhotra & Birks, 2000). Det er derfor viktig med en strukturert og nøyaktig plan for arbeidet før dataene kan tolkes.

5.1.1 Koding av dataene

Vi brukte statistikkprogrammet IBM SPSS for å analysere dataene, og det er i den forbindelse viktig å vite hvordan dataene skal kodes. Vi delte datasettene inn i to distinkte grupper: kategorisk og numerisk (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Kategoriske data refererer til data som ikke kan måles numerisk, men som enten kan klassifiseres i kategorier i henhold til egenskapene som identifiserer eller beskriver variabelen eller plasseres i rangeringsrekkefølge (Saunders & Berman Brown, 2008).

Eksperimentet besto av spørsmål som klassifiseres både som kategorisk og numerisk. Spørsmål som kjønn, student ved NHH høsten 2022, bachelor- eller masterstudent, samt om de er veganere eller vegetarianere er kjent som dikotome data under kategorien kategoriske spørsmål. Variabelen her er delt inn i to kategorier, som for eksempel at kjønn er delt inn i

kvinnelig eller mannlig (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Dette er spørsmål som ble lagt inn i IBM SPSS som kategorivariabler med tallkodene 0 og 1. Resterende av spørsmålene i denne kategorien fikk også tildelt tallkodene 0 og 1.

Scenarioene i eksperimentet ba deltakerne om å rangere hvor sterkt deres og medstudenters bruk av kantinen ble påvirket av de ulike fiktive scenarioene. De fikk tre ulike svaralternativer: «sjeldnere enn i dag», «like mye/lite som i dag» og «oftere enn i dag». Avslutningsvis ba vi deltakerne om å markere sin holdning til tiltakene på en 7-punkts Likert-skala. Dette er spørsmål som samler inn rangerte data. Til tross for dette hevder forskere at der slike data sannsynligvis har lignende størrelsesgap mellom dataverdier, kan de analyseres som om de var numeriske intervalldata (Blumberg, 2008). Dermed blir spørsmålene kategorisert og tildelt tallkodene 1 til 3 og 1 til 7. Numeriske data anses mer presise enn kategoriske ettersom de kan tilordnes enhver dataverdi på en numerisk skala, som resulterer i at de enkelt kan måles og telles med færre feil (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

5.1.2 Vurdering av innhentet data

Når de innsamlede primærdataene er satt inn i programvaren (SPSS), er det nødvendig å undersøke de innsamlede dataene for feil før vi kan gå videre å utforme statistiske analyser. For å teste at deltakernes representativitet ikke er svak, er det sentralt å sammenligne fordelingen av demografiske variabler som kjønn, studienivå (bachelor eller master) og alder. Oppdager en skjevhet, er dette noe man bør vurdere å rette opp i ved hjelp av vekting, for at den skal være generaliserbar for hele populasjonen. Basert på resultatene fra vårt eksperiment, har vi en tilnærmet lik vekting av kjønn og utdanningsgrad som nevnt over. Derfor har vi valgt å la alle svar vektet like mye og representere populasjonen på skolen.

I tillegg til dette må vi undersøke om datasettet inneholder ekstremverdier eller frafall av manglende informasjon som bør utelukkes fra datasettet. Ekstremverdier, også kalt “outliers”, er verdier som vesentlig avviker fra andre observasjoner på en måte som mulig kan skape statistiske problemer (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Ved å ikke ekskludere disse verdiene fra datasettet kan dette gi utslag på ulike mål som gjennomsnitt og standardavvik. Vi opplevde ingen ekstremverdier i vårt datasett til eksperimentet, og som følger av dette er det dermed ikke sortert ut noen ekstreme resultater.

Frafall av manglende informasjon i datamatriksen kaller vi manglende datakode, og vil være med på å svekke deltakernes representativitet. Manglende datakode brukes for å identifisere hvorfor data mangler. For hver deltaker som unnlater å svare på et spørsmål, blir det et hull i den innsamlede dataen, altså en manglende datakode. De Vaus (2014) har indentifisert fire hovedårsaker til hvorfor manglende data kan oppstå: 1. at deltakeren nektet å svare, 2. deltakeren ikke hadde noen mening, 3. svaret var uklart eller 4. at deltakeren ved en feiltagelse hoppet over et spørsmål.

Alle spørsmål på studiens to undersøkelser består av «forced response», noe som gjør at deltakerne må svare på hvert eneste spørsmål for å gå videre. Dette har resultert i at tilnærmet alle deltakere har svart på samtlige spørsmål. De deltakerne som allikevel ikke besvarte alle spørsmål, er korrigert ut. Videre består ingen spørsmål av følelsesladde temaer som kunne medført at noen deltakere i verste fall droppet ut av undersøkelsen, på bakgrunn av at de ikke ønsket å besvare sensitive spørsmål.

5.2 Deskriptiv statistikk

Det finnes en rekke ulike tester og teknikker som ofte er komplekse og bygger på underliggende teori og statistiske prinsipper som kan benyttes (Pallant, 2013). Vi benytter deskriptiv statistikk for å presentere datamaterialet på en oversiktlig og hensiktsmessig måte. Kvantitativ data i råform gir svært liten informasjon. For at dataene skal være nyttig må det innsamlede materialet behandles, struktureres og presenteres på en hensiktsmessig måte (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

Kvantitative analyseteknikker er alt fra å lage enkle tabeller eller diagrammer som viser hyppigheten av forekomster. For å teste hypotesene har vi valgt å benytte oss av tre ulike analyseformer, herunder kjikvadrat-test, uavhengig t-test og en moderatoranalyse. I det følgende vil vi presentere analysemodellene ytterligere.

5.2.1 Kjikvadrat-test

For å besvare hypotesene H1 (a og b) og H2 (a og b), har vi valgt å benytte en kjikvadrat-test. En slik test analyserer sammenhengen mellom to kategoriske variabler, der hver variabel kan ha to eller flere kategorier (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Vi ønsker å benytte denne

analyseformen for å undersøke hypotesene, samt for å se om manipulasjon av tid har ført til en observert variasjon i resultatene som er statistisk signifikant.

En forutsetning for å gjennomføre en kjikvadrat-test er først og fremst at man trenger to kategoriske variabler. Hypotesene søker å undersøke hvorvidt deltakerne kommer til å benytte kantinen mindre enn i dag, og hva de tror andre velger å gjøre, i tilfeller der tiltakene iverksettes umiddelbart versus forsinket. For å måle dette har vi valgt å slå sammen svaralternativene «like mye, like lite som i dag» og «oftere enn i dag» til en dikotom variabel, det vil si en variabel som inneholder to verdier. Dette på bakgrunn av at vi ønsker å teste svaralternativet «sjeldnere enn i dag», opp mot de som velger å benytte seg av kantinen like mye, lite eller mer. På denne måten tilegner vi oss to kategoriske variabler, og opprettholder den forutsetningen for å benytte en kjikvadrat-test.

Det er videre to andre forutsetninger som må være oppfylt for å benytte en kjikvadrat-test. Den første forutsetningen omhandler at 80 prosent av cellene må ha en forventet verdi over 5. Av resultatene i kapittel 6.1 fremkommer det informasjon om at 0 celler (0 prosent) har en forventet verdi under 5, for alle kjikvadrat-testene som er utført i denne studien. Den siste forutsetningen går på at studiens testvariabler må ha to eller flere underkategorier, over en forventet verdi på 1 (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Testvariablene i denne studien er som nevnt over i delkapittelet 5.1.1 «Koding av dataene», fordelt på tallkodene 1-3. Da vi i denne testen har slått sammen de to svaralternativene som har fått tildelt tallkodene 2 og 3, blir tallkode 3 omkodet til tallkode 2. Kategoriseringen og kodingen er dermed lik i begge datasettene, og vi anser dette kravet for kjikvadrat-test som opprettholdt.

For å beholde hypotesene om at forbrukere vil ha lavere intensjon i bruk om tiltakene iverksettes umiddelbart versus forsinket, vil vi se etter en signifikansverdi på $p < .05$. Vi har benyttet oss av et 95 prosent konfidensintervall, som betyr at hvis p-verdien er over 5 prosent er man nødt til å forkaste hypotesen (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Det er også viktig å huske at en kjikvadrat-test kun kan vise hvorvidt det eksisterer forskjeller eller ikke, men ikke i hvilken retning forskjellen går i (Selnes, 1999).

Avslutningsvis er det verdt å nevne at hypotesene kunne vært målt med en uavhengig t-test, der vi målte alle tre svaralternativene opp mot hverandre og så variasjonen i alle tre svarsalternativene. Likevel anser vi en kjikvadrat-test der vi slår sammen to variabler til et

dikotom som mer presist, da vi ønsker å teste «sjeldnere enn i dag» opp mot de resterende svaralternativene.

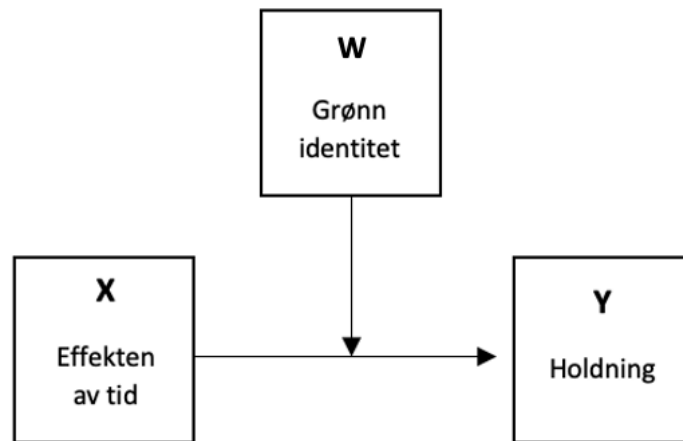
5.2.2 Uavhengig t-test

Det finnes to hovedtyper av t-tester; paret t-test og uavhengig t-test. Paret t-test brukes når man er interessert i å se endringer, og tester dermed de samme deltakerne ved to forskjellige anledninger (Pallant, 2013). Uavhengig t-test brukes når man har ulike uavhengige grupper av mennesker, og er interessert i å sammenligne deres gjennomsnittssvar med hverandre (Pallant, 2013). I denne studiens eksperiment samler vi inn informasjon ved kun én anledning, men tilegner oss to uavhengige gjennomsnitt, hvor det er randomisert hvilken betingelse deltakerne havner i. På bakgrunn av dette ser vi det derfor hensiktsmessig å kjøre en uavhengig t-test for hypotese H3 (a og b), med indikatoren tid (umiddelbart og forsinket) for å undersøke om stimuliene hadde innvirkning på resultatene. Vi manipulerer den uavhengige variabelen tid (umiddelbart og forsinket), med en målt avhengig variabel (egen holdning). Hensikten er å sammenligne deltakerne å se om det er signifikante forskjeller mellom de to manipulasjonene.

Det er fire forutsetninger som må være tilfredsstillt før man kan kjøre en uavhengig t-test: Følgende krav er: 1. randomisering, 2. uavhengige målinger, 3. normalfordeling og 4. homogenitet i variansen (Field, 2018). For å tilfredsstillte de to første kravene er som nevnt randomiseringsfunksjonen i Qualtrics tatt i bruk, samt at uavhengige deltakere har gjennomført undersøkelsen hver for seg. I analysen kom det frem at normalfordelingen i hypotesene tilfredsstillte kravet om et standardavvik > 1 , samt at Levene's test for tiltak: plantebasert meny som ikke er av signifikant verdi ($F=0.260$, $P=0.226$), dette indikerer at gruppene ikke er ulike. Levenes test for tiltak emballasje er heller ikke av signifikant verdi ($F=0.455$, $P=0.425$), dette indikerer at forutsetningene for en t-test er tilfredsstillt.

5.2.3 Moderatoranalyse

For å undersøke den siste hypotesen (H4) har vi valgt å gjennomføre en logisk regresjonsanalyse ved å bruke PROCESS modell 1 by Hayes versjon 4.1 (2022). Moderatormodellen forklarer oss effekten av X på Y betinget av W (Hayes, 2018). Målet er å avdekke om umiddelbar iverksettelse av et bærekraftig tiltak (X) gir en økt negativ holdning (Y) når man scorer lavt på grønn identitet (W). Moderatormodellen er illustrert under for hypotese H4.



Figur 2: Konseptuelt diagram, PROCESS, modell 1

Grønn identitet er målt på en kontinuerlig variabel, som betyr at vi videre kan ta i bruk Johnson-Neyman teknikken. Johnson-Neyman teknikken er implementert i PROCESS i SPSS, og undersøker for interaksjon og for å identifisere verdiområder for moderatoren som interaksjonseffekten er signifikant for (Johnson & Neyman, 1936). Johnson-Neyman teknikken viser altså hvor stor andel av verdiene for W (grønn identitet) som ligger under og over den signifikante verdien (Hayes, 2018).

For å beholde hypotesen om at ikke-grønnere forbrukere vil ha en mer negativ effekt på holdning om tiltakene iverksettes umiddelbart versus forsinket, vil vi også her benytte et 95 prosent konfidensintervall. Dette vil si at dersom p-verdien er over 5 prosent, er vi nødt til å forkaste hypotesen (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005).

6.0 Resultater

I dette kapittelet vil vi gjennomgå en presentasjon av de statistiske resultatene som er gjennomført for å kunne besvare studiens forskningsspørsmål. Det har tidligere blitt redegjort for hypotesene forankret i studiens teoretiske grunnlag, men de aktuelle hypotesene gjengis også her for å skape oversikt. I eksperimentet ble det brukt to manipulasjoner på tiltakene; umiddelbart og forsinket. Deltakerne i eksperimentet ble utsatt for å vurdere sine holdninger med ulike tidsaspekter for at vi kunne undersøke om tid gir utslag i holdninger og handlinger.

6.1 Resultater fra hypotesetesting

6.1.1 Hypotese 1

De to første hypotesene omhandlet forbrukere (studenter ved NHH), og om deres bruk av kantinen ville blitt påvirket i negativ retning dersom to ulike bærekraftige tiltak skulle iverksettes umiddelbart versus forsinket. For å teste hypotesene og hvorvidt det eksisterte en relasjon mellom de kategoriske variablene, brukte vi som nevnt en kji-kvadrat-test. Før vi testet hypotesene valgte vi å kategorisere variablene «like mye/lite som i dag» og «oftere enn i dag» til en kategorisk variabel, slik at vi fikk to kategorier. På denne måten fikk vi testet mindre bruk av kantinen opp mot like mye/lite og mer.

H1a: Forbrukere vil ha en lavere intensjon om å ta i bruk en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Tiltak: Emballasje	Betingelse		Total
	Umiddelbar	Forsinket	
Sjeldnere enn i dag	57	60	117
Like mye/lite som i dag eller oftere enn i dag	29	24	53
Total	86	84	170

Tabell 5: Oppsummerende gruppestatistikk for H1a

Kjikkvadrat Test			
	Value	df	p
Pearson Chi-Square	0,525	1	0,469
Continuity Correction	0,313	1	0,576
Likelihood Ratio	0,526	1	0,468
Linear-by-Linear Association	0,522	1	0,470
N of Valid Cases	170		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,19

Tabell 6: Kjikkvadrat: eget bruk om emballasjetiltaket iverksettes* betingelse (tid)

Resultatene i tabell 6 viser at vi får en kji-verdi på $X^2(1) = .525$, og en probabilitet på: $p = .469$. Med et signifikansnivå på 95 prosent og 1 frihetsgrader, blir den kritiske verdien på 3,841. Det forteller oss at alle verdier som er mer ekstreme enn den, betyr at vi har et signifikant resultat. Forutsetningen om at ingen celler i kontingensstabellen skal ha mindre enn 5 i forventet frekvens er opprettholdt. Totalt indikerer dette at vi ikke har en statistisk signifikans mellom bruken om tiltaket iverksettes umiddelbart kontra frem i tid, og vi kan forkaste hypotesen med 95 prosent sikkerhet.

H1b: Forbrukere vil ha en lavere intensjon om å ta i bruk et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Tiltak: Plantebasert kantine	Betingelse		Total
	Umiddelbar	Forsinket	
Sjeldnere enn i dag	50	39	89
Like mye/lite som i dag eller oftere enn i dag	35	44	79
Total	85	83	168

Tabell 7: Oppsummerende gruppestatistikk for H1b

Kjikkvadrat Test			
	Value	df	p
Pearson Chi-Square	2,361	1	0,124
Continuity Correction	1,91	1	0,167
Likelihood Ratio	2,367	1	0,124
Linear-by-Linear Association	2,347	1	0,125
N of Valid Cases	168		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 39,03

Tabell 8: Kjikkvadrat: eget bruk om plantebasert tiltak iverksettes* betingelse (tid)

Kjikkvadrat-testen holder forutsetningen om antall celler med forventningsverdi under 5. I tabell 8 kan vi lese at resultatene for H1b, gir en $\chi^2(1) = 2.361$, og en probabilitet på $p = .124$. Med samme frihetsgrad og signifikansnivå som resultatet til H1a, har vi også her en kritisk verdi på 3,841. Det er altså ingen påvist statistisk signifikans at bruken av kantinen vil redusere mer om tiltaket med å erstatte kjøttretter med en plantebasert meny, iverksettes umiddelbart kontra i fremtiden. Dermed kan også denne hypotesen forkastes med 95 prosent sikkerhet.

6.1.2 Hypotese 2

På tilsvarende vis som hypotese H1 (a og b), utførte vi her en kjikkvadrat-test, med de to samme kategoriene. Vi tester derimot ikke forbrukernes egne holdninger, men i hvilken grad de forventer at andre forbrukere vil ha en lavere intensjon om å benytte kantinen dersom ulike tiltak iverksettes umiddelbart.

H2a: Forbrukere vil forvente at andre forbrukere vil ha en lavere intensjon om å ta en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Tiltak: Emballasje	Betingelse		Total
	Umiddelbar	Forsinket	
Sjeldnere enn i dag	67	64	131
Like mye/lite som i dag eller oftere enn i dag	4	11	15
Total	71	75	146

Tabell 9: Oppsummerende gruppestatistikk for H2a

Kjikkvadrat Test			
	Value	df	p
Pearson Chi-Square	3,228	1	0,072
Continuity Correction	2,323	1	0,127
Likelihood Ratio	3,356	1	0,067
Linear-by-Linear Associator	3,206	1	0,073
N of Valid Cases	147		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,29.

Tabell 10: Kjikkvadrat: andres bruk om emballasjetiltaket iverksettes* betingelse (tid)

Kjikkvadrat-testen gir en χ^2 -verdi på $X^2(1) = 3.228$ og en probabilitet på $p = .072$, som vi kan lese fra resultatene i tabell 10. Vi har fortsatt den samme kritiske verdien på 3.841, på bakgrunn av 1 frihetsgrad og 95 prosent signifikansnivå. Forutsetningen om at ingen celler i kontingensstabellen skal ha mindre enn 5 i forventet frekvens er også her opprettholdt. Kjikkvadrat-verdien er under den kritiske verdien, som forteller at sammenhengen dermed ikke er statistisk signifikant. Dermed kan vi ikke beholde hypotesen om at forbrukere vil forvente at andre forbrukere vil ha en lavere intensjon om tiltaket er umiddelbar versus forsinket. Det betyr at denne hypotesen kan forkastes med 95 prosent sikkerhet.

H2b: Forbrukere vil forvente at andre forbrukere vil ha en lavere intensjon om å ta i bruk et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (i forhold til forsinket).

Tiltak: Emballasje	Betingelse		Total
	Umiddelbar	Forsinket	
Sjeldnere enn i dag	57	60	117
Like mye/lite som i dag eller oftere enn i dag	29	24	53
Total	86	84	170

Tabell 11: Oppsummerende gruppestatistikk for H2b

Kjikkvadrat Test			
	Value	df	p
Pearson Chi-Square	0,829	1	0,363
Continuity Correction	0,525	1	0,469
Likelihood Ratio	0,832	1	0,362
Linear-by-Linear Association	0,823	1	0,364
N of Valid Cases	146		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,45.

Tabell 12: Kjikkvadrat: andres bruk om plantebasert tiltak iverksettes* betingelse (tid)

Resultatene i tabell 12 viser at vi får en χ^2 -verdi på $X^2(1) = .829$, og en probabilitet på: $p = .363$. Vi har fortsatt den samme kritiske verdien som benyttet i hypotesene over på 3,841. Forutsetningen om at ingen celler i kontingensstabellen skal ha mindre enn 5 i forventet frekvens er opprettholdt. Kjikkvadrat-verdien oversiger ikke den kritiske verdien, og vi har dermed ikke en statistisk signifikant sammenheng på 95 prosent konfidensnivå. Totalt indikerer dette at vi ikke har en statistisk signifikans mellom hva forbrukere tror om andres bruk av kantinen om tiltaket iverksettes umiddelbart kontra frem i tid, og vi kan forkaste hypotesen med 95 prosent sikkerhet.

6.1.3 Hypotese 3

For å undersøke hypotese H3a og H3b og se nærmere på deltakernes holdninger, valgte vi som nevnt å benytte oss av en uavhengig t-test. Her ønsker vi å se om det er en signifikant forskjell i deltakernes svar til om kantinenes tiltak vil gi en mer negativ holdning dersom det iverksettes umiddelbart kontra forsinket. Vi tester dermed om manipulasjonen «tid» gir utslag i holdningen til deltakerne. Hypotesenes resultater illustreres samlet i tabellene under.

Egen holdning	Umiddelbar			Forsinket		
	N	Mean	Std. Deviation	N	Mean	Std. Deviation
Tiltak:						
Emballasje	86	2,9535	1,56361	84	3,0000	1,63545
Plantebasert kantine	86	3,4186	1,97314	84	3,6429	1,89891

Tabell 13: Oppsummerende gruppestatistikk for hypotese 3

Independent Sample T-Test								
	Levenes test of Equality of variances						95% Confidence Interval of the Differences	
	F	Sig.	t	df	p	Mean Differences	Lower	Upper
Emballasje	0,455	0,501	-0,190	168	0,425	-0,04651	-0,53092	0,43789
Plantebasert kantine	0,260	0,611	-0,755	168	0,226	-0,22425	-0,81081	0,36231

Tabell 14: Uavhengig T-Test for hypotese 3 (a og b)

I den første tabellen, tabell 13, kan vi lese at 86 deltakere er randomisert inn i «umiddelbar»-betingelsen, som vil si at tiltakene i eksperimentet innføres umiddelbart. I betingelsen «forsinket» har vi 84 deltakere, totalt er utvalget på 170 deltakere.

H3a: Forbrukere vil ha en mer negativ holdning til en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Resultatene i den uavhengige t-testen (tabell 14) til hypotese H3a viser en t- og p-verdi på: $t(168) = -.190, p = .425$ (One – Sided p). Dette indikerer at vi ikke kan beholde hypotesen, da testen viser at det ikke er en signifikant forskjell i deltakernes svar på holdning i de ulike manipulasjonene. Videre viser resultatene at forskjellen i gjennomsnittsverdiene er små (Mean difference= -.0465, 95 prosent Confidence Interval: -.531 til .438).

H3b: Forbrukere vil ha en mer negativ holdning til et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket).

Resultatene i den uavhengige t-testen til hypotese H3b (tabell 14) viser seg også å ikke være av signifikant verdi: $t(168) = -.755, p = .226$ (*One – Sided p*). Dette indikerer at vi ikke kan beholde hypotesen med at forbrukere vil ha en mer negativ holdning om avgjørelsen er umiddelbar. Vi kan se nærmere på hvor stor forskjellen i gjennomsnittene er: Mean difference = -.2243, 95 prosent Confidence Interval: -.811 til .362, og verdiene indikerer at forskjellen er liten.

6.1.4 Hypotese 4

H4: Den negative effekten på holdning når beslutningen er umiddelbar (H3a-b) er sterkere for ikke-grønnere forbrukere.

For å svare på denne hypotesen har vi moderert H3 (a og b) hver for seg, og vil avslutningsvis oppsummere med en felles konklusjon for å besvare hypotesen.

I Hayes' PROCESS modell 1 (Hayes, 2022) for begge tiltakene ble tid på når tiltaket skal inntreffe lagt inn som X-variabelen; umiddelbar versus forsinket. Holdning til tiltaket ble lagt inn som Y-variabelen, og hvor bærekraftige deltakerne anser seg (grønn identitet) ble lagt til på M-variabelen. Vi starter med å se om den negative effekten på holdning til en mindre praktisk bærekraftig tjeneste (H3a) når beslutningen er umiddelbar, er sterkere for ikke-grønne forbrukere.

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	0,3423	0,1172	2,3479	6,2388	3,0000	141,0000	0,0005

	Coefficient	SE	t	p	LLCI	ULCI
Constant	0,1642	1,0315	0,1591	0,8738	-1,8750	2,2033
Betingelse	1,1193	0,6558	1,7068	0,0901	-0,1772	2,4158
Grønn identitet	0,5885	0,1895	3,1062	0,0023	0,2140	0,9631
Int_1	-0,2380	0,1182	-2,0139	0,0459	-0,4716	-0,0044

Tabell 15: Hayes' PROCESS modell 1 for H4, del 1

For å avdekke om modereringseffekten hadde innvirkning på forholdet mellom tid på tiltaket med emballasje, benyttet vi en interaksjon som er signifikant på 5-prosentnivå. Resultatene presentert i tabell 15 viser at den overordnede moderasjonsmodellen hadde signifikante effekter $F(3,141) = 6,24, p < 0,0005$. Variabelen X er av positiv effekt på holdningen (Y) $F(3,141) b = 1.1193, se = .6558, p = .0901$, denne er signifikant på et 10-prosentnivå. Videre kan vi analysere interaksjonen, der vi tester effekten av X på Y moderert av M. Denne interaksjonen (Int_1), har en signifikant verdi på 0.0459, og er signifikant på 5 prosent nivå. For å tolke resultatene videre, benytter vi Johnson-Neyman tabellen under.

Johnson-Neyman		
Grønn identitet	Effekt	p
1,00	0,8813	0,1106
2,00	0,6434	0,1529
3,00	0,4054	0,2582
4,00	0,1674	0,5609
5,00	-0,0705	0,7831
6,00	-0,3085	0,2659
7,00	-0,5465	0,1094
8,00	-0,7845	0,0679
9,00	-1,0224	0,0538
10,00	-1,2604	0,0479
11,00	-1,4984	0,0451

Tabell 16: Johnson-Neyman-teknikken for H4, tiltak emballasje

Resultatene i Johnson-Neyman-tabellen viser at deltakere som ikke anser seg selv som «grønne forbrukere», vil ha en økt effekt på negativ holdning til at tiltakene iverksettes umiddelbart kontra forsinket. Dette kan vi se ved at deltakere som har en grønn identitet på 1 (ikke enig i bærekraftige personlige påstander), har en positiv «effekt» på .8813, og en p-verdi på .1106. Basert på at resultatene ikke er av signifikant verdi ($p > 0.05$), kan vi ikke konkludere med at ikke-grønne forbrukere vil ha en mer negativ effekt om tiltaket av emballasje iverksettes umiddelbart.

Videre kan vi lese av tabellen at deltakere som anser seg som «grønne forbrukere» (høy score på grønn identitet), vil ha en mindre negativ effekt til at tiltakene skal iverksettes umiddelbart. De er ergo mindre negative til at tiltakene skal iverksettes umiddelbart, fremfor forsinket. Dette viser Johnson-Neyman-teknikken ved at effekten er negativ, men p-verdien er av signifikant

verdi. Slutningen vi trekker basert på dette er at X vil ha en mindre negativ signifikant effekt på Y, for de grønneste forbrukerne.

Oppsummert har vi ikke dekning i dataene for å si at mindre grønne forbrukere har en mer negativ holdning til om tiltaket iverksettes umiddelbart, men vi ser en tendens til at mer grønne forbrukere er mindre negative til at tiltaket iverksettes umiddelbart.

Videre tester vi for om den negative effekten på holdning til et mindre bærekraftig måltid (H3b) når beslutningen er umiddelbar, er sterkere for ikke-grønne forbrukere.

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	0,5024	0,2524	2,7584	15,8668	3,0000	141,0000	0,0000

	Coefficient	SE	t	p	LLCI	ULCI
Constant	-0,8640	1,1180	-0,0773	0,9385	-2,2966	2,1238
Betingelse	0,9210	0,7108	1,2957	0,1972	-0,4843	2,3263
Grønn identitet	0,6351	0,2054	3,0926	0,0024	0,2291	1,0411
Int 1	-0,1366	0,1282	-1,0662	0,2882	-0,3898	0,1166

Tabell 17: Hayes' PROCESS model 1 for H4, del 2

Tilsvarende som i tabell 15 benyttet vi her en interaksjon som er signifikant på 5-prosentnivå. Resultatene viser at interaksjonen ikke er signifikant med en p-verdi på 0.2882. Fortolkningen av resultatene blir dermed at holdningen til tiltaket med å erstatte kjøtt med plantebasert meny, ikke er avhengig av moderatoren grønn identitet. Med andre ord vil ikke moderatoreffekten med hvor grønn deltakeren anser seg utgjøre noen endring i deres holdning til om tiltakene blir iverksatt umiddelbart versus senere. Det blir heller ikke aktuelt å se nærmere på Johnson-Neyman-teknikken for dette tiltaket.

Oppsummert kan vi ikke beholde hypotesen, da vi ikke fant signifikante effekter i tiltaket for emballasje eller plantebasert meny. For tiltaket med emballasje, hadde moderatoren en økt effekt på negativ holdning når beslutningen var umiddelbar for ikke-grønne forbrukere, men ikke av signifikant verdi. For tiltaket med å erstatte kjøttbasert med plantebasert, hadde moderatoreffekten ingen signifikant effekt på holdning.

7.0 Diskusjon

I dette kapitlet vil vi diskutere funnene opp mot studiens forskningsspørsmål, hypoteser og litteratur. Avslutningsvis vil vi presentere forslag til videre forskning og studiens begrensninger. Formålet med denne avhandlingen var å avdekke hvorvidt umiddelbart versus forsinket valg har en betydning for forbrukeres valg av grønne alternativer, samt å få forståelse for mekanismene bak dette. I den anledningen ble det utviklet følgende forskningsspørsmål:

«I hvilken grad har umiddelbare versus forsinkede valg en innvirkning på forbrukernes holdninger og handlinger knyttet til bærekraft?»

For å undersøke dette utarbeidet vi fire hovedhypoteser som er besvart gjennom en eksperimentell studie, med 173 unike besvarelser. Hypotese 1a) hevder at forbrukere vil redusere bruken av en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket), mens 1b) hevder at forbrukere vil redusere bruken av et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket). Hypotese 2 (a og b) reiser noenlunde samme problemstilling som hypotese 1, men rettes her mot hvordan forbrukere forventer at *andre* vil reagere når avgjørelsen tas umiddelbart versus forsinket. Interaksjonen er slik at ved umiddelbare valg vil forbrukere tro at andre beslutningstakere vil redusere bruken av et mindre praktisk bærekraftig alternativ, eller et mer bærekraftig måltid, i motsetning til når valget er forsinket.

Hypotese 3 retter fokuset mot forbrukernes holdninger, hvor a) hevder at forbrukere vil ha en negativ holdning til et mer bærekraftig måltid når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket), imens b) hevder at forbrukere vil ha en negativ holdning til en mindre praktisk bærekraftig tjeneste når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket). Til slutt i hypotese 4 modererer vi effekten av tid på holdning med hvor grønn konsumenten betrakter seg. Interaksjonen er slik at når en person utsettes for effekten av tid for når tiltaket skal iverksettes, tror vi at dette vil resultere i en holdning som er styrt av hvor grønn deltakeren anser seg.

7.1 Diskusjon av funn

7.1.1 Hypotese 1

Tidligere forskning har avdekket at beslutningstakere vil foretrekke det alternativet som anses mest attraktivt når valget tas for fremtiden, og motsatt foretrekke det alternativet som er mer gjennomførbart når valget tas for nåtiden (Trope og Liberman, 2000). Det er i tillegg funnet støtte for at ulike nivåer av psykologisk distanse og mentalt forestillingsnivå kan påvirke forbrukeres valg og evalueringer ulikt (Trope & Liberman, 2003; 2010; Liberman, & Wakslak, 2007), noe som videre la grunnlag for vår antakelse om at forbrukere vil redusere bruken av bærekraftige alternativer i tilfeller der det eksisterer en tidsmessig psykologisk distanse.

Til tross for at individer anerkjenner at faktiske klimaendringer skjer og at det medfører store miljømessige konsekvenser på kloden, tenderer individer til å oppfatte det som psykologisk tidsmessig distansert, da de relaterte effektene ligger langt frem i tid (Maiella, et al., 2020). Dette gjør at de vurderer konsekvensene som mer alvorlige i fremtiden enn det de er nå. Vi ønsket å bygge videre på dette funnet, og teste om dette har en innvirkning på studentene ved NHHs beslutning om å bruke kantinen dersom bærekraftige tiltak inntreffer nå kontra senere.

For å teste hvorvidt forbrukere vil være mindre villige til å konsumere et mindre smakfullt bærekraftig måltid, eller en mindre praktisk bærekraftig tjeneste, når avgjørelsen er umiddelbar versus forsinket (H1a-b), benyttet vi et eksperiment der vi presenterte to fiktive scenarioer hvor tid var manipulert. På den måten fikk vi muligheten til å vurdere studentenes intensjon om å bruke kantinen ved de to ulike manipulasjonene (umiddelbart og forsinket). Vi fant imidlertid ingen statistisk signifikans på studentenes bruk av kantinen dersom tiltakene iverksettes umiddelbart fremfor forsinket. På bakgrunn av at studentene anser det å medbringe egen emballasje som en kostnad og lite bekvemmelig, finner vi ikke støtte fra teorien som peker på at nåværende belønninger vektet større enn fremtidige belønninger, da vi ser minimal variasjon i funnene mellom de to ulike manipulasjonene. Da resultatene ikke viste signifikant forskjell mellom manipulasjonene, kan det tenkes at deltakerne opplevde scenarioene for fiktive og at manipulasjonene dermed ikke var sterke nok.

Likevel ser vi fra tabell 5 at deltakerne vil bruke kantinen sjeldnere enn i dag dersom kantineens tiltak med emballasje inntreffer umiddelbart. Mer nøyaktig ser vi at av 86 deltakere som ble utsatt av manipulasjonen «umiddelbart tiltak av emballasje», viser det seg at 57 stykker vil ta i

bruk kantinen sjeldnere enn i dag og 29 vil benytte kantinen like mye, lite eller mer. Dette kan imidlertid sammenfalle med teorien som peker på at vi fristes til umiddelbar tilfredsstillelse til tross for at det medfører konsekvenser vi ikke verdsetter i det lange løp (O'Donoghue og Rabin, 2000). Engangsemballasje fra kantinen kan med andre ord være fristende her og nå, selv om det kan medføre konsekvenser for miljøet på lang sikt.

Funnet kan også trekke i retning av at studentene ved NHH har nåtidsskjevde preferanser, noe som gjenspeiler seg i at de ønsker å utsette ubehagelige oppgaver som det å medbringe egen emballasje, til tross for at det ikke er miljøvennlig. Funnene fra eksperimentet illustrert i vedlegg C indikerer at studentene anser det som tungvint å medbringe egen emballasje, at de trolig vil glemme det, og at de likeledes kan medbringe mat hjemmefra fremfor å kjøpe fra kantinen når de uansett må medbringe egen emballasje.

Dette kan knyttes til at enkeltpersoner tenderer til å ubevisst ikke planlegge tiden fremover i detalj, noe som kan medføre at de innser at de umulig kan fullføre deres planlagte oppgaver på bakgrunn av manglende planlegging (Kahneman & Tversky, 1982). Slike planleggingsfeil oppstår fordi hendelser i fjern fremtid tolkes på et høyere og mer abstrakt nivå i forhold til hendelser i nær fremtid, som i motsetning tolkes på et mer lavere og mer konkret nivå (Trope & Liberman, 2012). I og med at majoriteten av eksperimentets deltakere anerkjenner problemene knyttet til å medbringe egen emballasje, tyder det på at de vektlegger betydningen av å nå sluttmålet og graden av gjennomføringsevne, noe som tilsvarer at de tolker hendelsen i nær fremtid på et lavt forestillingsnivå.

Vi får noenlunde like resultater når det gjelder kantinens tiltak om å erstatte kjøttretter med en plantebasert meny, da vi ikke finner noen signifikante forskjeller i resultatene mellom der studentene ble utsatt for umiddelbart versus forsinket manipulasjon. Det vi derimot kan lese av den oppsummerende gruppestatistikken til hypotese 1b) er at studentene konsekvent vil benytte seg mindre av kantinen enn de gjør i dag, dersom det plantebaserte tiltaket iverksettes uavhengig av tid (tabell 7). I eksperimentet ba vi deltakerne som vil bruke kantinen sjeldnere enn i dag etter at tiltakene inntreffer om å utdype årsaken gjennom gitte alternativer. Resultatene viser i hovedsak at disse studentene ikke har et ønske om å spise mindre kjøtt. En vesentlig andel blir ikke tilstrekkelig mett og/eller liker ikke kjøttfrie måltider (vedlegg D). Dette kan tyde på at studentene enten ikke er bevisste på, eller har kunnskap om hvilken innvirkning engangsemballasje eller kjøttproduksjonen kan ha på miljøet, og derfor ikke ser

behovet for å endre vanene sine. En annen årsak kan være at studentene enten opplever scenarioene som for usannsynlige til å inntreffe, eller at de oppfatter konsekvensene av klimaendringene som for langt distansert slik at de ikke opplever et presserende behov for å handle bærekraftig i dag. Et siste poeng kan være at kjøttfrie alternativer ofte er dyrere og mindre tilgjengelige enn andre alternativer, og at studentene i den sammenheng ikke har testet ulike kjøttfrie alternativer tidligere, og derfor utviser en mer negativ holdning til det, fremfor om det hadde vært rimeligere og mer tilgjengelig.

7.1.2 Hypotese 2

Når vi ser på funnene om deltakernes syn på medstudenter tilknyttet tiltaket om å fjerne emballasje eller erstatte kjøttprodukter med plantebaserte produkter, viser resultatene at majoriteten tror at andres bruk av kantinen vil reduseres. Vi ser ingen signifikant forskjell i andres bruk dersom tiltakene iverksettes umiddelbart versus forsinket som vist i tabell 10 og 12. Det vi derimot kan lese av resultatene i tabell 9 er at det kun er 15 av 146 deltakere som tror at andre studenter vil benytte kantinen like mye dersom tiltaket med å fjerne emballasje innføres uavhengig av manipulasjonen. Dersom tiltaket med en plantebaserte kantine innføres, ser vi at det kun er 40 studenter som tror at sine medstudenter vil benytte kantinen like mye som i dag, mens 106 tror at medstudenter vil benytte kantinen mindre enn de gjør i dag.

Det som er interessant å bemerke seg er at resultatene viser at majoriteten av deltakerne tror at andres bruk av kantinen vil reduseres i større grad enn deres eget bruk som føler av tiltakene. For tiltaket med engangsemballasje viser resultatene at 53 deltakere tror at de selv vil benytte kantinen like mye/lite hvis tiltaket iverksettes, men bare 15 deltakere tror at andre kommer å benytte kantinen i like stor grad som i dag. Videre kan vi se den samme tendensen om en plantebasert kantine iverksettes: 79 deltakere tror at de vil benytte kantinen like mye/lite som i dag, men når vi ser på hva deltakerne tror om andres bruk av kantinen, er det kun 40 som tror at andre studenter vil benytte seg av kantinen på lik linje som i dag.

Det er grunn til å tro at studenter ved NHH i stor grad deler tilsvarende grad av sosial status, kultur og felles sosiale trekk, og det er derfor interessant at å se at flertallet utviser større tro på seg selv når det gjelder bærekraftige beslutninger, enn sine medstudenter. Forskningen foreslår at oppfattet likhet indirekte kan påvirke forbrukernes evalueringer og beslutninger, begrunnet i at vi ofte liker personer som ligner oss selv (Sheppard, Hartwick, & Warshaw, 1988). Tatt til betraktning at deltakerne oppfatter likhet og utviser liten sosial distanse til medstudentene, ser

vi lite antydninger til at deltakerne påvirkes av sine medstudenter når det gjelder bærekraftig konsum.

Jo flere likheter som oppleves mellom en person og en gruppe, desto mindre blir den sosiale distansen, som videre skaper et lavere forestillingsnivå (Trope & Liberman, 2010). I og med at man ved et lavt forestillingsnivå vektlegger betydningen av å nå sluttmålet, samt vurderer situasjonen mer informasjonsrikt og detaljert, kan det tenkes at deltakerne vektla medstudentenes grad av gjennomføringsevne i vurderingen, og derfor var mindre optimistiske til medstudentenes bruk av kantinen etter at tiltakene implementeres.

7.1.3 Hypotese 3

Vi ønsket å teste hvorvidt undersøkelsens deltakere har en negativ holdning til et mer bærekraftig alternativ når avgjørelsen er umiddelbar (versus forsinket). For å forsøke og måle holdninger, ble det i eksperimentet stilt spørsmål om hvor positive forbrukerne er til om kantinen går over til en plantebasert meny og kutter ut engangsemballasje, hvor 1 = svært negativ og 7 = svært positiv. Som belyst i resultatene, fant vi ingen signifikante forskjeller i deltakernes holdninger til hvorvidt de ulike tiltakene iverksettes nå kontra senere, noe som tilsier at umiddelbart eller forsinket valg ikke har innvirkning på studentenes holdninger til tiltakene. Dette sammenfaller ikke med tidligere forskning som tilsier at forbrukere ofte uforholdsmessig vektlegger umiddelbar fremfor forsinket nytte (Read, 2003), og at vi gjerne utsetter ubehagelige valg på grunn av nåtidsskjevne preferanser (Ackert & Deaves, 2009).

Det må trekkes frem at majoriteten av respondentene i pretesten betraktet plantebaserte alternativer og å medbringe egen emballasje til takeaway-mat som mindre bekvemmelig og en større kostnad å konsumere enn et ikke-bærekraftig alternativ. Som nevnt viste ikke resultatene signifikante forskjeller, og det kan derfor tenkes at studentenes holdninger er like negative eller positive til hvorvidt tiltaket implementeres umiddelbart kontra forsinket. Det kan da være at forbrukerne som betraktet de bærekraftige alternativene som en stor kostnad, likevel ønsker å utsette denne kostnaden lengst mulig siden de verdsetter nåtiden for høyt, noe som videre kan medføre ineffektive miljøinvesteringer.

Samtidig kan det tenkes at testkomponentene i eksperimentet var for enkle å svare på, slik at det ble skapt et kunstig lavt tak som var enkelt å oppnå. Dersom alle deltakere i et eksperiment scorer på, eller er nær den øvre grensen for skalaen som brukes i målingen, kan det oppstå en

tak-effekt (ceiling effect) som kan gjøre det umulig å rangere deltakerne (Everitt & Skrondal, 2010). Risikoen er da at variansen ikke estimeres eller måles over et visst nivå, samt at en uavhengig variabel ikke lenger har en effekt på den avhengige variabelen (Cramer & Howitt, 2005). Det kan da oppstå problemer i sammenligningen av de to gruppene på bakgrunn av skjevheter og liten varians, noe som kan resultere i uvesentlige testresultater (American Psychological Association). På bakgrunn av at resultatene ikke ga en signifikant forskjell, kan det derfor tenkes at eksperimentets spørsmål om grad av positivitet i forhold til de bærekraftige tiltakene kan knyttes til tak-effekten, og at de var for enkle å besvare.

7.1.4 Hypotese 4

For å undersøke om deltakernes grad av grønn identitet har en innvirkning på deres holdninger til når tiltaket skal iverksettes, valgte vi å moderere effekten av tid på holdning med forbrukerens grønne identitet. Vi testet individuelt for hvert tiltak, og fikk to ulike resultater. Resultatene for tiltaket om en plantebasert kantine var ikke signifikant på 5-prosentnivå. Funnet indikerer at holdningen til tiltaket med å innføre en plantebasert kantine, ikke avhenger av moderatoren grønn identitet. Moderatoreffekten med hvor grønn deltakeren anser seg, vil ikke utgjøre noen endring i deres holdning til om tiltakene blir iverksatt umiddelbart kontra forsinket.

Resultatene for tiltaket med emballasje viser til at den negative effekten på holdning når iverksettelsen av tiltaket er umiddelbart, er sterkere for ikke-grønne forbrukere, men ikke av signifikant verdi. Derimot kan vi se en tendens som viser at grønne forbrukere er mindre negative til at tiltaket iverksettes umiddelbart versus forsinket. Tendensen i resultatet kan tolkes som at lav grad av grønn identitet vil resultere i en økt negativ holdning dersom tiltakene iverksettes umiddelbart kontra forsinket. Forbrukerne som derimot anser seg som grønne forbrukere, får motsatt effekt: De grønne forbrukere vil være mer positive til at tiltakene iverksettes umiddelbart kontra forsinket. Dette sammenfaller med Reads (2003) teori om dyd og last, da mindre grønne forbrukere overforbruker alternativer som tilbyr små umiddelbare fordeler til en større senere kostnad, og at grønne forbrukere underforbruker alternativer som gir forsinket, men mer total nytte enn dets alternativ.

7.2 Begrensninger

For å besvare studiens forskningsspørsmål valgte vi en deduktiv forskningstilnærming. Denne tilnærmingen tillater oss å finne eller beskrive sammenhenger, men lar oss ikke påvise kausale sammenhenger slik som ved et eksplorerende design (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Vi ønsker i denne studien å finne og beskrive sammenhenger, men i og med at vi ikke kan forklare hva som ligger bak sammenhengene, anser vi dette som en begrensning ved studien.

En annen begrensning kan knyttes til forskningsdesignet, og valget av en kvantitativ metode. Ved å samle inn numeriske data ved hjelp av en nettbasert pretest og et nettbasert eksperiment, kan vi på en enkel og kostnadseffektiv måte samle inn svar fra et stort antall deltakere. Da begge undersøkelsene besto av sentraliserte spørsmål, kunne vi også sammenligne svarene enkelt og effektivt. Forskningsdesignet tillater oss dog ikke å få en dypere innsikt i hva som ligger bak den innsamlede dataen, noe som gir oss en begrensning, da vi ikke vet hva som er årsaken til deltakernes svar. Saunders et al. (2005) nevner at det kan være fordelaktig å komplementere standardiserte spørreundersøkelser, i dette tilfellet pretesten og eksperimentet, med dybdeintervjuer for dypere forståelse. Eksperimentet kunne også med fordel vært et felteksperiment, for å måle deltakernes handlinger og realisert adferd.

Det er videre verdt å bemerke seg at studiens utvalg består av deltakere fra et bekvemmelighetsutvalg i pretesten, og deretter 1.-4. klasses studenter ved NHH i eksperimentet. På bakgrunn av at eksperimentet kun ble gjennomført på et utvalg bestående av én gruppe studenter fra samme skole, kan det tenkes at generaliserbarheten til resten av Norges befolkning minimeres betraktelig, da det kan tenkes at studenter ved NHH har et annet forhold til bærekraft enn Norges befolkning som helhet. På bakgrunn av avhandlingens tematikk, tror vi imidlertid ikke at studiens utvalg skiller seg stort fra resten av NHHs studenter, og vi antar derfor at funnene kan generaliseres til skolen for øvrig. Som nevnt i delkapittelet om forskningskvalitet må vi også bemerke oss at å sende ut eksperimentet på e-post kan resultere i at det oppstår en seleksjonsskjevhet ved at vi kun innhenter svar fra deltakere som er engasjert i miljø og bærekraft, noe som kan anses som en begrensning ved studien. Antall deltakere ved studien kan også trekkes frem som en svakhet, i tillegg til at det med fordel kunne vært innhentet flere resultater i hver manipulasjon for å øke sannsynligheten for å få signifikante resultater.

En årsak til at studien ikke fant signifikante forskjeller i bruk, andres bruk eller holdninger til om tiltaket iverksettes umiddelbart kontra forsinket, kan potensielt forklares i at manipulasjonene ikke var sterke nok, samt at eksperimentets deltakere anså scenarioene som for fiktive til at de hadde blitt implementert i det hele tatt. Deltakernes sanne holdninger om kantinen grønne tiltak vil i den hensikt ikke komme til syne, og vi får dermed ikke kartlagt deres reelle atferd eller holdninger for hvorvidt tiltakene iverksettes umiddelbart eller forsinket.

7.3 Forslag til videre forskning

Etter å ha forsøkt å belyse hvorvidt umiddelbare versus forsinkede valg har en innvirkning på forbrukeres holdninger og atferd tilknyttet bærekraft, sitter vi igjen med en oppfatning av at dette fenomenet kan forskes mer på. Det kunne blant annet vært interessant å undersøke tematikken mer i dybden ved bruk av et kvalitativt orientert forskningsdesign. Bruk av kvalitative datainnsamlingsteknikker kan gi mer utfyllende innsikt om fenomenet, da det tillater oss å avdekke en dypere holdning og subjektiv forståelse hos informantene (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2005). Det kunne blant annet vært interessant å se ytterligere på sammenhengen mellom holdninger og handlinger i kontekst av bærekraftige beslutninger.

Et felteksperiment kunne også være aktuelt for videre forskning, da det kan tillate oss å måle deltakernes handling og realisert atferd gjennom å måle eksakt antall studenter som bruker kantinen før og etter at tiltakene implementeres. Et annet forslag er å undersøke sosial distanse ytterligere, da vi har sett at det kan utgjøre en indirekte påvirkningsfaktor for bærekraftig atferd. På bakgrunn av dette kunne videre forskning eksempelvis forsøkt å avdekke hvordan sosial påvirkning kan anvendes for å få forbrukere til å ta grønnere valg.

Forskningsprosjektet har noen metodiske svakheter, men det er likevel flere aspekter ved forskningen som indikerer at videre forskning kan gi nye interessante resultater. I lys av dette foreslår vi at videre forskning gjennomfører en omfattende test av hypotesene med en grundigere operasjonalisering av begrepene. For å sikre kvaliteten i studien anbefaler vi også et større utvalg og større variasjon innad i utvalget. På den måten kan det tenkes en får avdekket en sikrere måling av deltakernes holdninger og atferd til seg selv og andre.

8.0 Konklusjon

Formålet med denne masteravhandlingen har vært å undersøke hvorvidt umiddelbare versus forsinkede valg har en innvirkning på forbrukeres holdninger og handlinger i relasjon til bærekraft. Gjennom å undersøke studiens hypoteser opp mot det teoretiske rammeverket, kan vi bedre forstå hvordan tidsrommet for hvor kjøpsbeslutningen finner sted, kan påvirke forbrukernes valg av grønne alternativer. Basert på teori og empiri om hvordan beslutninger tas i forhold til psykologisk temporal distanse, ble det utviklet en forskningsmodell med fire hovedhypoteser for å besvare studiens forskningsspørsmål:

«I hvilken grad har umiddelbare versus forsinkede valg en innvirkning på forbrukernes holdninger og handlinger knyttet til bærekraft?»

Resultatet av denne forskningen har avdekket at de statistiske testene for H1-H4, ikke viser å være av signifikant verdi. På bakgrunn av dette har vi ikke grunnlag for å konkludere med at umiddelbare kontra forsinkede valg har en innvirkning på forbrukernes holdninger og intensjoner om bærekraftige valg. Vi kan likevel se en tydelig tendens til at deltakerne vil redusere bruken av kantinen ved innføring av de ulike tiltakene, samt at de forventer at andre forbrukere vil ha tilsvarende intensjoner. Til slutt avdekket H4 en tendens som viser til at økt grønn identitet resulterte i mindre negativ effekt på holdningen, dersom tiltaket med å ta bort engangsemballasje iverksettes umiddelbart.

Oppsummert finner vi ikke støtte til å beholde hypotesene. På bakgrunn av dette er det knyttet stor usikkerhet til om det er benyttet et for lite utvalg deltakere, samt om resultatene som er innhentet kan generaliseres til den øvrige populasjonen. I lys av dette foreslår vi at det gjennomføres en mer omfattende test av hypotesene, herunder et større utvalg og variasjon innad i utvalget, for å avdekke en sikrere måling av deltakernes intensjoner til bærekraftig atferd.

Bibliografi

- Ackert, L., & Deaves, R. (2009). *Behavioral Finance: Psychology, Decision-Making and Markets*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- American Psychological Association. (2022). Hentet 05 2022 fra APA Dictionary of Psychology: <https://dictionary.apa.org/ceiling-effect>
- Amit, E., Algom, D., & Trope, Y. (2009). *Distance-dependent processing of pictures and words*. *Journal of Experimental Psychology* 138(3), 400-415. <https://doi.org/10.1037/a0015835>.
- Ariely, D., & Wertenbroch, K. (2002). *Procrastination, Deadline, and Performance: Self-Control by Precommitment*. *Psychological Science* 13(3), 219-224. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00441>.
- Armor, D., & Sackett, A. (2006). *Accuracy, error, and bias in predictions for real versus hypothetical events*. *Journal of Personality and Social Psychology* 91(4), 583-600. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.4.583>.
- Aarnes, H. (2011, Februar 3). *Chi-kvadrat test*. Hentet fra Institutt for biovitenskap: <https://www.mn.uio.no/ibv/tjenester/kunnskap/plantefys/matematikk/stat.html#chikvadrat>
- Aasen, M., Klemetsen, M. E., Reed, E. U., & Vatn, A. (2019). *Folk og klima: Nordmenns holdninger til klimaendringer, klimapolitikk og eget ansvar*. Oslo: CICERO Center for International Climate and Environmental Research.
- Auger, P., & Devinney, T. M. (2007). *Do What Consumers Say Matter? The Misalignment of Preferences with Unconstrained Ethical Intentions*. *Journal of Business Ethics* 76, 361-383. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9287-y>.
- Böhm-Bawerk, E. v. (1890). *Capital and Interest: a critical history of economic theory*. London; New York : Macmillan and Company.
- Blake, J. (1999). *Overcoming the 'value-action gap' in environmental policy: Tensions between national policy and local experience*. *Local Environment* 4(3), 257-278. <https://doi.org/10.1080/13549839908725599>.
- Blumberg, B. C. (2008). *Business Research Methods*. London: McGraw-Hill Education.

- Brügger, A., Morton, T., & Dessai, S. (2016). "Proximising" climate change reconsidered: A construal level theory perspective. *Journal of Environmental Psychology* 46, 125–142. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.04.004>.
- Camerer, C., Loewenstein, G., & Rabin, M. (2004). *Advances in behavioral economics*. New York: Princeton University Press.
- Chakraborty, A. (2021). *Present Bias*. *Econometrica*, Econometric Society 89(4), 1921-1961. <https://doi.org/10.3982/ECTA16467>.
- Churchill, G. A. (1991). *Marketing Research: Methodological Foundations (5. utg)*. United States : The Dryden Press.
- Churchill, G., & Iacobucci, D. (2005). *Marketing Research: Methodological Foundations*. Ohio: South-Western, Division of Thomson Learning.
- Chyung, S., Roberts, K., Swanson, E., & Hankinson, A. (2017). *Evidence-based survey design: The use of a midpoint on the likert scale*. *Performance Improvement* 56(10), 15-23. <https://doi.org/10.1002/pfi.21727>.
- Cialdini, R. (2011). *Påvirkning: Teori og praksis*. Oslo: Abstrakt Forlag.
- Connelly, L. (2019, Mar/Apr). Chi-square test. *Medsurg Nursing*, 28(2), ss. 127-127.
- Conner, M., Abraham, C., Prestwich, A., Hutter, R., Hallam, J., Sykes-Muskett, B., & Hurling, R. (2016). *Impact of Goal Priority and Goal Conflict on the Intention-Health-Behavior Relationship: Tests on Physical Activity and Other Health Behaviors*. *Health Psychology* 35(9), 1017-1026. <https://doi.org/10.1037/hea0000340>.
- Cramer, D., & Howitt, D. (2005). *The SAGE dictionary of statistics: A practical resource for students in the social sciences*. London/Thousand Oaks: Sage, New Delhi.
- DeVaus, D. A. (2014). *Surveys in social research (6th ed.)*. London: Routledge.
- Dillman, D. (2007). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc. 2.
- Dillman, D., Smyth, J., & Christian, L. (2014). *Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys. 4th edition*. New Jersey: John Wiley Sons Inc.
- Driveklepp, M. (2022). Sirkulære forretningsmodeller – bærekraftig og lønnsom innovasjon. <https://sprint.no/artikler/sirkulaere-forretningsmodeller-baerekraftig-og-lonnsom-innovasjon>.
- Ekström, M. (2019, 8 14). *Store Norske Leksikon*. Hentet fra SNL: <https://snl.no/adferdsøkonomi>
- Everitt, B., & Skrondal, A. (2010). *The Cambridge Dictionary of Statistics*. Cambridge University Press. Hentet fra The Cambridge dictionary of statistics.

- Eyal, T., Sagristano, M., Trope, Y., Liberman, N., & Chaiken, S. (2009). *When values matter: Expressing values in behavioral intentions for the near vs. distant future*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(1), 35–43.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.07.023>.
- Fennis, B., & Stroebe, W. (2015). *The Psychology of Advertising*. Psychology Press 2, 38.
<https://doi.org/10.4324/9781315681030>.
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (4. utg)*. London: Sage Publications Ltd.
- FN-sambandet. (2022). Ansvarlig forbruk og produksjon. <https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal/ansvarlig-forbruk-og-produksjon>.
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'Donoghue, T. (2002). *Time discounting and time preference: A critical review*. *Journal of Economic Literature* 40(2), 351-401.
<https://doi.org/10.1257/002205102320161311>.
- Fujita, K., Henderson, M., Eng, J., Trope, Y., & Liberman, N. (2006). *Spatial Distance and Mental Construal of Social Events*. *Psychological Science* 17(4), 278-282.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01698.x>.
- Fujita, K., Trope, Y., Liberman, N., & Levin-Sagi, M. (2006). *Construal Levels and Self-Control*. *Journal of Personality and Social Psychology* 90(3), 351–367.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.3.351>.
- Gatersleben, B., Steg, L., & Vlek, C. (2002). *Measurement and Determinants of Environmentally Significant Behavior*. *Environment and Behavior* 34(3), 335–362.
<https://doi.org/10.1177/0013916502034003004>.
- Global Carbon Budget*. (2021, 11 4). Hentet fra
https://www.globalcarbonproject.org/carbonbudget/21/files/GCP_CarbonBudget_2021.pdf
- Goda, G., Levy, M., Manchester, C., Sojourner, A., & Tasoff, J. (2018). *Mechanisms Behind Retirement Saving Behavior: Evidence from Administrative and Survey Data*. TIAA Institute Research Dialogue.
- Goren, A., Todorov, A., & Trope, Y. (2007). *Probability as a psychological distance: Construal and preferences*. *Journal of Experimental Social Psychology* 43(3), 473–482. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2006.04.002>.
- Grenness, T. (2003). *Innføring i vitenskapsteori og metode*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Gul, F., & Pesendorfer, W. (2001). *Temptation and Self-Control*. *Econometrica* 69(6), 1403-1435. <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00252>.

- Hakim, C. (2000). *Research Design: Successful Designs for Social and Economic Research (2 utg)*. London: Routledge.
- Haller, K., Lee, J., & Cheung, J. (2020). *Consumers driving*. Hentet fra IBM Construction: <https://www.ibm.com/downloads/cas/EXK4XKX8>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: The Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2022). *The PROCESS macro for SPSS, SAS and R*. Hentet fra <https://www.processmacro.org/index.html>
- Henderson, M., Fujita, K., Trope, Y., & Liberman, N. (2006). *Transcending the "Here": The Effect of Spatial Distance on Social Judgment*. *Journal of Personality and Social Psychology* 91(5), 845-856. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.5.845>.
- Hepburn, C. (2003). *Hyperbolic Discounting and Resource Collapse*. Working Paper 159. University of Oxford, Department of Economics.
- Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo, Norge: Cappelen Damm AS.
- Jacquet, J., Hagel, K., Hauert, C., Marotzke, J., Röhl, T., & Milinski, M. (2013). *Intra- and intergenerational discounting in the climate game*. *Nature Climate Change* 3, 1025–1028. <https://doi.org/10.1038/nclimate2024>.
- Johannessen, A. (2009). *Introduksjon til SPSS*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Johnson, P. O., & Neyman, J. (1936). Tests of certain linear hypotheses and their application to some educational problems. *Statistical Research Memoirs* (1), ss. 57-93.
- Johnstone, M.-L., & Tan, L. (2014). *Exploring the Gap Between Consumers' Green Rhetoric and Purchasing Behaviour*. *Journal of Business Ethics* 132(2), 311-328. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2316-3>.
- Jones, C., Hine, D., & Marks, A. (2016). *The future is now: reducing psychological distance to increase public engagement with climate change*. *Risk Analysis* 37(2), 331–341. <https://doi.org/10.1111/risa.12601>.
- Jones, E., & Nisbett, R. (1987). *The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). *Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures*. Cambridge University Press, 414-421. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511809477.031>.

- Kahneman, D., Wakker, P., & Sarin, R. (1997). *Back to Bentham? Explorations of Experienced Utility*. *The Quarterly Journal of Economics* 112(2), 375-406. <https://doi.org/10.1162/003355397555235>.
- Kaplan, B., Amlung, M., Reed, D., Jarmolowicz, D., McKerchar, T., & Lemley, S. (2016). *Automating scoring of delay discounting for the 21- and 27-item monetary choice questionnaires*. *The Behavior Analyst* 39(2), 293-304. <https://doi.org/10.1007/s40614-016-0070-9>.
- Karp, L. (2005). *Global warming and hyperbolic discounting*. *Journal of Public Economics* 89(2-3), 261–282. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2004.02.005>.
- Kim, K., & Ahn, S. (2019). *The moderating role of cultural background in temporal framing: focusing on climate change awareness advertising*. *Asian Journal of Communication* 29(4), 363–385. <https://doi.org/10.1080/01292986.2019.1624793>.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). *Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?* *Environmental Education Research* 8(3), 239-260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>.
- Laibson, D. (1998). *Life-cycle Consumption and Hyperbolic Discount Functions*. *European Economic Review* 42(3-5), 861-871. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(97\)00132-3](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(97)00132-3).
- Leiserowitz, A. (2005). *American Risk Perceptions: Is Climate Change Dangerous?* *Risk Analysis* 25(6), 1433–1442. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00690.x>.
- Lekvall, & Wahlbin. (1987). *Information för marknadsföringsbeslut*. Göteborg: IHM läromedel.
- Liberman, N., & Trope, Y. (1998). *The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory*. *Journal of Personality and Social Psychology* 75(1), 5–18. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.1.5>.
- Liviatan, I., Trope, Y., & Liberman, N. (2008). *Interpersonal similarity as a social distance dimension: Implications for perceptions of others' actions*. *Journal of Experimental Social Psychology* 44(5), 1256-1259. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.04.007>.
- Maiella, R., La Malva, P., Marchetti, D., Pomarico, E., Di Crosta, A., Palumbo, R., . . . Verrocchio, M. C. (2020). *The Psychological Distance and Climate Change: A Systematic Review on the Mitigation and Adaptation Behaviors*. *Frontiers in Psychology* 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.568899>.
- Malhotra, N., & Birks, D. (2000). *Marketing Research - An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Financial Times, Prentice Hall.

- McHugh, M. L. (2013, 15). The chi-square test of independence. *Biochemia medica*, ss. 143-149.
- Mehmetoglu, M. (2004). *Kvalitativ metode for merkantile fag*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Mitchell, V. (1996). *Assessing the reliability and validity of questionnaires: an empirical example*. *Journal of Applied Management Studies*.
- Mordal, T. (1989). *Som man spør, får man svar : arbeid med survey-opplegg*. Oslo: Tano Aschehoug.
- Moser, A. (2015). *Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior*. *Journal of Consumer Marketing* 32(3), 167-175.
<https://doi.org/10.1108/JCM-10-2014-1179>.
- Nielsen. (2018). Hentet fra Unpacking the Sustainability Landscape. :
<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-sustainable-shoppers-report-2018.pdf>
- Nilsen, A. (2021, 11 18). *Klimarapport: Barna føler frykt og sinne*. Hentet fra unicef:
<https://www.unicef.no/nyheter/barns-rettigheter/klimarapport-barn-fole-frykt-og-sinne>
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). *Doing it Now or Later*. *American Economic Review* 89(1), 103-124. <https://doi.org/10.1257/aer.89.1.103>.
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2015, 05 01). *Present Bias: Lessons Learned and To Be Learned*. *American Economic Review* 105(5), 273-279.
<https://doi.org/10.1257/aer.p20151085>.
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). *Doing it now or later*. *American Economic Review* 89(1), 103-124. <https://doi.org/10.1257/aer.89.1.103>.
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2000). *The Economics of Immediate Gratification*. *Journal of Behavioral Decision Making* 13(2), 233-250. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(200004/06\)13:2<233::AID-BDM325>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(200004/06)13:2<233::AID-BDM325>3.0.CO;2-U).
- O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2006). *Optimal sin taxes*. *Journal of Public Economics* 90(10-11), 1825-1849. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2006.03.001>.
- Opinion. (2020). *Opinion*. Hentet fra Forbruker og bærekraft: Hvordan lukke gapet mellom holdning og handling?: <https://opinion.no/baerekraft/>
- O'Sullivan, O. (2015). *The neural basis of always looking on the bright side*. *Dialogues in Philosophy, Mental and Neuro Sciences* 8(1), 11-15.
- Pallant, J. (2013). *SPSS Survival Manual: A Guide to Data Analysis using IBM SPSS*. England: Open University Press.

- Park, H., Ulusoy, E., Choi, S. Y., & Lee, H. E. (2020). *Temporal Distance and Descriptive Norms on Environmental Behaviors: A Cross-Cultural Examination of Construal-Level Theory*. SAGE Open 10(1). <https://doi.org/10.1177/2158244020914576>.
- Parkinson, S. (2020). *An examination of meat consumption as a pro-environmental behavior and its weak correlation to delay discounting*. Hentet fra <https://opensiuc.lib.siu.edu/theses/2782>
- Peterson, R. A. (1994, September 1). A Meta-Analysis of Cronbach's Coefficient Alpha. *Journal of Consumer Research, Volume 21, Issue 2*, ss. 381-391.
- Polasky, S., & Dampha, N. (2021). *Discounting and Global Environmental Change*. Annual Review of Environment and Resources 46, 691-717. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-020420-042100>.
- Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W. E., Luchs, M., Ozanne, L. K., & Thøgersen, J. (2011). *Sustainable Consumption: Opportunities for Consumer Research and Public Policy*. Journal of Public Policy & Marketing 30(1), 31-38. <https://doi.org/10.1509/jppm.30.1.31>.
- Read, D. (2003). *Time and the Marketplace*. London: Department of Operational Research London School of Economics and Political Science
- Read, D., & van Leeuwen, B. (1998). *Predicting Hunger: The Effects of Appetite and Delay on Choice*. Organizational Behavior and Human Decision Processes 76(2), 89–205. <https://doi.org/10.1006/obhd.1998.2803>.
- Ringdal, K. (2007). *Enhet og mangfold samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ringdal, K. (2018). *Enhet og mangfold: samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Robson, C. (2002). *Real World Research (2. utg)*. Oxford: Blackwell.
- Sagristano, M., Trope, Y., & Liberman, N. (2002). *Time-dependent gambling: Odds now, money later*. Journal of Experimental Psychology: General, 131(3), 364–376. <https://doi.org/10.1037//0096-3445.131.3.364>.
- Sargisson, R., & Schöner, B. V. (2020). *Hyperbolic Discounting with Environmental Outcomes across Time, Space, and Probability*. The Psychological record 70(2), 515-527. <https://doi.org/10.1007/s40732-019-00368-z>.
- Saunders, M., & Berman Brown, R. (2008). *Dealing with statistics: what you need to know*. England: Open University Press.

- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2005). *Research Methods for Business Students (5.utg)* (Vol. 8.utg). London: Pearson Education Limited.
- Schelling, T. (1992). *Self-command: A new discipline*. Choice over time, 167–176. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199857203.001.0001>.
- Schill, M., & Shaw, D. (2016). *Recycling today, sustainability tomorrow: Effects of psychological distance on practice*. European Management Journal 34(4), 349–362. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.05.004>.
- Selnes, F. (1999). *Markedsundersøkelser (4.utg)*. Oslo: Tano Aschehoug.
- Sheppard, B., Hartwick, J., & Warshaw, P. (1988). *The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research*. Journal of Consumer Research 15(3), 325-343. <https://doi.org/10.1086/209170>.
- Simon, D. (2013). *Meatonomics: How the rigged economics of meat and dairy make you consume too much- and how to eat better, live longer, and spend smarter*. San Fransisco, CA: Conari Press.
- Singh, A., Zwickle, A., Bruskotter, J., & Wilson, R. (2017). *The perceived psychological distance of climate change impacts and its influence on support for adaptation policy*. Environ. Sci. Policy 73, 93–99. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2017.04.011>.
- Skard, S., Løvlie, L., & Thorbjørnsen, H. (2018, 8). Dulting og tjenstedesign: Dulting for økt produktivitet gjennom kundereisen. *Magma; Econas tidsskrift for økonomi og ledelse*, ss. 47-58.
- Strotz, R. (1955). *Myopia and Inconsistency in Dynamic Utility Maximization*. The Review of Economic Studies 23, 165–180. <https://doi.org/10.2307/2295722>.
- Todorov, J. (2010). *On global warming and local indifference: Behavioral analysis of what persons can do about their own near environment*. Behavior and Social Issues 19, 48-52. <https://doi.org/10.5210/bsi.v19i0.3223>.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2012). In P.A.M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*. Washington DC: Sage Publications Ltd 1, 118-134. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n7>.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2000). *Temporal construal and time-dependent changes in preference*. Journal of Personality and Social Psychology 79(6), 876-889. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.6.876>.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2003). *Temporal Construal*. Psychological Review 110(3), 403-421. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.3.403>.

- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). *Construal-Level Theory of Psychological Distance*. *Psychological Review* 117(2), 440-463. <https://doi.org/10.1037/a0018963>.
- Trope, Y., Liberman, N., & Wakslak, C. (2007). *Construal Levels and Psychological Distance: Effects on Representation, Prediction, Evaluation and Behavior*. *Journal of Consumer Psychology* 17(2), 83-95. [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(07\)70013-X](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(07)70013-X).
- Tufte, P. A. (2018). *Hvordan lese kvantitativ forskning?* Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Unilever. (2017). Hentet fra Report shows a third of consumers prefer sustainable brands: <https://www.unilever.com/news/press-and-media/press-releases/2017/report-shows-a-third-of-consumers-prefer-sustainable-brands/>
- VanEpps, E., Downs, J., & Loewenstein, G. (2016). *Advance Ordering for Healthier Eating? Field Experiments on the Relationship between the Meal Order-Consumption Time Delay and Meal Content*. *Journal of Marketing Research* 53, 369-380. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0234>.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). *Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer "Attitude – Behavioral Intention" Gap*. *Journal of Agricultural & Environmental Ethics* 19, 169-194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>.
- Vermeir, I., Weijters, B., De Houwer, J., Geuens, M., Slabbinck, H., Spruyt, A., & Verbeke, W. (2020). *Environmentally Sustainable Food Consumption: A Review and Research Agenda a Goal-Directed Perspective*. *Frontiers in Psychology* 11, 1603. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01603>.
- Wakslak, C., Nussbaum, S., Liberman, N., & Trope, Y. (2008). *Representations of the self in the near and distant future*. *Journal of Personality and Social Psychology* 95(4), 757-773. <https://doi.org/10.1037/a0012939>.
- Wakslak, C., Trope, Y., Liberman, N., & Alony, R. (2006). *Seeing the forest when entry is unlikely: Probability and the mental representation of events*. *Journal of Experimental Psychology: General* 135(4), 641-653. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.135.4.641>.
- Wertenbroch, K. (1998). *Self-Rationing: Self-Control in Consumer Choice*. *Marketing Science*, 317-337. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.4.317>.
- White, K., Macdonnell, R., & Dahl, D. (2011). *It's the mind-set that matters: The role of Construal Level and message framing in influencing consumer efficacy and conservation behaviors*. *Journal of Marketing Research*, 472–485. <https://doi.org/10.1509/jmkr.48.3.472>.

- Wittmann, M., & Sircova, A. (2018). *Dispositional orientation to the present and future and its role in pro-environmental behavior and sustainability*. *Heliyon*, 4(10).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e00882>.
- Yilmaz, V., & Can, Y. (2020). *Impact of knowledge, concern and awareness about global warming and global climatic change on environmental behavior*. *Environment, Development & Sustainability* 22(7), 6245-6260. <https://doi.org/10.1007/s10668-019-00475-5>.
- Young, W. C., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. (2009). *Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour when Purchasing Products*. *Sustainable Development* 18(1), 394. <https://doi.org/10.1002/sd.394>.
- Yu, T., Yu, T., & Chao, C. (2017.). *Understanding Taiwanese undergraduate students' pro-environmental behavioral intention towards green products in the fight against climate change*. *Journal of Cleaner Production*, 390–402.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.115>.

Vedlegg:

Vedlegg A: Spørreskjema pretest

Start of Block: Block 1

Informasjon om, og samtykke til deltakelse i studien.

Formål: Hensikten med denne undersøkelsen er å studere holdninger og oppfatninger knyttet til bærekraftige og ikke-bærekraftige produkter.

Anonymitet: Informasjonen din vil være konfidensiell i den grad loven tillater det. Vi vil ikke samle inn informasjon som kan brukes til å identifisere deg.

Frivillig deltakelse: Din deltakelse i denne studien er helt frivillig. Du står fritt til å avstå fra å delta, eller å avslutte deltakelsen når som helst, uansett årsak.

Når du har lest teksten over:

Vennligst klikk "Ja" for å gi ditt samtykke til å delta i denne studien, før du går videre.

JA

NEI

End of Block: Block 1

Start of Block: Default Question Block

Q3

Les nøye: I mange produktkategorier innenfor hygiene og rengjøring finnes det bærekraftige alternativer.

I denne undersøkelsen lurer vi på hva du som forbruker tror virker best innenfor sitt formål. For eksempel, tror du et vaskemiddel som er laget av plantebaserte ingredienser vasker like rent, eller renere enn et «vanlig» vaskemiddel? Eller tror du det er mindre effektivt?

Vi spør deg ikke om hva du tror du ville valgt dersom du skulle kjøpe et produkt, men vi lurer på hvilket produkt du tror er mest effektivt.

Klikk deg videre for å svare på hvilke produkter du tror er mest effektive i ulike kategorier.

(Knappen for å trykke videre kommer opp etter 20 sekunder)

End of Block: Default Question Block

Start of Block: Block 4

Q8

Kategori: Rengjøringsmidler

Det finnes mange rengjøringsmidler som inneholder plantebaserte ingredienser heller enn kjemikalier som vi finner i «vanlige» rengjøringsmidler.

Vi ønsker at du svarer på hvilket produkt du tror er mest effektivt, *ikke* hvilket du ville kjøpt selv

Q32 Oppvaskspray mot fastbrente matrester

- Plantebasert** oppvaskspray er mest effektiv
 - Vanlig** oppvaskspray er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig oppvaskspray er **like effektive**
-

Q9 Tøy-vaskemiddel for hvitvask

- Plantebasert** tøy-vaskemiddel er mest effektiv
- Vanlig** tøy-vaskemiddel er mest effektiv
- Plantebasert og vanlig tøy-vaskemiddel er **like effektive**

Q10 Spylervæske til bil

- Plantebasert** spylervæske er mest effektiv
 - Vanlig** spylervæske er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig spylervæske er **like effektive**
-

Page Break

Q32 Kategori: Rengjøringsmidler

Q11 Avløpsrens mot tette rør

- Plantebasert** avløpsrens er mest effektiv
 - Vanlig** avløpsrens er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig avløpsrens er **like effektive**
-

Q12 WC-gel mot bakterier

- Plantebasert** WC-gel er mest effektiv
 - Vanlig** WC-gel er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig WC-gel er **like effektive**
-

Q13 Ovn- og grillrens mot fastbrente matrester

- Plantebasert** ovn- og grillrens er mest effektiv
- Vanlig** ovn- og grillrens er mest effektiv
- Plantebasert og vanlig ovn- og grillrens er **like effektive**

End of Block: Block 4

Start of Block: Block 5

Q14

Kategori: Hygieneprodukter

Det finnes også mange hygieneprodukter som inneholder plantebaserte ingredienser heller enn kjemikalier som vi finner i «vanlige» hygieneprodukter.

Vi ønsker at du svarer på hvilket produkt du tror er mest effektivt, ikke hvilket du ville kjøpt selv

Q15 Tannkrem for hvitere tenner

- Plantebasert** tannkrem er mest effektiv
 - Vanlig** tannkrem er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig tannkrem er **like effektive**
-

Q16 Deodorant mot svettelukt

- Plantebasert** deodorant er mest effektiv
 - Vanlig** deodorant er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig deodorant er **like effektive**
-

Page Break

Q33 **Kategori: Hygieneprodukter**

Q17 Hånddesinfeksjon mot bakterier

- Plantebasert** hånddesinfeksjon er mest effektiv
 - Vanlig** hånddesinfeksjon er mest effektiv
 - Plantebasert og vanlig hånddesinfeksjon er **like effektive**
-

Q18 **Munnskyllevann mot bakterier**

- Plantebasert** munnskyllevann er mest effektiv
- Vanlig** munnskyllevann er mest effektiv
- Plantebasert og vanlig munnskyllevann er **like effektive**

End of Block: Block 5

Start of Block: Block 6

Q20

Kategori: Matvarer

Innenfor matvarer er det også bærekraftige alternativer.

Vi ønsker at du svarer på hvilket produkt du tror smaker best, *ikke* hvilket du ville kjøpt selv.

Q21 **Burger**

- Plantebasert** burger smaker best
- Kjøttbasert** burger smaker best
- Plantebasert og kjøttbasert burger smaker **like godt**

Q22 **Smoothie**

- Økologisk** smoothie smaker best
- Vanlig** smoothie smaker best
- Økologisk og vanlig smoothie smaker **like godt**

Q23 **Iskrem**

- Plantebasert** iskrem smaker best
- Fløtebasert** iskrem smaker best
- Plantebasert og fløtebasert iskrem smaker **like godt**

Page Break

Q34 **Kategori: Matvarer**

Q24 Sjokolade

- Plantebasert** sjokolade smaker best
 - Melkebasert** sjokolade smaker best
 - Plantebasert og melkebasert sjokolade smaker **like godt**
-

Q25 Ost

- Plantebasert** ost smaker best
 - Melkebasert** ost smaker best
 - Plantebasert og melkebasert ost smaker **like godt**
-

End of Block: Block 6

Start of Block: Block 7

Q26

Kategori: Miljøvennlige løsninger

Til slutt lurer vi på om du tenker at bærekraftige alternativer er mer eller mindre tungvinte enn de mindre miljøvennlige løsningene. Med tungvint mener vi at det kan ta lenger tid, det kan være vanskeligere, eller det kan koste mer krefter.

Vi ønsker at du svarer på hvilket produkt eller tjeneste du tror er mest tungvint, *ikke* hva du ville kjøpt/brukt selv

Q27 Kildesortering av avfall

- Kildesortering** er mest tungvint
 - Kaste alt i **restavfall** er mest tungvint
 - Begge deler er **like (lite) tungvint**
-

Q28 Flerbrukskopper til takeaway-kaffe

- Ta med flerbrukskopp** er mest tungvint
 - Engangskopp** er mest tungvint
 - Begge deler er **like (lite) tungvint**
-

Q29 Flerbruks-handleposer

- Ta med flerbruksposer til butikk er mest tungvint
- Kjøpe engangspose i butikk er mest tungvint
- Begge deler er like (lite) tungvint

Page Break

Q35 Kategori: Miljøvennlige løsninger

Q30 Emballasje til takeaway-mat

- Ta med egen flerbruksemballasje til restaurant/kantine er mest tungvint
- Få engangsemballasje i restaurant/kantine er mest tungvint
- Begge deler er like (lite) tungvint

Q31 Handle klær

- Handle klær brukt er mest tungvint
- Handle klær nytt i butikk er mest tungvint
- Begge deler er like (lite) tungvint

End of Block: Block 7

Start of Block: Block 7

Q35 Her vil vi gjerne at du skal oppgi din mening om forskjellige påstander.

	1 Helt uenig	2	3	4	5	6	7 Helt enig
Det er viktig for meg at produktene jeg bruker ikke er skadelige for miljøet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tenker på hvordan mine valg og handlinger kan påvirke miljøet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg vil beskrive meg selv som miljøvennlig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er villig til å gjøre noe som er mer tungvint å ta et mer miljøvennlig valg.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Block 7

Start of Block: Block 2

Q6 Kjønn

Mann

Kvinne

Q33 Alder

- Under 18
- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- 65 - 74
- 75 - 84
- 85 +

End of Block: Block 2

Vedlegg B: Eksperiment

Start of Block: INFO

Informasjon om, og samtykke til deltakelse i studien.

Dette er en undersøkelse om mulige endringer i Sammen-kantinen ved NHH.

Formål: Hensikten med denne undersøkelsen er å studere holdninger og oppfatninger knyttet til bærekraftige tiltak i Sammen-kantinen på NHH.

Anonymitet: Informasjonen din vil være konfidensiell i den grad loven tillater det. Vi vil ikke samle inn informasjon som kan brukes til å identifisere deg.

Frivillig deltakelse: Din deltakelse i denne studien er helt frivillig. Du står fritt til å avstå fra å delta, eller å avslutte deltakelsen når som helst, uansett årsak.

Undersøkelsen vil ta omtrent fire minutter å fullføre og resultatene vil bli fremlagt i anonymisert form. Vi setter stor pris på din deltakelse.

Dersom du ønsker å være med i trekningen av et Bose-headset ber vi deg om å skrive inn e-postadressen din i linken på siste side. Vi vil ikke kunne koble e-posten din til resten av svarene, og sikrer dermed anonymitet.

Når du har lest teksten over:

Vennligst klikk "Ja" for å gi ditt samtykke til å delta i denne studien, før du går videre.

JA

NEI

End of Block: INFO

Start of Block: Block 10

Q46 Er du student ved Norges Handelshøyskole høsten 2022?

Ja

Nei

End of Block: Block 10

Start of Block: Høst - emballasje

Manipulering: Forsinket

(Her kommer tiltaket med emballasje først, men i eksperimentet er det randomisert hvilket tiltak som først blir presentert)

Q29

Se for deg følgende scenario:

Neste semester (august 2022) vil Sammen fjerne alt av porselenstallerkener og engangsemballasje i kantine ved NHH. Du

som student vil bli nødt til å **ta med egen** flerbruksemballasje fra semesterstart **august 2022**.

Hvordan tror du det vil påvirke din bruk av Sammen-kantinen? *Jeg kommer til å bruke kantinen ved NHH:*

- Sjeldnere enn i dag
 - Like mye/lite som i dag
 - Oftere enn i dag
-

Q51 Hvis du trykket "Sjeldnere enn i dag" på spørsmålet over, **hvorfor?**

Om du ikke trykket "Sjeldnere enn i dag", kan du overse dette spørsmålet.

Kryss av de alternativene som passer

- Tungvint med egen emballasje
 - Kommer til å glemme egen emballasje
 - Kan like gjerne ha med mat hjemmefra i egen emballasje
 - Ikke plass i sekken/veske/bag
 - Annet
-

Q30 Hvordan tror du dette vil påvirke **andre** studenters bruk av Sammen-kantinen?

Andre studenter kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
 - Like mye/lite som i dag
 - Oftere enn i dag
-

Page Break

Q31 Hvor positiv eller negativ er **du** til denne endringen Sammen vurderer å iverksette?

Marker din holdning på skalaen nedenfor:

1 = Svært negativ

2

3

4

5

6

7 = Svært positiv

Page Break

Q32 Se for deg følgende scenario:

Neste semester (august 2022) vil Sammen erstatte **alle** kjøttprodukter med plantebaserte produkter i kantinen ved NHH. Fra og med semesterstart **august 2022** vil studentene kunne kjøpe **kun** plantebaserte og kjøttfrie måltider i kantinen.

Hvordan tror du det vil påvirke din bruk av Sammen-kantinen?

Jeg kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
- Like mye/lite som i dag
- Oftere enn i dag

Q53 Hvis du trykket "Sjeldnere enn i dag" på spørsmålet over, *hvorfor?*

Om du ikke trykket "Sjeldnere enn i dag", kan du overse dette spørsmålet.

Kryss av de alternativene som passer

- Jeg ønsker ikke å spise mindre kjøtt
- Jeg blir ikke like mett av kjøttfrie måltider
- Jeg liker ikke plantebaserte retter
- Annet

Q33 Hvordan tror du dette vil påvirke **andre** studenters bruk av Sammen-kantinen?

Andre studenter kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
- Like mye/lite som i dag
- Oftere enn i dag

Page Break

Q34 Hvor positiv eller negativ er **du** til denne endringen Sammen vurderer å iverksette?

Marker din holdning på skalaen nedenfor:

- 1 = Svært negativ
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 = Svært positiv

End of Block: Høst - emballasje

Start of Block: Høst - Kjøtt

Manipulering: Umiddelbart

(Her kommer tiltaket med plantebasert kantine først, men i eksperimentet er det randomisert hvilket tiltak som først blir presentert)

End of Block: Høst - Kjøtt

Start of Block: 19. April - kjøtt

Se for deg følgende scenario:

Etter påske vil Sammen erstatte **alle** kjøttprodukter med plantebaserte produkter i kantinen ved NHH. Fra og med **19. april** vil studentene kunne kjøpe kun plantebaserte og kjøttfrie måltider i kantinen.

Hvordan tror du det vil påvirke din bruk av Sammen-kantinen?

Jeg kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
- Like mye/lite som i dag
- Oftere enn i dag
-

Q49 Hvis du trykket "Sjeldnere enn i dag" på spørsmålet over, **hvorfor?**

Om du ikke trykket "Sjeldnere enn i dag", kan du overse dette spørsmålet.

Kryss av de alternativene som passer

- Jeg ønsker ikke å spise mindre kjøtt
 - Jeg blir ikke like mett av kjøttfrie måltider
 - Jeg liker ikke plantebaserte retter
 - Annet
-

Q26 Hvordan tror du dette vil påvirke **andre** studenters bruk av Sammen-kantinen?

Andre studenter kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
 - Like mye/lite som i dag
 - Oftere enn i dag
-

Page Break



Q27 Hvor positiv eller negativ er **du** til denne endringen Sammen vurderer å iverksette?

Marker din holdning på skalaen nedenfor:

- 1 = Svært negativ
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 = Svært positiv

Page Break

Se for deg følgende scenario:

Etter påske vil Sammen fjerne alt av porselenstallerkener og engangsemballasje i kantine ved NHH. Du som student vil bli nødt til å **ta med egen** flerbruksemballasje fra **19. april**.

Hvordan tror du det vil påvirke din bruk av Sammen-kantinen?

Jeg kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
- Like mye/lite som i dag
- Oftere enn i dag

Q47 Hvis du trykket "Sjeldnere enn i dag" på spørsmålet over, **hvorfor?**

Om du ikke trykket "Sjeldnere enn i dag", kan du overse dette spørsmålet.

Kryss av de alternativene som passer

- Tungvint med egen emballasje
 - Kommer til å glemme egen emballasje
 - Kan like gjerne ha med mat hjemmefra i egen emballasje
 - Ikke plass i sekken/veske/bag
 - Annet
-

Q12 Hvordan tror du dette vil påvirke **andre** studenters bruk av Sammen-kantinen?

Andre studenter kommer til å bruke kantinen ved NHH:

- Sjeldnere enn i dag
 - Like mye/lite som i dag
 - Oftere enn i dag
-

Page Break

Q19 Hvor positiv eller negativ er **du** til denne endringen Sammen vurderer å iverksette?

Marker din holdning på skalaen nedenfor:

1 = Svært negativ

2

3

4

5

6

7 = Svært positiv

End of Block: 19. April - kjøtt

Start of Block: 2

Q1 Omtrent hvor ofte bruker du Sammen-kantina nå for tiden?

Aldri

Noen få ganger i mnd

En gang i uken

Flere ganger i uken

Hver dag

End of Block: 2

Start of Block: 3



Q35 Her vil vi gjerne at du skal oppgi din mening om forskjellige påstander.

	1	Helt uenig	2	3	4	5	6	7 Helt enig
Det er viktig for meg at produktene jeg bruker ikke er skadelige for miljøet.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tenker på hvordan mine valg og handlinger kan påvirke miljøet.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg vil beskrive meg selv som miljøvennlig.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er villig til å gjøre noe som er mer tungvint for å ta et mer miljøvennlig valg.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: 3

Start of Block: 4

Q6 Kjønn

Kvinne

Mann

Q33 Er du en bachelor- eller masterstudent ved NHH høsten 2022?

Bachelor

Master

End of Block: 4

Start of Block: 5

Q23 Er du vegetarianer eller veganer?

Ja

Nei

End of Block: 5

Start of Block: Avslutning

Q29

Tusen takk for at du har deltatt i denne undersøkelsen.

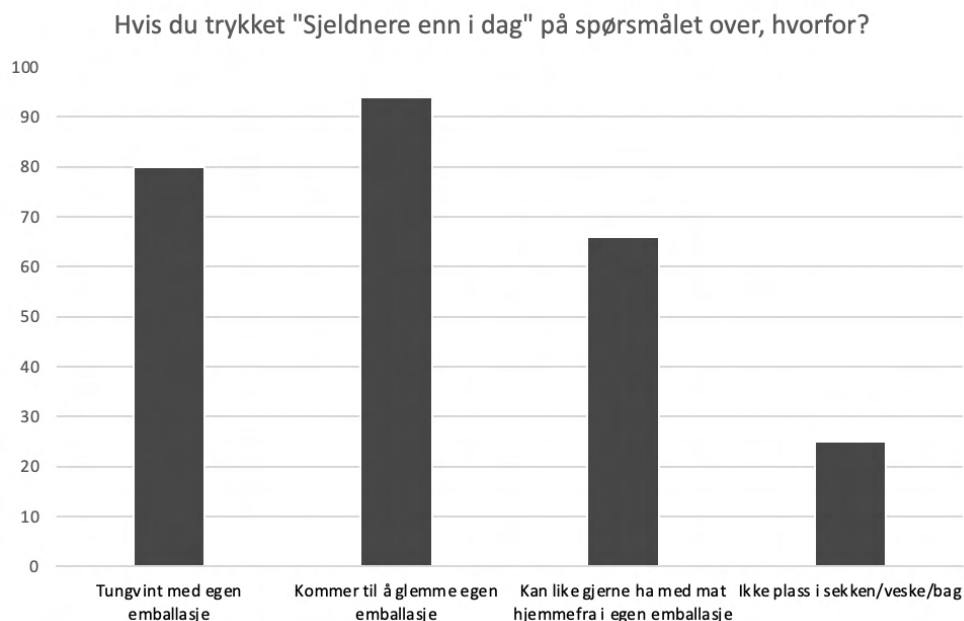
Dersom du ønsker å være med i trekningen av et Bose-headset, kan du trykke deg videre på linken under. Da vil du bli sendt til en annen spørreundersøkelse hvor du kan oppgi e-postadressen din. Vi vil kun bruke e-postadressen din for å kontakte deg om du blir trukket ut. Svarene du gitt i denne undersøkelsen vil ikke bli knyttet til e-postadressen din.

Ja, jeg ønsker å bli med i trekningen.

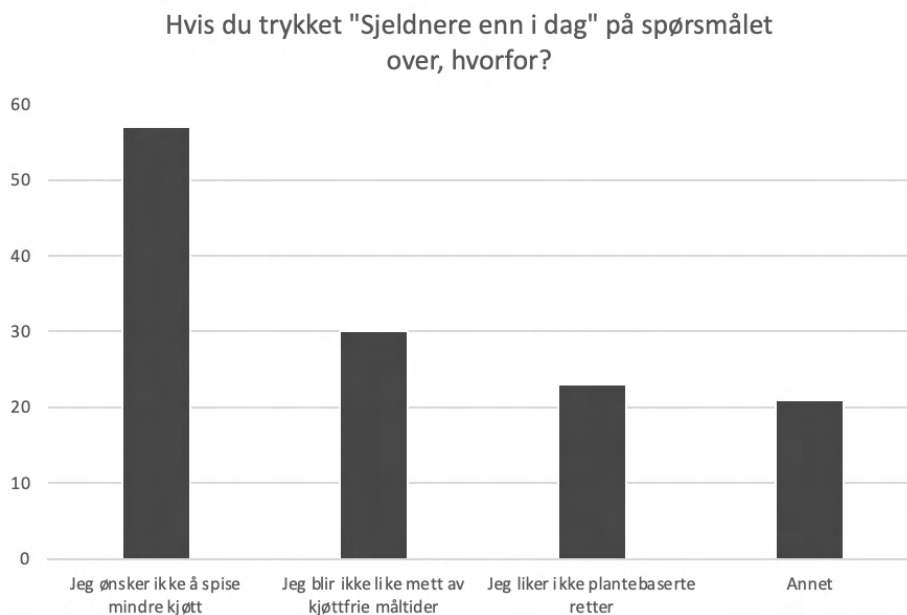
Nei, jeg ønsker å ikke bli med i trekningen.

End of Block: Avslutning

Vedlegg C: Resultater på hvorfor deltakere vil benytte kantinen sjeldnere enn i dag dersom tiltaket med emballasje iverksettes. Resultater samlet for begge gruppene.



Vedlegg D: Resultater på hvorfor deltakere vil benytte kantinen sjeldnere enn i dag dersom tiltaket med plantebasert kantine iverksettes. Resultater samlet for begge gruppene.



Vedlegg E: Cronbach's alpha analyse

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha based on standardized items	N of items
0,816	0,816	4
