



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

Motivation och intention att konsumera ekologiska varor

Anna Schelin
Lina Staffansdotter

Kandidatuppsats vt 2014

Handledare:
Jean-Christophe Rohner

Sammanfattning

Då naturens resurser förbrukas i allt större takt har inställningen till ekologiska produkter blivit ett väldigt aktuellt ämne. Denna studie ämnar undersöka konsumenters inställning till ekologiska varor samt vilka faktorer som motiverar dem till att köpa ekologiska produkter med utgångspunkt från *the theory of planned behaviour (TPB)*. Som komplement till TPB har den emotionella variabeln *anticipated regret* tagits med i undersökningen. Med ett urval på 98 deltagare utfördes en multipel regressionsanalys som visade att 67.9 % av variationen på intentionen att konsumera ekologiska varor kunde förklaras av den utökade förklaringsmodellen. Attityd var den variabel med starkast enskilda bidrag på 30.7 % men även anticipated regret hade ett unikt signifikant bidrag, utöver TPB, på 5.5 %. Utifrån studiens resultat finns det anledning att utgå ifrån att en attitydförändring kring konsumtion av ekologiska livsmedel hade kunnat generera ett förändrat beteende. Då tidigare studier visat på att attitydförändringar är relativt stabila över tid skulle eventuellt anticipated regret kunna fungera som en kompletterande faktor i marknadsförings sammanhang.

Nyckelord: Ekologiska varor, the theory of planned behaviour, anticipated regret, motivation, intention

Abstract

The growing scarcity of the Earth's natural resources has made organic products into an important topic worldwide. The aim of this study is to examine which factors that motivate individuals to consume organic products, by using an extended version of *the theory of planned behaviour* which includes the emotional variable *anticipated regret*. A multiple regression analysis was performed on the data collected from 98 participants. The results obtained from this study show that 67.9 % of the variance in the intention to consume organic products can be explained by the extended research model. Attitude was the strongest variable with a significant contribution of 30.7 %. Anticipated regret also had an unique significant contribution of 5.5 %. On the basis of the results generated from this study there is reason to assume that a change in attitude regarding the consumption of ecological products could lead to a change in behaviour. Taking into account that earlier studies regarding attitudes concluded that it is a relatively stable construct over time, changing anticipated regret might be a viable way to change consumer behavior in marketing strategies.

Keywords: Organic products, the theory of planned behaviour, anticipated regret, motivation, intention

Introduktion

Att handla ekologiskt är ett ämne som blir mer och mer uppmärksammat i vårt samhälle. Att värna om miljö och natur genom att handla ekologiskt är ett brett ämne med diverse områden. I denna studie har fokus huvudsakligen varit på konsumtion av ekologiska livsmedel och huruvida attityder, sociala normer och upplevd kontroll kan påverka intentionen till att handla ekologiskt. Studiens fokus har även varit på hur emotionerna ånger och glädje kan påverka valet av att konsumera ekologiskt. Då mycket av den mat vi konsumerar kommer från storskaliga och osunda jordbruk bidrar detta till att farliga bekämpningsmedel används vid produktion av livsmedel (Naturskyddsföreningen, 2013). Detta skadar inte enbart människorna i andra delar av världen som arbetar med produktionen utan även djur och natur. Sverige köper i sin tur in en stor del av dessa varor. Den icke ekologiska produktionen och de skadliga konsekvenserna för miljön som följer med denna hade kunnat minskas genom en förändring av jordbruket och en förändring av enskilda individers konsumtionsvanor gällande icke ekologiska varor (Naturskyddsföreningen, 2013). Med anledning till detta ansågs ämnet vara relevant för vidare studier inom psykologifältet, med fokus på individers intention till att konsumera ekologiska livsmedel.

Ekologiskt i Sverige

År 2013 var ett bra år för ekologiska varor i Sverige. De stora ekoaktörerna satsade stort på marknadsföring och produktutveckling vilket ledde till ett ökat intresse för ekologiska varor. Flera skolkök visade även resten av landet att de klarade av att föra in ekologiska varor utan att spräcka sin budget och de stora matvarukedjorna kontrar varandra gång på gång med nya ekologiska kampanjer (KRAV 2013). Trots det ökade intresset består bara 4.3 % av Sveriges totala livsmedelskonsumtion av ekologiska varor och vi ligger långt efter Danmark som konsumerar ungefär dubbelt så mycket (Ekoweb, 2014). Med ökad kunskap om vilka faktorer som påverkar intentionen och i förlängningen beteendet till att handla ekologiska varor har man även en bra plattform för att kunna påverka och förändra beteendet. Syftet med denna studie är följaktligen att ta reda vilka faktorer som genererar en märkbart bidragande effekt på intentionen att handla ekologiskt. Tanken är att man med vetenskapen om hur intention fungerar kan skapa skraddarsydda marknadsföringskampanjer som spelar på just de faktorer som har störst möjlighet att motivera fler personer till att konsumera ekologiskt.

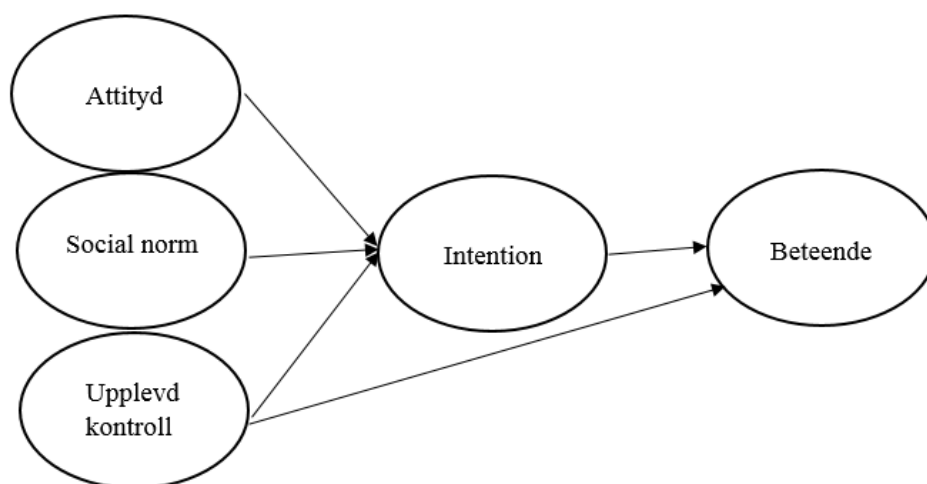
Givet att icke-ekologiska varor är ett problem, vilka psykologiska faktorer finns det som kan influera beteendet att handla ekologiskt? Det finns en del teorier och variabler som allt som

oftast finns närvarande vid undersökningar som är ute efter att kartlägga intention och beteende. Denna studie har valt att fokusera på *the theory of planned behaviour* samt ett tillägg av *anticipated regret* och *anticipated happiness* som hamnar under rubriken *anticipated emotion*.

The theory of planned behaviour

The Theory of planned behavior är en teori vars mål är att förutsäga huruvida ett givet beteende kommer att genomföras eller inte. Teorin grundades av Ajzen och Fishbein (1975) och har genom flera års empirisk forskning visat sig ha väldigt stor förutsägbarhet på beteende (Ajzen 1991). Ravis et. al. (2009) uttrycker i sin artikel att “*the TPB is perhaps the most influential theory in the prediction of social and health behaviors*” (Ravis et. Al. 2009, p. 2985). Teorin har tidigare använts för att förutsäga konsumtionsbeteende i relation till ekologiskt tänkande där teorin har visat sig ha stort inflytande (Chen & Tung, 2014; Kim, Hancer & Njite, 2013; Teisl, Noblet & Rubin, 2009).

Grundantagandet bakom the theory of planned behavior (TPB) är att människor är rationella i sina beslutstaganden och att de använder flera olika informationskällor för att ta ett beslut (Ajzen, 1991). Enligt TPB är intentionen till att utföra ett beteende den mest avgörande faktorn för huruvida ett beteende kommer att genomföras eller inte. Intentionen i sin tur påverkas av tre mindre konstrukt; (1) Attityder mot beteendet, (2) Sociala normer och (3) Upplevd kontroll (se figur 1 nedan).



Figur 1. Samverkan mellan beståndsdelarna inom the theory of planned behaviour och dess påverkan på intention och beteende

En attityd (1) baseras enligt Ajzen & Fishbein (1975) på *the expectancy-value theory*. Tanken bakom expectancy-value teorin är att våra attityder mot ett visst beteende grundas på dels vår upplevda förväntan att ett visst beteende ska leda fram till ett specifikt mål men även hur högt vi värderar detta mål. Om man exempelvis är intresserad av att mäta attityden till att motionera för att uppnå en bättre hälsa skulle expectancyvariabeln fokusera på till vilken grad individen förväntar sig att motionering leder till en bättre hälsa och valuevariabeln på hur högt individen värderar en bättre hälsa. Hur vi uppfattar att den sociala normen (2) för ett visst beteende ser ut, är avgörande för vårt beslutstagande. Det mest avgörande är inte huruvida majoriteten av befolkningen är för eller emot ett visst beteende utan inställningen hos de individer som du identifierar dig med. Den upplevda kontrollen (3) är det sista konstruktet och fokuserar på de faktorer som antingen ökar eller minskar hur väl du uppskattar dig själv kunna utföra ett visst beteende. Tillsammans bildar dessa tre intentionen till att utföra ett beteende (Ajzen & Fishbein, 1975).

Trots att intention förmodas vara den mest avgörande indikatorn ifall ett beteende genomförs eller inte är det inte alltid så att ett beteende genomförs trots att intentionen finns och är stark. Detta beror enligt Ajzen (2006) på att det finns ett glapp mellan den upplevda kontrollen och den faktiska kontrollen. Trots att individer uppskattar sig själva ha stor kontroll över beteendet så kan svårigheter i genomförandet uppstå som kan medföra att beteendet uteblir. Upplevd kontroll variabeln tros således ha störst inflytande gällande situationer där individen inte har total viljekontroll eller vid situationer som kräver omfattande planering (som att bestiga ett berg) (Ajzen, 1991). Upplevd kontroll har därför i första hand hjälpt till att förklara intention och beteende vid komplexa beteendemönster (få ett A i betyg) men inte visats ha lika stor effekt vid enkla beteenden som är lätta att utföra (gå på ett möte) (Ajzen & Madden, 1986; Kelly & Breinliger, 1995).

The theory of planned behaviour har tidigare fått kritik för att endast kunna förutsäga beslut som tas på en medveten nivå och inte har någon effekt på automatiska beteenden eller beteenden som baseras på ett utilitaristisk överläggande (Fazio, 1986). Det finns även en del forskare som motsätter sig till TPB och menar att attityder, sociala normer och upplevd kontroll inte har något betydande inflytande på intention utan att den i högsta grad avgörs utifrån tidigare beteendemönster och vanor (Bentler & Speckart, 1979). Oulette och Wood (1998) förmedlar i sin meta-analys att tidigare beteende och vanor har ett signifikant inflytande på intention och framtida beteende. Tidigare beteende och vanor har dessutom ett signifikant inflytande oavsett om det är ett invariant och automatiskt beteende mönster eller ett nytt som kontrolleras av medvetandet. Ajzen och Fishbein (1980) bestrider den kritik som riktats mot deras teori och

hävdar att en intention en gång har bildats i det förflutna och att personer är mer benägna att återhämta denna intention än att gå på gång starta en ny varje gång de återkommer till en liknande situation. Således finns möjligheten att påverka och förändra den.

Anticipated emotion

Anticipated emotion bygger på att personer förväntas handla utefter hur de räknar med att känna efter sitt beslutstagande och att man använder denna förväntan som grund inför sina kommande val (Mellers, Schwartz & Ritov, 1999). Anticipated emotion har två undergrupper, anticipated happiness och anticipated regret. Som namnen lyder handlar anticipated happiness om den förväntade glädjen efter ett beslut, varav anticipated regret handlar om den förväntade ångern efter ett beslut. Anticipated regret menar att man kan uppleva ånger vid ett felaktigt beslut och att man överväger hur mycket man kommer att ångra sitt val när man ska ta ett beslut. Ångern kan uppstå vid jämförelsen av olika valmöjligheter och rädslan för att känna ånger kan spela stor roll när det handlar om att avväga eller motivera någon till en handling (Loomes & Sugden, 1982).

Anticipated regret har visat sig ha betydelse för beslutsfattande (Bell, 1982; Loomes & Sugden, 1982; Ritov & Baron, 1995) och det finns studier som visar på att anticipated regret har haft betydelse för att exempelvis ta hand om sin hälsa, utöva fysisk aktivitet (Conner & Abraham, 2001; Abraham & Sheeran, 2003), angående sexuellt beteende (Richard & van der Pligt, 1996) och gällande kondom användning (Bakker, Buunk, & Manstead, 1997). En meta-analys av Sandberg & Conner (2008) med fokus på anticipated regret kom fram till att 7 % av variationen för intention kunde förklaras av AR. Detta trots att faktorer som tidigare beteendemönster och vanor kontrollerats för. Ånger verkar således vara den emotion som personer främst eftersträvar att undvika (Janis & Mann, 1977) och den kan uppstå när man föreställer sig eller upplever att en nuvarande situation hade kunnat vara bättre om man hade handlat annorlunda. Man kan undvika denna negativa emotion om man innan en handling överväger ångern inför sitt kommande val och därefter väljer om det är värt att genomföra handlingen eller inte (Simonson, 1992). Om man jämför anticipated regret med attityder finns det studier som visar på att anticipated regret kan ses som ett unikt konstrukt gällande prediktion för intention (e.g. Rapaport & Orbell, 2000; Phillips, Abraham, & Bond, 2003). Tidigare har studier skiljt mellan kognitiva och emotionella aspekter av attityder men numera innehåller många mätningar av attityder båda delar, så som expectancy och value. Ofta förväntas vi att handla utefter undvikande av ånger (Zeelenberg, 1999) och genom att handla på det sätt som förväntas generera minst ånger finns det möjlighet att undvika den. Än så länge finns det

begränsat med studier gällande TPB tillsammans med anticipated regret som visar på att det skulle vara en effektiv strategi att i förväg reflektera över sina framtida känslor och beteenden. De studier som har undersökt TPB i kombination med anticipated regret har dock visat sig vara lovande (Abraham & Sheeran, 2003, 2004; Sheeran & Orbell, 1999). Det har spekulerats kring de additiva effekterna från anticipated regret. Idén är att höga nivåer av eventuellt upplevd ånger kan få personer att bilda starkare band till sina intentioner. Detta skulle även kunna resultera i att intentionerna blir starkare eftersom att ett misslyckande i sitt agerande skulle frambringa ånger (Sheeran & Orbell, 1999). Eftersom studier visar på att anticipated regret kan bidra till förklaringsvärdet av TPB (Sandberg & Conner, 2008) finns det anledning till att eftersträva mer empirisk forskning för att generera stöd till att anticipated regret hade kunnat inkluderas i TPB. TPB är enligt Ajzen (1991) öppen för att kunna rymma fler variabler om de kan öka modellens validitet kring prediktion, dock efter empirisk noggrann undersökning och övervägning (Ajzen & Fishbein, 2005).

Anticipated happiness är en relativt ny och utforskad variabel. Därför finns inte lika mycket forskning att tillgå angående konstruktets inverkan på intention. Att det finns så lite forskning kring AH som variabel gjorde att det ansågs som ett bra tillägg i vår studie.

Forskningsfrågor och hypoteser

1. Hur stor del av variansen för intention till att handla ekologiskt kan förklaras av the theory of planned behaviour och anticipated emotion? Hur väl kan de två teorierna förutsäga ett specifikt beteende?
2. Vilken av de oberoende variablerna; attityd, sociala normer, upplevd kontroll, anticipated regret och anticipated happiness är den största prediktorn för intentionen att handla ekologiskt?
3. Om vi kontrollerar för möjliga påverkaneffekter av ålder, kön och sysselsättning. Är teorierna the theory of planned behaviour och anticipated emotion fortfarande starka nog för att påverka variansen till intentionen att handla ekologiska varor?

Resultat från tidigare studier i kombination med forskningsfrågorna har lett till följande hypoteser:

- H1. Vår hypotes är att the theory of planned behaviour kommer kunna förklara en stor del av variansen för intentionen till att handla ekologiskt.
- H2. Vår hypotes är att både anticipated regret och anticipated happiness kommer bidra med ett unikt signifikant bidrag utöver the theory of planned behaviour.

H3. Vår hypotes är att upplevd kontroll inte kommer att bidra med ett unikt signifikant bidrag.

Metod

Deltagare

Studien innehöll 98 deltagare varav 16 var män, 81 var kvinnor och en deltagare var ospecificerad. Åldern varierade från 18-63 år med en medelålder på 31 år. Deltagarna bestod av ungefär lika många heltids- och deltidsanställda som studenter och bidragstagare. Därför tros deltagarna komma från grupper med väldigt olika ekonomiska inkomster. Datainsamlingen till denna studie genomfördes med hjälp av en surveyundersökning. Då studiens mål var att nå ut till så många personer som möjligt samt att samla information kring deras subjektiva åsikter var enkätundersökning en passande metod för studiens ändamål. Före medverkandet i studien fick deltagarna ta del av information gällande studiens inriktning och mål samt att medverkandet var frivilligt och att de när som helst kunde avbryta sin medverkan trots att de initialt valt att delta. Efteråt fick de tillgång till en mailadress för ytterligare kontakt eller frågor.

Material och procedur

Enkäten skapades via Google consumer surveys och publicerades på olika livsmedelsbutikers facebook-sidor samt på en facebook-sida för studenterna på kandidatkursen i psykologi på Lunds universitet. Enkäten publicerades även på de studieansvarigas privata facebook-sidor och avslutningsvis skickades enkäten även ut till BiL, en förening för beteendevetare i Lund. De olika sidorna valdes för att uppnå ett så randomiserat urval som möjligt med blandade åldersgrupper och sysselsättningar. Enkätens frågor utformades utifrån riktlinjer och utgångspunkter i de teorier som studien baserades på. Utifrån the theory of planned behavior utformades frågor för att mäta attityder, sociala normer och upplevd kontroll. Som underlag användes Ajzens (2006) väletablerade mall för att konstruera TPB enkäter. En enkät skapades med 35 anpassade frågor för de olika variablerna, se appendix A. Fyra frågor per variabel utformades för att uppnå maximal reliabilitet och validitet då genomsnittet blir ett säkrare värde än om endast enstaka frågor per variabel hade utformats. Variablerna expectancy och value hade vardera fem frågor. Utöver de 35 huvudfrågorna skapades även frågor för kön, ålder och sysselsättning. Svartalalternativen till huvudfrågorna mättes med hjälp av en likertskala från 1 till 7. Skalans styrka beskrevs med meningarna; håller inte alls med och håller helt med. Vid skapandet av enkäten användes ett randomiseringsprogram för att slumpa frågornas ordning. Även ordningen på skalans innebörd slumpades så att både höga och låga tal representerade "håller helt med" och "håller inte alls med". Frågornas valör varierades så att vissa frågor

ställdes ur ett positivt synsätt inför ekologiska varor och andra ur ett negativt synsätt. Detta gjorde för att inte påverka deltagarnas åsikt i någon riktning.

The theory of planned behaviour representerades genom fyra olika variabler i enkäten. Både expectancyfrågor och valuefrågor utformades för att i ett senare skede under dataanalysen kombineras och bilda en ny variabel för attityd. Expectancyvariabeln utvärderade till vilken grad deltagarna trodde att konsumtionen av ekologiska varor kommer leda till bättre förhållanden för djur och natur och valuevariabeln utvärderade hur högt deltagarna värderade bättre förhållanden för djur och natur. Varje expectancy fråga (ex. Jag tror att genom att handla ekologiska varor bibehåller vi odlingsmarkerna fria från kemikalier) hade en motsvarande value fråga (ex. Jag tycker det är viktigt att vi bibehåller våra odlingsmarker obesprutade och fria från kemikalier) på samma abstraktionsnivå. Frågor för sociala normer (ex. personer i min omgivning som står mig nära hade sett det positivt om jag konsumerade mer ekologiska varor) och för upplevd kontroll (ex. jag känner att jag har ekonomiska resurser till att handla ekologiskt gällande de varor som har ekologiska alternativ) utformades även. Då dessa variabler inte är uppbyggda av två delkonstrukt likt attitydvariabeln mäter dessa frågor respektive variabel som helhet.

Anticipated emotion är teorins andra utgångspunkt med undergrupperna anticipated regret och anticipated happiness och bestod av två variabler. Under denna kategori skapades frågor både för vilken grad av ånger man i efterhand skulle känna om man valt att inte utföra ett visst beteende (ex. Varje gång jag väljer bort ett ekologiskt alternativ till förmån för ett icke-ekologiskt känner jag ofta i efterhand att jag borde ha valt det ekologiska) samt frågor för hur nöjd man i efterhand skulle känna sig då man valt att utföra ett visst beteende (ex. när jag handlar livsmedel och väljer ekologiska alternativ framför icke-ekologiska alternativ känner jag mig mer nöjd när jag lämnar butiken).

Intention och Beteende. Slutligen skapades frågor för att mäta intentionen till att konsumera ekologiska varor vilket var den beroende variabeln (ex. Jag har inte för avsikt att handla ekologiska varor regelbundet). Även frågor för att mäta det faktiska beteendet skapades (ex. Jag brukar alltid välja det ekologiska alternativet när jag handlar livsmedel).

Resultat

För att kunna undersöka attitydvariabeln krävdes att en sammanslagning av variablerna expectancy och value genomfördes. Detta utfördes genom att varje fråga på expectancyvariabeln multiplicerades med sin motsvariga fråga på valuevariabeln ($exp1*val1+exp2*val2...osv$). Produkterna för varje sammanslagen fråga adderades sedan ihop och dividerades med det maximala värdet som produkten kunde uppnå, i detta fall 49 ($7*7$), för att få fram ett sanningsvärde. Skalan på de andra variablerna konverterades även de från likertskalorna (1-7) till ett sanningsvärde från 0-1 på liknande sätt. I detta fall dividerades frågorna med 7 eftersom det var det maximala resultatet i enkäten. Konverteringen genomfördes för att underlätta jämförelsen mellan variablerna. Fördelen med att använda sanningsvärden är att man får information angående hur stor procent av maxpoängen som har uppfyllts. Exempelvis representerar ett värde på 0.5 att det uppfyllt 50 % av maxvärdet. Variablernas minimum, maximum, medelvärde och standardavvikelse presenteras i tabell 1.

Tabell 1. Deskriptiv statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Attityd	98	0,12	1,00	0,64	0,26
Sociala normer	98	0,29	1,00	0,64	0,18
Upplevd kontroll	98	0,18	0,96	0,57	0,18
Anticipated regret	98	0,18	0,93	0,54	0,14
Intention	98	0,21	1,00	0,78	0,22
Beteende	98	0,18	1,00	0,69	0,23

Som tabellen visar förekom inga takeffekter i analysen vilket tidigare upplevdes som ett hot mot resultatet då man kan anta att de flesta vill värna om naturen. Intentionen till att handla ekologiska varor ligger dock ganska nära.

En korrelationsanalys utfördes för att kontrollera att de oberoende variablerna inte korrelerade för högt med varandra. I detta skede valde vi att bortse från variabeln anticipated happiness då den korrelerade för högt med attityd. Bland de resterande variablerna; attityd, social norm, upplevd kontroll och anticipated regret förekom ingen korrelation över medelnivå ($r=0.49$), se tabell 2.

Tabell 2. Korrelation mellan variablerna. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

Konstrukt	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Attityd							
2. Social norm	0.49**						
3. Upplevd kontroll	0.35**	0.10					
4. Anticipated regret	0.28**	0.29**	0.23*				
5. Anticipated happiness	0.81**	0.50**	0.26**	0.48**			
6. Intention	0.78**	0.50**	0.24*	0.46**	0.82**		
7. Beteende	0.75**	0.50**	0.44**	0.48**	0.76**	0.79**	

Denna analys visade även på en korrelation på $r=0.79$, $p < 0.001$ mellan variablerna intention och beteende vilket enligt Pallant (2010) klassificeras som en stark korrelation. Detta skulle kunna innebära att intention kan användas som en prediktor på beteende.

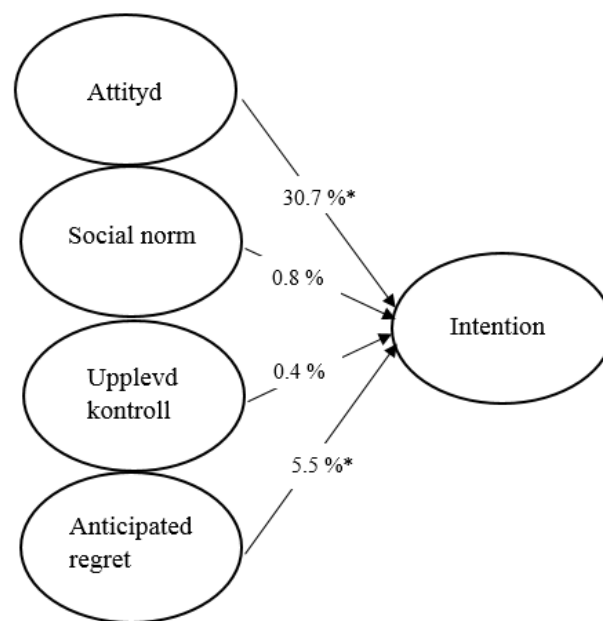
Inledande analyser utfördes för att kontrollera brott mot antaganden som normalitet, linjäritet, homoscedastisitet och multicollinjäritet. Varken brott mot några av antagandena eller angående outliers återfanns under denna analys. Antagandet för lägsta antalet deltagare i studien bestämdes enligt Tabachnick och Fidells (2007) formel som baserar antalet deltagare på hur många oberoende variabler som används i studien: $N > 50 + 8m$ (m =antalet oberoende variabler). Då denna studie använde sig av fem oberoende variabler resulterade det i lägsta antal deltagare $50 + 8 \times 5 = 90$.

En standard multipel regressions modell användes för att utvärdera hur stor del av den beroende variabeln, intention till att köpa ekologiska varor, som kunde förklaras av de oberoende variablerna attityd, sociala normer, upplevd kontroll (TPB) samt anticipated regret. Samma modell användes även för att rangordna de oberoende variablerna efter hur stor påverkan de hade på intentionen till att handla ekologiska varor (forskningsfråga 1 och 2).

Attityd, sociala normer och upplevd kontroll som tillsammans bildar TPB kunde gemensamt förklara 62.4 % av variationen för intention $R^2=0.62$, med ett värde på $F(3,94)=52.0$, $p < 0.001$.

En bivariat regression utfördes för att kontrollera hur stor del av variationen anticipated regret kunde förklara. Denna uträkning visade att 21.1 % av variationen kan förklaras av anticipated regret $R^2=0.21$, $F(1,96)=25.64$, $p<0.001$. En slutgiltig multipel regressions analys utfördes för att kontrollera för den del av variationen som TPB och AR hade gemensamt. Här jämfördes alla fyra oberoende variabler; attityd, sociala normer, upplevd kontroll och anticipated regret med intention samtidigt. Denna analys tydliggjorde att 67.9 % av intentionsvariabeln kunde förklaras av de fyra variablerna tillsammans: $F(4,93)=49.3$, $p<0.001$.

Endast två av de oberoende faktorerna gav ett enskilt statistiskt signifikant resultat. Attityd var den faktor som stod för det största unika signifikanta bidraget ($\beta=0.68$, $p<0.001$). Anticipated regret hade ett värde på $\beta=0.25$, $p<0.001$. Sociala normer ($\beta=0.11$, $p=0.13$) och upplevd kontroll ($\beta=-0.065$, $p=0.309$) uppnådde inget enskilt signifikant resultat. Detta innebär att attityd har ett unikt bidrag med 30.7 % och anticipated regret med 5.5 % (se figur 2).



Figur 2. Variablernas unika bidrag till intention. Procentvärdena har tagits fram från kvadrerade part-värden där korrelation mellan de oberoende variablerna kontrollerats för.

* $p<0.001$

Även en standard multipel regressionsanalys utfördes för att kunna utesluta influenser från faktorer som ålder och sysselsättning på resultatet (forskningsfråga 3). Kön valdes att inte kontrolleras som påverkansfaktor då könsfördelningen mellan deltagarna var för skev (16 män, 81 kvinnor). Sysselsättningsvariabeln dummy kodades om till fyra variabler; heltidstjänst,

deltidstjänst, studerande och bidragstagare. Då ålder var en kontinuerlig variabel från början fanns inget behov för en omkodning. Ålder och sysselsättning tillsammans svarade för 4.0 % ($R^2=0.040$) av påverkan på intention ($F(5,92)=0.77$, $p=0.57$) vilket inte var tillräckligt högt för att anses som ett unikt signifikant bidrag och kunde således uteslutas som påverkansfaktor.

Diskussion

Slutsatser

The theory of planned behaviour tillsammans med anticipated regret förklarade 67.9 % av variationen för intentionen till att konsumera ekologiska varor. Både attityd och anticipated regret hade ett unikt signifikant bidragande till intentionen men social norm och upplevd kontroll hade det inte. Attityd har visat sig vara den starkaste prediktorn på intention i denna studie med ett unikt bidrag på 30.7 %. Detta följer helt i linje med flera meta-analyser både generella och de som fokuserat på undersökningar som behandlar miljövänliga beteenden. Majoriteten av studierna finner attityd som en av de starkast bidragande faktorerna, om inte den starkaste. Samma meta-analyser finner dock inte social norm som en lika säker enskild prediktor (Bamberg & Möser, 2007; Klöckner, 2013). Detta då den i hög grad korrelerar med flera andra faktorer som upplevd kontroll, attityd och anticipated regret. I denna studie korrelerade social norm med attityd och anticipated regret på en medelstark nivå ($r=0.49$, $r=.29$) men saknade signifikant korrelation med upplevd kontroll. Bamberg och Möser (2007) diskuterar möjligheten att flera personer använder social norm som ett verktyg för att avgöra hur lätt och hur fördelaktigt ett visst beteende är att genomföra. Social norm har även en hög korrelation med *moral norm* som precis som attityd ofta agerar som en av de starkaste prediktorerna på intention och beteende (Bamberg & Möser, 2007). Denna undersökning valde dock att inte fokusera på denna variabel i första hand då moral norm är en väldigt stabil variabel över tid och således väldigt svår att påverka och förändra.

Att upplevd kontroll inte var en signifikant bidragande faktor i analysen var relativt väntat. Då slutsatser från tidigare forskning pekat på att upplevd kontroll först och främst är betydelsefull i situationer som kräver omfattande planering eller där det är svårt för individen att ha fullständig viljekontroll. Att handla ekologiska livsmedelvaror, vilket var studiens huvudinriktning, klassificeras varken som något som kräver omfattande planering eller något som saknar viljekontroll. Framförallt då enkätens frågor i flera fall innehöll formuleringar som "i den mån det går" eller "om möjligheten finns" eftersom ekologiska alternativ inte alltid finns i tillräckligt stor utsträckning i alla butiker. Meta-analyser som valt att fokusera på miljövänligt

beteende har dock funnit att upplevd kontroll har ett stort inflytande i flera studier (Bamberg & Möser, 2007; Klöckner, 2013). Denna studie har dock valt att fokusera på ett mer vardagligt och inte alltför krävande miljövänligt beteende och därför förväntades även ett annat resultat.

Att denna studie resulterade i ett starkt bidrag från anticipated regret följer däremot resultaten från tidigare forskning. Sandberg och Conner (2008) påpekade att ett flertal studier som ingick i deras meta-analys undersökte situationer där AR förväntades ha en större inverkan än i generella situationer så som sexuellt beteende och kondom användning. Således kan deras resultat på 7 % ligga lite i överkant. Det unika bidraget från AR på 5.5 % som framkom i denna studie kan möjligtvis vara en mer rimlig summa för allmänna situationer. Flertalet studier har genererat resultat som tyder på att anticipated regret i flera fall bidrar med en större förklaringsandel än variabeln för sociala normer. Eftersom Ajzen (1991) tidigare uttalat sig om att han är öppen för att expandera the theory of planned behaviour med flera variabler under förutsättningen att empirin kan säkerställa dess effekt vore det inte helt otänkbart att AR kommer vara en del av TPB i framtiden.

Denna studie ämnade även att undersöka effekten av anticipated happiness men variabeln uteslöts under dataanalysen då den korrelerade för högt med attitydvariabeln ($r=0.81$). Anledningen till AH togs med i studien var att tidigare artiklar antydde att det var en relativt outforskad variabel som framtida forskning borde fokusera på. De flesta studierna har valt att enbart fokusera på dess motsats anticipated regret. Det var väldigt svårt att finna tidigare forskning på AH vilket inte nödvändigtvis behöver innebära att tidigare forskning inte utförts. Eventuellt kan det vara så att tidigare forskning inte heller genererat något resultat och därför aldrig publicerats. Både attityd och anticipated happiness verkar mäta samma sak samt verkar de även vara uppbyggda på ett liknande sätt. Båda variabelerna mäter något som individen värderar, som har en positiv inverkan på dess liv (happiness, value) och båda mäter med hur stor sannolikhet individen tror att det är ett visst beteende som kommer att leda till detta mål (anticipation, expectancy). Båda teorierna består följaktligen av en kognitiv och en affektiv beståndsdel.

Att beteende och intention har en stark korrelation ($r=0.79$) upplevs som ett väldigt positivt resultat. I sin meta-analys över liknande studier fann Bamberg och Möser (2007) att genomsnittskorrelationen mellan intention och beteende är $r=0.52$. Det faller även i linje med att upplevd kontroll inte sågs som en bidragande faktor till intention i denna studie. I de fall då en intention inte leder till ett givet beteende menar Ajzen (1991) att det finns ett glapp mellan upplevd kontroll och faktisk kontroll. Då upplevd kontroll inte hade ett signifikant inflytande på intentionen att konsumera ekologiskt är det logiskt att en högre korrelation mellan intention

och beteende uppmätes. En hög korrelation är även ett positivt resultat ur marknadsföringssynpunkt då det knappast finns någon mening att försöka påverka en intention som ändå inte leder till det eftersträvarsvärda beteendet. Den höga korrelationen ger dock lika mycket stöd åt Fazios (1986) teori angående tidigare beteendemönster och vanors inflytande på intention. Då en korrelation endast bidrar med information om att en relation mellan två variabler existerar är det svårt att dra några slutsatser utan att spekulera. Beteende kan orsaka intention lika väl som att intention ligger bakom ett beteende.

Validitet och reliabilitets

Flera säkerhetsåtgärder har tagits för att säkra den interna validiteten i denna studie. Intern validitet uppnås då man kan säkerställa att det är den oberoende variabeln studien är ute efter att undersöka som har en påverkan och att ett resultat inte beror på någon annan variabel. Fyra eller fem frågor har ställts per variabel för att säkerställa att inte en dåligt formulerad fråga kan påverka resultatet. Undersökningen har även tagit in flera olika aspekter som ekologiska varor har en inverkan på som exempelvis kreatur, odlingsmarker, personlig hälsa och hälsan hos de individer som arbetar med produktion av icke-ekologiska varor. Vissa individer värderar möjligtvis personlig hälsa framför kreaturens välbefinnande eller vice versa. Därför är det viktigt att fånga in alla aspekter i undersökningen. Något som är svårt att kontrollera för är huruvida studiens deltagare är representativa för befolkningen. Eftersom studien är ute efter att undersöka ekologiska varor skulle det möjligtvis kunna vara så att majoriteten av de som valt att delta är personer som är väldigt positivt inställda till ekologiska varor. Det har dock försökts undgå genom att i informationen som gavs i anslutning till enkäten förklara att både personer som är för konsumtionen av ekologiska varor och de som är emot är av lika intresse för undersökningen. Social önskvärdhet är också ett fenomen som påverkar studiens resultat i samma riktning. Eftersom konsumtionen av ekologiska varor är ett väldigt aktuellt ämne och är det alternativ som är socialt önskvärt kan det vara så att deltagarna uttryckt en positivare inställning till ekologiska varor än de faktiskt upplever.

Deltagarna i denna studie bestod av individer från olika sysselsättningar i olika åldrar. Båda dessa faktorer inkluderades i dataanalysen för att kunna uteslutas som påverkansfaktorer. En del tidigare studier i relaterade ämnesområden har valt att enbart fokusera på studenter med motivering att det krävs en del kunskap angående ekologi för att kunna bidra med ett bra resultat (Kim et. al., 2013). Denna undersökning har dock eftersträvat en bred variation av individer från olika sysselsättningar för att inte faktorer som exempelvis ekonomi ska påverka resultatet. Då studenter i flesta fall har en väldigt låg inkomst skulle detta kunna påverka den upplevda

kontrollen. Eftersom sysselsättning inte hade någon signifikant påverkan på intention verkar inte avsaknad av kunskap vara relaterat till vilken sysselsättningsgrupp personer tillhör. Att ha deltagare från skilda sysselsättningar har även haft en positiv påverkan på den externa validiteten då det har ökat generaliserbarheten till populationen. Tyvärr bestod deltagarna till största del av kvinnor vilket gjorde det svårt att utesluta kön som en påverkansfaktor. Det skulle varit intressant att se om samma resultat hade uppvisats utifall att könsfördelningen sett annorlunda ut.

Framtida forskning

På grund av begränsade resurser var denna studie tvungen att prioritera vilka variabler som skulle delta i studien. De studier som undersöker vilka konstrukt som påverkar miljövänligt beteende har alla använt olika variabler som exempelvis *moral norm* och *moral obligation* i kombination med the theory of planned behaviour. Framtida undersökningar borde dock fokusera på att använda alla variabler i samma studie. Flera meta-analyser har samlat de olika variablerna och jämfört dem med varandra men ingen har utfört en studie där alla variabler, som fått signifikant resultat i enskilda studier, använts samtidigt (Bamberg & Möser, 2007).

En annan intressant aspekt som hade kunnat undersökas vidare är ifall kulturskillnader hade haft någon inverkan på resultatet samt om och hur TPB och AR verkar i olika länder. Kritik mot anticipated regret är att variabeln huvudsakligen undersökts kring sexuella beteenden (Sandberg, Conner, 2008). Det skulle därför vara intressant för vidare forskning att undersöka andra typer av beteenden. Exempelvis skulle det vara intressant att studera om anticipated regret har större betydelse för beteenden som skulle kunna resultera i allvarliga konsekvenser i förhållande till mer vardagliga beteenden med mindre negativa konsekvenser. Det skulle även vara intressant att undersöka huruvida en spridning av kunskap kring ekologiska varor skulle kunna leda till en ökad konsumtion av ekologiska alternativ. En kunskapsspridning kring miljöproblem och de negativa konsekvenserna för icke-ekologisk konsumtion hade kunnat leda till förväntad ånger inför icke-ekologiska alternativ. Utan kunskap kring konsekvenser skulle inte anticipated regret uppenbaras då okunskap inte kan leda till någon ånger.

Reflektioner

En styrka med studien är att den väver in både TPB och anticipated emotion i samma undersökning. Detta kan bidra till en ännu bredare förklaringsmodell än om enbart TPB hade studerats. Framförallt då anticipated regret visade på signifikant resultat vilket gör denna studie till ytterligare ett bidrag till det fåtal studier som faktiskt kombinerar TPB och AR.

Eftersom attityd blev den starkaste prediktorn i denna studie liksom ett flertal andra undersökningar är det lätt att dra slutsatsen att det är detta konstrukt man borde fokusera på främst när man försöker förändra ett beteende. Attityd är dock ett ämne som det forskats otroligt mycket inom, främst med fokus på attitydförändring. Slutsatsen av all denna forskning är att attityder är väldigt stabila över tid även om de förändras en del från påverkan av sociala situationer. Flera forskare, politiker och personer som arbetar med reklam och marknadsföring har riktat in sig på attityd utan att uppnå några större resultat (Tesser & Schwarz, 2001). Således skulle det kunna vara en idé att istället lägga mer fokus på anticipated regret i framtida försök till att förändra ett beteende. Att sprida kunskap för att uppnå attitydförändring kan med utgångspunkt i studiens resultat trots allt vara en investering. Om man lyckas uppnå en förändring av attityden kommer den ha en ihållande påverkan på beteendet.

Studiens frågeställningar blev alla besvarade och hypoteserna visade sig vara i enlighet med resultaten. Studiens resultat bidrar med signifikant information som skulle kunna medverka till att försöka påverka samhället i en än mer positiv riktning kring konsumtion av ekologiska alternativ. Inom PR och marknadsföring hade kampanjer kunnat skapas med utgångspunkt i studiens resultat. Studien har bidragit som ett tillägg i forskning och uppnått ytterligare information kring huruvida TPB och AR kan samverka.

Referenser

- Abraham, C., & Sheeran, P. (2003). Acting on intentions: The role of anticipated regret. *British Journal of Social Psychology, 42*, 495–511.
- Abraham, C., & Sheeran, P. (2004). Deciding to exercise: The role of anticipated regret. *British Journal of Health Psychology, 9*, 269–278.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology, 22*, 453–474
- Ajzen, I (1991) The theory of planned behaviour organizational behaviour and human decision processes 50, 179-211
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood-Cliffs, NJ:Prentice-Hall
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracin, B.T.
- Ajzen, I (unpublished) Constructing a theory of planned behavior questionnaire. Hämtad 17 Mars från: <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Bakker, A. B., Buunk, B. P., & Manstead, A. R. (1997). The Moderating Role of Self-Efficacy Beliefs in the Relationship Between Anticipated Feelings of Regret and Condom Use. *Journal Of Applied Social Psychology, 27*(22), 2001-2014.
- Bamberg, S. S., & Möser, G. G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. *Journal Of Environmental Psychology, 27*(1), 14-25. doi:10.1016/j.jenvp.2006.12.002
- Bell, D. E. (1982). Regret in decision making under uncertainty. *Operations Research, 30*, 961–981.
- Bentler, P. M., & Speckart, G. (1979). Models of attitude–behavior relations. *Psychological Review, 86*, 452–464
- Chen, M., & Tung, P. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal Of Hospitality Management, 36*221-230. doi:10.1016/j.ijhm.2013.09.006
- Conner, M., & Abraham, C. C. (2001). Conscientiousness and the theory of planned behavior: Toward a more complete model of the antecedents of intentions and behavior. *Personality And Social Psychology Bulletin, 27*(11), 1547-1561.

Ekoweb (Januari 2014) *Ekologisk livsmedelsmarknad*. hämtad från:

<http://www.lrf.se/PageFiles/7910/Marknadsrapport%20Ekologisk%20livsmedel%20sfo%CC%88rsa%CC%88ljning%202014%20Ekoweb.pdf>

Fazio, R. H. (1986). How do attitudes guide behavior? In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition* (pp. 204–243). New York: Guilford Press.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley

Janis, I. L., & Mann, L. (1977). *Decision making: A psychological analysis of conflict, choice and commitment*. New York: The Free Press.

Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *Handbook of attitudes and attitude change: Basic principles* (pp. 173–221). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Kelly, C., & Breinlinger, S. (1995). Attitudes, intentions, and behavior: A study of women's participation in collective action. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 1430–1445

Kim, Y., Hancer, M., & Njite, D. (2013). Anticipated emotion in consumers' intentions to select eco-friendly restaurants: Augmenting the theory of planned behavior. *International Journal Of Hospitality Management*, 34(1), 255-262. doi:10.1016/j.ijhm.2013.04.004

Klößner, C. A. (2013). A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour-A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(5), 1028-1038. doi:10.1016/j.gloenvcha.2013.05.014

KRAV (2013) - en nystart för ekologiskt. hämtad 14 Maj 2014 från:

<http://www.krav.se/2013-en-nystart-ekologiskt>

Loomes, G., & Sugden, R. (1982). Regret theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. *Economic Journal*, 92, 805-825.

Mellers, B., Schwartz, A., Ho, K., & Ritov, I. (1999). Decision affect theory: Emotional reactions to the outcomes of risky options. *Journal of Experimental Psychology*, 128(3), 332-345.

Naturskyddsföreningen. Hämtat den 16 mars 2014 från Naturskyddsföreningen:

http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/rapporter/hundra_procent_ekologiskt.pdf

Pallant, J (2010) SPSS survival manual. (4th ed). Berkshire: open university press

Phillips, P., Abraham, C., & Bond, R. (2003). Personality, cognition, and university students'

- examination performance. *European Journal of Personality*, 17, 435–448.
- Rapaport, P., & Orbell, S. (2000). Augmenting the theory of planned behaviour: Motivation to provide practical assistance and emotional support to parents. *Psychology and Health*, 15, 309–324.
- Richard, R., Van der Pligt, J., & De Vries, N. (1996). Anticipated Regret and Time Perspective: Changing Sexual Risk-taking Behavior. *Journal Of Behavioral Decision Making*, 9(3), 185-199.
- Ritov, I., & Baron, J. (1995). Outcome knowledge, regret and omission bias. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64, 119–127.
- Rivis, A., Sheeran, P., Armitage, C.J., 2009. Expanding the affective and normative components of the theory of planned behavior: a meta-analysis of anticipated affect and moral norms. *Journal of Applied Social Psychology* 39, 2985–3019
- Sandberg, T., & Conner, M. (2008). Anticipated regret as an additional predictor in the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *British Journal Of Social Psychology*, 47(4), 589-606. doi:10.1348/014466607X258704
- Sheeran, P., & Orbell, S. (1999). Augmenting the theory of planned behavior: Roles for anticipated regret and descriptive norms. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 2107–2142.
- Simonson, I. (1992). The influence of anticipating regret and responsibility on purchase decision. *Journal of Consumer Research*, 19, 105–118.
- Tabachnick, B.G & Fidell, L.S (2007) *Using multivariate statistics* (5th ed). Boston: Pearson education
- Teisl, M. F., Noblet, C. L., & Rubin, J. (2009). The Psychology of Eco-Consumption. *Journal Of Agricultural & Food Industrial Organization*, 71-27.
- Tesser, A. & Schwarz, N. (2001) *Blackwell Handbook of social psychology: intraindividual processes*. Blackwell Publishers Ltd: Oxford
- Zeelenberg, M. (1999). Anticipated regret, expected feedback and behavioural decision making. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 93–106.

Appendix A

Enkät

Denna studie går ut på att undersöka människors inställning till att handla ekologiska varor. Om du väljer att medverka kommer du att få svara på olika frågor kring detta tema genom att markera olika alternativ i enkäten. Det är helt och hållet frivilligt att medverka i enkäten. Även om du initialt valt att medverka har du rätt till att när som helst avbryta ditt deltagande. Dina svar kommer att behandlas helt anonymt. Läs frågorna noggrant och var uppmärksam på att svarsalternativen ibland ändrar riktning.

Om du samtycker till att medverka klickar du Fortsätt

Sida 1

1. Jag tycker det är viktigt att vi bibehåller våra odlingsmarker obesprutade och fria från kemikalier

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

2. Jag upplever att min inkomst påverkar mängden ekologiska varor jag har möjlighet att konsumera

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

3. Det finns inget annat som hindrar mig att handla ekologiskt förutom min egen vilja

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

4. När jag handlar livsmedel och väljer ekologiska alternativ framför icke-ekologiska alternativ känner jag mig mer nöjd när jag lämnar butiken

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

5. Jag tycker att det är viktigt att djuren från svenska gårdar har bra livsvillkor trots att det medför att priset på djurrelaterade varor stiger

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

6. Finns det ekologiska alternativ med rimliga priser väljer jag alltid att handla det alternativet

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

7. Jag tror att om jag väljer ekologiska alternativ slipper flera individer som arbetar med livsmedelsproduktion att jobba med farliga kemikalier

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

8. Jag vill i den mån det går handla ekologiska alternativ

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

9. Jag väljer sällan att konsumera ekologiska varor

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

10. Jag har inte för avsikt att handla ekologiska varor regelbundet

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

11. Personer i min omgivning som står mig nära hade sett det positivt om jag konsumerade mer ekologiska varor

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

Sida 2/4

12. Av alla olika sätt man kan förbättra miljön tror jag att valet att handla ekologiska varor framför icke-ekologiska är det sättet som väger tyngst

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

13. Jag brukar alltid välja det ekologiska alternativet när jag handlar livsmedel

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte alls med Håller helt med

14. Jag tror det är bättre att handla ekologiska varor då jag anser att det kommer ha en positiv inverkan på miljön trots att jag bara representerar ett hushåll

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

15. Under de senaste tre månaderna har jag handlat någon ekologisk vara varje vecka

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

16. Oavsett om jag handlar ekologiska eller icke-ekologiska varor är valet helt och hållet upp till mig

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

17. Jag tycker det är viktigt att det värnas om djur och natur

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte alls med Håller helt med

18. Varje gång jag väljer ett ekologiskt alternativ framför ett icke-ekologiskt känner jag i efterhand att jag gjorde ett bra val

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte alls med Håller helt med

19. Jag tror att genom att handla ekologiska varor bibehåller vi odlingsmarkerna fria från kemikalier

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

20. Jag är rädd att jag ska få dåligt samvete om jag inte konsumerar ekologiska varor när möjligheten finns

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

21. Jag känner att jag får ett gott samvete om jag väljer att konsumera ekologiska varor när möjligheten finns

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

22. Jag tror att jag genom att handla fler ekologiska produkter kommer utsätta min kropp för en mindre mängd farliga kemikalier

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

23. Jag känner att jag har ekonomiska resurser till att handla ekologiskt gällande de varor som har ekologiska alternativ

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

Sida 3/4

24. Jag tycker att det är viktigt att personer som arbetar med livsmedelsproduktion slipper arbeta med farliga kemikalier när det finns andra alternativ

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

25. Jag skulle känna mer nöjd med en måltid som är tillagad på ekologiska råvaror, i den mån det går, än om jag skulle ha valt att tillaga den på icke-ekologiska alternativ

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

26. Min tanke är att handla ekologiskt i den mån det går

1 2 3 4 5 6 7
Håller inte alls med Håller helt med

27. Jag kommer inte göra en insats för att handla ekologiskt

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

28. Varje gång jag väljer bort ett ekologiskt alternativ till förmån ett icke-ekologiskt känner jag ofta i efterhand att borde ha valt det ekologiska

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte alls med Håller helt med

29. Jag tror att djuren på ekologiska gårdar har en mycket högre livskvalitet gentemot djuren på icke-ekologiska gårdar

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte alls med Håller helt med

30. Jag bryr mig inte så mycket om att jag får i mig en viss mängd kemikalier från livsmedel dagligen.

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

31. Jag skulle känna mig mindre nöjd efter att tillagat en måltid som endast bestod av icke-ekologiska råvaror när jag vet att ekologiska alternativ fanns

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

32. Personer i min omgivning som jag identifierar mig med tycker att det kvittar om man handlar ekologiska varor eller inte

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte alls med Håller helt med

33. Mina vänner anser att man borde handla ekologiskt även om det är det mindre ekonomiska alternativet

1 2 3 4 5 6 7

Håller helt med Håller inte alls med

34. Personer i min omgivning anser inte att en ökad konsumtion av ekologiska varor har positiva effekter på miljön

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

35. När jag handlar livsmedel och väljer ett icke-ekologiskt alternativ trots att det finns ekologiska alternativ får jag ofta dåligt samvete när jag lämnar butiken

1 2 3 4 5 6 7
Håller helt med Håller inte alls med

Sida 4/4

Kön

- Kvinna
- Man
- Övrigt:

Ålder

Sysselsättning

- Studerande
- Deltid/halvtidsjobb
- Heltidsjobb
- Arbetsökande
- Övrigt:

Tack för din medverkan. Ditt svar är registrerat.

Har ni några frågor eller önskar komma i kontakt med oss är ni välkommen att maila oss på:
bev11asc@student.lu.se