



Gjøre husholdningsatferd grønnere: Den offentlige politikens rolle

Sammendrag på norsk

- Husholdningers forbruksmønster- og atferd har en dyp innvirkning på naturressursene og miljøkvalitet. Som en følge av dette, har myndigheter introdusert en rekke tiltak for å oppmuntre folk til å tenke på miljøet når de kjøper og handler. Nylige initiativer inkluderer å fase ut hvitglødende lyspærer, introduksjon av etiketter som viser energitettelse for hus samt skatteinsentiver for å kjøpe kjøretøy som går på alternativt drivstoff.
- Samtidig som myndigheter fremmer strategier for å oppmuntre til mer miljøvennlige, bærekraftige forbruksmønstre, gir denne nye OECD-undersøkelsen ny innsikt i hva som virkelig fungerer og hvilke faktorer som påvirker folks atferd. Studien fokuserer på fem områder: husholdningers vannforbruk, energiforbruk, valg av personlig transport, forbruk av økologiske matvarer og avfall og gjenvinning.
- Denne publikasjonen presenterer hovedresultatene fra analysen av svarene på undersøkelsen, i tillegg til disse resultatenes politiske implikasjoner. Den er basert på svar fra 10 000 husholdninger i ti OECD-land: Australia, Canada, Tsjekkia, Frankrike, Italia, Korea, Mexico, Nederland, Norge og Sverige.

Det er viktig å tilby de riktige økonomiske insentivene

Resultatene bekrefter viktigheten av å tilby de rette insentivene for å anspore atferdsendringer. Undersøkelsen viser at prisbaserte insentiver oppmuntrer til sparing av vann og energi. For eksempel, husholdninger som blir belastet for deres forbruk basert på volumetrisk grunnlag, bruker omlag 20 % mindre vann enn de husholdningene som ikke belastes. I tillegg er det større sannsynlighet for at disse husholdningene vil installere vanneffektivt utstyr hjemme. På liknende måte økes resirkuleringsvolumet når husholdninger må betale for det blandede avfallet de genererer. Til slutt blir det funnet at høyere drivstoffkostnader reduserer antallet biler folk eier og bilbruk, noe som bekrefter resultater fra tidligere studier.

Dessuten antyder bevisene at effekten av å prise forbruk på volumetrisk grunnlag delvis er informerende - det gir et signal til husholdninger om forbruksnivå. Faktisk indikerer svarene på undersøkelsen manglende kunnskap blant respondenter om deres faktiske forbruk av vann og elektrisitet hvis forbruket ikke måles på husholdningsnivået. Måling av og introduksjon av en pris på forbruk av miljøressurser har en effekt på folks beslutningsprosesser, selv om prisen er veldig lav. Dette tyder på at nylige kampanjer for å gi informasjon til forbrukere ved å installere måleapparater som viser nøyaktig informasjon om energiforbruk i hjemmet i sanntid, vil selv med lave priser ha en viss innvirkning på husholdningers beslutninger.

Generelt sett antyder resultatene at introduksjon av prisbaserte tiltak og endring av relative priser (for elektrisitet, vann, drivstoff eller avfallshåndteringstjenester) er nødvendig hvis utslipp skal reduseres og naturressurser skal konserveres.

Informasjon og opplæring spiller en viktig utfyllende rolle

I tillegg til den betydelige rollen prisbaserte tiltak spiller, antyder resultatene fra undersøkelsen at "mykere" virkemidler basert på tilbudet om informasjon til kunder og opplæring av offentligheten, kan ha en viktig utfyllende rolle for å anspore endringer på etterspørselssiden. Resultatene som ble hentet inn tyder på at rollen av myke politiske virkemidler er av større betydning enn det tidligere vurderinger av virkemidler har funnet.

Studien legger særlig vekt på rollen miljømessig bevissthet og husholdningers omtanke for miljøet spiller, og innvirkningene dette har på beslutningsprosesser. Det er mer sannsynlig at respondenter som uttrykker en spesiell omtanke for miljøet i forhold til andre problemer, vil slutte seg til praksiser og gjøre investeringer som reduserer miljøpåvirkninger. For eksempel, miljøbevissthet er en hoveddriver for vannsparende atferd og reduserer sannsynligheten for å eie en bil. Bekymring for miljøet har også en innvirkning på etterspørselen etter energieffektive apparater og fornybar energi, i tillegg til graden av avfallsresirkulering og beslutninger om å forbruke økologiske matvarer. I noen tilfeller kan effektene være indirekte. For eksempel, resultatene indikerer at bekymring for generering av fast avfall har en negativ innvirkning på sannsynligheten for å drikke flaskevann.

Dette tyder på at en viktig rolle for myndigheter kan være å støtte opp om informasjonskampanjer for å øke folks miljøbevissthet, og dermed oppnå atferdsendringer. Økt bevissthet om miljøpåvirkninger og forbruksvalg kan også øke den politiske aksepten for tiltak, som igjen legger til rette for implementeringen. Når de er på plass, kan håndhevingskostnader også reduseres siden det er mer sannsynlig at politikken blir sett på som berettiget av husholdninger.

I tillegg til effekten av respondentenes bevissthet og bekymring om miljøproblemer, legger dette arbeidet mer generelt vekt på rollen til folks sosiale og miljømessige normer. Politikk kan ha en innvirkning på normer, for eksempel på hvordan vi ser det miljømessige godet som skal beskyttes av myndighetstiltak. Dette illustreres med husholdningers villighet til å betale for resirkuleringsprogram. Resultatene tyder på at indre motivasjoner, slik som en følelse av borgerplikt, spiller en viktig rolle i å forklare vår gjenvinningsinnsats. Som sådan må beslutningstakere ta hensyn til effekten av de ulike politiske tiltakene med tanke på individers underliggende normer. Det kunne med fordel gjennomføres videre arbeid på forholdet mellom normer, politiske virkemidler og husholdningsbeslutninger.

Selv om forbrukere er bekymret over de miljømessige effektene av sine kjøpsbeslutninger og har sterke miljømessige normer, er det ikke sikkert de har tilgang til informasjonen de trenger for å handle tilsvarende. Resultatene legger også vekt på viktigheten av å oppgi informasjon om produktkarakteristikker slik at de kan ta informerte beslutninger. Miljømerking må være tydelig og forståelig, og tiltak som oppmuntrer til enkel identifisering

og forståelse av miljømerking vil sannsynlig være mer effektive. At folk stoler på informasjonen de får (og hvor informasjonen kommer fra) er også sentralt med tanke på hvor effektiv informasjonen er.

Dessuten viser det seg at etiketter er spesielt effektive hvis de identifiserer både "offentlige" og "private" fordeler. Det er større sannsynlighet for at folk vil følge miljømerking hvis de miljømessige fordelene eksisterer side om side med mer direkte personlige fordeler for forbrukeren, slik som lavere strømregning som følge av energisparende atferd. De personlige helsefordelene som mange respondenter knytter til forbruk av økologisk mat er et annet eksempel. Miljømerking kunne utnytte potensialet for slike private fordeler i større grad, spesielt siden folks villighet til å betale for bedre miljøkvalitet ofte er begrenset.

Operere på tilbudssiden for å utfylle tiltak på etterspørselssiden

Selv om det er avgjørende å oppmuntre husholdningers etterspørsel for miljøkvalitet gjennom priser og informasjon, kan tilbudet om miljømessige, offentlige tjenester på tilbudssiden også være en viktig komponent. Tiltak som innsamlingstjenester for resirkulerbare materialer, offentlig transport, eller kraftforsyningens særpreg, er også tydelig viktig. Faktisk viser resultatene at tiltak på tilbudssiden har en tendens til å ha større effekt på individuell atferd når de implementeres i kombinasjon med investeringer i miljøtjenester. For eksempel, undersøkelsen bekrefter at tilgang til offentlig transport har en effekt på hvor mange biler folk eier og hvor mange kilometer de kjører. Dessuten har det vist seg at tilstedeværelsen av og kvaliteten på innsamlingstjenester for resirkulerbart materiale øker både deltakelse i gjenvinning og hvor intenst folk deltar, og resirkuleringsnivået er høyest når husholdninger har tilgang til innsamlingstjenester hvor avfallet hentes på døren.

Det er imidlertid spesielt viktig å huske på kostnadene knyttet til anskaffelse av en slik infrastruktur. For eksempel øker folks bruk av offentlig transport betraktelig hvis den nærmeste holdeplassen ikke er mer enn 5 minutter unna boligen deres. Samtidig kan det være overmåte kostbart å øke tettheten på offentlig transport i en slik grad. Når det gjelder avfall, kan et leveringsopplegg være mindre effektivt med tanke på resirkuleringsnivå enn et opplegg hvor avfallet hentes på døren, men sistnevnte vil sannsynligvis koste mye mer med tanke på tjenestetilbudet.

Undersøkelsen indikerer at myndigheter kan måtte gjøre spesielt stor bruk av tiltak på tilbudssiden i områder hvor miljøvennlige beslutninger har en tendens til å være lite drevet av husholdningsetterspørsel. For eksempel, det ser ikke ut som om folk er villige til å betale veldig mye mer for å bruke "grønn" energi, slik som vind- eller solkraft isteden for konvensjonell energi. Dette er i tråd med resultatene fra tidligere studier. Faktisk er relativt få husholdninger villige til å betale mer enn 5 % mer enn deres nåværende strømregning, og nesten halvparten av dem ville ikke betale noe ekstra. På liknende måte vil folk ikke betale en betydelig høyere pris for å spise økologisk mat i forhold til vanlige alternativ - generelt sett mindre 15 %. Totalt sett er 30 % av respondentene ikke villige til å betale ekstra for økologisk mat.

Dette innebærer at underliggende husholdningsetterspørsel for miljøkvalitet neppe vil være nok til å nå ambisiøse politiske mål. Dessuten vil tiltak på etterspørselssiden ha en betydelig rolle å spille hvis det er signifikante politiske begrensninger med tanke på introduksjon av tiltak som øker miljøskadelig atferd og forbruk i tilstrekkelig grad.

Det er av betydning å bruke en blanding av virkemidler til å ansopre atferdsendring

Resultatene fra undersøkelsen gir nyttig innsikt om under hvilke vilkår det kan være nødvendig å kombinere virkemidler for å øke tiltakseffektiviteten. Den kombinerte bruken av markedsbaserte virkemidler, informasjonsbasert politikk og tilbudssidetilbud er diskutert ovenfor.

I tillegg, ved implementering av policy-pakker rettet mot å endre husholdningsatferd, er det avgjørende å huske på at husholdninger muligens vil justere atferd etter at det har gått en del tid. Det er spesielt viktig å ta i betraktning denne forsinkede reaksjonsevnen til prisinsentiver når man går i gang med visse miljøproblemer hvor forbruk blir påvirket av valg knyttet til investeringer i kapitalvarer (slik som husholdningsmaskiner- og apparater eller kjøretøy), og til og med husholdningers lokalitet og særpreg. Den kortsiktige responsen kan være begrenset til at husholdninger tilpasser deres beholdning av varige forbruksvarer og livsstil, og ulike tiltak kan gi insentiver på ulike beslutningspunkter. Noen tiltak (priser) kan ha en større innvirkning på forbruk, mens andre (etiketter) i hovedsak kanskje vil ha en effekt på investeringsbeslutninger. Dette understreker hvordan virkemidler på nyttig vis kan utfylle hverandre.

I andre tilfeller kan det være effektivt for beslutningstakere å introdusere komplimenterende politiske tiltak når markedsbarrierer og markedssvikt motvirker spesielle typer investeringer som demper negative miljøpåvirkninger. For eksempel, fordelene ved å investere i isolering vil sannsynligvis være mye mindre for leieboere enn selveiere. I

utleieboliger vil utleieren ha få insentiver til å foreta slike investeringer siden disse i hovedsak vil komme leieboeren til gode med lavere strømgning. På samme måte vil leieboere ha lite insentiv til å investere i en eiendom de ikke eier, spesielt hvis de ikke har planer om å bo der lenge. Offentlige inngrep i utleiemarkedet kan lette slike barrierer, men må utformes med omhu.

Anerkjenne variasjon og målretting mot spesifikke grupper

Resultatene fra undersøkelsen viser betydelig variasjon i miljøatferd og mottagelighet for politiske tiltak blant ulike befolkningssegmenter. For eksempel er mottakeligheten for avfallspolitikk avhengig av om husholdningen befinner seg i landlige eller urbane omgivelser, så vel som husholdningstype. I mange tilfeller reflekterer slike variasjoner kostnadsulikheter og preferanser på tvers av befolkningen, og er ikke nødvendigvis direkte relatert til politiske tiltak. Spesielt må kostnadene ved målretting av tiltak huskes på når tiltakseffektiviteten vurderes. I noen tilfeller er det mulig at fordelene ikke er nok til å rettferdiggjøre den ekstra kostnaden.

Resultatene fra undersøkelsen gav derimot noen nyttige innsikter med tanke på identifisering av de spesifikke gruppene informasjonen, og informasjonskampanjer bør rettes mot. Demografiske og sosioøkonomiske særpreg (alder, utdanning og annet) kan brukes til å presisere bestemte befolkningssegmenter som politiske tiltak vil være mest effektive for. For eksempel, informasjonskampanjer for å endre valg av personlig transport vil være mest effektive hvis de rettes mot grupper med større bilbruk: menn, de middelaldrende samt de med høyere inntekter og utdanning. Til slutt understreker dette arbeidet de betydelige utfyllende rollene politiske tiltak som ikke er miljøorienterte kan ha, slik som inntektsfordeling som henvender seg mot fordelingsmessige spørsmål eller boligpolitikk.

Dessuten vil mye miljøpolitikk sannsynligvis ha negative distribusjonsmessige innvirkninger, og undersøkelsen presenterer bevis i denne forbindelse, spesielt med tanke på boligens vannforbruk. Lavinntektshusholdninger er sannsynligvis de som vil bli mest negativt påvirket av økte vannavgifter siden de proporsjonalt bruker to ganger så mye penger på vann som høyinntektshusholdninger. Når det introduseres tiltak som henvender seg mot mulige ulikheter mellom inntektsgrupper, må beslutningstakere sørge for at tiltakets økonomiske og miljømessige effektivitet opprettholdes.

Analyser av miljøpolitikk fra tilbudssiden får mer oppmerksomhet fra myndigheter, med slike spørsmål som husholdningers bruk av miljøoppfinnelser. Neste runde av OECDs husholdningsundersøkelse vil bli utført ut i 2011, med mål om å identifisere endringer i folks holdninger til miljøet. Undersøkelsen vil også undersøke måter å fremme grønn vekst samt utviklingen av en lavkarbon økonomi.

© OECD

Denne oppsummeringen er ingen offisiell OECD-oversettelse.

Denne oppsummeringen kan reproduseres hvis OECDs copyright og originalens tittel angis.

Flerspråklige oppsummeringer er oversatte utdrag av OECD-publikasjoner opprinnelig utgitt på engelsk og fransk.

Disse er gratis tilgjengelige på OECDs Online Bookshop www.oecd.org/bookshop

For ytterligere informasjon, ta kontakt med OECD Rights and Translation unit, Public Affairs and Communications Directorate, rights@oecd.org eller per faks: +33 (0)1 45 24 99 30.

OECD Rights and Translation unit (PAC)
2 rue André-Pascal, 75116
Paris, France

Besøk vårt nettsted www.oecd.org/rights/

