

| | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNINA9910465083603321 |
| Titolo | Nudging for hållbar konsumtion av elektronikprodukter : beteende vid kop och användning av elektronik, med en pilotstudie om nudging for hållbar konsumtion av mobiltelefoner bland ungdomar // Amanda Stefansdotter [and three others] |
| Pubbl/distr/stampa | Kobenhavn, [Denmark] : , : Nordisk Ministerrad, , 2016 ©2016 |
| ISBN | 92-893-4494-6 92-893-4495-4 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (131 p.) |
| Collana | TemaNord, , 0908-6692 ; ; 2016:511 |
| Disciplina | 658.84 |
| Soggetti | Telemarketing Cell phones Consumption (Economics) Electronic books. |
| Lingua di pubblicazione | Swedish |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | Description based upon print version of record. |
| Nota di bibliografia | Includes bibliographical references. |
| Nota di contenuto | Kolofon; Innehåll ; Ordlista ; Förord ; Sammanfattning ; Ökad konsumtion av elektronik ; Konsumentinriktade insatser för att motverka utvecklingen ; Nudging för hållbar konsumtion ; Teoretisk potential för nudging ; Pilotstudie om nudging för hållbar konsumtion av mobiltelefoner ; Mobilmarknadens struktur hindrar eventuellt användning av nudging ; Policyrekommendationer ; 1. Introduktion - hållbar konsumtion av elektronik ; 1.1 Konsumtion av elektronikprodukter ökar ; 1.2 Hållbar konsumtion kräver minskade mängder elektronikavfall ; 1.3 Allt fler insatser riktas mot konsumenter 1.4 Beteendeekonomin erbjuder möjlighet till bättre fungerande styrmedel 2. Teoretiska och praktiska insikter från beteende ekonomi för en mer hållbar elektronikkonsumtion ; 2.1 Traditionella styrmedel för hållbar konsumtion är utformade för rationella konsumenter ; 2.2 Varför beter vi oss inte alltid som ekonomerna tror? ; 2.2.1 "Förutsägbart irrationella" beteenden vid elektronikkonsumtion ; 2.3 Nudging kan användas för att hjälpa konsumenter göra hållbara val för |

elektronikkonsumtion ; 2.3.1 Användning av nudging ; 2.4 Nudging
snarare ett komplement än en helhetslösning

3. Experiment av konsumtion av mobiltelefoner bland unga 3.1

Beteendekartläggning ; 3.1.1 Miljömedvetenhet vid köp av mobiltelefon
; 3.1.2 Innehav av mobiltelefon - äga eller hyra? ; 3.2 Sammanfattande
slutsatser från beteendekartläggningen ; 3.3 Två experiment ; 3.4
Nudging för ökad reparation och köp av begagnade telefoner ; 3.4.1
Resultat: nudging kan potentiellt ha stor effekt ; 3.5 Decoy-effekten för
ökad leasing och köp av "gröna" telefoner ; 3.5.1 Resultat: Decoy har
effekt på leasing men inte gröna telefoner ; 4. Slutsatser och
policyimplikationer

4.1 Övergripande observationer och generella rekommendationer kring
nudging för hållbar konsumtion 4.1.1 Nudging som del av ett större
styrmedelspaket ; 4.1.2 Nudging används idag endast i liten skala -
mer kunskap skulle kunna öka intresset ; 4.2 Observationer och
rekommendationer angående nudging och mobiltelefonmarknaden ;
4.2.1 Potentiellt stor effekt av nudging för ungdomars konsumtion av
mobiltelefoner ; 4.2.2 Marknadens struktur hindrar eventuellt
användning av nudging ; Referenser ; English summary ; Increased
consumption of electronic goods

Consumer oriented instruments to counteract the development

Nudging for sustainable consumption ; There is theoretical potential for
nudging ; Pilot study of nudging and sustainable consumption of
mobile phones ; Market structure might prevent the use of nudging ;
Policy recommendations ; Bilaga A - Beteenden relevanta för hållbar
konsumtion av elektronik ; Bilaga B - Intervjuer, praktiska insikter om
beteendekonomi och elektronikkonsumtion ; Generella intervjufrågor
(anpassat efter intervjuperson)

Bilaga C - Frågeformulär i pilotstudie av nudging för hållbar
mobiltelefonkonsumtion hos unga
