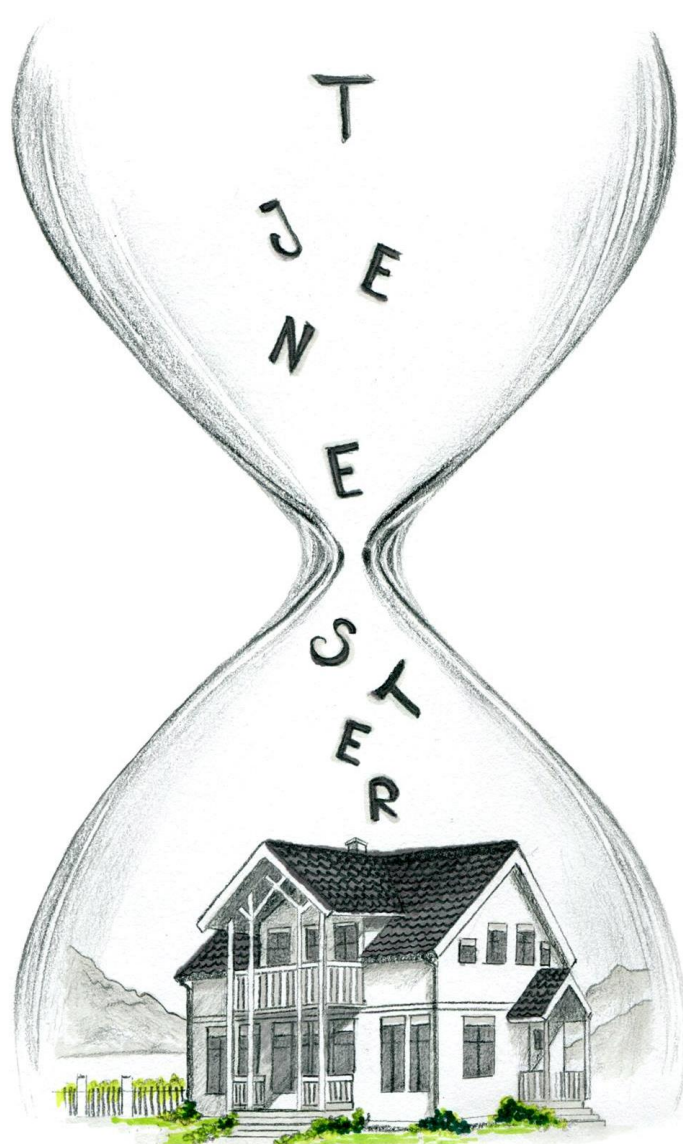


Sammenhengen mellom tidsklemmen og kjøp av tjenester



“Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger”.

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende del av vår bachelorutdannelse i markedsføring og salgsledelse ved Høyskolen Kristiania. Prosessen frem til ferdigstillelse har vært krevende, men samtidig veldig interessant og lærerik. Gjennom arbeidet har vi selv fått kjent på tidsklemmen, og hvordan vi selv verdsetter vår tid altfor lite.

Vi vil rette en stor takk til vår veileder Runar Døving som har vært til stor hjelp gjennom hele prosessen. Med hans mangfoldige kompetanse og evne til å tenke utenfor boksen, har vi hatt mange interessante samtaler og diskusjoner. Dette har gjort at vi har vokst som studenter, og lært å tenke som enkeltindivider, noe vi ser på som en positiv erfaring å ta med seg ut i arbeidslivet. Sist, men ikke minst vil vi takke alle våre informanter som har vært villige til å dele sin hverdag med oss. I tillegg vil vi også takke Anine Gluza som har designet den flotte forsiden vår.

Med dette ønsker vi dere god lesning...

Oslo. 24 Mai. 2016

985882, 985726, 202759

Sammendrag

Den moderne husholdningen har mange oppgaver og aktiviteter som må gjennomføres i løpet av de 24 timene vi har til rådighet hver dag, dette kan lede dem inn i tidsklemmen. Men er realiteten at småbarnsforeldre er så preget av tidsklemma at de benytter seg av tjenesteutsetting av oppgaver i hjemmet? Samfunnet vi lever i er i aller høyeste grad dynamisk og stadig i endring, hele tiden på jakt etter nye løsninger som kan gjøre hverdagen enklere for forbrukerne.

Formålet med oppgaven ble på bakgrunn av dette å undersøke tjenester i hjemmet, som fokuserer på å spare tid for den moderne familien. Dette genererte problemstillingen: *“Er det noen sammenheng mellom tidsklemmen og kjøp av tjenester i hjemmet?”*. Med utgangspunkt i problemstillingen gjennomførte vi en kvalitativ undersøkelse. Der vi gikk induktivt til verks og gjennomførte åtte dybdeintervjuer, som ga oss en dypere forståelse av fenomenet.

Under analyse- og tolkningsprosessen selekterte vi den relevante teorien med hensyn til funnene fra datamaterialet. Med dette datamaterialet så vi at teorien om det komparative fortrinn, og The Theory of Reasoned Action ble de to sentrale teoriene i oppgaven. Hovedfunnene i undersøkelsen antyder at informantene i mange tilfeller hadde et økonomisk perspektiv til de ulike tjenestene, uansett om holdningen var positiv eller negativ. I denne sammenhengen så vi tendenser til at kjønnsroller og prissensitivitet var en påvirkning i tillegg til det økonomiske perspektivet.

En annen viktig påvirkning til kjøp av tjenester er subjektive normer, også omtalt som sosial aksept. Funnene kan i tråd med Theory of Reasoned Action tyde på at sosial aksept har en sterkere påvirkning enn holdningen til de ulike tjenestene, men allikevel ikke den direkte årsaken til et kjøp. Vi antok at stress kunne bli et sentralt tema i henhold til at stress ofte blir brukt som et synonym for tidsklemmen. Funnene tyder derimot på at det er en diskrepans mellom opplevd stress og tidsbruk blant informantene. Allikevel påpeker informantene at de opplevde *“morgenhelvete”* som den mest hektiske tiden av døgnet.

På bakgrunn av funnene og refleksjonen vi har gjort i vår oppgave, kan dette bidra til å belyse aspekter bak kjøp av tjenester i hjemmet hos småbarnsfamilier.

INNHALDSFORTEGNELSE

1.0 INNLEDNING	5
1.1 Bakgrunn for valg av problemstilling	5
1.2 Avgrensninger	6
2.0 DEFINISJONER	7
2.1 Tidsklemmen	7
2.2 Tjenester	8
Figur 2.2.1 Oversikt over de utvalgte tjenestene	8
3.0 TEORI	10
3.1 Komparative fortrinn	10
3.2 The Theory of Reasoned Action	11
4.0 METODE	15
4.1 Valg av metode	15
4.2 Forskningsdesign	16
4.3 Fenomenologisk analyse	16
4.4 Utvelgelse av informanter	17
Figur 4.4.1 Illustrasjon av livsløpsmodellen	18
4.5 Utforming av intervjuguide	19
4.6 Fremgangsmåte og gjennomføring av dybdeintervjuer	20
4.7 Etske perspektiver	21
4.8 Evaluering av intervjuene	22
4.9 Svakheter ved metoden	23
5.0 ANALYSE	24
5.1 Holdning til pris	25
5.2 Holdning til tjenesten	26
5.3 Sosial aksept	28
5.4 Tidsbruk	31
Figur 5.4.1 Egen illustrasjon av informantenes tidsbruk	32
6.0 OPPSUMMERING AV FUNN	35
7.0 AVSLUTNING	36
7.1 Svakheter og feilkilder	36
7.2 Konklusjon	37
7.3 Videre forskning	39
8.0 LITTERATURLISTE	41
9.0 VEDLEGG	45-56

1.0 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn for valg av problemstilling

At samfunnet vi lever i hele tiden endres, og er under utvikling er ingen nyhet. Produkter og tjenester er stadig under forbedring for å oppnå økt effektivitet for forbrukerne, og stimulere etterspørselen i det moderne samfunnet. Den offentlige debatten betegner “tidsklemmen” som den moderne familiens regnestykke, som ikke går opp på grunn av dårlig balanse mellom jobb og privatliv. Dette regnestykket har ført til økt fokus på å utnytte de 24 timene vi har til rådighet til å oppnå så mye som mulig. Den teknologiske utviklingen har på mange måter bidratt med å effektivisere mange av disse oppgavene. Den såkalte ubalansen henger naturligvis sammen med revolusjonen av yrkesaktive kvinner, som nå får mindre tid til oppgavene de opprinnelig hadde i hjemmet. Noe som resulterer i at “tiden ikke strekker til” - et synonym ofte brukt i forbindelse med tidsklemmen (Ellingsæter 2005, 298).

Tidsklemmen har blitt et dagsaktuelt tema som i flere sammenhenger har blitt omtalt som en folkesykdom for den moderne generasjonen. På den andre siden mener noen at tidsklemmen er selvforskyldt fordi vi setter så høye krav til oss selv, og det å være optimal på alle områder. Samtidig med debatten om tidsklemmen, er det mye mediedekning rundt veksten av tjenester i hjemmet, som for mange vil kunne være en løsning på den opplevde tidsklemmen. Hensikten med vår oppgave ble derfor å undersøke den omtalte veksten i tjenestemarkedet, spesielt med fokus på tjenester i hjemmet som har som hensikt å spare tid for den travle moderne familien. Disse tankene resulterte i følgende problemstilling:

“Er det noen sammenheng mellom tidsklemmen og kjøp av tjenester i hjemmet”.

For å kunne besvare problemstillingen på best mulig måte ønsket vi å formulere noen veiledende forskningsspørsmål som vi skal besvare gjennom oppgaven.

F1: Er det slik at personene med de objektive kriteriene for å befinne seg i tidsklemmen faktisk opplever den?

F2: Hvordan kan kjøp av tjenester hjelpe folk ut av tidsklemmen?

F3: Hvilken innvirkning har sosial aksept på kjøp av tjenester?

Med bakgrunn i problemstillingen og disse forskningsspørsmålene valgte vi informanter som passet de objektive kriteriene til å befinne seg i tidsklemmen. Som i denne oppgaven har blitt avgrenset til småbarnsforeldre med barn under 12 år. I etterkant av undersøkelsen vil det kunne gi oss et inntrykk av hvor utbredt dette fenomenet er blant småbarnsfamilier i dag, og hvordan deres forhold til slike tjenester er. Resultatene kan tenkes å ville bidra til forståelse av atferden til målgruppen, og kan potensielt bidra til mer effektiv markedsføring i fremtiden.

1.2 Avgrensninger

Det har vært nødvendig å gjøre noen avgrensninger i forhold til oppgaven, naturligvis på grunnlag av begrenset ressurser og tid, men også fordi det eksisterer mye litteratur rundt de teoretiske perspektivene vi undersøker. Våre avgrensninger ble derfor som følger:

- Utvalget ble avgrenset til småbarnsfamilier som passet innenfor de objektive kriteriene for å befinne seg i tidsklemmen på bakgrunn av problemstillingen, men også fordi flertallet av debattene om tidsklemmen omhandlet småbarnsfamilier.
- Vi har valgt å vektlegge de teoretiske aspektene som kom frem i datainnsamlingen, med utgangspunkt i sentral økonomisk teori og Theory of Reasoned Action. På bakgrunn av omfang og tid vil det derfor være andre relevante temaer og perspektiver som ikke blir berørt i denne oppgaven. Det betyr ikke at annen teori ikke er relevant, men at det teoretiske omfanget måtte begrenses.
- Videre var det nødvendig å avgrense omfanget av tilgjengelige tjenester. Det ble derfor avgrenset til tjenester som konsumeres og forbrukes i forbindelse med hjemmet. Funnene vil derfor ikke kunne representere andre tjenester som er tidsbesparende utenfor hjemmet.
- Småbarnsforeldre som befinner seg i tidsklemmen lever i en travel hverdag, og befinner seg på mange ulike arenaer. På bakgrunn av det benyttet vi oss av bekjenskaper og eget nettverk for å finne aktuelle informanter.

2.0 DEFINISJONER

2.1 Tidsklemmen

Det var på 1980-tallet at ordet “tidsklemmen” først ble tatt i bruk, og ble da brukt for å beskrive den hektiske hinderløypen et ektepar med to jobber og barn opplevde i dagliglivet (Eriksen 2003). Tidsklemme har blitt den norske betegnelsen som er en oversettelse fra det engelske begrepet “time squeeze” (Ellingsæter 2005, 299). I Eriksen sin artikkel “fanget av hastighet” beskriver han tidsklemmen som en tid preget av generell oppjagethet, rastløshet og forventning om høy og allsidig ytelse på mange områder samtidig (2003, 36).

Opprinnelig ble begrepet “livsfaseklemme” som senere ble betegnelsen tidsklemmen, brukt for å beskrive ubalansen mellom familiens inntekter og utgifter. I senere tid ble det brukt av Oppenheimer, for å forklare yrkesdeltagelsen fra kvinner (Ellingsæter 2005, 299). Den økte yrkesdeltagelsen førte til at kvinner bidro mer økonomisk til familien, men det resulterte også i mindre tid til husholdningsoppgaver i hjemmet.

På bakgrunn av større yrkesdeltagelse økte familieinntektene, som førte til økt materiell velferd i Norge. Dette førte igjen til at småbarnsforeldre fikk bedre økonomi og penger var ikke lenger et knapphetsgode, og ble erstattet med et nytt knapphetsgode - nemlig tid (Ellingsæter 2005, 299). Og det viste seg at det nye knapphetsgodet spredte seg på verdensbasis. Forskning gjort i en rekke land, blant annet USA, Tyskland og Japan viser at i teknologisk avanserte land opplever man i større grad å føle tidspress hele tiden. I kontrast med mindre teknologisk avanserte land slik som Latin-Amerika og i noen Afrikanske kulturer (Szollos, 2009).

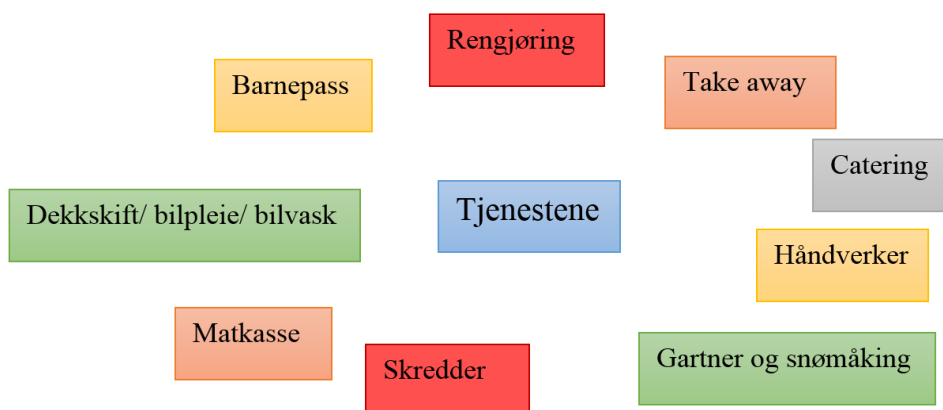
Eriksen skriver i sin bok “Tyranny of the moment” at den mer fleksible arbeidstiden har gjort at vi mister fleksibilitet i det private (2001, 150). Noe som henger sammen med at begrepet tidsklemmen tar for seg den subjektive opplevelsen av tid, fremfor det faktiske tidsbruket (Ellingsæter 2005). Dette støttes opp av boken *Time: The modern and Postmodern Experience* av Nowotny fra 1994 (sitert i Szollos 2009), som påpeker at bakgrunnen for følelsen av dårlig tid kan komme av at det har nærmest blitt et statussymbol å ha en hektisk livsstil.

2.2 Tjenester

Tjenester har allerede blitt benyttet i godt over 2000 år, men da som bytting av tjenester eller andre former for betaling. Det er de siste årene vi ser en endring i dette markedet, hvor det nå er flere selskaper som tilbyr tjenester som tidligere ble tilbudt som byttetjenester gjennom relasjoner som venner og familie (Chesbrough 2011, 32). I boken “Service Marketing” beskriver Alan Wilson tjenester i all enkelhet som gjerninger, prosesser og presentasjoner. Denne definisjonen har fått en mengde kritikk for sin unøyaktige beskrivelse, og det har i etterkant blitt utarbeidet mer konkrete definisjoner (2012, 5). I senere tid har Wilson utviklet definisjoner som beskriver tjenester mer som en form av et “produkt” som skal selges.

Alle økonomiske aktiviteter som blir solgt som et ikke- fysisk produkt eller konstruksjon, som blir konstruert på stedet, og gir økt verdi til kundene i former som bekvemmelighet, fornøyelse, aktualitet, komfort og helse, som i hovedsak er immaterielle bekymringer forbrukere har (Wilson 2012, 5).

Vi har i denne oppgaven ønsket å definere tjenester som et ikke-fysisk produkt som kun klassifiseres som en tjeneste i det den blir betalt for. I tillegg til dette har vi valgt å avgrense oppgaven til å ta tjenester som kan benyttes i hjemmet eller tjenester som opprinnelig ble gjort hjemme, men som nå kan settes bort. Under i figur 2.2.1 har vi en oversikt over tjenestene vi mente var mest relevante, for å avdekke om det finnes noen sammenheng mellom kjøp av tjenester og tidsklemmen.



Figur 2.2.1 Oversikt over de utvalgte tjenestene

Disse ni tjenestene er det vår oppgave kommer til å ta utgangspunkt i, men det kan tenkes at det er andre tjenester som gjøres i hjemmet som også hadde vært relevante for vår oppgave. Allikevel har vi valgt ut disse kjernetjenestene som vi føler dekker et spekter av tjenester som tilbys til forbrukere på tjenestemarkedet i dag.

3.0 TEORI

3.1 Komparative fortrinn

Prinsippet om komparative fortrinn blir ofte brukt i samfunnsøkonomisk teori for å forklare markedstilpasningen mellom bruk av ressurser og produksjon (Munthe 2015). Ifølge økonomisk teori om komparative fortrinn argumenteres det for at det ville være rasjonelt å markedsutsette tjenester, så lenge den alternative anvendelsen av tid og ressurser gir høyere avkastning (Undheim, Døving og Tronstad Moe 2015). Det økonomiske utgangspunktet tilsier at vi som mennesker hele tiden handler som rasjonelle og nyttemaksimerende vesen, betegnet som “det økonomiske mennesket” (Lem Hartvigsen 2012). Rent teoretisk argumenteres det derfor som lønnsomt for deg å betale andre for å gjøre en oppgave, som for eksempel å vaske huset eller hente barn, fordi det representerer en mulighetskostnad. Dette betyr at hver time av disse “ikke produktive” oppgavene representerer en mulighet for å anvende tid og ressurser på noe som utgjør større verdi (Undheim, Døving og Tronstad Moe 2015).

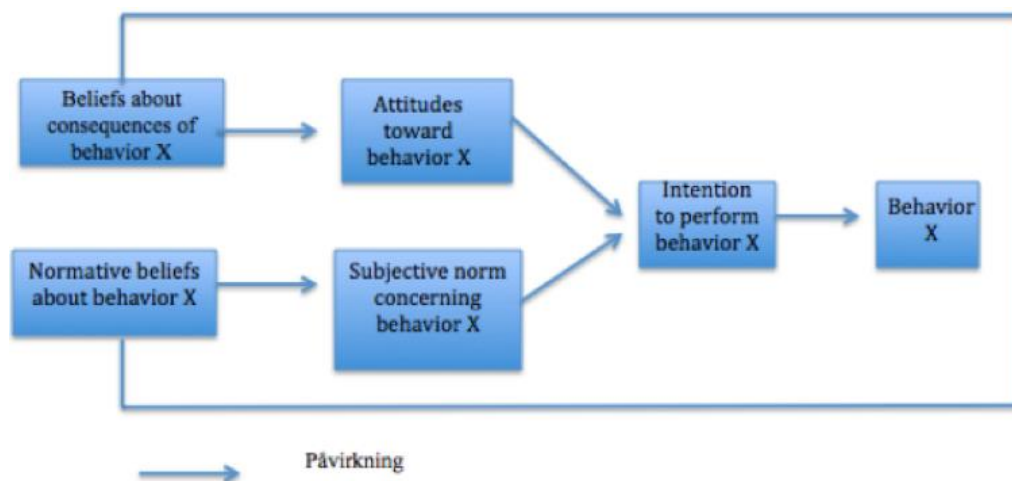
I forbindelse med vårt tema tidsklemmen, der tid blir omtalt som knapphetsressursen, vil derfor teorien om komparative fortrinn knyttet til tjenesteutsetting i hjemmet være sentral. Tjenesteutsetting i hjemmet representerer muligheter for alternativ anvendelse av tid, og derfor rent teoretisk burde grupper i samfunnet som opplever tidsklemmen, benytte seg av slike tilbud dersom de har økonomisk mulighet. Selv om teorien om komparative fortrinn og det økonomiske mennesket ofte blir brukt som utgangspunkt for å forklare økonomiske fenomen er teorien kritisert for å ikke ta høyde for at vi mennesker er påvirket av andre parametere. Slik som grad av rasjonalisme, samt sosiale og moralske hensyn. Antagelsen om at mennesker har andre økonomiske motiver når de tar valg utover egeninteresse er det som i hovedsak skiller den standard økonomiske teorien fra atferdsøkonomien (Cappelen og Tungodden 2012).

Likevel tror vi at den generelle oppfatningen som Eriksen skriver om i «fanget av hastighet» om forventningene om høy og allsidig ytelse på mange områder stemmer. Samtidig som den får den moderne familien til å ty til tjenester som gjør at den alternative anvendelsen av tiden kan brukes på andre områder enn husholdningsoppgaver, matlaging og liknende.

Undersøkelser som støtter opp under atferdsøkonomiens ståsted er gjort i forbindelse med holdninger til tjenester som i dag kan tjenesteutsettes. Undersøkelsen viste at holdningen til å kjøpe enkelte tjenester var negativ fordi det blant annet handlet om sosial aksept og moral. (Undheim, Døving og Tronstad Moe 2015). Dette underbygger atferdsøkonomiens ståsted om at holdninger kan ha en påvirkning i hvordan vi vurderer objekter som fordel eller ufordelaktig. Likevel har ikke holdninger alltid en direkte effekt på atferd (Samuelsen og Olsen 2007), noe som støtter opp under antagelsene til Undheim, Døving og Tronstad Moe (2015). Det avhenger av holdningsstyrke og refleksjon hos personen (Samuelsen og Olsen 2007), og det kan derfor være en mulighet for at man sier én ting, men gjør noe annet, basert på konteksten, usikkerhet og press fra andre.

3.2 The Theory of Reasoned Action

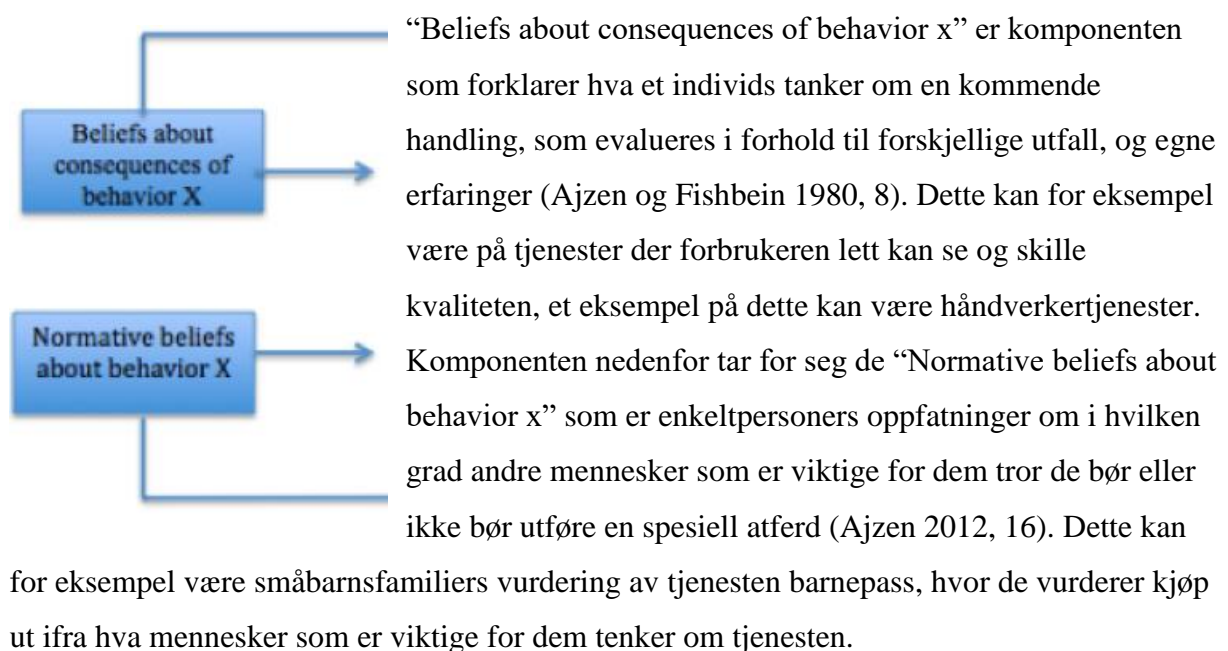
For å kunne avdekke flere aspektet og sider av problemstillingen tok vi i bruk The Theory of Reasoned Action, forkortet som TRA. Teorien er ofte brukt i forbindelse med sosiale studier om forbrukeratferd, der man ønsker å forklare forbrukeres intensjoner og atferd. For å videre kunne identifisere når, og hvor man skal treffe forbrukere for å endre atferd (Sheppard, Hartwick og Warshaw 1988, 325). Vi tok i første omgang utgangspunkt i teorien om komparative fortrinn, men så i løpet av analysen at det lå mer enn det økonomiske perspektivet bak informantenes svar. Vi så at TRA kunne være med å forklare de andre drivkreftene til kjøp av de utvalgte tjenestene, som det komparative fortrinn ikke kunne avdekke. Nedenfor ser man en illustrasjon av TRA modellen. Vi vil nå ta for oss de ulike komponentene, og forklare hvordan teorien gjør seg gjeldende.



Figur 3.2.1 En illustrasjon av TRA modellen (Kilde: Fishbein og Ajzen 1975, 16)

Modellen består av fire ledd, hvor hvert av leddene fører til en endring i leddet etter. Dette betyr at intensjonen til en handling er et resultat av holdningen og de subjektive normene. Det som er interessant med denne teorien er at ifølge Nina Ronæs kan den subjektive normen ved enkelte tilfeller være sterkere enn forbrukerens egne holdninger (2011, 37). Med bakgrunn i at Fishbein og Ajzen hevder at mennesker ønsker en atferd som gir dem muligheten til å ta et valg som fremmer dem selv. Dette valget må derfor være i samsvar med andres menneskers forventninger (1975, 308-309).

De ulike komponentene



Det neste leddet i modellen tar for seg holdninger (Attitude towards behavior x) og subjektive normer (subjective norms concerning behavior x). Holdninger og de subjektive normene stimuleres av de to overnevnte komponentene. Først tar vi for oss holdninger som ifølge Gagnè og Briggs er noe som ikke kan observeres direkte, men heller et internt ståsted som påvirker individets atferd, i møte med ulike personer, objekter og hendelser (1974, 62 egen oversettelse).

Holdningene kan være basert på kunnskap, eller ervervet gjennom egne erfaringer. Ofte er de overtatt fra foreldre, venner og andre sosiale grupper man identifiserer seg med (Teigen, 2012).

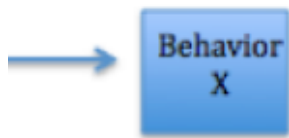
Holdninger er dynamiske og endres over tid på bakgrunn av at vi erverver nye kunnskaper og erfaringer. Nye holdninger kan oppstå som resultat av dette, noen kan være fra barndommen, og noen kan være glemt (Fishbein og Ajzen 1975, 216). Dersom en person anser et utfall av en handling som fordelaktig, er sannsynligheten større for å utføre atferden, og vice versa (Kumar og Kumar 2013, 3).

Subjective norm
concerning
behavior X

Den siste komponenten i leddet er de subjektive normene, noe vi senere i oppgaven også kommer til å omtale som sosial aksept. De subjektive normene er definert av de normative føringene fra referansegruppen som også blir kalt “de viktige andre”. De normative føringene fra personens referansegruppe danner til sammen grunnlaget for de subjektive normene, og det sosiale presset (Ajzen 2012, 16). Normene vil naturligvis oppfattes ulikt fordi mennesker kommer fra forskjellige bakgrunner, og har ulikt utgangspunkt for å vurdere normene (Hansen, Søndergaard og Donslund 2012, 2). For å forstå en persons påvirkning fra det sosiale presset, kan vi derfor identifisere personens motivasjon til å følge relevante relasjoner, eller hvordan andre vil respondere på for eksempel benyttelse av barnepass (Schiffmann, Kanuk og Hansen 2012, 240).

Intention
to perform
behavior X

Det neste leddet er intensjon (Intention to perform behavior x). Ifølge TRA modellen påvirkes intensjonen både av holdningen og de subjektive normene. Dette betyr at intensjonen er todelt; en personlig og sosial innflytelse, altså holdninger og sosial aksept (Fishbein og Ajzen 1980, 6). Som tidligere nevnt går dette derfor ut på hvordan personen evaluerer den planlagte atferden som fordelaktig eller ufordelaktig, og hvordan personen føler det sosiale presset for eller imot atferden. Derfor er det en kombinasjon av disse komponentene som er med på å bestemme intensjonen (Ajzen 2012, 17). På bakgrunn av det sosiale presset vil graden av tilknytning til referansegruppen styrke eller redusere intensjonen til atferd (Fishbein og Ajzen 1975, 416). Derfor kan en person være villig til å forandre en planlagt atferd, fordi motivasjonen er høyere for å ivareta den personlige relasjonen til referansegruppen, enn å utføre den planlagte atferden dersom den strider imot referansegruppen (Fishbein og Ajzen 1975, 291).



Det siste leddet er atferden (Behavior x). Dette er et resultat av de tidligere leddene, som leder til personens kommende atferd (Ajzen og Fishbein 1980, 8). TRA modellen kan derfor enkelt forklares ved at holdninger, subjektive normer og intensjon fører til en persons atferd. Det vil si at en persons egne holdninger evaluert ut ifra fordelaktig eller ufordelaktige konsekvenser. Vurdert opp mot det sosiale presset fra referansegruppen, leder til intensjon til personens planlagte atferd som fører til personens kommende atferd.

Modellen er som vi nevnte innledningsvis ofte brukt i sosiale studier for å predikere personers intensjoner og atferd (Sheppard, Hartwick og Warshaw 1988, 325), men den har i likhet med andre modeller og teorier møtt kritikk. Det på bakgrunn av at personer tar beslutninger på ulikt grunnlag, og modellen er derfor bedre egnet for å forklare noen sammenhenger bedre enn andre. Tross modellens hensikt har den vært brukt i mange sammenhenger til å forske på aktiviteter den ikke var ment for, på den måten viste den en positiv utvikling i predikasjon av atferd. Dette gjør TRA modellen til et sterkt prediktivt verktøy (Sheppard, Hartwick og Warshaw 1988, 338).

4.0 METODE

I denne delen vil det bli redegjort for våre metodevalg i forhold til besvarelse av vår problemstilling, samt valg av design for utforming og analyse av datamaterialet.

4.1 Valg av metode

Metode er en systematisk fremgangsmåte for å fremskaffe kunnskap om virkeligheten med metodologisk forankring (Berg & Lune 2014, 5). Slik Dag Ingvar Jacobsen skriver, burde problemstillingen være førende for hva slags metode man velger. En eksplorerende problemstilling vil kreve en metode som får frem nyanser, og vil derfor vanligvis konsentrere seg om få enheter, som er det vi kaller et intensivt opplegg. Derimot vil en testende problemstilling finne omfanget og ofte hyppigheten av et fenomen. Det betyr at problemstillingen innebærer et ønske om å utforske bredden og derfor undersøke mange enheter, som tilsvarer et ekstensivt design (Jacobsen 2015, 64).

Det som er viktig å få frem er at metodene er komplementære til hverandre, og at begge metodene har styrker og svakheter. Det som er en svakhet i den ene, er ofte en styrke i den andre. Derfor kan de sjelden erstatte hverandre, men kan i mange tilfeller være supplerende i utforming og forståelse av fenomener (Holter & Kalleberg 1996, 75). I tillegg til å gi en bedre forståelse av det samfunnet vi lever i, og hvordan enkeltmennesker og grupper handler og samhandler innenfor dette (Holme & Solvang 1996, 73).

Med utgangspunkt i vår problemstilling så vi at det var muligheter for å undersøke fenomenet både med en kvalitativ og kvantitativ tilnærming. I og med at vi bruker ordet “sammenheng” mellom fenomenene vi ønsker å utforske, måtte vi som forskere ta et tydelig standpunkt om vi skulle etablere kausale sammenhenger, eller om vi ønsket å forstå bakgrunnen og dybden av det oppståtte fenomenet. På den ene siden kunne kvantitativ metode gjort datainnsamlingsprosessen mindre tidskrevende, på bakgrunn av standardiserte spørsmål med forhåndsdefinerte kategorier. På den andre siden så vi at for å forstå helheten av fenomenet, samt få frem de underliggende årsakene bak kjøp, eller mangel på kjøp av tjenestene ville kreve nærhet til informantene. Det ble derfor et naturlig valg for oss å velge kvalitativ metode, da interessen hos oss som forskere var å forstå fenomenet gjennom informantenes øyne.

Dette valget vil naturligvis ha konsekvenser for den eksterne validiteten, og dataene vil ikke kunne generaliseres til populasjonen. For å kunne oppnå ekstern gyldighet så ville det vært nødvendig å undersøke fenomenet ytterligere kvantitativt med et større utvalg.

4.2 Forskningsdesign

Forskningsdesign er mer eller mindre en detaljert plan for hvordan vi vil sikre at våre forskningsmessige mål oppnås. Det finnes ingen bestemt oppskrift på hvordan det burde gjøres, men det er klart at det vil variere med problemstilling, tid og ressurser man har tilgjengelig (Grenness 2001, 102). Det er vanlig å skille mellom tre ideal typer av forskningsdesign, som består av det eksplorative, deskriptive og det kausale. Mens de to sistnevnte ofte benyttes i kvantitativ forskning, blir det eksplorative ofte forbundet med den kvalitative tilnærmingen. Eksplorativt design blir gjerne benyttet når man har en uklar problemstilling, og der man har begrenset eller lite kunnskap i forkant av undersøkelsene. Ofte er man heller ikke i stand til å stille klare hypoteser (Grenness 2001, 103).

Dette er tilfellet i vår undersøkelse, og vi vurderte derfor det eksplorative design som det mest fordelaktige for å sikre våre forskningsmessige mål. Et av de konkrete valgene vi gjorde for å sikre at våre mål ble ivaretatt, var å utforme intervjuguiden slik at vi fikk frem informantenes synspunkter, uten å lede spørsmålene i en bestemt retning. Da målet er å forstå virkeligheten gjennom informantenes øyne. Dette ligger nært en fortolkende tilnærming som i stor grad henger i tråd med det eksplorative designet.

4.3 Fenomenologisk analyse

Underliggende av det eksplorative design finner vi en analysemetode som kalles fenomenologisk analyse. Fenomenologien som kvalitativt design er “opptatt av å forstå fenomener på grunnlag av de studerte sitt perspektiv, og å beskrive virkeligheten slik disse oppfatter den” (Askheim og Grenness 2008, 69). Det blir betraktet som “læren om det som viser seg” og er derfor opptatt av sansene og hvordan hver enkelt informant opplever et fenomen.

Slik det kommer frem i Askheim og Grenness byr denne metoden på utfordringer i forhold til filteret som kommer mellom forskeren og informanten. Forskerens forforståelse, holdninger, kunnskap og tidligere erfaringer vil kunne farge hele prosessen, og derfor føre til at man overser eller ikke formidler informantenes ord riktig (2008, 70).

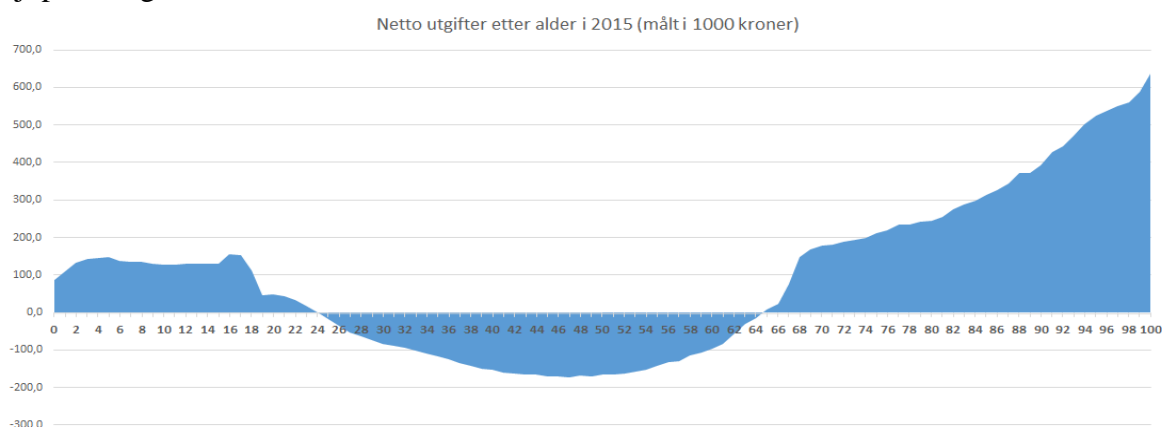
Vi gjorde derfor hverandre oppmerksom på vår rolle i prosessen og hvordan vår kroppsholdning, språk og kleskode var under intervjuene. Med tanke på at vi har lite erfaring innenfor datainnsamling valgte vi en semi-strukturert intervjuguide som kunne balansere spontanitet og gjøre oss oppmerksomme på å stille åpne, ikke-ledende spørsmål. Dette perspektivet er viktig å ivareta i transkriberingen av datamaterialet. Det var derfor kritisk å transkribere dataen slik den forekom, for å senere oversette det til forskerspråk, uten å forvrengte den opprinnelige meningen.

4.4 Utvelgelse av informanter

Ifølge Johannessen, Tufte og Christoffersen er utvelgelse av hvem som skal delta i en undersøkelse en viktig del i forskingen. Dette er på bakgrunn av at informantenes svar er materialet som forskeren tar utgangspunkt i, ved induktiv tilnærming. Spesielt i kvalitative studier hvor man har få informanter, som man ønsker mye datamateriale fra (2010,104). Forskjellen fra kvantitative studier er at i kvalitative studier vektlegges hver enkelt informants data i større grad, og ekstreme eller avvikende mønstre vil derfor kunne tenkes å ha stor innvirkning på kvaliteten av materialet.

For å sikre undersøkelsens kvalitet er det derfor viktig å sette tydelige utvalgsriterier. Ut ifra at vi skulle ta for oss fenomenet "tidsklemmen", var det naturlig å finne den typiske profilen på mennesker som opplever tidsklemmen. Med en *typisk utvalgsstrategi* så utvikler forskeren en profil med egenskapsriterier for individer som går under denne profilen (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 108). Ved å undersøke temaet nærmere fant vi ut at det var småbarnsfamilier som oftest ble omtalt i forbindelse med artikler og bøker om tidsklemmen, og dette ble derfor populasjonen vi ønsket å si noe om. Vi avgrenset dette videre ved å sette en utvalgsramme som besto av småbarnsforeldre med barn under 12 år.

For å avgrense utvalget ytterligere satte vi kriterier om at begge foreldrene måtte være i arbeid, i tillegg til en nedre alder på 23 år. Disse rammene og kriteriene skulle være retningslinjer for oss i rekrutteringen av informanter. Årsaken til at vi satt en nedre alder er fordi personer eldre enn denne aldersgruppen vil være i fasen hvor de slutter å få støtte fra offentlige ordninger, og går over til å få jobb og generere inntekter til staten ifølge livsløpsmodellen, sett i figur 4.4.1. Ut ifra dette har vi antatt at personene i disse aldersgruppene vil være i en etableringsfase av livet der man ofte får fast jobb, får barn og kjøper bolig.



Figur 4.4.1 illustrasjon av livsløpsmodellen (Kilde: Regjeringen)

Ifølge Jacobsen så er farene ved denne utvalgsstrategien at enhetene vi velger ut, er de vi tror er typiske, men det finnes det ingen garanti for (2015, 182). Samtidig vil dette ha betydning for den interne validiteten ved undersøkelsen, fordi man vet ikke om informantene gir riktig informasjon. Antall informanter er en viktig del av utvalgsstrategien, og har konsekvenser for den eksterne overførbarheten til undersøkelsen. Dette innebærer at med økende størrelse, øker sikkerheten i forhold til muligheter for å generalisere utvalget til univers, men vil også ha konsekvenser i forhold til kostnader (Grenness 2001, 169).

Askheim og Grenness hevder at det kan være tilstrekkelig med fem-seks informanter som blir intervjuet (2014, 21). På den andre siden mener Johannessen, Tufte og Christoffersen at det kan være så mange som 10-15, men studentprosjekter kan begrenses til færre enn 10 intervjuer (2010, 104). Det er med andre ord ingen øvre eller nedre grense for antall informanter eller intervjuer, men etter et visst antall vil det ikke lenger komme frem ny informasjon, og man når et metningspunkt (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 104). Ved hjelp av eget nettverk, tok vi i bruk personlig rekruttering for å finne informantene som var kvalifiserte til et dybdeintervju (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 113).

Vi tok utgangspunkt i Johannessen, Tufte og Christoffersen sin systematiske rekrutteringsprosess vedrørende tidsperspektivet, som er delt opp i tre trinn (2010, 115). I trinn 1 tok vi kontakt med informantene over telefon eller via sosiale medier. Vi informerte om oppgavens formål, tema, gjennomføringen av intervjuene og de etiske rettighetene de hadde. Dette vil vi komme tilbake til senere. Deretter avtalte vi en intervjudato mellom en til to uker frem i tid. Resultatet av denne prosessen var at vi hadde åtte kvalifiserte informanter som ville delta i undersøkelsen. Ifølge Johannessen, Tufte og Christoffersen bør informantene motta et brev en ukes tid i forkant (2010, 115). Som et miljøvennlig aspekt valgte vi derfor å sende ut en SMS som bekreftet intervjudato, tid og sted, samt informerte om at intervjuet var estimert til å vare omtrent en time med forbehold. Trinn 3, altså det siste trinnet, fikk informantene en påminnelse på SMS dagen før. I tillegg sendte vi ut en SMS dagen etter der vi takket for oppmøtet og intervjuet.

4.5 Utforming av intervjuguide

Målet for en intervjuguide er å lage en strukturert plan som skal brukes som retningslinje for et intervju. Man kan velge i hvor stor grad man ønsker å utforme åpne eller lukkede spørsmål basert på problemstillingen. For vår problemstilling så vi at det ville være hensiktsmessig å utarbeide åpne spørsmål som fikk informantene til å snakke relativt fritt om temaene, og komme med verdifull informasjon (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2005, 147).

Måten vi utformet intervjuguiden på var at vi begynte med spørsmål om personalia som var enkle og ville senere hjelpe oss å danne profiler på informantene. Deretter hadde vi en kombinasjon av åpne spørsmål og en øvelse som ville bryte opp i spørsmålene, og gi verdifull informasjon som ikke ble dekket av spørsmålene. I forhold til våre antagelser om at stress ville være et relevant tema i forbindelse med tidsklemmen ønsket vi å utforme spørsmål som ikke var direkte knyttet mot stress, men heller stille spørsmål som ville få frem stress og andre relevante temaer uhjulpet. Dette var for å se om stress og tidsklemma faktisk har en naturlig tilknytning.

4.6 Fremgangsmåte og gjennomføring av dybdeintervjuer

I utarbeidelsen av intervjuguiden ble det gjennomført tre pilot intervjuer. Det første pilot intervjuet var med en student, det andre med vår veileder og det siste med en i målgruppen. Dette var for å avdekke styrker, svakheter og forbedringspotensialet med intervjuguiden og hos oss som intervjuere. Alle tre pilot intervjuene genererte ny innsikt, innfallsvinkler og forbedringspunkter. Etter pilot intervjuene ble intervjuguiden forbedret, og vi satt igjen med mer erfaring som intervjuere.

Dataene fra pilot intervjuene er ikke tatt med i den endelige undersøkelsen, men var kun til hjelp i utarbeidelsen av en god intervjuguide som dere finner i vedlegg I.

Slik tidligere begrunnet intervjuet vi åtte informanter av hensyn til tid, kostnader og ressurser. På bakgrunn av målgruppen som kan tenkes å befinne seg i tidsklemmen ville det være vanskelig å holde intervjuene i samme lokale, i tillegg til at informantene var geografisk spredt. Alle intervjuene med unntak av ett ble derfor gjort hjemme hos informantene i deres naturlige kontekst. Denne beslutningen tok vi på bakgrunn av at vi ikke ville at informanter skulle falle fra, og fordi alle informantene var i jobb. Det ville derfor være utfordrende å få tid til intervjuer i et lokale på dagtid. Intervjuene var estimert til en varighet på rundt 60 minutter ut ifra pilot intervjuene. Vi anså dette som en grei varighet med tanke på å holde på konsentrasjonen til informantene. Det å ha intervjuer hjemme hos informanter kan i blant være en utfordring med tanke på forstyrrelser, men dette gikk veldig bra i gjennomførelsen av våre intervjuer.

Som tidligere nevnt benyttet vi Johannessen, Tufte og Christoffersens tre trinns systematiske rekrutteringsprosess. Under gjennomføringene av intervjuene var vi alltid to intervjuere. En hadde ansvaret som moderator og en som skribent. Den personen som hadde en personlig relasjon til informanten deltok ikke, for å hindre at relasjonen kunne påvirke informantens svar. På den andre siden medførte dette at rollene som moderator og skribent ble endret fra intervju til intervju. Det kan da tenkes at ulike spørsmålsformulering og ulikt kroppsspråk kan ha påvirket resultatene. Allikevel kan det antas at dette påvirker resultatene i mindre grad enn en personlig relasjon ville gjort.

4.7 Etiske perspektiver

Som forsker vil man alltid ha et etisk ansvar i forhold til forskningen. Dette innebærer at man tenker over de etiske uforsvarlige konsekvensene som kan oppstå for enkeltmennesker, grupper eller hele samfunn i forbindelse med undersøkelsen. I forhold til forskningsetiske retningslinjer er det spesielt tre områder som man må ta hensyn til i en undersøkelse. Disse tre baserer seg på: rett til selvbestemmelse, ivaretatt konfidensialitet og at informanten skal utsettes for minst mulig belastning (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 90-92)

Dette håndterte vi ved at informantene i forkant var informert om formålet med undersøkelsen, og at de ville bli anonymisert i oppgaven. Ettersom ingen enkeltpersoner kan identifiseres, og ingen sensitive opplysninger forekommer i oppgaven var det i utgangspunktet ikke nødvendig med samtykke fra informantene. Da vi bestemte oss for å benytte lydopptak var det derimot viktig å informere om dette, samt få samtykke. Dette på bakgrunn av at elektronisk registrering av data krever samtykke, og fordi vi ikke ønsket at informanter skulle trekke seg hvis de ikke ble informert om dette i forkant av undersøkelsen.

Vi startet hvert intervju med den samme informasjonen, og gjentok at deres personopplysninger ville bli behandlet konfidensielt og anonymisert i besvarelsen. Selv om vår undersøkelse ikke tok for seg noen sensitive temaer, så var det viktig at informantene følte seg trygge og at vi verdsatte deres hjelp i forbindelse med undersøkelsen. I etterkant av intervjuet takket vi informantene for hjelpen og noterte ned deres e-post dersom vi hadde noen videre spørsmål, og hvis de ønsket den ferdige oppgaven tilsendt i etterkant.

4.8 Evaluering av intervjuene

I forhold til antagelser vi hadde i forkant av undersøkelsen, er vi i hovedsak fornøyd med gjennomføringene av intervjuene, samt datamaterialet vi fikk som resultat av en godt utarbeidet intervjuguide. Likevel er det alltid noen utfordringer underveis, og med bakgrunn i egen refleksjon og tilbakemeldinger fra informanter ser man alltid mulige forbedringsområder. En av tingene vi var fornøyd med i vår intervjuguide var at vi hadde inkludert en tidsbruk øvelse som skulle myke opp atmosfæren, og få informantene i riktig modus. Underveis i intervjuene ser vi midlertidig at flere av informantene opplevde usikkerhet i forbindelse med denne øvelsen, og det kunne derfor tenkes at ved å gi de flere retningslinjer ville de opplevd øvelsen som mindre krevende.

Basert på informasjonen vi fikk ut av denne øvelsen, tilføyde den mye til det eksisterende materialet. Videre tror vi at øvelsen hadde en positiv virkning på informantenes bevissthet, i forhold til bruk av egen tid. Det at vi delte inn intervjuguiden i kategorier, gjorde prosessen med koding og analyse av datamateriale enklere, og sparte oss for mye tidskrevende arbeid. Slik vi hadde lagt opp intervjuet hadde vi valgt ut ni tjenester som vi skulle ta for oss. Når vi vurderer tjenestene i etterkant ser vi at cateringtjenesten kunne vært sløyfet, da vi ikke fikk noe verdifull data av denne tjenesten. Istedenfor ser vi at det er andre tjenester som kunne vært mer relevante, og kunne erstattet cateringtjenesten.

Vi opplevde under intervjuene at det ble en del repetisjon, fordi vi hadde utformet forhåndsdefinerte spørsmål som ble stilt til alle de ni tjenestene. Dette var et bevisst valg under utarbeidelsen av intervjuguiden, med formål å få en helhetlig forståelse av hver tjeneste. I etterkant ser vi at dette kunne vært gjort annerledes slik at informantene ikke mistet interessen, og gjentok tidligere svar. Fordi vi ønsket å få en helhetlig forståelse av hvert tema og tjeneste vi tok for oss valgte vi en semi-strukturert intervjuguide. Dette valget gjorde at det var rom for å hoppe i spørsmålene, men intervjuguiden ble også styringsverktøy for å føre samtalen tilbake til undersøkelsen. Slik Johannessen, Tufte og Christoffersen sier kan “delvis strukturerte intervjuer gi en god balanse mellom standardisering og fleksibilitet” (2010,139).

4.9 Svakheter ved metoden

I forkant av analysen så vi allerede at det var styrker og svakheter ved metodevalgene vi hadde foretatt oss. Styrkene ved å velge en kvalitativ tilnærming var at vi fikk nærhet til informantene, og på den måten dypere forståelse av fenomenet. Denne nærheten mellom forsker og undersøkelsesenheter kan bli sett på som en svakhet for metoden, med tanke på at det kan dannes visse forventninger. Dette kan gjøre at informanten handler på grunnlag av hva han tror forskeren vil, og ikke slik han vanligvis ville gjort (Holme og Solvang 1986, 96).

Det er en fordel at informant og forsker er fysisk på samme sted under datainnsamlingen. Dette gir mulighet for å stille oppfølgingsspørsmål i de tilfellene hvor informasjonen var mangelfull, eller ikke forståelig. I vårt tilfelle ble ulempen med dette at vi satt igjen med store mengder data som skulle analyseres, der vi så det som en utfordring å finne essensen i dataen. I forhold til begrepsvaliditeten så vi oss derfor nødt til å la noen temaer ligge uberørt for å kunne svare på vår problemstilling.

Med tanke på at det er forskeren som er instrument for innsamling av data i den kvalitative tilnærmingen, vil dette kunne by på både styrker og svakheter i forhold til reliabiliteten til undersøkelsen (Holme og Solvang 1986, 96). Da vi ble instrumenter for vår datainnsamling, ser vi at en av svakhetene med vår undersøkelse er at vi har lite erfaring med å gjennomføre intervjuer. Det er derfor mulig at dette kan ha påvirket resultatene og tolkningene vi har kommet frem til.

Tolkningene vi har gjort bør evalueres i forhold til objektivitet. Som forsker og innsamlingsinstrument kan man argumentere om det er mulig å være 100% objektiv i et slikt tilfelle. Vi vil som alle andre være farget av egne erfaringer, kunnskaper og ønske om å besvare problemstillingen, og dette ser vi som en svakhet samt en utfordring for all fremtidig forskning.

5.0 ANALYSE

Dataanalyse kommer som en naturlig del i etterkant av datainnsamlingen, og handler om å systematisere dataen slik at eventuelle mønstre og interessante funn kommer frem (Askheim og Grenness 2014, 142). I forhold til vårt valg av datainnsamling satt vi igjen med en betydelig mengde datamateriale som måtte sorteres inn i kategorier/temaer, og deretter trekke ut de tekstelementene som var meningsbærende. Slik vi har forstått det så finnes det ingen riktig eller gal måte å organisere kvalitative data på. Man er avhengig av forskerens personlige erfaring og kunnskap samt tilgjengelig tid og ressurser.

I denne delen kommer vi nå til å gå gjennom og presentere våre funn fra dataanalysen, og knytte dette til relevant teori. I gjennomgangen av datamaterialet utformet vi kategorier som vi systematiserte data i, for å så trekke ut de viktigste kodene i materialet. Kodingen vi brukte var en kombinasjon av åpen, selektiv og aksial koding. Åpen koding brukte vi for å bryte ned dataen og klassifisere dataen i beskrivende kategorier. Deretter aksial koding for å modifisere de eksisterende kategoriene (Jacobsen 2015, 207). Den selektive kodingsprosessen brukte vi for å identifisere begreper og variabler som måtte tolkes ytterligere. Kategoriene ble på den måten grunnmuren for å sikre oss data relevant til problemstillingen, og var viktig for prosessen i å avdekke funn og mønstre i datamaterialet.

Med en fenomenologisk tilnærming var det viktig for vår undersøkelse å fokusere på de underliggende årsakene, samt meningsinnholdet bak informantenes svar. I denne prosessen avdekket vi en del holdninger som viste seg å spille en betydelig rolle i kjøp av våre utvalgte tjenester. Dette kan forklares med TRA modellen utviklet av forskerne Fishbein og Ajzen. TRA er en av de mest anvendte teoriene for å identifisere driverne bak intensjonen som fører til handling hos et individ.

På bakgrunn av vår undersøkelse forsøkte vi å avdekke holdningene til en atferd, og de subjektive normene. Av hensyn til lengden på intervjuene og ressurser hadde vi ikke som formål å undersøke de bakenforliggende årsakene til informantenes holdninger og subjektive normer som inkluderes i TRA modellen. Derimot kom det frem subjektive normer i forbindelse med ulike tjenester, og det ble derfor en viktig del i vår oppgave. I vår analyse har vi valgt å omtale de subjektive normene som sosial aksept.

Det innebærer påvirkningen fra det sosiale miljøet rundt oss, som vil danne en atferdsmessig intensjon som ifølge teorien kan bidra til å predikere atferd (Fishbein og Ajzen 1989, 73). Dette kommer vi tilbake til senere i analysen. I forhold til vår problemstilling var det fire aspekter; holdning til tjenesten, holdning til pris, sosial aksept (subjektive normer) og tidsbruk, som ble viktig for å forstå sammenhengen mellom tidsklemmen og kjøp av tjenester.

5.1 Holdning til pris

Vi begynner med å ta for oss informantenes økonomiske perspektiv som gjenspeiler deres holdning til pris. I datamateriale så vi at det var flere av informantene som hadde et økonomisk perspektiv til vurderingen av en rekke tjenester, og at de begrunnet valget for enten bruk, eller mangel på bruk av tjenesten var på bakgrunn av den økonomiske gevinsten. Eksempel på dette er uttalelser fra ulike informanter: “Fordi det er jo et økonomisk aspekt med de matkassene, vi som familie på fire sparer penger på å bruke matkasse faktisk. Pluss at man kaster ikke så mye mat”. En annen informant om tjenesten takeaway: “Ja det kunne jeg absolutt ha gjort, men for å spare penger har vi begynt å hente selv”

Disse sitatene gjenspeiler variasjonene av de ulike økonomiske perspektivene våre informanter hadde til de utvalgte tjenestene, og hvordan de vurderte lønnsomheten ulikt. Det som er interessant er at de som oftest argumenterer økonomisk til sin egen fordel. Dette ser vi i de utvalgte sitatene, men også gjentatte ganger hos de andre informantene.

En mulig forklaring til dette kan være forbundet med ulike utdanning og inntektsnivå hos informantene. Dette forholdet ble undersøkt i tidsbruksundersøkelsen SSB gjennomførte i 2010, der de tok for seg utbredelsen av rengjøringshjelp i norske husholdninger. I denne undersøkelsen ser man at det er en korrelasjon mellom økning i inntekt og kjøp av rengjøringshjelp (Vaage 2012). Likevel er det viktig å understreke at det er ingen enorm økning i etterspørselen etter rengjøringshjelp, men at det er vanligst i høyinntektsgrupper med barn under 20 år (Kitterød 2009).

Selv om denne undersøkelsen ikke er direkte overførbar til våre antagelser, fordi vi har spurt om flere ulike tjenester, kan vi se tendenser i vårt datamateriale at informantene med høyest inntekt generelt benytter seg av flere av våre utvalgte tjenester. I tillegg til at de uttalte seg lite om prisen på tjenestene. Noe som kan bety at de med høyere inntekt er mindre prissensitive.

Spesielt så vi at tjenester som er lettere å prissette, slik som rengjøring, takeaway og matkasse hadde informantene et mer prisbevisst forhold til, uavhengig om de benyttet det eller ikke. Her så vi et mønster på at flere argumenterte for at “det må ikke koste mer enn det det hadde gjort å gjøre det selv”. Dette utsagnet knyttes opp mot våre antagelser om at teorien om det komparative fortrinn og den alternative anvendelsen av det nye knapphetsgodet “tid” spiller inn på informantenes valg av tjenester. Det økonomiske perspektivet er det som står sentralt, noe som kan relateres direkte til teorien om det økonomiske mennesket som en rasjonell beslutningstaker.

Imidlertid så vi når vi analyserte dataene ytterligere at det lå et større meningsinnhold bak disse uttalelsene. Informantene uttrykte at det ikke kun var lønnsomhet, men “kostnad” i form av tid, frustrasjon og belastning de veide opp for når de valgte å bruke flere av tjenestene. Dette støtter opp under det økonomiske perspektivet om at mennesket er utelukkende opptatt av egeninteresse. Slik Undheim, Døving og Tronstad Moe skriver i artikkelen “Skammens tjenester” argumenteres det for at å gjøre mindre av de ikke-produktive oppgavene, da vi står fritt til å gjøre andre ting som gir mer verdi (2015). Hvis vi skal oppsummere informantenes holdninger til pris på våre utvalgte tjenester, så vi en gjennomgående positiv holdning til prisen på tjenestene. Valget om kjøp eller mangel på kjøp var ofte knyttet til det økonomiske perspektivet informantene hadde, men at de vurderte lønnsomheten ulikt, med tanke på hva som hadde verdi for dem.

5.2 Holdning til tjenesten

Når vi skulle avdekke holdningene informantene hadde til tjenestene var dette for å se om hva slags verdi tjenesten hadde for dem, om tilfellet var at de hadde en positiv holdning ville ha noe påvirkning på kjøp, og omvendt. Ut ifra de utvalgte tjenestene kom det ikke frem noen ekstreme negative holdninger til noen av tjenestene, men barnepass syntes å utmerke seg som den tjenesten hvor informantene uttrykte mest motstand. Dette funnet er interessant fordi det er funnet lignende funn i større kvantitative undersøkelser. I en undersøkelse Norstat gjorde i 2014, hvor de målte motstand mot å kjøpe en rekke tjenester, kom det frem at de tre tjenestene som involverte barn møtte stor motstand hos befolkningen (Undheim, Døving og Tronstad Moe 2015).

Dette kan tenkes at kommer av to ting, mangel på trygghet og sosial aksept. Slik undersøkelsen viser, er holdningen til tjenester som involverer barn negativ, men ved at man benytter denne som en vennetjeneste gir den både trygghet og sosial aksept. Slik det kom frem i vår undersøkelse var det flere av informantene som benyttet seg av slike vennetjenester, og hadde en positiv holdning til det.

Det var to av informantene som anvendte vennetjenester også i sammenheng med skredder og håndverker. En informant uttalte: “Det er en venn som er elektriker så det blir litt sånn kompis deal. Da kommer han en time da og så jobber han litt da og så får jeg en litt sånn fantasifull faktura etterhvert”. Dette gir uttrykk for at det er enklere for informanten å sette bort ting til personer de har en relasjon til. Noe som kan tyde på at informanten stoler på kunnskapen og ferdighetene til den bekjente. Samtidig er det også et økonomisk aspekt her ettersom informanten legger vekt på den økonomiske fordelene ved å benytte seg av venner fremfor eksterne fagfolk.

Et annet funn er informantenes kunnskap til å utføre tjenesten selv. Dette omhandler også ofte bruken av skredder og håndverkere. Et typisk utsagn fra informantene ved spørsmål angående håndverkere er som en informant sier: “Vi har brukt det på hovedjobben altså utbyggingen og renovering av eksisterende bolig. I form av snekker, rørlegger og elektriker. Det rent faglige setter vi bort”. Dette kan tyde på at informantene mangler kunnskap og ferdigheter ved en håndverker tjeneste. Vi antar derfor at mangel på kunnskap eller ferdigheter til å utføre tjenesten selv, presset informantene til kjøp av tjenesten. Et avvik her er en informant som sier: “Nå er jo jeg utdannet elektriker så jeg kan gjøre det meste av arbeidet selv”. Her er yrkesutdannelsen bakgrunnen for at informanten ikke bruker tjenesten, men likevel uttrykker informanten at man trolig ville bruke eksterne på områder der man selv ikke har ekspertise.

Man kan med det stille spørsmål om sosial aksept har innvirkning på alle valg vi tar i hverdagen. I utførelsen av analysen så vi at sosial aksept ofte var tilknyttet, eller et bakenforliggende aspekt som påvirket holdningene informantene hadde til tjenestene. Vi så det derfor utfordrende å finne holdninger alene uten at det var tilknyttet sosial aksept, som igjen gjør at vi styrker teorien om TRA. Dette kommer vi tilbake til i neste del av analysen.

5.3 Sosial aksept

Det som har vært utfordringen i analysen vår har vært å skille aspektene holdning og sosial aksept fra hverandre, dette med grunnlag i at vi ønsket å se på de som to ulike pådrivere bak kjøp av tjenester. Som forskere med lite erfaring innenfor analyse og fortolkning er det derfor utfordrende å vite om det skyldes det ene eller det andre aspektet, men i mange tilfeller tyder det på at det er en kombinasjon av mange ting som gjør at informantene har ulike synspunkter.

Ut ifra Fishbein og Ajzen's teori så er subjektive normer den andre driveren bak intensjon som er med på å predikere atferden til enkeltindivider. I motsetning til den tradisjonelle økonomiske teorien om det økonomiske mennesket, tar denne teorien høyde for at mennesket er opptatt av annet enn egeninteresse, nemlig "de viktige andre". Tilsammen er det normative oppfatninger fra venner, kollegaer og familie som danner normer og sosialt press, som påvirker vår atferd i ulik grad (Ajzen 2012, 16). I situasjoner hvor en person blir utsatt for sosialt press i forhold til den planlagte atferden, kan referansegruppen påvirke om personen gjennomfører atferden eller ikke (Kumar og Kumar 2013, 3).

I forhold til vårt datamateriale så vi et tydelig mønster på at tjenester som gartner og snømåking var tjenester som informantene ga uttrykk for var mindre sosialt akseptert å sette bort sammenlignet med andre tjenester som for eksempel rengjøring. Det som får oss til å knytte dette mønsteret til teorien, er at flertallet av informantene påpeker at de ikke hadde noen bekjente som benytter seg av noen av disse tjenestene. Årsaken ser ut til å være at disse aktivitetene blir betegnet som hobbyer eller aktiviteter som ikke blir satt bort så lenge man er i stand til å gjøre det selv. Dette tyder på at gartner og hagearbeid sannsynligvis kan gå under betegnelsen hobby, men vi antar at det er tvilsomt at snømåking ville bli definert som en hobby av den som utfører aktiviteten hver vinter.

Det som er interessant ved dette funnet er at flere av informantene i forbindelse med spørsmålene om snømåking forteller at de har vurdert å kjøpe produkter som vil gjøre denne jobben lettere, men har i mange tilfeller vært utsatt på grunn av pris.

Spørsmålet vi sitter igjen med er hvorfor det oppfattes som akseptert å kjøpe dyre produkter som løser tidsklemmen, men det oppfattes som langt mer problematisk å tjenestestette aktiviteter som snømåking til den hjemlige sfæren for en muligens lavere samlet pris¹. Svaret på dette spørsmålet kan bli forklart gjennom en av Cialdinis påvirkningsprinsipper om sosiale bevis. Prinsippet blir forsterket av usikkerhet, at vi liker mennesker som er like oss selv, og at vi har et ønske om å være lik våre venner (2011, 190). Dette står samtidig i tråd med teorien om TRA, der kraften av de subjektive normene kan endre en persons atferd, fordi motivasjonen bak er å bevare relasjonen til sin referansegruppe (Fishbein og Ajzen 1975, 291).

På bakgrunn av dette ble spørsmålet om informantene kjente andre som benyttet seg av tjenesten interessant, for å se om det var noen sammenheng mellom atferden, holdningen og de subjektive normene. Det var et tydelig mønster på de tjenestene informantene selv benyttet, var kjent for andre i referansegruppen som var bestående av personer i nær relasjon, slik som svigerforeldre, familie, venner og kollegaer. Det som midlertidig var veldig interessant var at i mange tilfeller så vi at forholdet også gikk den andre veien, altså der informanten ikke brukte tjenesten selv. Personene de visste brukte tjenesten var en bekjent, men ikke en nær relasjon til informanten. Det var kun en informant som avvek fra resten. Informanten benyttet seg av tjenesten hjemkjøring av mat, og angående hvem andre bekjente som brukte tjenesten uttalte informanten som følger: “Det er ukjent, ikke noe vi sitter og diskuterer”. På bakgrunn av dette kan det antas at denne informanten er likegyldig til sin referansegruppe når det kommer til hjemkjøring av mat. Mest sannsynlighet så vil hverken bruk eller ikke bruk av tjenesten styrke eller redusere informantens relasjoner til referansegruppen.

Dersom det skulle være slik at noen av informantene kjente noen i nær relasjon som brukte tjenesten og dermed skilte seg ut fra informantens opprinnelige referansegruppe, hadde informantene et behov for å argumentere hvorfor denne personen kunne bruke tjenesten. “Jeg har en svigerinne som har fått hjelp en gang i uken til å vaske gulver og sånn. Men hun har mye å se til, hun har flere barn så jeg skjønner godt at hun prøvde det vertfall” (informant i forbindelse med vaskehjelp).

¹ Lavere pris i form av mindre svette, tårer og aggresjon over mengden snø som kan komme over natten.

Informantene med behovet for å forklare hvorfor personer i deres vennekrets eller referansegruppe benyttet seg av tjenesten skapte et tydelig skille på hva som ble akseptert og ikke. De som de kjente ble da et avvik fra “regelen”, men ble fortsatt akseptert av gruppen fordi de hadde en reell grunn.

I forbindelse med forskningsspørsmålet knyttet til sosial aksept ser vi at dette er et viktig aspekt for kjøp av tjenester, men sannsynligheten for at dette er den eneste avgjørende faktoren er liten. Vi begrunner denne antagelsen med at informantene forklarer sitt forhold til kjøp på bakgrunn av flere faktorer, blant annet mangel på kunnskap, inspirasjon og økonomi.

I tillegg til referansegruppen kan ulike kjønnsroller hos informantene være en påvirkning til kjøp av tjenester. Ved gartner og snømåking oppstod det et aspekt som kan ha sammenheng med funnene vi gjorde i forhold til de andre tjenestene. Basert på et mangfold av utsagn informantene hadde til de ulike tjenestene kunne det tyde på at kjønnsroller i hjemmet påvirket holdningene, og den sosiale aksepten knyttet til tjenesten. Slik det fremkom av våre data påvirker kjønnsrollene hvem som hadde ansvaret for å gjennomføre oppgaven, men også hvilket forhold de hadde til pris, og hvordan de opplever verdien av å tjenesteutsette den eventuelle tjenesten.

Ut ifra våre innsamlede data virket det som at det var en tydelig rollefordeling på enkelte tjenester som gartner, snømåking og bilrelaterte tjenester, der kvinnene var mindre prisbevisste på tjenester relatert til bil og snømåking. “Ville betalt det det koster egentlig, vet faktisk ikke helt hva det er. Tror jeg betalte noen hundre for vasken og tilsvarende for dekkskift” (kvinnes utsagn om hva de ville betalt for tjenesten igjen). På den andre siden hadde mennene andre perspektiver og holdninger når de vurderte disse tjenestene. Om de ikke utførte tjenesten selv så var de mer prisbevisste, og vektla kvaliteten i større grad enn kvinnene vi intervjuet. Dette henger trolig sammen med kjønnsrollene som sitter igjen etter å ha preget samfunnet i over 2000 år, som trolig vil prege den moderne husholdningen i mange år til. Slik Moisio, Arnould og Gentry hevder i en studie om maskulin identitet sitert i artikkelen “Skammens tjenester” er hjemmet en sentral ramme for iscenesettelse av maskulinitet på tvers av klasse, og tjenester i hjemmet er derfor på mange måter med på å definere maskulin identitet (Undheim, Døving og Tronstad Moe 2015).

Oppsummert så ser vi at sosial aksept er noe som påvirker flere av våre informanter, men at dette ikke er den utelukkende årsaken bak kjøp eller avstand fra kjøp. Men vi ser på det som en mulighet spesielt i forbindelse med gartnertjeneste, at mangel på sosial aksept fra referansegruppen kunne være en årsak til at våre informanter ikke brukte denne tjenesten.

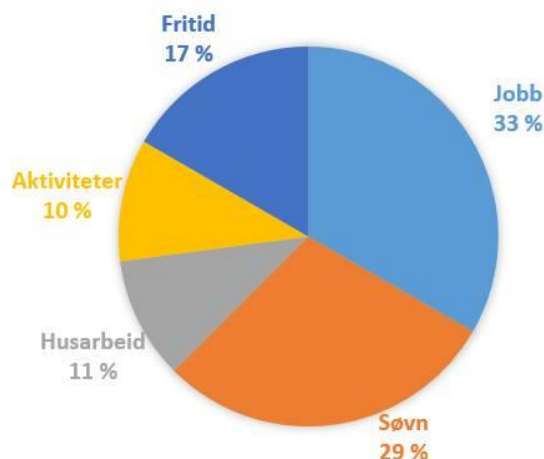
5.4 Tidsbruk

Tidsbruk handler om hvordan vi som mennesker anvender de 24 timene vi har hver dag til å få gjennomført alle arbeidsoppgaver, aktiviteter og behov som oppstår i løpet av en dag.

Undersøkelser viser at det har skjedd betydelige endringer i tidsbruken vår i løpet av de siste 40 årene. Vi har fått mer fritid enn tidligere, men den bruker vi blant annet på å se mer på tv og surfe på internett (Vaage 2012). I forhold til våre forskningsspørsmål så er dette aspektet viktig for å avdekke om det er slik at informantene opplever en reell tidsklemme, og om noen av tjenestene kan hjelpe de ut av tidsklemmen på noen måte.

I den innledende delen av intervjuguiden ønsket vi å kartlegge informantenes tidsbruk gjennom å spørre dem om å beskrive gårsdagen. Det kom frem at samtlige informanter hadde travle dager bestående av fulltidsjobb og flere aktiviteter på fritiden, både for seg selv og barna. Av datamaterialet ser vi at alle informantene opplever en form for tidspress i løpet av en dag, men at det avhenger av jobb og antall fritidsaktiviteter.

Videre ble det gjennomført en øvelse hvor informantene skulle fordele aktivitetene i løpet av en dag i et kakediagram. Dette var for å se om dagen de faktisk beskrev var i tråd med hvordan informantene fordelte timene i løpet av et døgn. Det som kom frem av denne øvelsen var at når vi trekker fra gjennomsnittet av søvn og jobb så var det i gjennomsnitt åtte gjenværende timer til fritidsaktiviteter. Under ser vi et gjennomsnitt av alle informantenes daglige aktiviteter.



Figur 5.4.1 Egen illustrasjon av informantenes tidsbruk

Basert på hvor få fritidsaktiviteter informantene oppgav at de hadde, burde det rent objektivt sett ikke vært noe problem å få gjort husarbeid, fritidsaktiviteter, trening eller liknende på de resterende timene. Hvis vi ser på funnene våre og mønstre vi har funnet i tråd med økonomisk teori om komparative fortrinn kunne man argumentere for at det ville være rasjonelt å sette bort tjenester så lenge alternativbruken av tid og ressurser gir høyere avkastning. I midlertid tyder årsakene til kjøp på at det ikke kun skyldes knapphet av tid og økonomiske gevinster, men for å bevare husfreden, og fordi flere av informantene følte mangel på kunnskap eller inspirasjon.

Likevel er det en pågående debatt i media om vi faktisk har fått mer eller mindre fritid de siste årene. Men det som utfordrer debattene er at faktisk tidsbruk, og subjektiv opplevelse av tid blandes sammen (Ellingsæter 2005, 298). Generalsekretær i Kirkens Bymisjon Helen Bjørnøy hevdet i Dagbladet i 2004 at det er nærmest blitt knyttet status til å befinne seg i tidsklemmen, og på grensen til å bli utbrent. Hun mener det trolig henger sammen med det kommersielle trykket, og at det er konstruert et ideal hvor man som individ skal være fullkommen i alt. Basert på assosiasjonene informantene hadde til tidsklemmen, og hvordan de selv beskriver opplevelsen av tidsklemmen, så kan dette tyde på at de kan være preget av trenden som Helen Bjørnøy omtaler. I en artikkel i Kamille skriver forfatter av boken “tid til alt” Cecilie Thunem-Saanum, “grunnen til at vi føler vi er i tidsklemmen er at vi i dag kjenner på et krav om å være tilgjengelig hele tiden, samtidig som undersøkelser viser at det største tidssluket i hverdagen er tilgjengelighet i mange kanaler – samtidig”.

Etter å ha kartlagt tidsbruken til informantene ønsket vi å avdekke om de følte tidspress, og når på dagen de opplevde dette. Vi som studenter utenfor målgruppen for undersøkelsen opplevde at både kollegaer, bekjente og familie stadig snakket om tiden mellom 16 – 18 som “helvetestimen”. Dette var begrunnet med at det er da man skal hente barn, handle og lage middag, deretter å få barna videre på aktiviteter. Hos våre informanter så vi derimot en splittelse. Enkelte opplevde ettermiddagen som den mest hektiske tiden, på den andre siden opplevde majoriteten morgenen som den mest hektiske tiden på døgnet. Dette så vi allerede etter det første intervjuet, hvor vi la merke til at informantene så på morgenhelvete som et hyppigere fenomen for småbarnsforeldre enn helvetestimen. Dette kom frem gjennom at flere av informantene brukte negativt ladede ord for å beskrive sin frustrasjon i forhold til sin hektiske morgen. I denne forbindelsen følte de at timene gikk ekstra fort på morgenen og de slet med å komme i tide til forpliktelsene de hadde.

I forhold til dette funnet er det interessant at de fleste tjenestene som utvikles i forhold til sparing av tid, er til bruk på ettermiddagen som kan lette på den omtalte helvetestimen. Her kan man stille spørsmål om disse tjenestene noen gang kan hjelpe informantene ut av tidsklemmen, ettersom de opplever den på morgenen². Informantene mener selv at tidspresset og klemmen de føler kunne vært unngått ved å være flinkere til å strukturere og planlegge dagene i forkant. Selv om alle informantene sier dette, er det ingen som faktisk gjør det. Hvorfor er det slik at den generelle oppfatningen av tidsklemmen er på ettermiddagen, når realiteten er at følelsen er subjektiv og kan føles på mange andre tidspunkt av dagen utenom ettermiddagsrushet?³

Med utgangspunkt i problemstillingen hadde vi noen antagelser om at stress ville bli et sentralt tema. Denne antagelsen gjorde vi på bakgrunn av utallige artikler som diskuterer temaet tidsklemmen og assosierer dette med stress både fysisk og psykisk. Vi ønsket ikke å fremprovosere stress, og valgte derfor å utforme spørsmålene i intervjuguiden slik at stress kunne komme uhjulpert frem ved å stille åpne spørsmål. Ut ifra det datamaterialet vi sitter igjen med tenker vi; hvor ble det av stresset?

² En idé til fremtidige gründere der ute, kan være en skreddersydd tjeneste som letter på småbarnsforeldres morgenhelvete.

³ Er det slik at media får oss til å tro at vi trenger produkter som kan lette på tidsklemmen, eller henger det sammen med de subjektive normene i samfunnet som forteller oss at det å ha en hektisk livsstil er et symbol på å være vellykket?

Når informantene skulle beskrive hva de assosierte med tidsklemmen, var stress et ord som ofte ble beskrevet for å forklare fenomenet. Vi fikk inntrykk av at informantene så på seg selv i tidsklemmen og opplevde stress i visse perioder i løpet av en dag. Allikevel viser materialet fra våre informanter at de har relativt sett har god tid. De skulle objektivt sett ikke måttet kjempe mot klokken. Opplevelsen av stress kommer derfor ikke av faktisk dårlig tid, men det kan være en subjektiv forvrengning vi har i hodet vårt.

Med hensyn til det siste forskningsspørsmålet om tjenestene kan hjelpe informantene ut av tidsklemmen, er dette en sannhet med visse modifikasjoner. Det betyr at de utvalgte tjenestene frigjør tid, allikevel er majoriteten av tjenesten beregnet til tidsbesparing på ettermiddagen, og ikke tilrettelagt for å løse det opplevde morgnehelvete. Informantene befinner seg objektivt sett i tidsklemmen, og tjenestene kan derfor hjelpe med å frigjøre tid, men funnene tyder på at tjenestene i realiteten ikke kan hjelpe informantene ut av tidsklemmen.

6.0 OPPSUMMERING AV FUNN

Hvis vi skal oppsummere funnene i vår undersøkelse så har vi avdekket mange interessante temaer, som vi med mer tid og ressurser gjerne skulle forsket ytterligere på. Ettersom vi gikk inn i dette feltet med et åpent sinn om hva vi skulle finne, visste vi heller ikke under datainnsamlingen hva slags data som ville bli verdifull for oss, og heller ikke hvor man skulle gå mer i dybden. Men allikevel synes vi at vi har klart å avdekke en del funn som vil kunne gi et bilde av informantenes synspunkt i forhold til kjøp av tjenester.

Et av de første funnene vi tok for oss i analysen var at flere av informantene hadde et økonomisk perspektiv i deres vurdering til tjenesten. Her så vi at informantene uansett holdning til tjenesten hadde en formening om pris, men at det hadde en sammenheng med om tjenesten var kvinne- eller mannsdominert. Basert på et lite utvalg vet man ikke om dette forholdet faktisk stemmer, eller om det var noe som kom frem i våre data på bakgrunn av konteksten, eller påvirkning fra oss som forskere. I forhold til at vurderingen av pris ofte var basert på økonomisk gevinst, så vi tendenser til informanter med høyere inntekt var mindre prissensitive, sammenlignet med informantene med lavere samlet inntekt.

Et av de største funnene vi avdekket var rollen sosial aksept/subjektive normer spilte inn i tjenesteutsetting debatten. Spesielt så vi dette på enkelte tjenester slik som gartner, snømåking og barnepass, der ingen av informantene benyttet seg av tjenesten. Slik de uttrykte seg tok de avstand fra disse tjenestene ved måten de formulerte seg på. Et eksempel på dette er at de bort forklarer personer de kjenner som bruker en av disse tjenestene, ved at de argumenterer til deres fordel at de kan bruke det. For oss som forskere er det utfordrende å vite om holdningen er positiv til tjenesten, men overstyres av den sosiale normen, eller om den sosiale normen har skapt en negativ holdning.

Det som har vært mest interessant ved denne undersøkelsen for oss som forskere var at vi gikk inn i dette med et åpent sinn, men hadde allikevel noen antagelser om at stress ville bli en stor del av oppgaven, med tanke på at stress og tidsklemmen ofte er synonyme til hverandre i mange settinger. Vi opplevde derimot at det var en diskrepans mellom opplevd stress og faktisk tidsbruk hos våre informanter.

7.0 AVSLUTNING

7.1 Svakheter og feilkilder

I likhet med andre metodiske oppgaver så har valg av design sine svakheter og styrker, uansett kvalitativ eller kvantitativ retning. På bakgrunn av den kvalitative metoden som går i induktiv retning fra empiri til teori, så har vi selektert den relevante teorien på bakgrunn av funnene fra datamaterialet. Denne tilnærmingen er en av våre styrker fordi vi på mange måter ikke har forhåndsbestemt hva vi skal finne, men går inn feltet med åpent sinn. Som følge av begrenset erfaring innen fagfeltet og kort tidsperspektiv, er det en mulig svakhet at andre vesentlige teoretiske perspektiver blir utelatt som følge av denne tilnærmingen.

Denne undersøkelsen har benyttet personlig rekruttering som utgangspunkt for utvelgelse av informanter, dette vil naturligvis ha konsekvenser for den eksterne validiteten til undersøkelsen. Derfor med utgangspunkt i utvalget og det valgte designet, er det sannsynlig at studiens funn ikke lar seg direkte overføre til andre grupper. Ettersom hensikten med denne undersøkelsen aldri var å oppnå statistisk generalisering, så er dette valget gjort bevisst for å komme i dybden av fenomenet. Det har avdekket interessante funn som vil kunne ytterligere forskes på kvantitativt.

I forbindelse med innsamling og analyse av data ser vi at oppgaven har svakheter i forhold til at vi gjennomførte dybdeintervjuene hjemme hos informantene, og at dette kan ha hatt negative konsekvenser på innsamlingen av data. Dette valget ble gjort på bakgrunn av at informantene objektivt sett passer kriteriene til å befinne seg i tidsklemmen, og det kunne derfor være vanskeligere å møtes i lokaler i Oslo med hensyn til tid, og at informantene var geografisk spredt. Dette kan på den andre siden ha vært en styrke da dette kan ha gjort at informantene følte seg tryggere, og mer åpne enn de hadde vært i et intervjulokale.

Videre har vi som forskere lite erfaring innenfor innsamling og analyse av data, og dette kan derfor være bakgrunn for feilvurderinger av informantenes svar. I forhold til utvalget vi hadde med i undersøkelsen var et av utvalgskriteriene at begge foreldrene skulle være i fulltidsjobb.

På tidspunktet intervjuet ble gjennomført jobbet to av informantene som skiftarbeidere, noe som kan tenkes å ha innvirkning på deres oppfattelse av tidsklemmen, og kjøp av tjenestene vi hadde med i undersøkelsen. På den andre siden kan det tenkes at et spredt utvalg som har forskjellige jobber fanger ulike aspekter ved tidsklemmen som styrker vår oppgave.

7.2 Konklusjon

I denne oppgaven har vi tatt for oss problemstillingen, om det er noen sammenheng mellom tidsklemmen og kjøp av tjenester i hjemmet. For å belyse problemstillingen utformet vi tre forskningsspørsmål som vi har besvart underveis i oppgaven.

I forhold til teorien om komparative fortrinn kom det frem at informantene hadde et økonomisk perspektiv og vurderte tjenestene ut ifra egen økonomi. Førsteintrykket vi fikk av informantene var at de var det teorien kaller “det økonomiske mennesket” og det ville derfor være rasjonelt å markedsutsette tjenester så lenge den alternative anvendelsen av tid og ressurser gir høyere avkastning (Undheim, Døving og Tronstad Moe 2015). Da vi dykket dypere i datamaterialet kom det tydelig frem at sosial aksept kanskje var en større pådriver enn det økonomiske aspektet, TRA modellen ble derfor essensiell. Denne tar i hovedsak for seg holdninger og subjektive normer som i en kombinasjon leder til intensjon som fører til atferd. Generelt hadde ingen av informantene noen ekstreme negative holdninger til noen av tjenestene, men i tråd med teorien og med stor sannsynlighet tydet det på at den subjektive normen for informantene var en sterkere påvirker enn informantenes egne holdninger (Ronæs 2011, 37). Spesielt omhandlet dette tjenester som gartner, snømåking og barnepass der ingen av informantene benyttet tjenestene. Dette kan være for å beholde relasjonene til sin referansegruppe.

Det første forskningsspørsmålet for å belyse problemstillingen omhandlet at de personene med objektive kriterier for å befinne seg i tidsklemmen faktisk opplever den. Et av våre mest interessante funn var en diskrepans mellom opplevd stress og faktisk tidsbruk hos informantene. Da samtlige informanter assosierte tidsklemmen med stress og mente selv de befant seg i den, men i realiteten brukte de mye av tiden sin på tv-titting og avslapping. Allikevel var det tider på døgnet som var mer travle enn andre, men ved å planlegge, forberede og strukturere dagene mente informantene selv at man kan redusere dette.

Dette betyr at personer med objektive kriterier for å befinne seg i tidsklemmen kan oppleve tidsklemmen ofte på morgenen og kvelden, men i hovedsak er opplevelsen av tidsklemmen en subjektiv forvrengning, fordi informantene i mange tilfeller har mye tid til overs i løpet av en dag.

Det andre forskningsspørsmålet omhandlet om hvordan kjøp av tjenester kunne hjelpe folk ut av tidsklemmen. Våre funn tyder på at majoriteten av informantene opplever tidsklemmen mest på morgenen. Allikevel er de fleste tjenestene beregnet på ettermiddagen og ikke morgentimene da de fleste av våre informanter kunne hatt behov for tjenester som kunne hjulpet dem ut av tidsklemmen⁴. På den andre siden peker informantene på at årsakene til benyttelse av tjenesten ikke bare er tidsbesparelser, men inspirasjon og økonomiske aspekter. Ut ifra informantenes svar tyder det på at våre omtalte tjenester i liten grad kan hjelpe de ut av tidsklemmen de opplever på morgenen, men kan på mange måter virke tidsbesparende på andre tider av døgnet. Våre antagelser er at den besparte tiden kommer til å bli anvendt på andre ting, og de vil derfor fortsette å befinne seg i sin egen selvfor skylde tidsklemme.

Det tredje forskningsspørsmålet omhandlet hvilken innvirkning sosial aksept har på kjøp av tjenester. De funnene vi fant kan tyde på at om tjenestene ikke er sosialt akseptert av referansegruppen, altså de "viktige andre" kan dette være en grunn til at informantene ikke kjøpte tjenesten og at tjenesten bør være sosial akseptert for et eventuelt kjøp. Allikevel pekte informantene på ulike årsaker til kjøp, noe som tyder på at sosial aksept ikke er den utløsende faktoren til kjøp av tjenester, men sosial aksept bør ligge til grunn for kjøp av tjenester. Dette kan betyr at sosial aksept har en sterk innvirkning på kjøp av tjenester, men antas å ikke være den utløsende.

Avslutningsvis har vi avdekket mange interessante funn rundt temaet tidsklemmen. Samtlige av informanter har benyttet seg av enkelte av de utvalgte tjenestene, men det er flere faktorer som påvirker kjøp av tjenester enn kun det tidsbesparende aspektet.

⁴ Her må det undersøkes om det er motstand mot tjenester som kan hjelpe forbrukere ut av morgen helvete, før man vet om det er et marked for slike tjenester.

Slik vi tolker det må det være økonomisk fordelaktig, sosialt akseptert og i tillegg foreligge en positiv holdning til tjenesten for at et kjøp skal forekomme⁵. Det kan derfor antas at det er en liten sammenheng mellom tidsklemmen og kjøp av tjenester.

7.3 Videre forskning

I løpet av denne undersøkelsesperioden har vi måttet ta flere valg i henhold til tidsaspektet, og begrensede ressurser og forkunnskaper. Selv syntes vi at vi har belyst oppgavens problemstilling på en god måte, og har ved å undersøke dybden kommet opp med flere aspekter og variabler som spiller inn enn vi opprinnelig trodde. I denne delen vil vi komme med noen forslag til videre forskning på området. Som studenter er vi glade for at det har dukket opp mange interessante spørsmål om tidsklemmen og utbredelsen av kjøp av tjenester. Hadde vi hatt mer tid og kunnskap på forskersituasjonen kunne det tenkes at vi hadde angrepet dette på en helt annen måte, men det får vi spare til neste gang, da vi er enda én erfaring rikere. Videre ville det også vært svært interessant å undersøke fenomenet med et eksperiment som metode. Vi hadde i utgangspunktet lyst til å benytte oss av denne metoden, men gikk bort fra dette da vi så at dybdeintervjuet ville gi oss mer utfyllende data i og med at dette er en liten kvalitativ undersøkelse.

Vi mener også at dette tema ville vært aktuelt å utforske ytterligere kvantitativt og mener at denne oppgaven kunne vært en del av en forundersøkelse til en kvantitativ studie. Ved å ta for seg en eller flere av faktorene som er undersøkt, ta for seg flere tjenester, og ha et større utvalg, kunne man sett om resultatene er overførbare til andre grupper. Videre hadde det vært spennende og grave dypere inn i at nordmenn er de som hevder at de opplever tidsklemmen mest, men er flere år på rad blitt kåret til et av verdens beste land å bo i (Human Development Report). Objektivt sett har mange av oss god tid, så spørsmålet er om vi kun stresser oss selv fordi vi ønsker å virke vellykket og trendy? Ville nordmenn erkjent denne trenden hvis man spurte dem i en undersøkelse, eller ville de forsøkt å skjule hensiktene bak deres stressede hverdag?

⁵ Det er selvfølgelig mulig at det kan oppstå avvik dersom personene har en negativ holdning, men blir satt i en situasjon hvor en er nødt til å benytte seg av tjenesten. Eksempel på dette kan være sykdom og lignende.

Et annet aspekt som ville vært veldig aktuelt i forbindelse med økningen hos matleverandørene Adams matkasse, Kolonial osv. er om markedsføringen som legger vekt på det å spare tid faktisk treffer målgruppen. Nylig lanserte Nutrilett sin nye kampanje – tidsklemma pakken⁶. Slik vi ser det er Nutrilett en av de første aktørene som markedsfører seg som en løsning på tidsklemmen. Det blir spennende å se om denne kampanjen slår ann i markedet.

I denne oppgaven fant vi ut at tidsaspektet ikke er den eneste påvirkningen til kjøp av tjenester i hjemmet. Det vil da bli det spennende å se om produkter som fokuserer kun på dette vil slå ann i markedet, eller om de må finne nye strategier for å nå målgruppen som befinner seg i tidsklemmen.

⁶ Kan dette hjelpe dem ut av morgnehelvete og være en løsning på tidsklemmen, eller er det bare enda et nytt jag etter en ny trend? <http://www.nutrilett.no/product/tidsklemma-pakken/>

8.0 LITTERATURLISTE

Ajzen, Icek og Martin Fishbein. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Addison Wesley Publishing Company.

———. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Upper Saddle River: Prentice-Hall, Inc.

Ajzen, Icek. 2012. “Martin Fishbein’s Legacy: The Reasoned Action Approach”. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. vol 640: 11-27.

Askheim, Ola Gaute og Tor Grenness. 2008. *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. 1.utg. Oslo: Universitetsforlaget.

———. 2014. *Kvalitative metoder – for markedsføring og organisasjonsfag*. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget

Bech, Julie. 2016. “Tidsklemma.” *Kamille*, nr 6, 7 Mars 2016.

Berg, Bruce L. og Lune H. 2014. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. 8.utg. United states of America: Pearson

Cappelen, Alexander W og Bertil Tungodden. 2012. “Atferdsøkonomi og økonomiske eksperimenter.” *Magma* (5). Lesedato 10. mai 2016:
<https://www.magma.no/adferdsokonomi-og-okonomiske-eksperimenter-f>

Chesbrough, Henry. 2011. *Open Services Innovation*. 1.utg. USA: Jossey - Bass.

Cialdini, Robert B. 2011. *Påvirkning teori og praksis*. 2. utg. Oslo: Abstrakt forlag.

- Ellingsæter, Anne Lise. 2005. "Tidsklemme" Metafor for vår tid." *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 46(3):298-322. Lesedato: 3. Februar
2016: https://www.idunn.no/file/pdf/33215830/tidsklemme_-_metafor_for_var_tid.pdf
- Eriksen, Thomas Hylland. 2001. *Tyranny of the moment: Fast and Slow Time in the Information Age*. London: Pluto press. Lesedato 9.mai 2016:
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=72528&site=ehost-live&scope=site>
- Eriksen, Thomas Hylland, Thomas Gad, Øyvind Lund Martinsen m.fl. 2003. *Selvledelse*. 1.utg. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Gagnè, R.M and Briggs, L. J. 1974. *Principles of instructional design*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Grenness, Tor. 2001. *Innføring i vitenskapsteori og metode*. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget
- Hansen, Torben, Marie Søndergaard Risborg, and Christina Donslund Steen. 2012.
"Understanding consumer purchase of free-of cosmetics: A value-driven TRA approach". *Journal Of Consumer Behaviour* 11, (6): 477-486.
- Holter, Harriet & Ragnvald Kalleberg. 1996. *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. 2 utg. Oslo: Universitetsforlaget.
- Holme, Idar M. og Bernt K. Solvang.1986. *Metodevalg og metodebruk*. 1.utg. Oslo: Tano
- .1996. *Metodevalg og metodebruk*. 3.utg. Oslo: Tano
- Human Development Report. 2015. Work for Human Development. Lesedato 23 Mai 2016:
http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2015_statistical_annex.pdf

Jacobsen, Dag Ingvar. 2015. *Hvordan gjennomføre undersøkelser?: innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utg. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Christoffersen. 2005. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utg. Oslo: Abstrakt forlag AS.

———. 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4. utg. Oslo: Abstrakt forlag AS.

Kanuk, Leslie, Håvard Hansen & Leon G Schiffman. 2011. *Consumer Behaviour, A European Outlook*. 2. Edition. USA: Pearson Education Limited

Kitterød, Hege Ragni. 2009. "Rengjøringshjelp i norske husholdninger." *Tidsskrift fra statistisk sentralbyrå*, 23(1):58-62.
Lesedato 5. mai 2016: <http://www.ssb.no/a/samfunnsspeilet/utg/200901/ssp.pdf>

Kumar, Anil, and Poonam Kumar. 2013. "An Examination of Factors Influencing Students Selection of Business Majors Using TRA Framework". *Decision Sciences Journal Of Innovative Education*, 11(1):77-105.

Lem Hartvigsen, Charlotte. 2012. "«Det økonomiske menneskets» metamorfose." *Magma*, (5).
Lesedato 1. februar 2016: <https://www.magma.no/det-okonomiske-menneskets-metamorfose>

Munthe, Preben. 2015. "Handelsteori" *I det Store Norske Leksikon*.
Lesedato 1. februar 2016: <https://snl.no/handelsteori>

Osvold, Sissel Benneche. 2004. "Livsklemma" *Dagbladet*.
Lesedato 6. Mai 2016: <http://www.dagbladet.no/kultur/2004/02/12/390683.html>

Regjeringen. Lærdommer fra økonomisk forskning og andre lands erfaringer.
Lesedato 22. mai 2016: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2015-9/id2423507/?ch=4>

Ronæs, Nina H. 2011. *Den bittelille hjelperen til forbrukeratferd*. Essex: Pearson Education Limited.

Samuelsen, Bendik M og Lars Erling Olsen. 2007. "Jeg har meninger - sterke meninger – men jeg er ikke alltid enig i dem." *Magma* (2). Lesedato 10. mai 2016: <https://www.magma.no/jeg-har-meninger-sterke-meninger-men-jeg-er-ikke-alltid-enig-i-dem>

Sheppard, Blair H., Jon Hartwick, and Paul R. Warshaw. 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.

Szollos, Alex. 2009. "Toward a psychology of chronic time pressure". *Time & society*, vol 18:334. Sage Journals (0961463X09337847).

Teigen, Karl Halvor. 2012. "Holdninger" *I det store norske leksikon*. Lesedato: 4. mai 2015: <https://snl.no/holdning>

Undheim, Kristin, Runar Døving og Helene Tronstad Moe. 2015. "Skammens tjenester." *Magma*, (6). Lesedato 1. februar 2016: <https://www.magma.no/skammens-tjenester>

Vaage, Odd Frank. 2012. "Tidene skifter: Tidsbruk 1971-2010". *Statistisk sentralbyrå*, 01/12. Lesedato 5. mai 2016: <https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/sa125/sa125.pdf>

Wilson, Alan, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2012. *Service Marketing*. 2. utg. New York: McGraw-Hill Education

9.0 VEDLEGG

Intervjuguide

Hei, hyggelig at du kunne komme i dag, jeg er ____ og jeg er ____.

Dere er blitt klar over at vi kommer til å foreta lydopptak under intervjuet, og at det kun kommer til å bli brukt under transkriberingen av intervjuene. Opptakene vil bli behandlet som konfidensiell informasjon, og dere vil bli anonymisert i oppgaven.

Hvis dere ønsker en kopi av den endelige bacheloroppgaven vår så gi oss en beskjed på epost så sender vi den til dere som takk for hjelpen.

Personlige opplysninger:

1. Kjønn:
2. Alder:
3. Hva slags utdanning har du?
4. Bo situasjon
5. Antall barn, og i hvilken alder?
6. Hvilke husdyr har dere?
7. Hva slags stilling har du?
8. Hva er husets totale inntekt?

Tema: tidsbruk

9. Beskriv dagen i går fra du sto opp til du la deg?
Hva vil du si var typisk/u-typisk?
10. I hvilken grad har du mulighet til å bestemme din egen arbeidstid?
 - Fleksibel?
 - Hjemme kontor?
 - Jobbe inn dager?
 - 8-16 jobb?

11. Hvilke hobbyer og aktiviteter har deres familie etter jobb og skole?

- Hvor mange dager var dere opptatt disse aktivitetene i forrige uke?
- hvor mye tid bruker dere på disse aktivitetene?
- De dagene dette gjelder hvordan gjør dere det med middag, kjøring, husarbeid osv.
- Er du deltagende i dine barns fritidsaktivitet?

12. Øvelse: Disponering av tid i kakediagram på ark.

Informant blir tildelt et ark hvor de blir bedt om å tegne opp hvordan de disponerer dagen sin i et kakediagram.

Tema: tjenester

Rengjøring

Barnepass

Matkasse

Catering

Gartner og snømåking

Skredder

Håndverker

Dekkskift / bilpleie / bilvask

Hjemkjøring av mat evt take away?

13. Når var sist du benyttet deg av denne tjenesten?

Hvis ja:

14. Hvorfor kjøpte du det?

15. Hvordan må du forberede deg før du benytter tjenesten?

16. Hvordan opplevde du tjenesten? Sto den til forventningene?

17. Når vil du benytte deg av denne tjenesten i fremtiden?

18. Hva ville du betalt for denne tjenesten igjen?

Hvis nei:

Side 3

19. Hvorfor har du ikke benyttet deg av denne tjenesten?
20. Hva er dine tanker rundt denne tjenesten?
21. Når ville du ha benyttet deg av denne tjenesten hvis du hadde mulighet?

Uansett svar:

22. Hva syntes din partner om å benytte denne tjenesten?
23. Hvem andre kjenner du som bruker denne tjenesten?

Tema: tidsklemme

24. Hva assosierer du med ordet tidsklemme?
25. Hvem er det du kjenner som du tror opplever tidsklemmen?
 - Hvorfor det?
26. Hvis du opplever tidspress, hvilken tid av døgnet opplever du dette?
27. Hvordan kan du legge opp dagen din slik at hverdagen din blir enklere?
28. Hvor mye er 1 time fritid verdt for deg?

Til slutt:

Føler du at det er noen ting vi ikke har avdekket med tanke på at vi ønsker å finne ut om personer i tidsklemmen kjøper flere tjenester enn andre? Eller om du har noen andre kommentarer.

Transkribering intervju 2

Sted: Grupperom på skolen

Tidspunkt: 18 februar kl 12.00 - 12.45

Hvem intervjues: Informant 2

Andre kommentarer: To intervjuere. Informanten virket litt nervøs i starten men løsnet etterhvert. Virket litt nervøs over lydopptaket og ville ikke si noe han var redd skulle skrives i oppgaven.

Intervjuer blir betegnet som 1

Informant blir betegnet som 2

1: Kan du fortelle litt om utdanning du har?

2: Bachelor i idrettsvitenskap, 3 år. Idrettsadministrasjon og ledelse, tilsvarende sportsmanagement på idrettshøgskolen. Litt flere søkere i Oslo og litt lettere å komme inn i bø.

1: Hvor gammel er du?

2: 31 år

1: Da sa du at du hadde bachelor, har du mer utdanning?

2: Jeg har et årstudium i organisasjon og administrasjon fra høyskolen i Oslo og Akershus også har jeg et årstudium i økonomi og administrasjon fra universitet i Tromsø. Fant ut at jeg måtte komme meg videre fra basketen i Tromsø som tok mye tid.

1: Lurer litt på bosituasjon og hvor du bor nå?

2: På Manglerud, 4-mannsbolig. Har samboer og to gutter.
vært sammen siden sommeren 2012, med kona...

1: Verdien av boligen?

2: Vi holder på å bygge den ut så skal få en ny verditakst av boligen så straks vi er ferdig, men vi eier selv.

1: Du sa du hadde to barn, hvor gamle er de?

2: De er henholdsvis 2,5 og 2mnd. til tider søt(Latter)

1: har du noe husdyr?

2: Ikke som jeg kjenner til i vert fall

1: Den jobben du har nå, hva slags stilling har du?

2: Jeg er en idrettsforvalter, Drift og vedlikehold av idrettsanlegg i Oslo. Hovedsakelig Groruddalen.

1: Din og din samboers totale inntekt?

2: vi kan regne cirka 1 million.

1: Beskriv dagen i går fra du stod opp til du la deg

2: yes, da var det opp klokken 6 tar med guttungen på to og et halvt. Sover inne hos guttungen for å få det mest komfortabelt. Så står vi opp og bruker kanskje en halvtime på bade for å stelle oss og diverse. Så er det litt frokost og prøver å komme oss ut av døra kvart over 7. så er vi i barnehagen litt før halv åtte. Så er jeg på jobb cirka klokka åtte selv. Ferdig cirka halv 4. Det er ofte jeg er ute og reiser på befaringer. Var ute på et hasteoppdrag til en idrettshall. Det var en kurv som holdt på å rase ned. så måtte sjekke hva som var feil og forsikre seg om at den ikke ble brukt til den var fikset. Så kvarter lunsj. Ferdig halv 4. jeg har syv og en halv time arbeidstid. Det er fleksibel arbeidstid så jeg kan styre den selv jeg har kjernetid fra 9-2 men man kan søke seg fri. Hehe jeg kan si hva vi gjorde etter lunsj. Da var det aktivitetsdag for hele Groruddalen. Vi var på Skullerud med skiaktiviteter, aking, rebusløp og premieutdeling. Men dette er bare en gang i året. For to år siden var vi i kollen men det er vær avhengig. Da var vi ferdig klokken 3 og da dro vi hjem. Men normalt er jeg ferdig halv 4 og da går jeg til t-banen, henter guttungen så er det hjem og lage middag. Etter middag er det litt lek og moro. Barne-tv tid, dusjing også kanskje en brødskive så er det rett i seng klokken syv. Og da tar jeg på meg arbeidsklær og starter å sparkle og male. I går rundet jeg av halv elleve. Da var jeg sliten og lei og trengte mat. satt oppe til halv tolv og da måtte jeg komme meg i seng. Så da gikk jeg inn å la meg på luftmadrass på guttungen sitt rom.

1: typisk/Utypisk?

2: Sover midlertidig på guttungen sitt rom. holdt ut en uke eller to med 4stk i samme seng men det endte med luftmadrass.

1: Du sa du hadde fleksibel arbeidstid kan du jobbe in dager og styre selv?

2: Ja, det er veldig fleksibelt. Jeg kan styre arbeidstiden selv. Skal jobbe 37 t i snitt i uken. Men om jeg skylder noen timer her og der så kan man jobbe inn det igjen senere, så de utlignes i lengden.

1: Hobby og aktiviteter?

2: Da prøver vi å komme oss ut i marka. Komme oss på tur. Marka og ta oss en bolle og kakao. Prøver å gå på ski. Dra på dyrehage. Lekeland, bad eks. bølerbad sånne type aktiviteter.

Kona slutta med innebandy når hun var 20. Jeg har droppet helt ut av basketen pga. den situasjonen vi er i.

1: Hvor mye tid tar det?

2: Det er jo 3 treninger i uken, men vi er ikke på noe kontrakt så vi velger selv. Det er din forpliktelse og ditt egent ansvar, og prøver å stille opp på så mange treninger i uken. I fjor gjorde jeg en deal så jeg var på to treninger i uken. Kona hjemme må også få noen frikvelder. Hvis jeg drar ut mandag-fredag også i helgene. Prøver å samkjøre litt.

1: Har dere faste dager i uken for de andre?

2: nei det blir i hovedsak helgene. Tiden strekker seg ikke til etter barnehage osv. de er litt små til å ha aktiviteter selv også. Vi vurderer å starte på turn for den eldste. En time hver onsdag, det skal vi rekke. Han driver og turner rundt for å si det sånn.. haha

1: Øvelse, tegn hvordan du disponerer tiden din i et kakediagram

2: et døgn er enklere... søvn 7 t, jobb 7,5 + reising, maling er type kveldsaktivitet eller arbeid, spising... hahaha hehehe lol... frokost middag og kvelds 2 timer + tilberedning så si 3 t.

Vi er med på prosjekt med han minste for å sjekke hud og eksem i ung alder så han oljebades 5 dager i uken.

1: Rengjøring, når var sist dere benyttet dere av det?

2: Om en halvtime, da kommer rengjøringsdama. Og forrige gang var i helgen da mamma var på besøk. Da hjalp hun til med litt vask. Vi har vaskehjelp hver annen uke. Lettere renhold selv.

1: Hvorfor kjøpte dere dette?

2: For å få døgnet til å gå opp og husfreden.

1: Må dere forberede dere før hun kommer?

2: Yes, rydding av leker og benytter tiden hennes til å vaske og tørke støv.

1: Føler dere på at hun kommer?

2: For å gjøre det lettere for henne, hun har 3 timers jobb. Vi må være mer forberedt neste gang.

1: Hvordan opplever dere tjenesten?

2: Det står veldig til forventningene. En betraktelig bedring i våres hverdag. Forholdsmessig for rent og pent. Slipper gnagingen til hverandre. Det hjelper.

1: Hvor lenge har dere benyttet dere av denne tjenesten?

2: Cirka et år og vi kommer til å fortsette. Det er en bekjent og det er flere småbarnsforeldre i vår vennekrets som har benyttet seg av denne.

1: Hva syntes samboeren din om dette?

2: Det var hennes forslag så jeg hang meg bare med. så hun ble storfornøyd

1: Hva med barnepass, har dere benyttet dere av dette?

2: Ja, det blir jo hovedsakelig svigers, siden de bor så nært. de bor 5 min unna. Mamma er jo pensjonist så hun kunne gjerne satt seg på et fly. Litt mer forberedelse

1: Har ikke kjøpt barnepass?

2: Nei, de er litt for små til det, men vi har noen tvillinger i andre etasje som fort kan blir klar om noen år.

1: Hvordan vil dere benytte dere av dette i fremtiden?

2: Vi har jo pratet om det for at vi i det hele tatt skal få noe voksentid sammen ilag så må vi få oss barnepass. Det siste vi snakket om var kino. Vi har ikke vært på kino siden før første ungen ble født. Så da snakket vi om dag kino for småbarnsfamilier. Tilrettelagt med skrik og skråll haha

1: Om dere skulle benytte dere av barnepass hvordan?

2: Først og fremst bekjente så måtte vi tatt noen referanser på et firma, har ikke vært borti om det finnes på kveldstid. Evt. SFO som jeg var på når jeg var liten og dette er det gode muligheter på Manglerud også fotball SFO og helt sikkert ishockey. Min bror kan også passe i helgene evt. men han bor på Rena så han bor bare delvis i Oslo. Dvs. han pendler.

1: Hva med matkasse?

2: Ja det har vi prøvd en eller to ganger, senest forrige uke eller uken før det da kom mamma på besøk så da ventet vi en uke.

1: Hvorfor matkasse?

2: Det var fordi at det virket spennende og vi var møkk lei av å dra i butikken hver dag. så nå prøver vi etter beste evne å lage en ukes meny selv. Så vi kan kjøpe inn masse en gang i uke. Det jaget å gå hver dag i butikken etter jobb og barnehage fungerer ikke.

1: Må dere forbedre dere til matkasse?

2: Nei, vi hadde vel rimelig kontroll på hva vi måtte ha i tillegg, altså basevarene. Lurer på om vi fikk en liste i forkant. Også var det noe introduksjonskurs/tilbud. Det var på Adams matkasse også har vi hørt om kolonial.no er det det det heter? Det benyttet vi oss av forrige helg. Da hadde de bestilt alt mat og hentet det på vei til hytta. Da hadde de plukket de matvarene vi skulle ha. Opplevde det helt supert. Jeg merket ingen ting for jeg fikk bare maten servert men virket som god kvalitet på maten. Kan også bruke det selv men må også ta det økonomiske perspektivet i behold.

1: Har dere sluttet med det, grunnen?

2: Prøvde det en gang, og ble litt misfornøyd med kvaliteten. Var noen dårlige matvarer. Har ikke prøvd det siden. Dvs. et halvt år.

1: Når vil dere prøve det i fremtiden?

2: Neste uke ja.

1: Prisen syntes du er greit?

2: Jeg har ikke finregnet på det men det er verdt det. Det jaget etter å komme seg ut, skrive handleliste og utallige menyer du har lyst på den ene dagen men ikke i morgen.

1: hva syntes din samboer?

2: Det er spennende, de har sikkert mye bedre utvalg nå en de hadde for et halvt år siden.

Egne barnemenyer, egne sunnhets ukes meny, ulike str, vi har satt oss litt inn i det. Og vi kan velge ulike uker.

1: Flere bekjente som bruker det?

2: ja, eller om de bruker det fast skal jeg ikke si. Jeg har sett noen bilder på Instagram og Facebook. At dem er fornøyd med det.

1: Hva med catering?

2: Ikke utenom navnefesten men mye hjemmelagd. Bruker det ikke i hverdagen men vurderer det ved større sammentreff. Bursdager, navnefester f.eks.

1: er det noe du er oppvokst med?

2: nei egentlig ikke, i min familie har vi lagd maten selv og fått andre familier til å ta med litt så lagd et stort koldtbord. Samme med Stine(samboer) der moren er ekstrem flink til å lage mat... Svigers har jo vaskehjelp hun å så hadde sikkert satt pris på litt hjelp

1: Begrunnelsen i deres situasjon for...

2: For å få mer fritid, en lettere hverdag og mindre stress. Ikke så kult alltid å stå å kokkelere en hel søndag før et arrangement.

1: Når dere brukte det møte det forventningene?

2: Det gjorde det.

1: Gartner og snømåking har dere brukt det?

2: Det er meg sjøl. hehe. Vi har en felles oppgang med 3 andre. Det er en 4-mannsbolig så da har man ansvaret for den lille stien opp fra gata. Så da er det førstemann ut som får det ærefulle oppdraget. Ja vi bor i borettslag så da er det vaktmesteren som klipper og sånt. Men han gjør ikke noe såing (i hagen) eller noe sånt. Det gjør jeg selv.

1: Kunne dere tenkt dere å betalt noe for det?

2: Nei, det er en såpass hyggelig aktivitet ute så det er litt lettere å gjøre en sånn ting, men og da kan ungene bare leke litt fritt eller være med å hjelpe til for den slags skyld.

1: Venner og bekjente som bruker det?

2: nei, tror de fleste bor i blokk og at de fleste har så små hageflekker at de gjør det selv.

1: Skredder - brukt det? ødelagt ect.

2: Jeg vurderte det det her om dagen da glidelåsen til gamasjen min var ødelagt. Han skulle ha 450 kr for det og da kan jeg like så godt kjøpe nye for det er hva de koster i pris. Men kjøpte en dress i fjor og da gjorde de det på butikken. Med bukser og jakke.

1: Måtte du forberede deg da du benyttet tjenesten?

2: Ikke noe mer enn at man stilte opp i butikken og tok mål der og da også fikk beskjed to dager etter at den kunne hentes. yes jeg var fornøyd med resultatet så den brukes den dag i dag.

1: Samboer syntes dette er greit?

2: Jada hun var med på gaven til meg selv. Så det var et lite spark.

1: Har dere brukt håndverkere utover det du gjør selv?

2: Ja, vi har brukt det på hovedjobben altså utbyggingen. Og renovering av eksisterende bolig. I form av snekker, rørlegger og elektriker. Ellers så sparkler vi og maler selv. Det rent faglige setter vi bort. (mangel på kunnskap)

1: Hvorfor satt dere dette bort?

2: Det kan gå dårlig, har hverken tid eller kunnskap til det. Først og fremst kunnskap

1: Måtte dere gjøre noe spesielt før bruk av tjenesten?

2: Ikke noe mer enn vanlig. Ta inn x antall tilbud og vurder dem. Ikke nødvendigvis pris men de vi tror var best. vi gikk i den fellen at vi brukte deres standardkontrakt så vi hadde ikke noen egne krav. de begynte i august. Skulle ta to-tre måneder og de er enda ikke ferdig.

1: Ville du benyttet deg av tjenesten igjen?

2: Ville brukt et annet firma, og håndverkere til andre ting med glede.

1: og samboeren syntes dette er greit?

2: Hun vil heller bruke de enn meg, er ikke så handy. hahaha

1: Kjenner du andre familier og venner som bruker det?

2: Både og. Kjenner familie som er håndverkere men de bor ikke i nærheten men andre familie og venner bruker det også.

1: Dekkskift, bilpleie og bilvask - har dere brukt det?

2: Både og. Det er både satt bort og satt bort. Dekkskift har jeg gjort selv og satt bort. Sikkert annenhver gang. Det koster jo 200 kr så istedenfor at jeg skal stå å banne og slå. Vasking gjør jeg i hovedsak selv, har ikke brukt dekkhotell

1: Hvorfor?

2: For å bruke mindre tid på denne jobben. Og tar dem 15 min på jobben, mens jeg med et manuelt skrujern hadde brukt to timer

1: Føler du at du må komme med nyvasket stelt bil?

2: Nei ikke i det hele tatt

1: Vil du benytte deg av denne tjenesten i fremtiden

2: Yes,

1: Takeaway, evt. kjøring av mat hjem?

2: Hun (samboer-stine) tar takeaway og tar det med hjem selv.

1: Kunne ikke tenkt deg å betalt for å fått kjøre det hjem.

2: Jo men altså ikke så bekvært. Kan kombineres med en liten handlekur.

1: Syntes det er helt greit å hente og er fornøyd med det du får?

2: Ja, det går i sushi så kort vei og. De vi bruker kan kjøre men det tar så kort tid så ingen økonomisk vits å bruke tjenesten.

1: Er det noen du kjenner som bruker det?

2: Det er ukjent, ikke noe vi sitter og diskuterer.

1: Noen flere tjenester du eller andre bruker vi ikke har tatt opp?

2: Hmmm, hold på å si personlig kjøring. Var på ferie i fjor jul da bestilte vi privatbil for å komme oss raskere til hotellet og flyplassen. Da hadde vi forhåndsbestilt privatbil - gjennom hotellet. Veldig deilig og ikke noe dyrere enn taxi.

1: Hva assosierer eller tenker du med ordet tidsklemme?

2: Panikk! Ikke alltid full kontroll, det går i ett, stress.

1: Hvem kjenner du som opplever tidsklemme?

2: Det må være andre småbarnsfamilier og jeg vet hvordan de har det selv. Jeg er nok ikke noe ekstraordinært tilfelle og er nok andre som befinner seg her også. Frem til barneskole er verst så roer det seg litt ned på barnenivå. Da kan de gå til og fra skolen selv, være litt alene hjemme. Da begynner dem å håndtere litt selv.

1: Når er det du føler at du opplever tidspress? Noen tid på døgnet det er verst?

2: Fra jeg står opp til jeg legger meg! haha nei, det er morran. Da og komme seg ut og på jobb. Så selv om jeg har fleksibel arbeidstid så tenker jeg at jeg må være der 8. det er ikke fordi jeg har 7,5 t arbeidstid men heller det at jeg har mye å gjøre. Og drar det ut i tid i morgen og Michal på hjem halv 4 så rekker jeg ikke det får han ikke kommet seg hjem. Det er en hektisk hverdag på jobb også.

1: hvordan kan du legge opp dagen så den blir enklere for deg?

2: Planlegging. Ha en plan for dagen, forberede kvelden før. Det merker vi. Gjort test på oss selv. Sette ut fat, tallerken og bestikk på bordet. Det var veldig befriende for oss. Ikke det at det tar så lang tid men. Bare den lille tiden der. Hvis du i tillegg hadde lagd matpakke er det kun frokosten du trenger å tenke på. Det varierer veldig om vi gjør dette nå, det kommer an på kvelds "tidklemmen" der. Noen ganger har man lyst til å sette seg i sofaen og jaa. Tar meg selv i å sitte litt for lenge og sove litt for lite. Egentiden er viktig og kjenne på at man kan være alene og slappe av.

1: Hvor mye er en time fritid verdt for deg?

2: Det er ubeskrivelig (Ler/Spøkte). Neida, det er digg. Det blir ofte sånn at jeg når de andre har lagt seg kan jeg sitte oppe, ta meg en brødskeive og se litt på tv og koble helt ut. Være deg selv.

1: Noe mer vi bør ta med eller du føler du ikke har fått sagt?

2: Verdsetter egentiden/Fritiden veldig høyt.

"Resten av transkriberte intervjuer er tilgjengelige og kan ettersendes på forespørsel".