

Studentnr: 985881

986004

205699

BACHELOROPPGAVE

BCR3100

”Hva vil skje med forbrukerens kjøpsintensjon av elbil dersom statens elbil-insentiver blir fjernet?”



Publiseringsår: 2016



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

Forord

Denne oppgaven er en avsluttende bacheloroppgave ved Høyskolen Kristiania i Oslo. Oppgaven er utarbeidet vårsemesteret 2016.

Prosesen mot sluttresultatet har vært lang og frustrerende, men til tross for det har vi også hatt morsomme og lærerike øyeblikk. Det var spesielt i start- og slutfasen vi opplevde størst utfordringer. Valg av tema var vi tidlig fortrolige med, men hvordan vi konkret skulle spisse oppgaven var en pågående arbeidsoppgave. Datainnsamlings- og analyseperioden var der vi opplevde størst frustrasjon, men takket være gode råd eksternt og harmoni i gruppen, er vi fornøyde med sluttproduktet.

Vi vil takke alle involverte for hjelp og støtte underveis i prosessen. En spesiell takk til vår veileder Camilla Bakken Øvald, som har bidratt med gode innspill jevnt utover våren.

Riktig god lesing!

Oslo, 24. Mai 2016

Sammendrag

Det norske elbilmarkedet har vokst bemerkelsesverdig de siste seks årene, der Norge i dag er blitt det landet i verden som selger flest elbiler pr. innbygger. Det finnes flere årsaksforklaringer til denne voldsomme elbilutviklingen, der denne oppgaven har til hensikt å undersøke statens rolle som en forklaringsfaktor til kjøp av elbil. Fra og med den første elbilen ble introdusert i det norske markedet og frem til nå har Norge opparbeidet seg til å ha den mest avanserte elbilpolitikken i verden, der de fordelaktige godene ved kjøp og bruk av elbil er essensielle. Hensikten bak politikken er målet om å bli en klimanøytral stat på lengre sikt. Videre er det usikkerhet rundt denne intense elbilpolitikken varighet. Fokuset i denne oppgaven er rettet mot forståelse av forbrukeratferd og elbil-insentivenes innvirkning på kjøpsintensjonen av elbil. For å teste kjøpsintensjonen er det å undersøke effekten av en mulig fjerning av elbilinsentivene en gjennomgående del av oppgaven.

Oppgavens problemstilling:

”Hva vil skje med forbrukerens kjøpsintensjon av elbil dersom statens elbil-insentiver blir fjernet?”

For å få svar på problemstillingen er det benyttet en kvantitativ tilnærming, der designet for undersøkelsen er spørreundersøkelse. Populasjonen er forbrukere som har intensjon om kjøp av elbil, der utvalget er medlemmer av elbilforum som eier elbil i dag. Undersøkelsen resulterte i 145 besvarelser. Oppgaven opererer med totalt 14 hypoteser, hvorav 7 av disse er underhypoteser for å besvare oppgavens problemstilling.

Basert på resultatene fra analysen, kan oppgaven konkludere med at regjeringen i dag har en avgjørende innvirkning på forbrukerens kjøpsintensjon av elbil. Dette begrunnes nøyere ved at kjøpsintensjonene blir svekket i varierende grad basert på forbrukerens bosted og inntekt. Oppgaven kan anses som et interessant funn for samfunnet som helhet, både for forbruker, marked og regjering.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	7
1.1 Bakgrunn for valg av tema	7
1.3 Problemstilling og avklaring.....	8
1.4 Forutsetninger og avgrensninger	8
1.5 Oppgavens struktur	9
2.0 Utviklingen av elbilmarkedet	10
3.0 Teori	12
3.1 Statens forbruksregulering	12
3.1.1. Avgiftspolitikken	12
3.1.2 Elbilpolitikken	13
3.1.3. Fra den synlige til den usynlige hånd.....	15
3.2 Motivasjon	15
3.3 Kjøpsintensjon	16
3.4 Holdninger	17
3.4.1 Holdningsstyrke	17
3.4.2 Konativ komponent	18
3.5 Tidligere forskning	18
4.0 Hypoteser	19
5.0 Metode	21
5.1 Valg av metode.....	21
5.2 Kvantitativ metode.....	21
5.3 Forskningsdesign	22
5.4 Utvalgsstrategi	22
5.5 Innsamlingsmetode	22
5.6 Utvalg.....	22
5.7 Pretesting.....	23
5.8 Utforming av spørreskjema	23
6.0 Dataanalyse	25
6.1 Klargjøring av analyse.....	25
6.2 Kvantitative resultater.....	25
6.3 Univariate analyser.....	26
6.3.1 Kjønnfordeling.....	26
6.3.2 Aldersfordeling	27
6.3.3 Bostedfordeling	27
6.3.4 Inntektsfordeling	28
6.3.5 Bilholdfordeling	29
6.4 Bivariate analyser	29
6.5 Analyse av hypoteser.....	30
6.5.1 Hypotese 1.....	31
6.5.1.1 Hypotese 1.1:	32
6.5.2 Hypotese 2.....	33
6.5.2.1 Hypotese 2.1	33
6.5.3 Hypotese 3.....	35
6.5.3.1 Hypotese 3.1	35
6.5.4 Hypotese 4:.....	37
6.5.4.1 Hypotese 4.1	38

6.5.5 Hypotese 5	40
6.5.5.1 Hypotese 5.1	41
6.5.6 Hypotese 6	43
6.5.6.1 Hypotese 6.1	44
6.5.7 Hypotese 7	46
6.5.7.1 Hypotese 7.1	48
6.6 Oppsummering av hypoteser	49
7.0 Refleksjon	50
7.1 Statens forbruksregulering	50
7.2 Motivasjon	50
7.4 Holdning	51
7.5 Sammenligning med tidligere forskning	51
7.6 Oppsummering	53
8.0 Avslutning og konklusjon	54
8.1 Konklusjon	54
8.2 Begrensninger	55
8.3 Videre forskning	55
9.0 Litteraturliste	57
Vedlegg 2	61

Figuroversikt

Figur 1: Oppgavens struktur	9
Figur 2 Registrerte el-personbiler	11
Figur 3 Klimagassutslipp fra norske mobile kilder	13
Figur 4 Trekomponentmodellen	18
Figur 5 Fordeling av kjønn	26
Figur 6 Alder	27
Figur 7 Bosted	28
Figur 8 Inntekt	28
Figur 9 Bilhold	29
Figur 10 Kjøp uten fritak for kjøpsavgift	31
Figur 11 Utrekning	31
Figur 12 Kjøp uten fritak for merverdiavgift	33
Figur 13 Kjøp uten redusert årsavgift	35
Figur 14 Kjøp uten tilgang til kollektivfelt	37
Figur 15 Bruk av kollektivfelt sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning	38
Figur 16 Kjøp uten gratis eller redusert sats i bomring	40
Figur 17 Bruk av fri bopassering sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning	41
Figur 18 Kjøp uten gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser	43
Figur 19 Bruk av gratis parkeringsplasser sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning	44
Figur 20 Kjøp uten gratis transport av elbil på riksveiferge	46
Figur 21 Bruk av gratis transport av elbil på riksveiferge sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning	47
Figur 22 Hypoteser	49

Vedlegg

Vedlegg 1: Spørreundersøkelse fra Norsk elbilforening

Vedlegg 2: Vår spørreundersøkelse

Vedlegg 3: Univariate analyser

Vedlegg 4: Kjøpsavgift

Vedlegg 5: Merverdiavgift

Vedlegg 6: Årsavgift

Vedlegg 7: Kollektivfelt

Vedlegg 8: Gratis eller redusert sats bomring

Vedlegg 9: Gratis parkering

Vedlegg 10: Gratis transport av elbil på riksveifergeer

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Norge har nå blitt en elbil-nasjon, da vi er blant land i verden som kjøper flest elbiler pr. innbygger (Arnkværn 2016). Det er interessant å se på bakgrunnen for denne eksplosive elbilveksten, og da se på statens elbil-insentiver som en påvirkningsfaktor.

I følge tall fra Statistisk Sentralbyrå mai 2016, har elbilmarkedet vokst betraktelig de siste seks årene (se figur 2), hvor en nå får elbiler som både er rimelige og eksklusive. Det er interessant å se på hvordan staten regulerer forbrukere til kjøp av elbil med deres elbil-insentiver. Klimaforliket vedtatt i stortinget 2012, kommuniserte at dagens avgiftsfordeler for kjøp og bruk av rene nullutslippsbiler skulle holdes ut neste stortingsperiode i 2017, så fremt antallet solgte elbiler ikke oversteg 50.000. Nyeste tall viser at det i dag er rundt 80.000 elbiler på norske veier (NTB 2016). Elbilsalget har dermed oversteget 50.000. Regjeringen forlenget likevel insentivene til 2017, men har uttrykt at disse insentivene ikke vil være permanente, og vil fases ut i løpet av kommende år (Regjeringen 2012). Det er derfor spennende å se på hva som vil skje med elbilsalget når regjeringen fjerner dagens insentiver.

Å undersøke statens rolle i denne utviklingen og å se på hvordan insentivene har bidratt til å gjøre markedet attraktivt, ser vi som spennende. På bakgrunn av det, vil denne oppgaven forsøke å kartlegge hvordan statens insentiver påvirker forbrukerens kjøpsintensjon av elbil, ved å undersøke effekten av en eventuell fjerning av hvert enkelt insentiv.

1.2 Formål

I denne oppgaven har vi tatt for oss en problemstilling som skal bli besvart ved hjelp av hypoteser. Vi ønsker å teste hypotesene hvor hensikten er å se hvor stor innvirkning statens insentiver har på kjøpsintensjonen av elbil for forbrukere, og da se hvordan dette kan påvirke elbilsalget, dersom insentiv blir fjernet. Formålet er å se hvilke insentiv som påvirker kjøpsintensjonen mest, og som har størst effekt ved fjerning. Oppgaven kan være en kilde, som kan vise staten hvilke insentiver som er av størst betydning for forbruker, og ta hensyn til dette ved eventuell fjerning av insentivene i fremtiden. Formålet er da å se hvilket insentiv som lar seg fjerne, uten å risikere drastisk nedgang i elbilmarkedet.

1.3 Problemstilling og avklaring

Problemstillingen vil være basert på tidligere forskning og teori der tematikken er hvordan staten styrer forbruker gjennom politiske insentiver, hvor oppgaven vil undersøke effekter ved fjerning av statens etablerte insentiver. Problemstillingen har en aktualitet og er et interessant spørsmål i samfunnet da det er usikkert om hvor lang tid dagens etablerte insentiver vil være gjeldene, og hvordan markedet vil bli påvirket. Oppgaven benytter en predikerende problemstilling, da vi vil undersøke hvilke effekter fjerning av insentiver medfører. Problemstillingen er dermed fremtidsrettet.

Oppgaven har følgende problemstilling:

Hva vil skje med forbrukerens kjøpsintensjon av elbil dersom statens elbil-insentiver blir fjernet?

I denne oppgaven ønsker vi å redegjøre for hvordan staten tilrettelegger for kjøp og bruk av elbil gjennom dagens etablerte elbil-insentiver. Ved å kartlegge påvirkningskraften av insentivene, og undersøke hvilke konsekvenser eventuell fjerning kan medføre, kan dette gi funn som kan bekrefte eller avkrefte hypoteser og teori. Videre vil oppgaven undersøke om det finnes noen markante forskjeller i kjøpsintensjonen hos forbrukere basert på geografisk spredning og inntektsforskjeller.

1.4 Forutsetninger og avgrensninger

Nullutslippsbiler, heretter kalt elbil, går under segmentet ladbare biler sammen med hybridbiler. Denne oppgaven vil kun ta for seg elbiler. Oppgaven blir videre avgrenset ved å utelukkende omfatte elbilmarkedet i Norge, da det er store variasjoner av elbilpolitikk fra land til land. Vi ønsker å undersøke kjøpsintensjon hos forbrukere som vurderer kjøp av elbil, og avgrenser oppgaven ved å forske på kjøpsintensjonen hos eksisterende elbilister. Vi forutsetter dermed at vårt utvalg kan gi en indikasjon på kjøpsintensjon av forbrukere som vurderer elbil. Oppgaven har unnlatt å inkludere andre påvirkende variabler til kjøpsintensjon av elbil, som blant annet; drivstoffbesparelse, miljøvennlighet, status og bilens egenskaper. Videre begrenses det til én metodestrategi, der vi har valgt kvantitativ metode framfor kvalitativ metode, eller kombinasjon av begge metodene. Metodevalget falt på kvantitativ tilnærming grunnet at vi er opptatt av tallmessige svar og ønsker å benytte oss av spørreundersøkelse for å nå flest mulig respondenter. Valg av avgrensninger og

forutsetninger er gjort på bakgrunn av oppgavens omfang med tanke på begrenset tid og ressurser. Når vi skriver insentiver videre i oppgaven refererer vi til statens etablerte elbilinsentiver tilknyttet kjøp og bruk av elbil.

1.5 Oppgavens struktur

I kapittel 1 vil tematikk, formål og problemstilling fremlegges, som vil være gjennomgående i oppgaven, etterfulgt av avgrensninger og fremdrift. Kapittel 2 vil omhandle oppgavens relevante marked med sentral bakgrunnsinformasjon, før omfanget i oppgaven fremstilles med anvendt teori i kapittel 3, og konkluderte hypoteser basert på teori, i kapittel 4.

Kapittel 5 omhandler metodiske tilnærminger og valg av metode. Hypotesene vil bli analysert i kapittel 6. I kapittel 7 vil funn bli diskutert under refleksjon. Kapittel 8 vil omhandle avslutning, med begrensninger, konklusjon og videre forskning. Avslutningsvis vil litteraturlisten og vedlegg fremlegges.

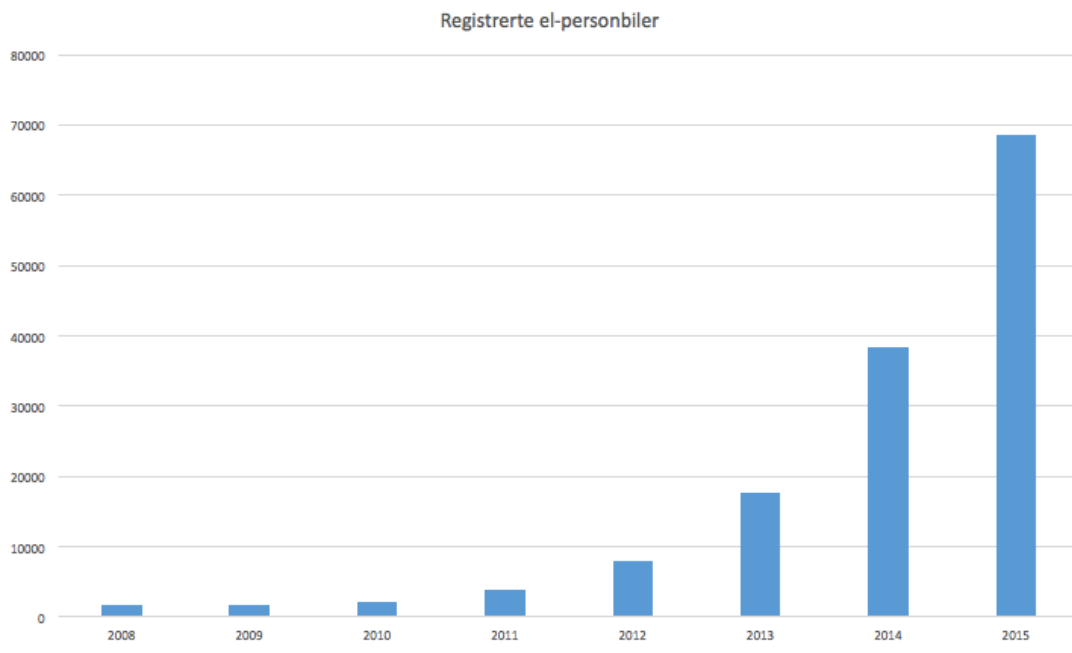


Figur 1: Oppgavens struktur

2.0 Utviklingen av elbilmarkedet

Norge har de mest omfattende elbilinsentivene i verden (Figenbaum og Kolbenstvedt 2013, 4), og kombinert med den teknologiske utviklingen av elbiler, har det bidratt til at Norge er blitt en elbil-nasjon. I følge Vegvesenet sine nettsider lest april 2016, har Norge i dag blitt det landet i verden med flest elbiler pr. innbygger.

I følge Transportøkonomisk institutt kan elbilutviklingen deles inn i fem faser; konseptutvikling, testing, tidlig marked, markedsintroduksjon og markedsekspanasjon (Figenbaum og Kolbenstvedt 2013,1). I konseptutviklingsfasen i 1970-1990 ble de første prototyper av elbiler utviklet, men det var ikke før i 1990-1999 at den første elbilen ble testet ut. Det var i denne testfasen at Norsk elbilforening (tidligere kalt Norstart) ble dannet, og de første insentivene om fritak for årsavgift, bompenger og gratis parkering ble etablert (1). Senere kom det fler fritak for elbilisten; merverdiavgift (mva.) ble innført i 2001 og tilgang til å kjøre i kollektivfeltet ble innført i 2005 (Figenbaum og Kolbenstvedt 2013, 2). Hovedmarkedet var ment å være i Oslo og Akershus for pendlere som skulle få tilgang til å kjøre i kollektivfeltet og få lavere bompengesatser for å komme seg til og fra jobb. I 2009 kom flere store bilprodusenter på markedet, som var med på å dra elbilutviklingen inn i neste fase som Figenbaum og Kolbenstvedt (2013, 2) kaller; markedsintroduksjonsfasen. I denne fasen stod utbygging av ladestasjoner i fokus og en ser en drastisk ekspansjon i markedet i 2013 og 2014 (se figur 2). Det ble solgt 25.788 nye biler med nullutslipp i Norge i 2015, noe som var en økning fra året før, på 42,5% (Opplysningsrådet for veitrafikken 2016). Det ser nå ut til at elbilsalget har begynt å flate ut, i vente på nye bilmodeller. Elbilsalget vil derimot skyte fart i 2017, da flere nye elbilmodeller er ventet på markedet, i tillegg til utvidet rekkevidde og nyere teknologi (Abrahamsen 2016).



Figur 2 Registrerte el-personbiler

3.0 Teori

3.1 Statens forbruksregulering

I følge Store Norske Leksikon mars 2016 betyr regulere; å lede noen i en retning etter en viss regel. Den norske stat har i dag en rekke reguleringsverktøy for å lede forbrukere i en ønsket retning, som blant annet forbud, avgifter, forskrifter for omsetning og holdningskampanjer. I en teori i Nikolas Rose *Governing the soul: The shaping of the private self* fra 1999 (sitert i Theien 2011, 531) er hovedhensikten med forbuds- eller avgiftsbelagte goder og varer, å ivareta forbrukerens helse, da disse anses ofte som unødvendige luksus- eller helseskadelige varer. Staten kaller dette indirekte særavgifter som har formålet om å styre forbruker bort fra kjøp av slike særavgiftsbelagte varer. Særavgifter er også et virkemiddel for å redusere samfunnets kostnader ved forbruk av produkter som er miljø- og helseskadelige (Regjeringen 2016). Dette kan forklares med regelen som tilsier at ved bruk av miljøgoder, skal vedkommende betale for miljøskaden aktiviteten påfører samfunnet. Slike miljøavgifter er til for å signalisere at bruken av naturressurser ikke er frie goder, men knappe ressurser som må unngås å bli overutnyttet (Neumann og Sending 2003, 108). Dette kan knyttes opp mot avgiftspolitikken og statens elbilpolitikk.

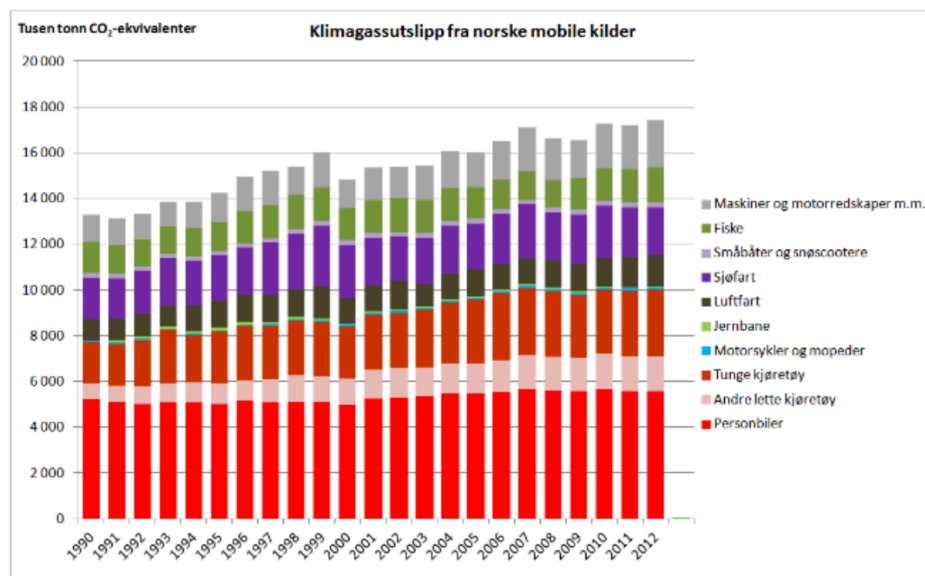
3.1.1. Avgiftspolitikken

Fossile kjøretøy er et relevant eksempel på et gode som er belagt skatteavgifter, for å regulere forbrukernes kjøpsbeslutning i en ønsket retning, der alle har følgende avgifter ved kjøp og bruk av fossile biler i dag (Smartepenger 2015):

- Kjøpsavgift
- Omregistreringsavgift
- Merverdiavgift
- Årsavgift
- Drivstoffavgifter
- Bomringavgift

Hensikten med avgiftene er å gjøre det økonomisk ulønnsomt for forbruker å eie og bruke en fossilbil. Staten ønsker heller å trekke forbrukeren mot miljøvennlige, samtidig rimelige

fremkomstmidler, slik som å benytte offentlig kollektivtransport, sykkel eller å gå. Figuren nedenfor er en billedlig oversikt over klimagassutslipp fra norske mobile kilder, der det tydelig kommer frem at personbiler er det fremkomstmiddelet som står for størst utslipp av Co₂-gasser (se figur 3).



Figur 3 Klimagassutslipp fra norske mobile kilder

(Transportøkonomisk Institutt 2014)

3.1.2 Elbilpolitikken

Som et langsiktig mål om å gjøre Norge mer klimanøytral, har staten gjort drastiske tiltak for å generere innfasing av elbiler til bilparken, og derav redusere klimagassutslipp fra norske personbiler. Målet er å redusere det gjennomsnittlige forbruket pr. nye personbiler til 85g Co₂/km innen 2020 (Regjeringen 2014). I 2006 lå Co₂-utslippet pr. nybilsalget på 177g Co₂/km, som ble redusert til 123g Co₂/km i 2013 (Statsbudsjettet 2014). Nyeste tall viser til at gjennomsnittlig Co₂-utslipp for alle nyregistrerte personbiler var nede i 93g Co₂/km i april 2016 (Opplysningsrådet for veitrafikken 2016b). Denne utviklingen skyldes først og fremst en kraftig økning i elbilsalget (Statsbudsjettet 2014). Dette bekrefter organisasjonen Zero, (Zero Emission Resource Organisation) som arbeider for å bekjempe menneskeskapte klimaendringer, da de argumenterer for at elektrifisering av bilparken er det mest effektive klimatiltaket i transportsektoren (Zero 2014).

Siden de første elbilene ankom norske veier, har staten hatt en intens elbilpolitikk med en rekke insentiver. Store Norske Leksikon 2016 definerer et insentiv som motivert atferd. Med andre ord, et insentiv kan forklares som en stimulans til å utføre en ekstra innsats. Innenfor

elbilpolitikken brukes ordet insentiver til å forklare de fordelsmessige godene en forbruker har, knyttet til kjøp og bruk av elbil. Insentivene er med på å gjøre det praktisk og økonomisk gunstig å kjøpe og eie en elbil. I følge NAF sine hjemmesider mai 2016, er eksempelvis Tesla 16.000kr billigere i drift pr. år sammenlignet med en tilsvarende fossildrevenbil. Nissan Leaf koster 24.000kr mindre i året sammenlignet med en tilsvarende fossildrevenbil, med forutsetning om 15.000km kjøring i året, over fem år. Med de store økonomiske besparelsene ved elbil, er insentivene med på å motivere forbruker mot kjøp av elbil framfor fossilbil. Oppgaven vil nå gi en kort forklaring av hvert enkelt insentiv.

Fritak for kjøpsavgift

Kjøpsavgift er en avgift som må betales første gang en bil registreres i Norge. Avgiften beregnes ut i fra kjøretøyets motoreffekt, egenvekt, avgiftsgruppe, CO2-utslipp, NOx-utslipp og slagvolum (Skatteetaten 2016a) Inntil 2020 er det fritak for kjøpsavgift på elbiler (Regjeringen 2016).

Fritak for merverdiavgift (mva.)

De fleste varer og tjenester som omsettes blir tillagt mva. som betales til staten. Avgiften kalles også moms og satsen er generelt 25% (Skatteetaten 2016b). Elbiler er fritatt denne avgiften, som en del av statens insentiver. Fritaket er foreløpig gjeldene ut 2017.

Redusert årsavgift

Alle eiere av et registrert kjøretøy blir pålagt å betale årsavgift. Avgiften betales en gang i året, og koster normalt 3.135kr Elbiler er et unntak, der avgiften kun er 435kr i året. Det vil si en besparelse på 2.700kr for elbilister (Skatteetaten 2016c).

Tilgang til å kjøre i kollektivfelt

Kollektivfeltet er i utgangspunktet forbeholdt buss- og drosjenæringen, samt tohjulinger og utrykningskjøretøy. Frem til 2. juni 2015 har elbilister hatt fri tilgang til kollektivfeltet. Etter denne datoen er det innført en endring i krav til medpassasjerer i rushtrafikken for elbiler dersom de skal benytte seg av kollektivfeltet.

Gratis eller redusert sats i bomring

Bompenger innkreves for å raskere finansiere bygging og vedlikehold av veier og broer. Elbiler blir gitt fri eller redusert sats i de aller fleste bomringer i landet.

Gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser

Elbiler har tilbud om gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser. I tillegg er det tilrettelagt reserverte P-plasser for elbiler med ladestasjoner. Dette gjør det enklere for elbilister å finne tilgjengelig og gratis parkering.

Gratis transport av elbil på riksveiferge

På alle riksveiferges gis det gratis transport av elbil på fergetransport, mens fører må betale persontakst. Dette er i motsetning til fossilbil der transport av bil er avgiftsbelagt, mens fører går gratis.

3.1.3. Fra den synlige til den usynlige hånd

Basert på et forskningsprosjekt gjennomført av Transportøkonomisk Institutt og Senter for Klimaforskning viser det seg at bilavgiftene for fossilbiler og bilavgift-fritakene for elbiler, er et av de aller mest effektive klimapolitiske virkemidlene (Zero 2014). Slike reguleringstiltak fra staten, er et sentralt aspekt ved begrepet governance. Et begrep Alan Hunt beskriver i *The governance of consumption: Sumptuary laws and shifting forms of regulation* fra 1996 (sitert i Theien 2011, 531) som ”forestillinger om at samfunnet kan styres gjennom en kombinasjon av lovgivning og oppfordring til selv-regulering”. Som beskrevet tidligere, er baktanken med elbilpolitikken å legge til rette for forbruker slik at biler med betydelig lavere- og null-utslipp av Co2 skal være fordelaktig, og derav et bedre alternativ. Det er i denne politiske sammenheng staten tillegges rollen som tilrettelegger og pådriver for markedets frivillige eller selvregulerende tilpasning, der staten har en mer indirekte rolle som regulator og går fra å være en synlig hånd som korrektiv til markedets “usynlige hånd” (Neumann og Sending 2003, 102).

3.2 Motivasjon

Motivasjon er drivkraften som får forbrukeren til å gjøre en handling. Dette oppstår når et behov ikke er dekket eller markedsførere skaper et behov for forbrukeren. I denne oppgaven er det staten som fungerer som markedsføreren. Bak hensikten å gjøre elbilen til et attraktivt alternativ, ligger psykologien om den rasjonelle forbruker. Staten sine insentiver for elbileiere og potensielle kjøpere, skaper rasjonelle motiver. Med rasjonelle motiver handler forbrukeren økonomisk og vurderer alle alternativer en har å velge mellom, og velger da det som gir mest nytte. Med andre ord handler hvert kjøp om nyttemaksimering. Det er dette som kjennetegner

den rasjonelle forbruker i henhold til økonomisk teori (Holden 1989). I et markedsperspektiv vil det si at forbrukeren tar valg basert på objektive kriterier som for eksempel pris (Schiffman, Kanuk og Hansen 2012, 107). Produktvalg påvirkes i stor grad av deres økonomiske situasjon, som da er deres disponible inntekt, oppsparte midler og verdier, gjeld, lånemuligheter (Kotler 2014, 155). Denne rasjonalitetstankegangen kan gjelde både korttids- og langtidsperioder. Når det angår den langsiktige rasjonalitetstankegangen, er det avveiningen mellom forbruk i dag og sparing som gir størst forbruksmuligheter på lang sikt som vurderes. Å eie en elbil sammenlignet med en fossilbil, vil ha både kort- og langsiktig nytteverdi for elbileiere. Den kortsiktige nytten innebærer insentivene som gir økonomiske fordeler hva angår kjøp, slik som fritak for mva. og kjøpsavgift. Den langsiktige nytten innebærer de resterende insentivene, både økonomiske og bruksrelaterte goder. I tillegg kan de bruksrelaterte insentivene slik som tilgang til kollektivfelt og gratis parkering, inkluderes i forbrukerens tankegang om nyttemaksimering hva angår individets vektlegging og prioritering. Tilgang til kollektivfelt, samt gratis og tilrettelagte parkeringsplasser for elbil, vil spare forbrukerens tid til å stå i kø i biltrafikk, samt spare tid en bruker på å lete etter parkeringsplasser i sentrumsnærhet, der det ofte er en kamp om parkeringsplassene. Dette vil på mange måter bidra til å redusere, om ikke løse forbrukerens nyttemaksimeringsproblem. En kan anta et dette er et kjent problem for flere bilister som har lang reisevei til arbeid, og føler de taper mye fritid på reiseveien. Som tidligere nevnt har NAF lagt ut tall på besparelser ved kjøp og bruk av elbil på sine nettsider. Et slikt regnestykke kan være med på å motivere til kjøp av elbil. Dette kan igjen være med på å motivere forbrukeren til kjøp, og da ta et rasjonelt valg basert på insentivene.

3.3 Kjøpsintensjon

I følge Schiffman, Kanuk og Hansen (2012, 63) er kjøpsintensjon en prosess der forbruker får et behov, evaluerer alternativer, og til slutt tar en beslutning om kjøp/ikke kjøp. Kotler (2005, 162) forklarer at forbrukerens kjøpsintensjon påvirkes av individets ønske og vilje til kjøp. Statens tilrettelagte insentiver kan være med på å forenkle forbrukerens komplekse kjøpsatferd, som kan deles inn i en tretrinnsprosess (Schiffman, Kanuk og Hansen 2012, 63): Forbruker antar noe om produktet, deretter utvikles holdninger til det, til slutt foretas det et gjennomtenkt valg. Kotler (2014, 163) argumenterer for at forbrukeren har en kompleks kjøpsatferd ved intensjon om kjøp av: produkter med høy pris, produkter som kjøpes sjeldent, kjøpet innebærer risiko eller i høy grad gir uttrykk for ens personlighet. Kjøp av bil er et

eksempel på høy-involverings produkt, der en søker informasjon for å orientere seg om de beste alternativer på markedet. Bil er i tillegg et dyrt produkt, da det er en risiko ved å ta feil beslutning, samt kan dette ha negative konsekvenser for forbrukerens privatøkonomi (Percy og Rosenbaum-Elliott 2012, 186) De økonomiske og praktiske fordelene som følger med ved det å eie og bruke elbil, kan bidra til å redusere risiko, da elbil vil være et rimeligere alternativ sammenlignet med fossilbil. Dermed kan insentivene på flere måter påvirke forbrukerens vilje og ønske om kjøp. Kort sagt kan en si, basert på teorien, at statens insentiver kan være med på å påvirke forbrukernes kjøpsintensjonen av elbil.

3.4 Holdninger

Hva angår forbrukerens holdninger om hva vedkommende vil gjøre i fremtiden, kan være utfordrende å forholde seg til. Holdninger er en del av kjøpsintensjonen og beslutningsprosessen til forbrukeren, og defineres som: “En psykologisk tendens som blir uttrykt ved at et produkt blir vurdert med en grad av fordelaktighet eller ufordelaktighet” (Samuelsen, Peretz og Olsen 2010, 159). Med “psykologisk tendens” menes det at en holdning eksisterer inni individet, og er dermed ikke observerbar. Holdningen uttrykkes gjennom “evaluerende responser”, som vil si at den vurderes ut i fra om individet er positiv eller negativ til produktet, liker det eller ikke liker det.

3.4.1 Holdningsstyrke

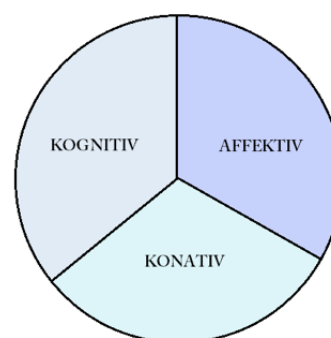
Hvor sikker eller overbevist en forbruker er på sin holdningsevaluering, forteller om holdningsstyrken til en forbruker (Samuelsen, Peretz og Olsen 2010, 164). Det vil si i den grad personen er sikker på sin holdning over tid.

Holdningsstyrken reflekteres gjennom sine konsekvenser. Samuelsen, Peretz og Olsen (2010, 164) presenterer ulike konsekvenser på holdningsstyrke, der det blant annet stilles spørsmålstegn om holdningen er stabil over tid og om holdningen er prediktiv på atferd.

3.4.2 Konativ komponent

Videre kan holdninger forklares på ulike måter gjennom trekomponentmodellen som består av tre komponenter; konativ, kognitiv og affektiv (Schiffman, Kanuk og Hansen 2012, 235), der den konative komponenten er mest aktuell i denne oppgaven. Utfordringen med holdninger og forbrukere, er sammenheng mellom handling og atferd, da holdning ikke alltid har en direkte effekt på atferd (Samuelsen, Peretz og Olsen 2010, 163).

Den konative komponenten tar for seg viljemessige årsaker til handling, og handler da om forbrukerens faktiske handling i forhold til deres holdning (Schiffman, Kanuk og Hansen 2012, 236). Fenomenet: “Å si en ting, men gjøre noe annet” stiller sterkt i denne sammenhengen. Dette er et sentralt fenomen å ha i bakhodet ved problemstillinger som er fremtidsrettet.



Figur 4 Trekomponentmodellen

(Schiffman, Kanuk og Hansen 2012, 235)

3.5 Tidligere forskning

Tidligere forskning viser til at insentivene har stor medvirkning i forbrukerens vilje og ønske om kjøp av elbil. Norsk elbilforening utførte i 2015 en elektronisk spørreundersøkelse for å kartlegge “den typiske elbilisten” i Norge. Denne undersøkelsen tar for seg flere temaer som dekker hvem elbilisten er, hvordan elbilen blir brukt og synet på den norske elbilpolitikken (Elbil 2015). Her tester også undersøkelsen hva som vil skje ved en eventuell fjerning av insentivene. Funn fra Norske elbilforening sin undersøkelse fra 2015, viser at insentivene har kraftig innvirkning på forbrukerens villighet til kjøp av elbil. Over halvparten av elbilforeningens respondenter, sier de ikke ville kjøpt elbil i dag uten flere av de økonomiske insentivene; mva., kjøpsavgift og bomring. For å se komplett utdrag fra Norsk elbilforening sin undersøkelsen, se vedlegg 1.

Videre i oppgaven vil vi sammenligne funn fra undersøkelsen med Norsk elbilforening, for å kunne si om vi kan underbygge eller avkrefte tidligere forskning.

4.0 Hypoteser

Hypoteser viser til noe som er foreløpig og antatt. Hypoteser skal beskrive en rimelig antatt forklaring på et fenomen (Johannessen, Christoffersen og Tufte 2011, 54).

Hypotesene i denne oppgaven er basert på tidligere forskning fra Norsk elbilforening. På bakgrunn av dette vil vi utvikle hypoteser basert på våre antakelser rundt effekten ved fjerning av hvert enkelt insentiv. Videre vil vi utvikle underhypoteser som vil gi større innsikt hva gjelder forbrukerens demografiske variabler; geografisk spredning og inntekt. Vi antar at dette vil ha avgjørende innvirkning på forbrukerens respons.

Oppgaven vil ha totalt 14 hypoteser, derav syv hovedhypoteser og syv delhypoteser.

Våre funn vil gi en prediksjon om framtiden, noe vi vil ta til betraktning i refleksjonskapitlet.

Vi har utarbeidet følgende hypoteser:

H1: 50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten fritak for kjøpsavgift.

H1.1: Kjøpsintensjonen av elbil knyttet til fritak for kjøpsavgift vil påvirkes av inntekt.

H2: 50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten fritak for merverdiavgift.

H2.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til fritak for merverdiavgift vil påvirkes av inntekt.

H3: 5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten redusert årsavgift.

H3.1 Kjøpsintensjon av elbil knyttet til redusert årsavgift vil påvirkes av inntekt.

H4: 10-15% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten tilgang til kollektivfelt.

H4.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til tilgang til kollektivfelt vil påvirkes av geografisk bosted.

H5: 30-40% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten gratis eller redusert sats i bompassering.

H5.1 Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis bompassering vil påvirkes av geografisk bosted.

H6: 5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten gratis offentlig parkering.

H6.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis offentlig parkering vil påvirkes av geografisk bosted.

H7: 0-5% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten gratis transport av elbil på riksveiferge.

H7.1 Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis transport på riksveiferge vil påvirkes av geografisk bosted.

5.0 Metode

Metode, eller anvendelse av en metode stammer fra det greske ordet *methodos*. *Methodos* betyr å følge en bestemt vei mot et mål (Johannessen, Christoffersen og Tufte 2011, 33). I følge Johannessen, Christoffersen og Tufte (2011, 33) handler samfunnsvitenskapelig metode om innhenting av informasjon om den sosiale virkeligheten og dra nytte av erfaringen fra tidligere forskning. I korte trekk kan en si at metode omhandler; innsamling, analysering og tolkning av data (Johannessen, Christoffersen og Tufte 2010, 33). Dette kapitlet vil gjøre rede for hvordan vi har gått frem ved valg av metodiske tilnærminger for å få svar på hypotesene.

5.1 Valg av metode

I vitenskapsteorien har en vanligvis skilt metode i to ulike deler; deduktiv og induktiv metode. Utgangspunktet for induktiv metode innebærer at en trekker almene og generelle konklusjoner på bakgrunn av empirisk fakta, og generaliserer på bakgrunn av forskerens observasjoner (Grennes 2001, 44). Deduktiv metode på den andre siden går fra teori til empiri, der en skaper forventninger om virkeligheten og tester gjennom empiri om forventningene harmonerer med virkeligheten (Jacobsen 2005, 28). Før valg av metoden som skal benyttes i undersøkelsen, er det relevant å velge en strategi for datainnsamling. Etersom undersøkelsen tar bakgrunn i tidligere funn og teorier, er det hensiktsmessig og benytte en deduktiv strategi.

Videre skilles det mellom to ulike metodiske tilnærminger, kvalitativ og kvantitativ metode. Denne oppgaven vil benytte kvantitativ metode, på bakgrunn av valgt strategi og hva som anses mest hensiktsmessig for å besvare vår problemstilling.

5.2 Kvantitativ metode

Kvantitativ metode muliggjør innhenting og systematisering av store mengder data fra respondenter. Det er en rimeligere og mindre tidkrevende tilnærming, sammenlignet med kvalitativ metode, men det har også sine ulemper. Ved kvantitativ metode har en ikke mulighet til å innhente informasjon gjennom ord. En får heller ikke muligheten til å følge opp interessante og uventede tråder, som en ville gjort ved kvalitativ metode. Denne metoden egner seg der problemstillingen ikke kan brytes ned til numeriske størrelser på en rasjonell og meningsfull måte (Grennes 2001, 188).

5.3 Forskningsdesign

En må tidlig bestemme seg for hvem og hva som skal forskes på, og hvordan en skal gjennomføre undersøkelsen. Undersøkelser kan utføres over lengre perioder, eller på ett bestemt tidspunkt. Det er derfor sentralt å bestemme en tidsdimensjon for undersøkelsen. I denne oppgaven vil det bli benyttet data fra ett bestemt tidspunkt, og velger derfor tverrsnittsdesign. Tverrsnittsundersøkelse gir et øyeblikksbilde av fenomenet som skal forskes på, der vi ønsker å forske på forbrukernes kjøpsintensjon ved fjerning av insentiver i dag.

5.4 Utvalgsstrategi

Et utvalg er trukket ut i fra en utvalgsramme og den populasjonen en ønsker å generalisere til. Heterogenitet er en hovedgrunn for at utvalgsteknikken er viktig for en spørreundersøkelse, samt for at utvalget skal være representativt for den populasjonen den er tatt ut i fra (Ringdal 2013, 197). I vår utvalgsstrategi vil vi prøve å nå elbilisten ved å legge ut vår spørreundersøkelse på Norsk elbilforening sitt forum. Ved å gjøre dette må en forholde seg til noen faktorer med tanke på heterogenitet. Det kan eksempelvis forekomme ulikheter på bakgrunn av geografisk bosted, økonomi og ulik interesse for elbil.

5.5 Innsamlingsmetode

Undersøkelsen er utført elektronisk gjennom questback.com, som er en leverandør av webbasert spørreundersøkelser. Med ønske om å treffe flest mulig elbileiere, valgte vi derfor en komfort datainnsamlingsmetode ved å legge ut vår spørreundersøkelse på elbilforum.no. I tillegg ble spørreundersøkelsen tilsendt pr. mail til venner og bekjente som eier elbil.

5.6 Utvalg

Populasjonen i denne oppgaven er alle som har intensjon om å kjøpe elbil. Det vil være vanskelig å si noe om populasjonen, da det ikke finnes tall på hvor mange som har kjøpsintensjon av elbil. Ettersom det vil være vanskelig å nå individer fra populasjonen, har vi valgt å henvende oss til eksisterende elbilister. Spørreundersøkelsen er publisert på Norsk elbilforening, som vil si at alle medlemmer av Norsk elbilforening har tilgang til å utføre undersøkelsen. I følge Norsk elbilforening sine hjemmesider mai 2016, har de over 30.000 medlemmer. Dette vil dermed utgjøre vårt utvalg. Det er liten sammenheng mellom utvalg og populasjon, da oppgaven vil benytte resultater fra dagens elbilister for å si noe om forbrukere med kjøpsintensjon av elbil.

5.7 Pretesting

Før vi publiserte spørreundersøkelsen på Norsk elbilforening sitt forum, ble det utført en pretest. Vi tok kontakt med seks bekjente som eier og bruker elbil, hvorav alle var behjelpelige til å utføre undersøkelsen under vårt oppsyn. Dette ga mulighet til å kartlegge eventuelle uklarheter ved spørsmålene som ble brukt. Det var spesielt ett spørsmål som ble misforstått av to respondenter av pretesten, som vi ble nødt til å endre formulering på. Gjennom pretesten fikk vi også tatt tiden på hvor lang tid respondentene brukte på å besvare undersøkelsen, som vi senere beskrev når vi publiserte spørreundersøkelsen.

5.8 Utforming av spørreskjema

Et spørreskjema kan være strukturert, ha åpne spørsmål, eller en kombinasjon. Gjennom et strukturert spørreskjema er svaralternativene oppgitt på alle spørsmålene. Dette betegnes som prestrukturert spørreskjema (Johannessen, Christoffersen og Tuft 2011, 279). Vi valgte å benytte prestrukturert spørreskjema for å gi svar på vår problemstilling, ettersom vi ønsket tallbaserte resultater som enkelt kan sammenlignes og krysstabuleres (Se vedlegg 2). Fordelen med et slikt spørreskjema er at det gjør det enklere for respondentene å besvare skjemaet, ettersom de kun behøver å velge det svaralternativet som passer. I motsetning til åpne spørsmål, der respondentene på egen hånd må skrive svarene i ord (Johannessen, Christoffersen og Tuft 2011, 279). En annen fordel med prestrukturert spørreskjema, er at det forenkler prosessen med å kode resultatene i dataprogram for statistisk analyse.

Den webbaserede spørreundersøkelsen begynner med en kort introduksjon, der respondentene blir gjort oppmerksom på at undersøkelsen som utføres er anonym. De første to spørsmålene skal kartlegge hvilke av statens insentiver respondentene vektlegger høyest, og gi oss svar på konsekvensene av hva som vil skje med deres kjøpsintensjon, dersom hvert enkelt insentiv blir fjernet. Ettersom det var et spørsmål der respondentene skulle rangere de ulike insentivene, ble en skala mellom 1-7, da det er syv ulike insentiver. Påfølgende spørsmål har til hensikt å måle kjøpsintensjon av elbil ved fjerning av hvert enkelt insentiv. Videre følger kontrollspørsmål, som vil gi svar på hvor stor utnytte respondentene har av de ulike insentivene. Det vil da bli mulig å se sammenhenger mellom kjøpsintensjon opp mot hvor stor utnytte respondentene har av det gitte insentivet. Siste del av spørreundersøkelsen innhenter informasjon om respondentene som; kjønn, alder, inntekt, bosted og bilhold. Dette kan bidra til interessante funn, ved hjelp av krysstabulering.

Vi valgte å stille bakgrunnsspørsmål i siste del av oppgaven, da vi antar at respondentene kan bli lei og utålmodige, og dermed ta forhastede beslutninger på viktige spørsmål ved slutfasen av spørreskjemaet. Bakgrunnsspørsmål krever ikke at respondentene anstrenger seg for å besvare spørsmålene, og passer dermed fint i siste fase.

Ettersom spørsmål fritt kan benyttes fra tilgjengelige spørreskjemaer, tok vi kontakt med Norsk elbilforening. De utfører årlig en spørreundersøkelse kalt Elbilisten. Denne undersøkelsen besvares av rundt 7.000 respondenter og rapportert på elbilforeningen sine hjemmesider. Etter kontakt med kommunikasjonsleder i Norsk elbilforening, Petter Haugneland, fikk vi tilsendt spørreundersøkelsen de utførte i 2015. Vi benyttet et utdrag av denne spørreundersøkelsen ved utforming av spørreskjemaet. En fordel med å bruke spørsmål fra tidligere undersøkelser er at en kan sammenligne andre undersøkelser med egne resultater (Johannessen, Christoffersen og Tufte 2011, 278).

6.0 Dataanalyse

Dette kapitlet vil fremstille tallmaterialet til å belyse oppgavens hypoteser. Oppgaven vil ta ut informasjon fra analysen som er relevant for problemstillingen og hypotesene, hentet fra SPSS. Det er lagd fordelingsanalyser og krysstabeller for å kartlegge hvilke insentiver som står sentralt for forbrukernes kjøpsintensjonen av elbil.

6.1 Klargjøring av analyse

Som tidligere nevnt er det benyttet en webbasert spørreundersøkelse fra Questback. Etter endt spørreundersøkelse gir Questback mulighet til å eksportere råmateriale fra undersøkelsen direkte til SPSS Statistics versjon 21. SPSS er et analyseverktøy utviklet av IBM, og er et dataprogram for statistisk analyse som vi har benyttet til å analysere data fra spørreundersøkelsen. Det var likevel nødvendig å føre inn noen av resultatene av undersøkelsen manuelt over til SPSS, ettersom noe data ble lagt inn på uønsket måte.

6.2 Kvantitative resultater

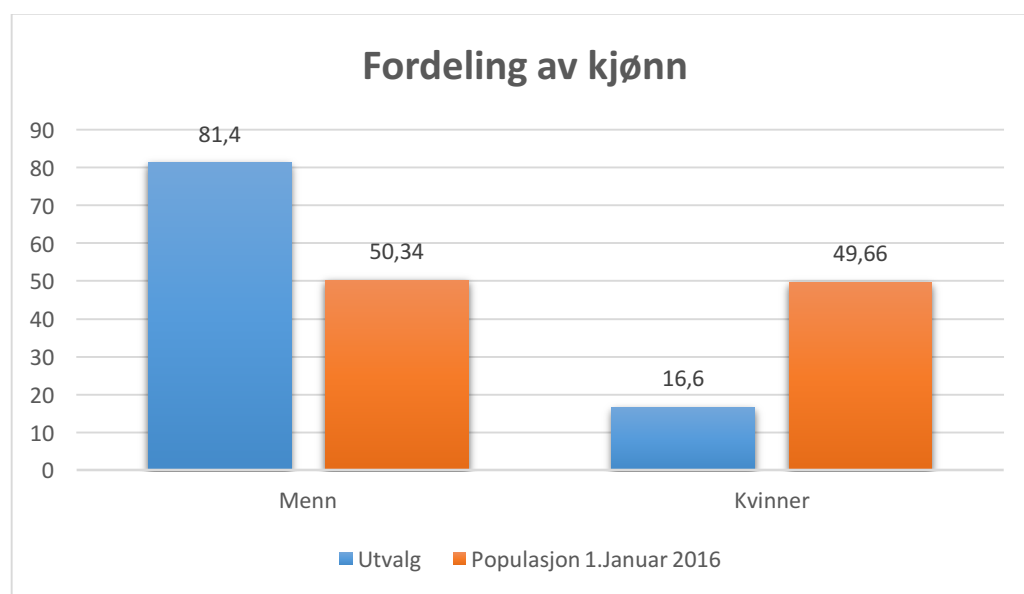
Totalt sett fikk vi 145 respondenter, og vi anser dette som god respons. Gjennom posting på Norsk elbilforening sitt elbilforum fikk vi 134 respondenter. De resterende 11 respondenter kommer fra venner og bekjente som eier elbil. Som nevnt, ble spørreundersøkelsen strukturert slik at den startet med spørsmål knyttet til viktigheten av statens insentiver og konsekvenser ved fjerning, og generelle spørsmål ble stilt til slutt. Ved tolkning av data vil oppgaven først presentere de generelle spørsmålene som omhandler, kjønn, alder, bosted, inntekt og bilhold. Ved grundig gjennomgang av spørsmålene oppdaget vi en feil ved ett av våre spørsmål. På spørsmålet ”Ranger de viktigste elbilinsentivene fra 1-7 (7 er viktigst, 1 er minst viktig) kan respondentene ha tolket spørsmålet på ulikt vis. Det er grunn til å tro at noen respondenter har tolket spørsmålet dit hen at insentivene skulle rangeres i kronologisk rekkefølge fra 1-7, mens andre respondenter tolket det slik at hvert enkelt insentiv skulle rangeres fra 1-7. Vi valgte derfor å forkaste dette spørsmålet fra undersøkelsen på grunnlag av mulig mistolkning, samt at spørsmålet ikke har noen stor betydning for å gi svar på vår problemstilling, der fokuset dreier seg om fjerning av insentiver.

6.3 Univariante analyser

I den første delen av analysen vil oppgaven ta for seg univariate analyser, av kjønn, alder, bosted, inntekt og bilhold. Univariat analyse tar for seg fordelingen i en undersøkelse. En fordeling er en ordning av verdiene på en variabel som viser deres observerte eller teoretiske forekomst (Ringdal 2013, 282). Oppgaven viser resultatene i form av stolpediagram løpende i analysekapittelet. Stolpediagram gir et billedlig fremstilling av frekvensfordelingen av funnene, der høyden på stolpene angir frekvensen.

6.3.1 Kjønnfordeling

Undersøkelsen er besvart av et tilfeldig utvalg, der eneste kriterie er at respondenten er eier av elbil. Ved fordelingen av kjønn, viser datamaterialet at undersøkelsen ble besvart av 118 menn og 24 kvinner (se vedlegg 3), som gir en prosentvis fordeling på henholdsvis; 81,4% menn og 16,6% kvinner. De resterende 1,4% er respondenter som valgte å ikke svare på dette spørsmålet. Denne skjeve fordelingen er høyere enn fordelingen mellom kvinner og menn i Norge, som i følge Statistisk Sentralbyrå sine hjemmesider mai 2016, er 49,66% kvinner og 50,35% menn. Det kan tenkes at den skjeve fordelingen i undersøkelsen kan skyldes at menn er mer interessert i bil enn kvinner, og dermed har større interesse av å besvare en spørreundersøkelse om temaet. På tross av skjev fordeling mellom kvinner og menn, har det ikke stor betydning for undersøkelsens utfall, da problemstillingen ikke fokuserer på det ene eller andre kjønn.

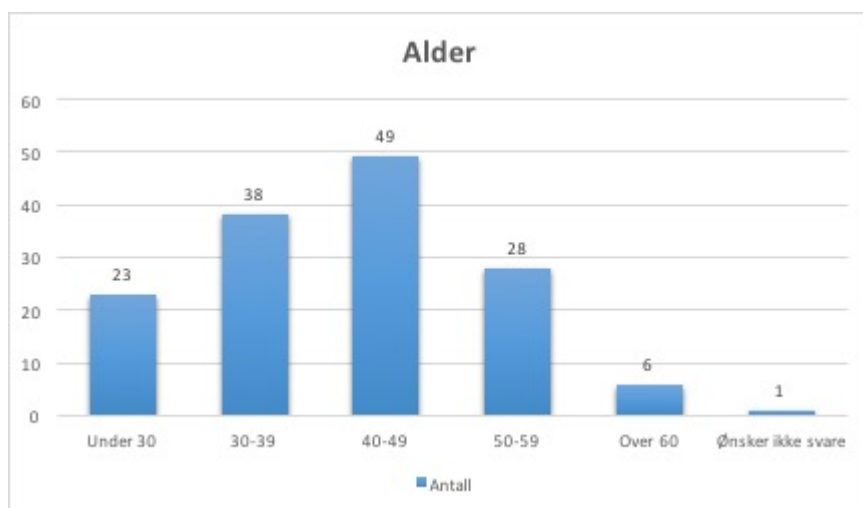


Figur 5 Fordeling av kjønn

(Se også vedlegg 3)

6.3.2 Aldersfordeling

Vi ser ut ifra aldersfordelingen at aldersgruppene er forholdsvis jevnt fordelt, bortsett fra aldersgruppen 60 år og oppover som kun er representert med 4,1 % (vedlegg 4). Årsaken til dette kan skyldes at undersøkelsen er lagt ut på elbilforum, da en kan anta at denne aldersgruppen ikke bruker et slikt medie på samme nivå som de øvrige aldersgruppene. Det er i tillegg en respondent som har valgt å ikke svare på alder, dette har ingen innvirkning på undersøkelsen, da vi ikke baserer vår konklusjon på dette.

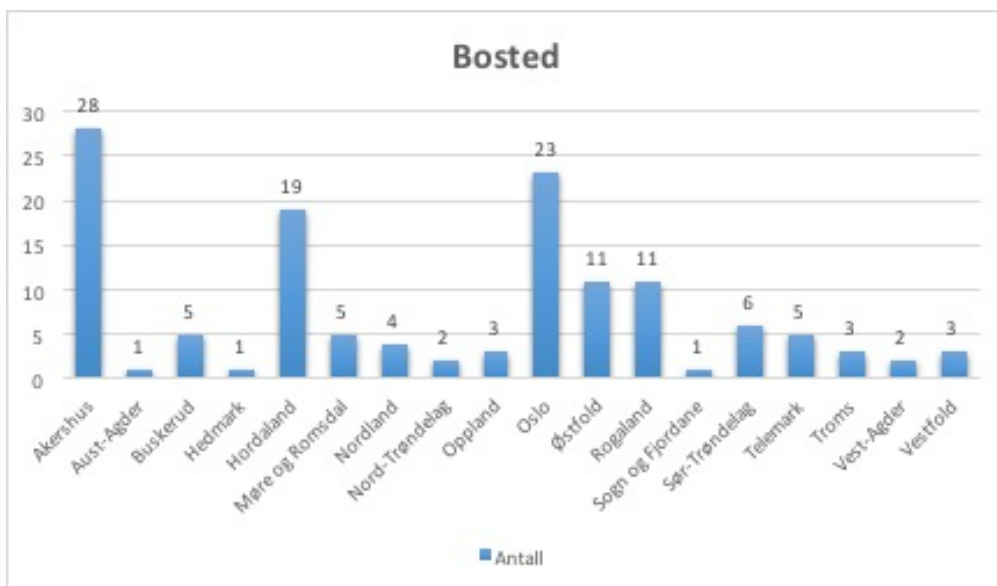


Figur 6 Alder

(Se også vedlegg 3)

6.3.3 Bostedfordeling

Den geografiske fordelingen blant respondentene er skjevt fordelt, der Akershus, Oslo og Hordaland er overrepresentert med henholdsvis 19,3%, 15,8% og 13,1%. En ser at det er en del områder som er underrepresentert, men dette kan også skyldes at vi kun har fått 145 besvarelser på vår undersøkelse, som ikke er nok til å få et riktig bilde på den geografiske spredningen av dagens elbileiere. På en annen side antar vi at ulik størrelse på befolkningen er med på å påvirke den skjeve fordelingen. Det er dermed naturlig at Akershus, Oslo og Hordaland har fleste representanter, da disse fylkene har høyest befolkning. En annen faktor som kan påvirke fordelingen av geografisk bosted kan være ulik grad av fordelaktighet av å eie elbil i de tre fylkene med høyest svarrate, da det er flere økonomiske og bruksrelaterte goder knyttet til bruk av elbil i de nevnte fylkene.

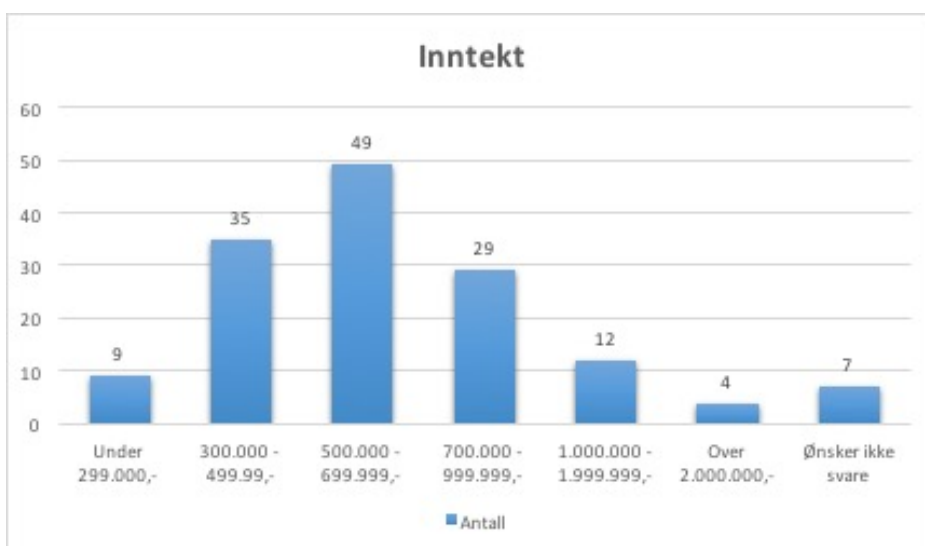


Figur 7 Bosted

(Se også vedlegg 3)

6.3.4 Inntektsfordeling

I følge Statistisk Sentralbyrå sin hjemmeside mai 2016, hadde nordmenn i 2015 en gjennomsnittsinntekt på omtrent 518.100kr. Majoriteten i denne undersøkelsen tjener mellom 500.000-699.000kr. Dermed stemmer inntektsfordelingen i denne undersøkelsen godt overens med den gjennomsnittlige befolkningen. Det er 7 respondenter som har valgt å ikke svare hva gjelder inntekt, men dette har ikke noe betydning for undersøkelsen.



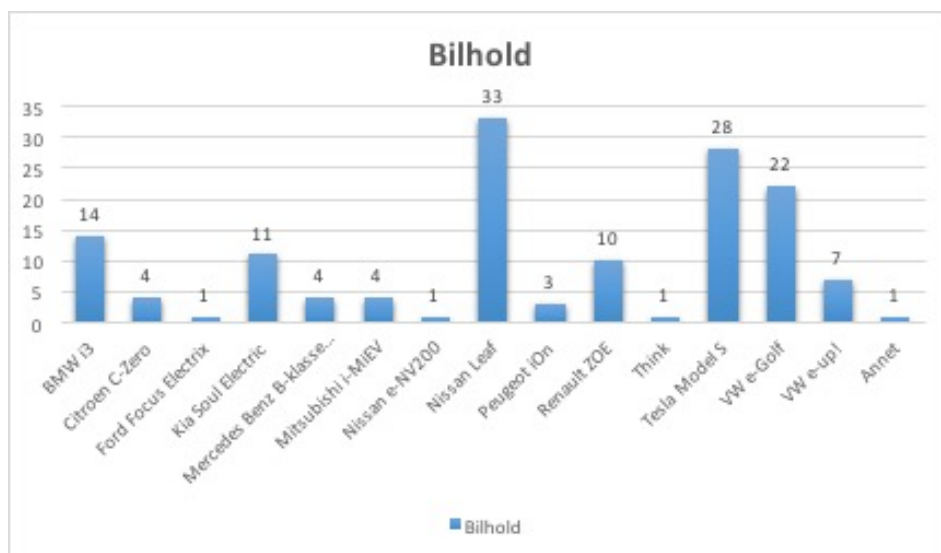
Figur 8 Inntekt

(Se vedlegg 3)

6.3.5 Bilholdfordeling

Alle tilgjengelige elbilmodeller var med i spørreundersøkelsen. Det var en rekke bilmodeller som ikke hadde noen representanter, som vi har utelatt fra fremstilling av fordelingen.

Det er modellene; Nissan Leaf, Tesla Model S og VW e-Golf som er høyest representert, noe som stemmer godt overens med Dinside.no som viser tall for de mest solgte elbilene i 2015, hvor disse tre elbilene er de tre mest solgte elbilene i Norge i 2015 (Marcussen 2015).



Figur 9 Bilhold

(Se vedlegg 3)

6.4 Bivariate analyser

Oppgaven vil videre ta for seg andre del av analysen, som vil inneholde både univariate- og bivariate analyser av hvert enkelt intensiv i forsøk om å besvare oppgavens hypoteser. Bi, stammer fra latin "bis", som betyr to ganger eller dobbelt (Johannessen, Christoffersen og Tuft 2011, 313). I følge Ringdal (2013, 282) tar bivariate fordelinger for seg flere variabler og undersøker statistisk beskrivende sammenhenger mellom to og to variabler (Ringdal 2013, 282). I følge Johannessen, Christoffersen og Tuft (2011, 314) ser krysstabellanalyser på sammenheng mellom to variabler, det vil si, hvordan enhetene fordeler seg samtidig på begge variablene. Denne oppgaven vil blant annet teste sammenhengen mellom bruk av et insentiv og konsekvensen av fjerning av det samme insentivet gjennom krysstabulering. Dette gjøres for å få en oversikt over hvordan elbilister benytter seg av et insentiv, fordelt på hvilket insentiv som er med på å påvirke kjøpsintensjonen ved fjerning av insentivet.

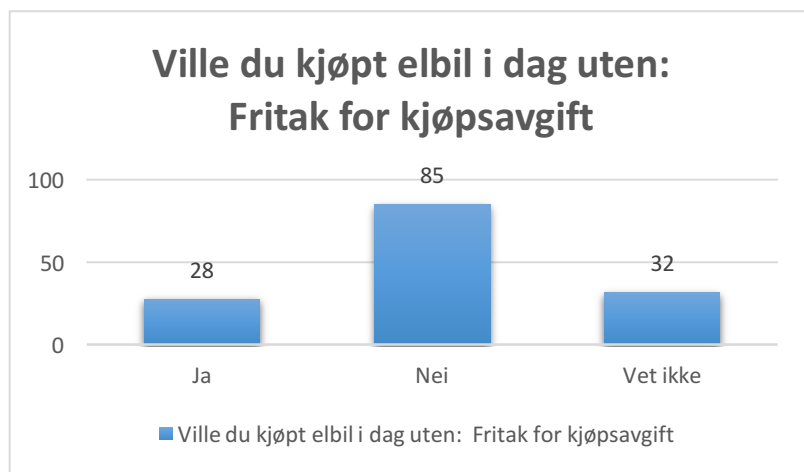
6.5 Analyse av hypoteser

Analysen vil først se på oppgavens nøkkelspørsmål: *Ville du kjøpt elbil i dag uten: (gjeldende insentiv)* og fremstille univariate analyser av dette spørsmålet. Hvert spørsmål om hvert enkelt insentiv, vil bli analysert i form av respondentenes svarprosent. I undersøkelsen der respondentene har svart: *vet ikke*, kan en anta at respondentene ikke klarer å ta stilling til spørsmålet. Det kan også tenkes at respondenten ikke har et forhold eller mening om insentivet og ikke ønsker å reflektere noe særlig over svaret og velger derfor enkel utvei. Dette nøkkelspørsmålet vil benyttes for å bekrefte/avkrefte oppgavens syv hovedhypoteser.

Videre vil oppgaven ta for seg krysstabulering for å få en bredere innsikt i resultatene, i tillegg for å kunne svare på underhypotesene. Her vil geografisk spredning bli sett i forhold til bruk og kjøpsintensjon av insentivene; kollektivfelt, bomring, parkeringsplass og ferge. Inntekt vil bli sett i forhold til kjøpsintensjon av insentivene; årsavgift, mva. og kjøpsavgift.

6.5.1 Hypotese 1

50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten fritak for kjøpsavgift



Figur 10 Kjøp uten fritak for kjøpsavgift

(Se også vedlegg 4)

På spørsmålet: *Ville du kjøpt elbil i dag uten fritak for kjøpsavgift*, er det 28 respondenter (19,3%) som har svart at de ville kjøpt elbil i dag foruten fritak av kjøpsavgift. På den andre siden er det 85 respondenter (58,6%) har svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten fritak for kjøpsavgift. Det er hele 32 respondenter (22,1%) som har svart alternativet *vet ikke*. Hvor mye elbilistene sparer ved fritak for kjøpsavgift kan variere kraftig, ut i fra hvordan type elbil de kjøper. Egenskaper som bilens vekt, motoreffekt og utslipp bestemmer denne avgiften. Ettersom elbil ikke er pålagt kjøpsavgift, er det rimelig og anta at det er mange som ikke er klar over hvor mye de faktisk sparer på insentivet, og dermed svart *vet ikke*. Tesla Model S er blant markedets mest luksuriøse elbiler. Figur 11 viser utregningen av hva en Tesla Model S ville kostet uten fritak for kjøpsavgift og mva. Som en kan se ville kjøpsavgift utgjort 577.469,- for den utvalgte modellen. For mindre og enklere elbiler ville regnestykket sett betraktelig annerledes ut, der besparelse på rundt 100.000,- er vanlig. Det kan derfor tenkes at fritak for kjøpsavgift er mer viktig for eiere av dyre, eksklusive elbiler, slik som Tesla Model S. Den høye andelen av respondenter som har svart at de ikke ville kjøpt elbil uten fritak for kjøpsavgift er ikke overraskende og støtter oppgavens hypotese: 50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten fritak for kjøpsavgift.

	Tesla Model S
Nettopris u/avgifter	607.000
Mva	151.750
Engangsavgift	577.469
Salgspris m/avgifter	1.336.219

Figur 11 Utregning

(Johnsen 2013)

6.5.1.1 Hypotese 1.1:

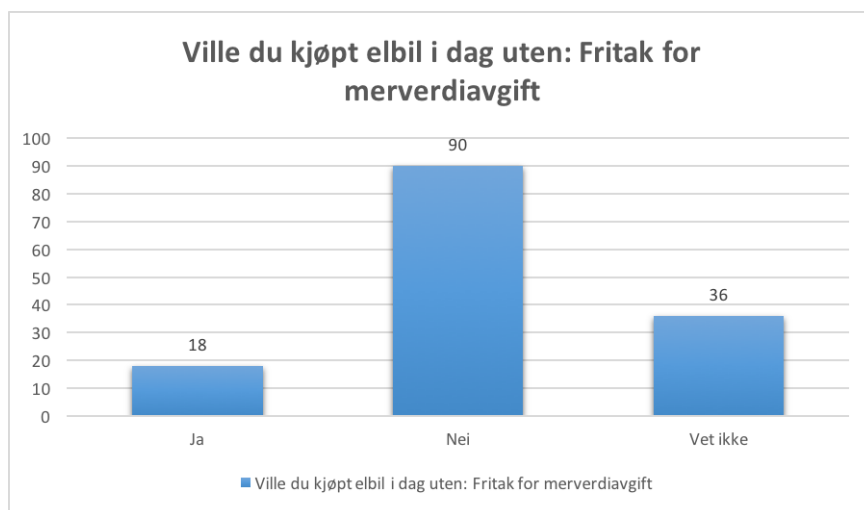
Kjøpsintensjonen av elbil knyttet til fritak for kjøpsavgift, vil påvirkes av inntekt

Som en kan lese ut fra vedlegg 4 har 44% av respondentene med inntekt under 299.000,- svart at de ikke ville kjøpt elbil uten fritak for kjøpsavgift. Det er lite som skiller respondentene med inntekt fra 300.000,- til 1.999.000,- der andelen som ikke ville kjøpt elbil uten insentivet er mellom 53-62%. Av respondentene som tjener over 2.000.000,- har 75% av de som har besvart spørsmålet, svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten fritak for kjøpsavgift. Det er kun fire respondenter i denne gruppen, men det kan likevel gi en indikasjon på gruppen. Årsaken til at respondentene med høyest inntekt har høyest svarprosent på spørsmålet kan skyldes, som tidligere nevnt, større besparelse av insentivet på bakgrunn av hvordan bil de eier. Det er rimelig og anta at respondentene med inntekt over 2.000.000,- eier en elbil av typen Tesla Model S, og er dermed ”vinnere”, når det kommer til besparelsen ved insentivet.

Kort oppsummert, ved å se på majoriteten som ligger i intervallene 300.000-999.000,- ser en liten grad av sammenheng mellom inntekt og kjøpsintensjon. Når det er sagt, ser en større variasjoner mellom intervallene lavest inntekt og høyest inntekt. Her kan en se en sammenheng mellom inntekt og kjøpsintensjon av elbil, som viser at jo høyere inntekt jo lavere kjøpsintensjon ved fjerning av insentivet, mens ved lavere inntekt påvirkes kjøpsintensjonen ved fjerning i mindre grad. Da det er få respondenter i de to sistnevnte intervallene, utforderer det vår mulighet til å generalisere, men det er tilfredsstillende nok i denne oppgaven til å bekrefte oppgavens underhypotese, om at kjøpsintensjon påvirkes inntekt, der jo høyere inntekt, jo lavere kjøpsintensjon dersom insentivet fjernes.

6.5.2 Hypotese 2:

50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten fritak for mva.



Figur 12 Kjøp uten fritak for merverdiavgift

(Se også vedlegg 5)

På spørsmålet: *Ville du kjøpt elbil i dag uten fritak for mva.*, har 18 respondenter (12,5%) svart at de ville kjøpt elbil i dag uten fritak for mva. 90 respondenter (62,5%) har svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivet, mens 36 respondenter (25%) har valgt alternativet *vet ikke*. En kan anta igjen at den høye andelen respondenter som har valgt svaralternativet *vet ikke* er usikre på hva dette insentivet faktisk innebærer. Dersom respondentene ikke er klar over hvor stor besparelse dette insentivet hadde da de kjøpte elbil, er det naturlig å anta at det kan være vanskelig å gi et korrekt svar på om de hadde kjøpt elbil i dag foruten dette insentivet.

På bakgrunn av resultatet må derfor hypotesen: 50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten fritak for mva. forkastes, med små marginer. Andelen som ikke ville kjøpt elbil uten fritak for mva. er 62,5%, som er høyere enn hypotesen. Fjerning av insentivet vil ha sterk, negativ innvirkning på forbrukernes kjøpsintensjon av elbil og dette anses som et markant funn.

6.5.2.1 Hypotese 2.1:

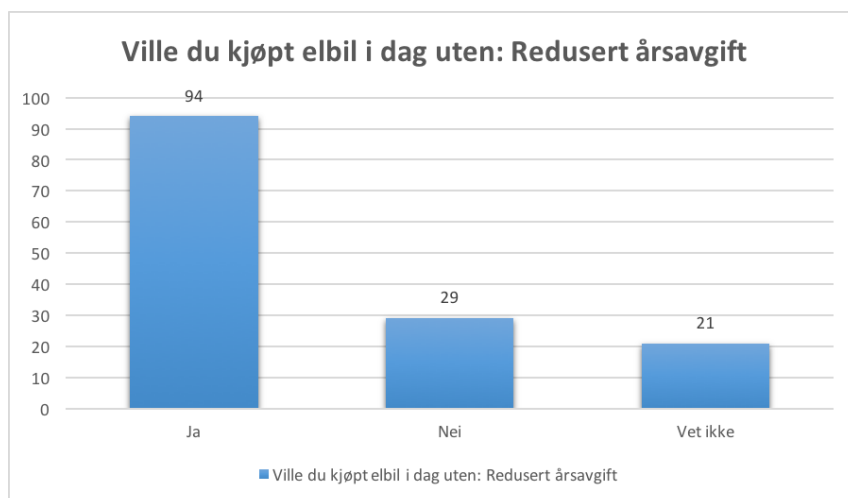
Kjøpsintensjon av elbil knyttet til fritak for mva. vil påvirkes av inntekt

Videre er det krysstabulert fritak for mva. og inntekt (se vedlegg 5), for å se om det er en årsaksforklaring mellom fjerning av mva. og respondenten sin inntekt. Av gruppen med

lavest inntekt, på under 299.000,- ser en at 66% ikke ville kjøpt elbil i dag uten fritak for mva. Sammenlignet med gjennomsnittet på 62,5% er dette en svak differanse. I de øvrige inntektsgruppene er det lite differanse i forhold til gjennomsnittet av alle respondentene. Av respondentene med høyeste inntekt (Over 2.000.000,-) har 75% svar at de ikke ville kjøpt elbil uten fritak for mva. I denne gruppen er det kun fire respondenter, og dermed for lite til å si noe om populasjonen på bakgrunn av de nevnte respondentene. Til tross for det kan vi bekrefte oppgavens underhypotese om at inntekt har innvirkning på kjøpsintensjon av elbil tilknyttet fritak for mva.

6.5.3 Hypotese 3:

5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten redusert årsavgift



Figur 13 Kjøp uten redusert årsavgift

(Se også vedlegg 6)

På spørsmålet om respondenten ville kjøpt elbil i dag uten redusert årsavgift har 94 respondenter (65,2%) svart at de ville kjøpt elbil uten redusert årsavgift, mens 29 respondenter (20,1%) har svart at de ikke ville ha kjøpt elbil uten insentivet. 21 respondenter (14,5%) har svart at de ikke vet om de ville kjøpt elbil eller ikke foruten insentivet.

Hypotesen: 5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten redusert årsavgift må dermed avkrefte, ettersom undersøkelsen viste at hele 20,1% ikke ville kjøpt elbil uten insentivet.

Ut i fra insentivets besparelse er det et overraskende funn at hele 20,1% av respondentene ikke ville kjøpt elbil i dag. Det kan tenkes at respondentene har besvart spørsmålet annerledes enn av hva de faktisk ville ha gjort, enn hvordan de faktisk ville ha handlet.

6.5.3.1 Hypotese 3.1:

Kjøpsintensjonen av elbil knyttet til redusert årsavgift vil påvirkes av inntekt

Ved å se på forholdet mellom inntekt og kjøpsintensjon av elbil uten redusert årsavgift, har en mulighet til å kartlegge om det er noen forskjeller blant respondentene basert på inntekt (Se vedlegg 6). Det laveste og høyeste intervallet har svært få respondenter i forhold til de resterende, og vi må derfor være kritiske til resultatene fra disse intervallene. Av de 9

respondentene med inntekt under 299.000,- er det ingen respondenter (0%) som har svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten redusert årsavgift. Av respondentene som tjener 300.000-499.000,- har 34% svart at de ikke ville kjøpt elbil uten redusert årsavgift. Ved intervallet 500.000-699.000,- har 20% av respondentene svart at de ikke ville kjøpt uten insentivet. Av de som tjener 700.000-999.000 ligger andelen på 17%. Blant respondentene som tjener mellom 1.000.000-1.999.000,- er det ingen respondenter som har besvart at de ikke ville kjøpt elbil uten redusert årsavgift. Av de fire respondentene med inntekt over 2.000.000,- har 25% svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivet.

På bakgrunn av disse tallene kan en bekrefte underhypotesen om at kjøpsintensjonen av elbil knyttet til redusert årsavgift påvirkes av inntekt, da en ser at jo høyere inntekt, jo lavere kjøpsintensjon dersom insentivet fjernes.

6.5.4 Hypotese 4:

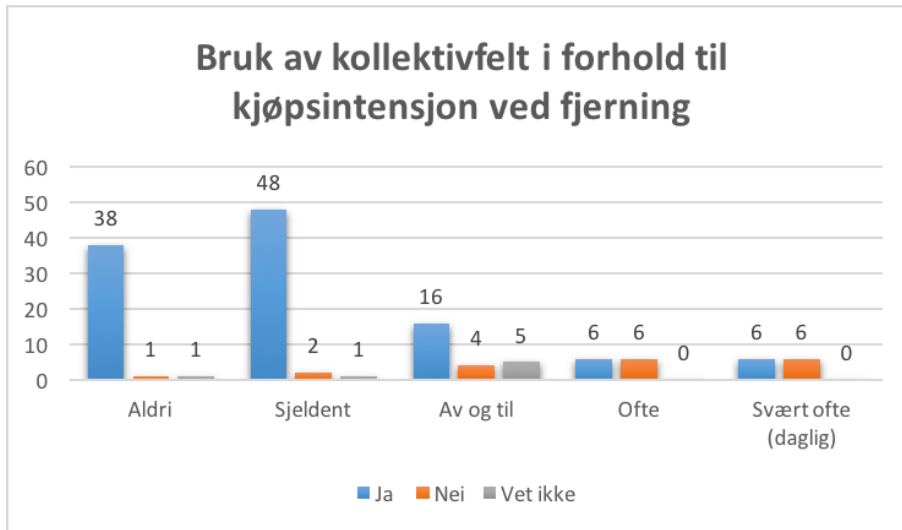
10-15% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten tilgang til kollektivfelt



Figur 14 Kjøp uten tilgang til kollektivfelt

(Se også vedlegg 7)

På spørsmålet: *Ville du kjøpt elbil i dag uten tilgang til kollektivfelt*, har 119 respondenter (82,1%) svart at de ville kjøpt elbil i dag uten tilgang til kollektivfelt. Det er 19 respondenter (13,1%) som har svart at de ikke hadde kjøpt elbil dersom insentivet ble fjernet. 7 av respondentene (4,8%) har valgt svaralternativet *vet ikke*. Dette vil si at fjerning av insentivet: Tilgang til kollektivfelt vil ha en sterk, negativ innvirkning på forbrukerens kjøpsintensjon av elbil, da 13,1% av elbilister ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivet. Vi får dermed medhold i oppgavens hypotese da resultatet er innenfor 10-15%. For å få en dypere forståelse av forbrukerens kjøpsintensjon, vil vi se på deres bruk av insentivet, krysstabulert med deres kjøpsintensjon ved fjerning.



Figur 15 Bruk av kollektivfelt sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning

(Se også vedlegg 7)

For å få en bedre forståelse av hvor ofte respondentene faktisk bruker kollektivfeltet sammenlignet med om de ville ha kjøpt elbil dersom insentivet ble fjernet, er krysstabulert i figur 15. Av de respondentene som sier de benytter seg aldri eller sjeldent av kollektivfeltet er det 94,5% som sier seg villig til å kjøpe elbil uten at insentivet er til stedet. Videre når en ser på majoriteten som har svart at de ikke ville kjøpt elbil uten insentivet, ser en at disse benytter seg av og til, ofte eller daglig av insentivet, og utgjør 32,6%. Det vil si at 32,6% av respondentene som benytter seg av kollektivfeltet mer enn sjeldent, ville latt seg påvirke av en eventuell fjerning av insentivet, noe som anses som en logisk årsakssammenheng med svarene over.

6.5.4.1 Hypotese 4.1:

Kjøpsintensjon av elbil knyttet til tilgang til kollektivfelt vil påvirkes av geografisk bosted

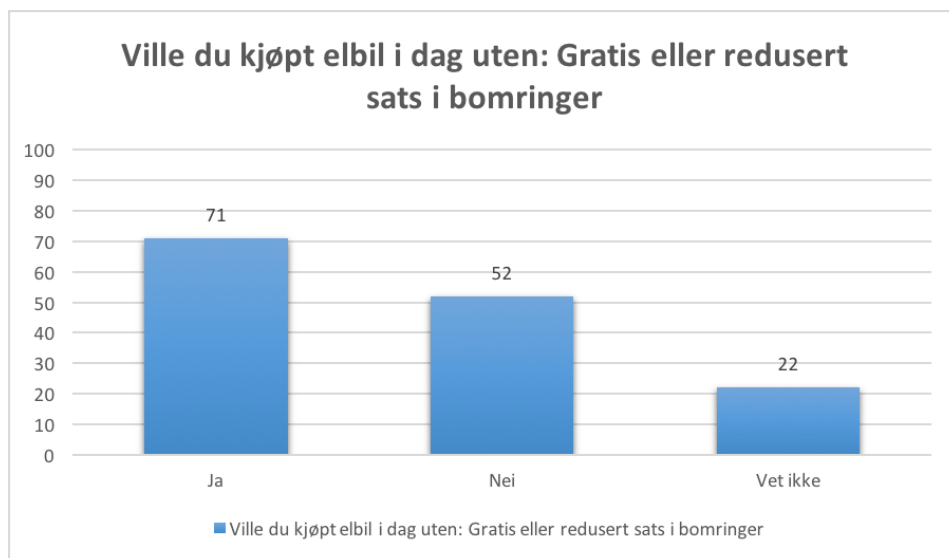
Det vil være interessant å se på sammenhengen mellom bosted og hvor ofte respondenten benytter seg av insentivet. I vedlegg 7 ser en at det er respondenter som bor i Akershus, Buskerud, Østfold og Sør-Trøndelag som benytter seg hyppigst av kollektivfelt. Følgende respondenter fra de overnevnte fylkene bruker kollektivfeltet ofte og svært ofte: Akershus 28%, Buskerud 40%, Østfold 36% og Sør-Trøndelag 50%. De nevnte fylkene har dermed betraktelig høyere bruk av kollektivfelt sammenlignet med landets gjennomsnittlige bruk på 19%. Grunnen til disse svarprosentene kan være at respondentene bor i nærheten av

kollektivfelt og benytter dette i deres hverdag.

Oppgaven tar videre for seg en ny krysstabulering for å se årsakssammenhengen mellom spredning på geografisk bosted og kjøpsintensjon av elbil uten tilgang til kollektivfelt (se vedlegg 7). Med hensyn til hypotesen vil det være sentralt å se på de fylkene der flest respondenter har svart at de ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. Med de nevnte fylkene i bakgrunn, ser en at andelen respondenter som har besvart at de ikke ville kjøpt elbil uten tilgang til kollektivfelt, er vesentlig høyere enn gjennomsnittet i landet. Omlag 20% av respondentene fra Akershus og Buskerud, samt 33% fra Østfold og Sør-Trøndelag har svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivet. Sammenlignet med gjennomsnittet for hele landet på 12,5%, viser det at kjøpsintensjon av elbil i de nevnte fylkene vil ha sterk, negativ innvirkning uten tilgang til kollektivfeltet. Vi kan dermed bekrefte vår hypotese om at kjøpsintensjon av elbil knyttet til tilgang til kollektivfelt vil påvirkes av geografisk bosted.

6.5.5 Hypotese 5:

30-40% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten gratis eller redusert sats i bompassering

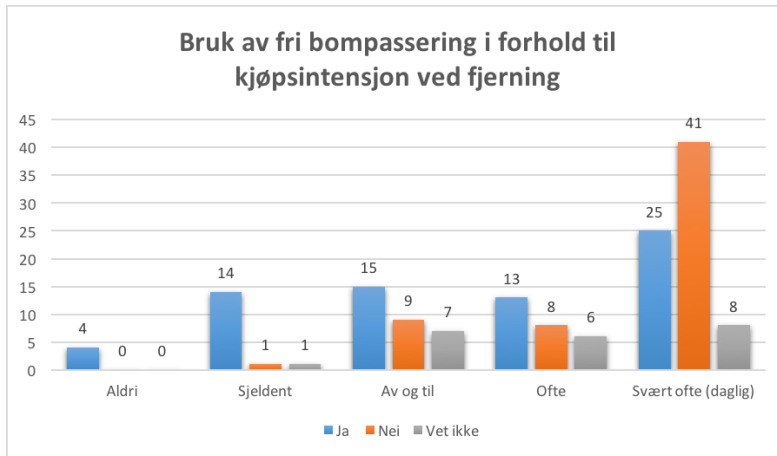


Figur 16 Kjøp uten gratis eller redusert sats i bomring

(Se også vedlegg 8)

På spørsmålet: *Ville du kjøpt elbil i dag uten gratis eller redusert sats i bomring*, er det 71 respondenter (49,3%), som har svart at de ville kjøpt elbil i dag uten tilgang til gratis eller redusert sats i bomring. 52 respondenter (36,1%) har svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag foruten incentivet. Det er relativt mange respondenter, 22 respondenter (15,5%), som svarer *vet ikke* på dette spørsmålet. Da det er hele 36,1% som sier deres kjøpsintensjon av elbil ville latt seg påvirke i negativ retning, kan vi dermed bekrefte hypotesen om at 30-40% av dagens elbilister ikke ville kjøpt elbil uten dagens reduserte eller gratis sats i bompasseringer.

Oppgaven vil videre undersøke forholdet mellom bruk av fri bompassering og kjøpsintensjon ved fjerning av incentivet, for å få en dypere forståelse av fordelingen i svaret nevnt over.



Figur 17 Bruk av fri bompassering sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning

(Se også vedlegg 8)

Krysstabuleringen viser at 41 respondenter (55%) som benytter seg daglig av bompassering, har svart at de ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. En kan dermed tolke forklaringen på svarprosenten på 36,1% som ikke ville kjøpt elbil foruten gratis eller redusert sats i bomring, som en logisk årsakssammenheng, da dette insentivet er noe majoriteten i denne undersøkelsen drar nytte av daglig. Når det er sagt, er det bemerkelsesverdig at hele 25 respondenter (33,7%) av de som benytter seg av fri bompassering daglig, har svart at de ville kjøpt elbil foruten insentivet. Det tilsier at kjøpsintensjonen for 33,7% av respondentene som benytter insentivet svært ofte ikke lar seg påvirke ved fjerning av gjeldende insentiv, mens 55% sier de ville latt seg påvirke og ikke kjøpt elbil. Dette sier noe om at kjøpsintensjonen til dette insentivet ikke lar seg påvirke i stor grad av hvor ofte respondentene benytter seg av fri bompassering.

6.5.5.1 Hypotese 5.1:

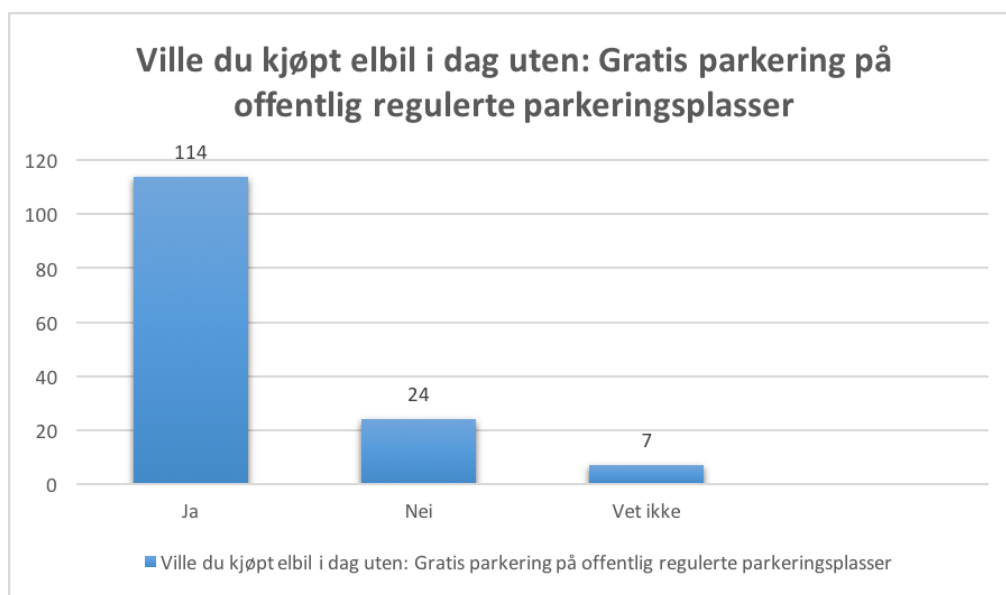
Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis eller redusert sats i bompassering vil påvirkes av geografisk bosted.

For å undersøke videre forklaring i hva som kan skyldes spredningen i bruk av bomring, kan det være interessant å undersøke geografisk spredning i forhold til bruk av insentivet. Det testes da geografisk bosted fordelt på fylker, i forhold til hvor ofte respondenten benytter seg av bompassering (se vedlegg 8). En ser at Akershus, Oslo og Hordaland er de fylkene der respondentene benytter seg hyppigst av bompassering, hvor over 80% av respondentene i de tre nevnte kommunene passerer bomring ofte, eller svært ofte.

Det vil videre være interessant å undersøke geografisk spredning i forhold til om respondenten ville kjøpt elbil i dag uten gratis eller redusert sats i bomring (se vedlegg 8). Da det er relativt få respondenter fra andre fylker i denne undersøkelsen, er det vanskelig å uttale noe om kjøpsintensjonen i de andre fylkene. Talldataen tilsier at flertallet av respondenten fra fylkene, Akershus, Hordaland, Telemark, Vestfold, Vest-Agder og Sør-Trøndelag sier seg motvillig til å kjøpe elbil foruten gratis eller redusert sats i bomring. I Akershus har 50% av respondentene svart at de ikke ville kjøpt elbil uten incentivet, mens i Hordaland har 63% svart at de ikke ville kjøpt elbil uten incentivet. I Telemark viser resultatene hele 80%, men her er det få respondenter, og dermed vanskelig å si noe om elbilister i Telemark på bakgrunn av respondentene. Hypotesen om at kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis eller redusert sats i bompassering vil påvirkes av geografisk bosted kan bekreftes, på bakgrunn av tallene fra Akershus og Hordaland. En årsaksforklaring bak dette funnet kan være at elbilister i Akershus og Hordaland benytter elbil til og fra jobb i en av storbyene (Oslo eller Bergen), og dermed passerer bomring daglig. Begge de nevnte byene har høye satser i bomringen som styrker årsaksforklaringen (Mæland 2015; Fjellinjen, betaling og priser 2015).

6.5.6 Hypotese 6:

5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten gratis offentlig parkering

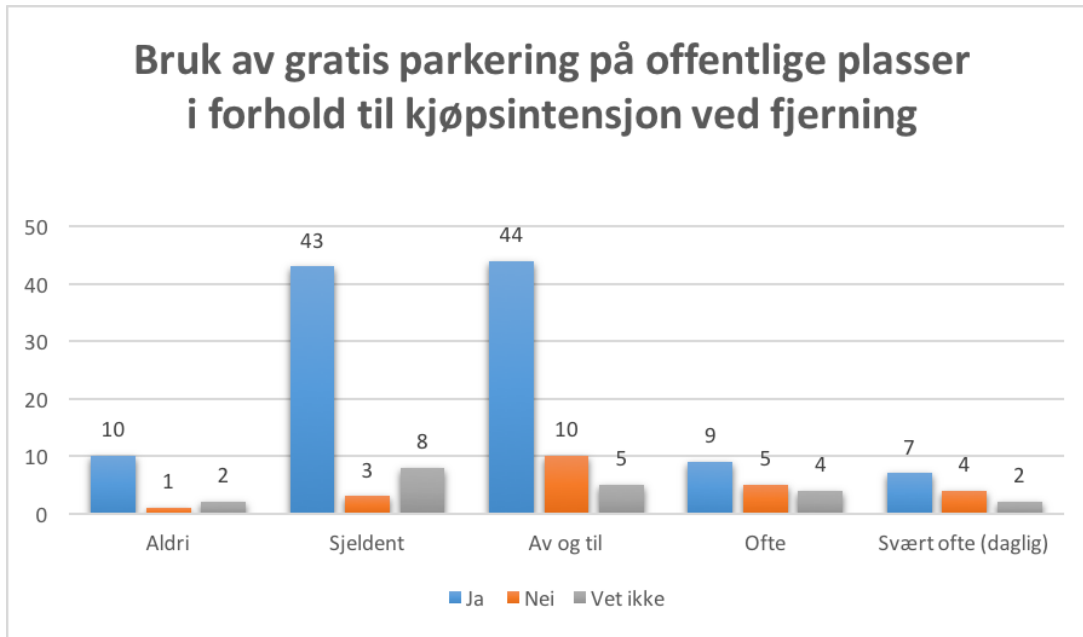


Figur 18 Kjøp uten gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser

(Se også vedlegg 9)

På spørsmålet: *Ville du ha kjøpt elbil i dag uten gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser* har 114 respondenter (78,6%) svart at de ville kjøpt elbil i dag uten insentivet. 24 respondenter (16,5%) ville ikke kjøpt elbil i dag uten insentivet. 7 respondenter (4,8%) har valgt svaralternativ *vet ikke*. Med 16,5% av respondentene som har svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten gratis parkering på offentlig regulerte plasser, må vi avkrefte vår hypotese; 5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten gratis offentlig parkering.

Ved å krysstabulere spørsmålet om respondentene ville kjøpt elbil i dag uten insentivet med hvor ofte insentivet faktisk blir brukt, vil det kontrollere om resultatene har en naturlig årsakssammenheng.



Figur 19 Bruk av gratis parkeringsplasser sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning

(Se også vedlegg 9)

Av respondentene som har svart at de aldri benytter seg av incentivet er det 1 som har svart at vedkommende ikke ville kjøpt elbil uten incentivet. Av de som sjeldent benytter seg av gratis parkering, har 3 respondenter (5,5%) svart at de ikke ville kjøpt elbil uten incentivet. Av respondentene som benytter seg av incentivet av og til, har 10 (16,9%) besvart at de ikke ville kjøpt elbil uten incentivet. Det kan tenkes at noen respondenter vil ha friheten til å parkere gratis på offentlig regulerte plasser, og har dermed svart at de ikke ville kjøpt elbil uten incentivet, selv om de i svært liten grad benytter seg av incentivet. Av respondentene som benytter seg ofte og svært ofte av gratis parkering, har 29% svart at de ikke ville kjøpt elbil uten incentivet, som anses som en logisk årsakssammenheng med svarene over.

6.5.6.1 Hypotese 6.1:

Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis offentlig parkering vil påvirkes av geografisk bosted

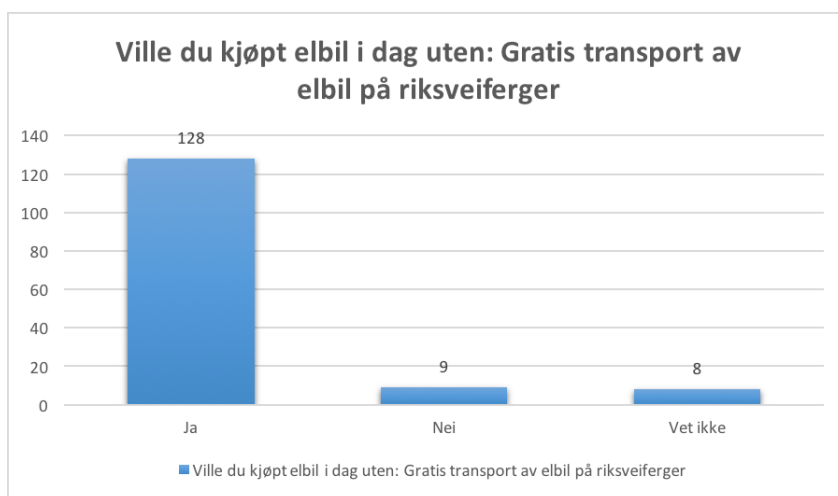
Ved å sammenligne geografisk bosted med hvor ofte gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser blir benyttet, ser en at det er forskjeller blant fylkene (Se vedlegg 9). Hordaland, Oslo, Sør-Trøndelag og Troms er fylkene som benytter seg av incentivet hyppigere enn gjennomsnittet i landet. En naturlig årsak til det kan være storbyer plassert i de nevnte fylkene, som øker behovet for gratis parkering. Sør-Trøndelag og Troms har svært få

respondenter, og gir derfor ikke grunnlag til å si noe om populasjonen i disse fylkene, men det kan gi en indikasjon.

Ved å sammenligne bosted og kjøpsintensjon av elbil knyttet til insentivet, ser en at de nevnte fylkene som benytter seg hyppigst av gratis parkering på offentlig regulerte plasser er; Hordaland, Oslo og Troms, disse har lavere andel respondenter som ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. Sør-Trøndelag har høyest andel som ikke ville kjøpt elbil i dag uten gratis parkering med 50%, men som tidligere nevnt er det få respondenter fra Sør-Trøndelag som gjør at en kan stille seg skeptisk til resultatet. Vi må derfor avkrefte vår hypotese: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis parkering på offentlig regulerte plasser, påvirkes av geografisk bosted, da resultatene ikke viser markante funn som tilsier at det er noen forskjell på kjøpsintensjon på bakgrunn av geografisk bosted.

6.5.7 Hypotese 7:

0-5% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil i dag uten gratis transport av elbil på riksveiferge

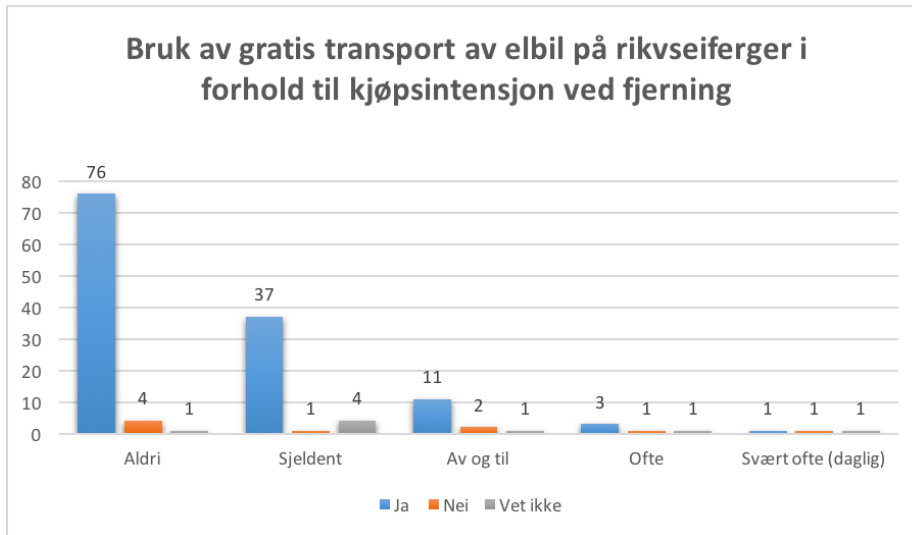


Figur 20 Kjøp uten gratis transport av elbil på riksveiferge

(Se også vedlegg 10)

På spørsmålet: *Ville du kjøpt elbil i dag uten gratis transport av elbil på riksveiferge*, har 128 av 145 respondenter besvart at de ville kjøpt elbil i dag uten insentivet. Dette tilsvarer 88% av respondentene. 9 respondenter (6,2%), har besvart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten gratis transport av elbil på riksveiferge. 8 respondenter (5,5%) har besvart *Vet ikke*. Vi må, med liten margin, avkrefte vår hypotese: ”0-5% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten gratis transport av elbil på riksveiferge”, da fjerning av insentivet vil føre til sterkere negativ innvirkning på kjøp av elbil enn vår hypotese.

For å få en ytterligere forståelse av hva som kan påvirke forholdet mellom insentivet og kjøpsintensjon av elbil, vil oppgaven se på forholdet mellom bruk av insentivet og kjøpsintensjon.



Figur 21 Bruk av gratis transport av elbil på riksveifergeer sammenlignet med kjøpsintensjon ved fjerning

(Se også vedlegg 10)

Som en kan lese av figur 21 er det en stor andel av respondentene som aldri eller sjeldent benytter seg av gratis transport av elbil på riksveifergeer. 81 respondenter (56%) har svart at de aldri benytter seg av incentivet, og 42 respondenter (29%) har svart at de sjeldent benytter seg av incentivet. Respondentene som har besvart at de bruker gratis transport av elbil på riksveiferge svært ofte, utgjør kun 2% av respondentene. Disse har delte meninger om hvorvidt de ville kjøpt elbil i dag uten dette incentivet. 1 respondent har svart *ja*, 1 har svart *nei* og 1 har svart *vet ikke*, på om de ville kjøpt elbil i dag uten incentivet.

Det er likevel noen bemerkningsverdige funn ved denne krysstabuleringen. Av de 56% som har svart at de aldri benytter seg av incentivet, har 5% svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten gratis transport av elbil på riksveifergeer. En kan igjen tenke seg at dette skyldes respondentene sitt ønske om å beholde muligheten til å ta utnytte av incentivet. Ettersom det er svært få respondenter som har svart på dette spørsmålet, er det begrenset hva en kan si om sammenhengen mellom gratis transport av elbil på riksveifergeer og respondentenes kjøpsintensjon ved fjerning.

6.5.7.1 Hypotese 7.1:

Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis transport på riksferge vil påvirkes av geografisk bosted

Vi antar at gratis transport av elbil på riksveiferge i stor grad vil avhenge av geografisk bosted. Oppgaven vil derfor krysstabulere geografisk bosted i forhold til hvor ofte respondenten benytter seg av insentivet (se vedlegg 10). Ved å se på forholdet mellom geografisk bosted og hvor ofte respondentene benytter seg av gratis transport av elbil på riksveiferges, er det vanskelig å se noen store forskjeller blant respondentene. Dette skyldes trolig for lavt antall respondenter i undersøkelsen, som gjør at fordelingen mellom respondentene ikke er jevnt fordelt over geografisk bosted. En kan likevel se at respondenter fra Hordaland, Møre og Romsdal, Sogn og Fjordane, Sør-Trøndelag, Telemark, Troms og Vestfold benytter seg i større grad av insentivet, sammenlignet med de resterende fylkene. Over 30% av respondentene i de nevnte fylkene har svart at de benytter gratis transport av elbil på riksveiferges *av og til, ofte* eller *svært ofte*. Til sammenligning med hele landet, der denne prosenten utgjør 15%. En kan anta at årsaken til denne variasjonen skyldes større utnytte av fergemuligheter langs vestkysten, sammenlignet med resten av landet.

Ved å krysstabulere bosted mot spørsmål om respondentene ville kjøpt elbil i dag uten insentivet, vil det gi en indikasjon på kjøpsintensjon av insentivet, basert på bosted (se vedlegg 10). I de områdene der minimum 30% av respondentene svarte at de benytter riksveiferge *av og til, ofte* eller *svært ofte*, er det få respondenter som ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. I de nevnte fylkene er det kun Sør-Trøndelag og Telemark som har respondenter som ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. I Sør-Trøndelag er det viktigste funnet, der 3 av 6 (50%) respondenter har svart at de ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. I Telemark var resultatet 1 av 4 (25%) respondenter som har svart *nei*.

Totalt sett har kun 5,6% av respondentene svart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten gratis transport av elbil på riksveiferges. På bakgrunn av dette gir det grunnlag til å bekrefte vår hypotese om at kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis transport på riksferge vil påvirkes av geografisk bosted. Våre funn viser at effekten ved fjerning vil ha størst innvirkning på elbilister i områdene Sør-Trøndelag og Telemark.

6.6 Oppsummering av hypoteser

Hypotese	Bekreftet	Avkreftet
H1: 50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten kjøpsavgift-fritak	X	
H1.1: Kjøpsintensjonen av elbil knyttet til kjøpsavgift-fritak vil påvirkes av inntekt	X	
H2: 50-60% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten fritak for mva.		X
H2.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til fritak for mva. vil påvirkes av inntekt	X	
H3: 5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten redusert årsavgift		X
H3.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til redusert årsavgift vil påvirkes av inntekt	X	
H4: 10-15% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten tilgang til kollektivfelt	X	
H4.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til tilgang til kollektivfelt vil påvirkes av geografisk bosted	X	
H5: 30-40% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten gratis eller redusert sats i bompassering	X	
H5.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis bompassering vil påvirkes av geografisk bosted	X	
H6: 5-10% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten gratis offentlig parkering		X
H6.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis offentlig parkering vil påvirkes av geografisk bosted		X
H7: 0-5% av dagens elbilister ville ikke kjøpt elbil uten gratis transport av elbil på riksvegferge		X
H7.1: Kjøpsintensjon av elbil knyttet til gratis transport på riksvegferge vil påvirkes av geografisk bosted	X	

Figur 22 Hypoteser

7.0 Refleksjon

I dette kapitlet vil oppgaven reflektere over analysedelen opp mot fremlagt teori.

7.1 Statens forbruksregulering

Å regulere betyr å lede noen i en ønsket retning basert på regelbruk, som det er henvist til tidligere i oppgaven. Som en del av statens klimapolitikk, har staten innført en rekke reguleringsverktøy for å lede forbruker inn i en klimavennlig retning. På den ene siden, har de en strategi som omhandler særavgifter på fossile biler, for å gjøre det dyrere for en bilist å kjøpe og eie en fossilbil som forurenses miljøet. På den andre siden, har staten etablert en elbilpolitikk som tilsier at kjøp og bruk av elbil skal være avgiftsfritt, da elbiler er mer klimavennlige gjeldende Co2-utslipp. På denne måten er staten med på å tilrettelegge og gjøre det økonomisk og praktisk gunstig å velge elbil framfor fossilbil. Staten er dermed med på å lede forbruker i en ønsket retning. Funn fra undersøkelsen i denne oppgaven viser til at staten sine insentiver har sterk innvirkning på intensjon om kjøp av elbil, da en ser i analysen at flere av oppgavens respondenter sier at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivene. Det var begrenset med overraskende funn, da oppgaven hadde hypoteser som tilsa at flere av respondentene ikke ville kjøpt elbil i dag uten hvert enkelt insentiv og vi fikk flere hypoteser bekreftet. En kan dermed knytte teorien om staten som forbruksregulator opp mot funn fra oppgavens undersøkelse.

7.2 Motivasjon

Motivasjon er drivkraften som får forbrukeren til å gjøre en handling. Respondentenes motivasjon for handling kommer frem i oppgavens undersøkelse, da vi kan se at de økonomiske insentivene skiller seg ut med tanke på forbrukerens kjøpsintensjon og derav deres motivasjon. I undersøkelsen stilles spørsmålet: *Ville du kjøpt elbil i dag uten (gjeldene insentiv)*. Dette gir et inntrykk av hva som motiverer elbilistene til kjøp. Undersøkelsen tar også for seg geografisk bosted og inntekten til respondentene, sammenlignet med deres kjøpsintensjon. I teorikapitlet står det: "Motivasjonen påvirkes av forbrukerens økonomiske situasjon". Dette ser en i funnene fra undersøkelsen, da det er de økonomiske insentivene (mva., årsavgift, bompassering, kjøpsavgift, riksveiferge) som skiller seg ut. Dette tyder på at forbrukere tar rasjonelle valg, og forbrukere tilpasser sine kjøp av varer og tjenester for å oppnå størst verdi. Det kommer klart frem i analysen at inntekt og geografisk bosted har

innvirkning på hvordan forbruker har intensjon om kjøp av elbil i forhold til nyttemaksimering. Dette ser vi f.eks. ved bompassering, som er viktig for noen respondenter som benytter seg av dette ofte i forhold til hvor de bor. Et annet eksempel er hvordan de med lavere inntekt bryr seg i stor grad om det økonomiske incentivet årsavgift sammenlignet med de med høyere inntekt. Dette har en god sammenheng med forbrukere som velger det produktet de mener er best til deres nytte etter vurdering av hva de mener er tilgjengelig av alternativer.

7.3 Kjøpsintensjon

Som tidligere nevnt er kjøpsintensjon en prosess der forbruker får et behov, evaluerer alternativer, og til slutt tar en beslutning om kjøp/ikke kjøp. En ser gjennom hele undersøkelsen at kjøpsintensjonen påvirkes av følgende; hvilke insentiv som eventuelt skal fjernes, respondentenes geografiske bosted og inntekt. Kort oppsummert, ser en tydelig at fjerning av insentiver fra staten, påvirker kjøpsintensjonen av elbil.

7.4 Holdning

Holdning er som tidligere nevnt en psykologiske tendens som blir uttrykt ved at et produkt blir vurdert med en grad av fordelaktighet eller ufordelaktighet. En ser i undersøkelsen, at det er noen insentiv respondentene vurderer med større fordelaktighet, enn andre.

Nøkkelspørsmålet undersøkelsen stiller, tar for seg om respondentene ville kjøpt elbil i dag uten et gitt insentiv, et spørsmål respondenten må tenke litt over. Konsekvensen av spørsmålet kan være med på å påvirke holdningsstyrken til respondenten, da de kan si at de ikke ville ha kjøpt elbil uten insentivet. Spørsmålet er om det faktisk vil være realiteten dersom insentivet blir fjernet. Med andre ord, spør vi om holdningsstyrken til insentivet og konsekvensen vil være lik dersom respondenten skulle kjøpt elbil på nytt. Dette er spørsmål det er vanskelig å svare på, da det er forbrukernes konative komponent som spiller inn i forhold til om holdning og handling henger sammen. For å tydeliggjøre: Om respondenten faktisk gjør det en sier.

7.5 Sammenligning med tidligere forskning

Ved å sammenligne funn med Norsk elbilforening sin undersøkelse fra 2015 (se vedlegg 1), heretter kalt elbilisten, ser en at det er mange av resultatene som er sammenfallende. Totalt sett ser en at andelen som ikke ville kjøpt elbil uten et gitt insentiv er høyere i elbilisten, enn

undersøkelsen i denne oppgaven. Det vil si at deres funn viser at effekten ved fjerning av insentiver har større betydning på kjøpsintensjon, sammenlignet med undersøkelsen i denne oppgaven.

Det er vanskelig å si noe om årsaksforklaringen bak dette, men vi antar at mange av respondentene i elbilisten har svart i frykt for hva resultatene fra undersøkelsen kan medbringe. Elbilisten er den største undersøkelsen som utføres jevnlig i Norge, innenfor temaet elbilpolitikk. Utdrag fra undersøkelsen blir publisert i de største medier, i tillegg til at Norsk elbilforening har kontakt med regjeringen. Respondentene til elbilisten kan dermed føle at det er større sannsynlighet for at insentiver forsvinner, dersom de besvarer spørsmål som antyder høy kjøpsintensjon på tross av fjerning av insentiv.

Vår undersøkelse viser at det er to insentiver som skiller seg kraftig ut, kjøpsavgift og mva. Ut i fra resultatene til elbilisten er det disse to insentivene som også skiller seg ut ved deres funn. Andelen som ikke ville kjøpt elbil uten disse kjøpsrelaterte insentivene varierte likevel noe. Undersøkelsen fra Norsk elbilforening viste at 72% ikke ville kjøpt elbil uten fritak for mva., mens 71% ikke ville kjøpt uten fritak for kjøpsavgift. Det er noe høyere enn funn fra oppgaven, som viser til at 58% ikke ville kjøpt elbil i dag uten kjøpsavgift og 62% ikke ville kjøpt elbil i dag uten mva.

Noe mer interessante og overraskende funn er insentivet vedrørende fjerning av årsavgift. Her var det hele 20% som ikke ville kjøpt elbil uten redusert årsavgift. Dette er et overraskende funn, ettersom insentivet kun gir en årlig besparelse på 2.700,- og er en ubetydelig sum hvis en sammenligner andre økonomiske besparelser. Ved å sammenligne resultatene fra denne undersøkelsen med resultater fra elbilisten, er andelen som ikke ville kjøpt elbil i dag uten redusert årsavgift langt høyere. Deres resultater viser at hele 40% av respondentene ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivet. Dette styrker antakelsen om at respondentene har besvart spørsmål motstridene med hvordan de faktisk ville handlet.

På spørsmålet om kollektivfelt er resultatene fra begge undersøkelsene svært like. 14% av elbilisten sine respondenter og 13% av respondentene fra denne undersøkelsen har besvart at de ikke ville kjøpt elbil uten tilgang til kollektivfeltet. Spørsmål angående insentivet om gratis parkering på offentlig regulerte plasser har forholdsvis liten differanse mellom undersøkelsene. Elbilisten har likevel noe høyere andel på 20%, mot vår undersøkelse på 16%, som ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. Omtrent samme forhold kan en se ved

sammenligning av spørsmål om gratis transport av elbil på riksveiferge. Her har 9% av respondentene fra elbilisten og 6% av respondentene fra denne oppgaven svart at de ikke ville kjøpt elbil uten insentivet. På spørsmål om respondentene ville kjøpt elbil i dag uten gratis eller redusert sats i bomring, er andelen som har besvart at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten insentivet, betydelig høyere. Vår undersøkelse viste at 35% ikke ville kjøpt elbil uten insentivet, mens elbilisten sin undersøkelse ga 51%.

Det var to insentiver som skilte seg ut fra elbilisten, da variansen på prosentene var henholdsvis 16% på insentivet om bomring og 20% på insentivet om redusert årsavgift. Differansen på spørreundersøkelsene kan skyldes et lavt antall respondenter i denne undersøkelsen, sammenlignet med elbilisten med i overkant av 7.000 respondenter.

7.6 Oppsummering

Funnene fra undersøkelsen kan knyttes opp mot tidligere teori og forskning. En ser at staten er med på å regulere forbrukere gjennom insentivpolitikken som et strategisk virkemiddel for å nå deres mål om redusert Co2-utslipp. Det er tydelig at forbrukere handler rasjonelt for å oppnå størst nytte gjennom insentivene, og at kjøpsintensjonen avhenger i stor grad av statens insentiver. Holdningsstyrken er vanskelig å predikere, da forbruker i dag kan si at de ikke vil kjøpe elbil foruten et bestemt insentiv, men når de faktisk står overfor valget senere, kan det hende at de kjøper elbil likevel. Når det er sagt, har spørreundersøkelsen i denne oppgaven presentert forholdsvis like funn som Norsk elbilforening sin spørreundersøkelse fra 2015. Dermed anser vi at våre funn knyttes godt opp mot teori og forskning, og at våre hypoteser videre vil gi oss gode svar i henhold til vår problemstilling.

8.0 Avslutning og konklusjon

8.1 Konklusjon

I denne bacheloroppgaven har vi benyttet oss av relevant kunnskap vi har tilegnet oss gjennom tre år på Høyskolen Kristiania (tidligere Markedshøyskolen). Etter gjennomføring av denne bacheloroppgaven kan vi konkludere med at den norske stat har en sterk innvirkning på dagens elbilmarked, og at effekten ved dagens etablerte insentiver påvirker kjøpsintensjon av elbil i sterk grad. Undersøkelsen har gitt oss medhold i 9 av 14 hypoteser, som underbygger at statens etablerte insentiver i stor grad styrer kjøpsintensjon av elbil. Resultatet fra undersøkelsen har gitt oss en god bakgrunn for å besvare vår problemstilling: *Hva vil skje med forbrukernes kjøpsintensjon dersom statens elbil-insentiver blir fjernet?*

Fjerning av de kjøpsrelaterte insentivene, mva. og kjøpsavgift, vil ha en kritisk effekt på kjøpsintensjon av elbil, da over 50% av dagens elbilister ikke ville kjøpt elbil uten insentivene. På en annen side har oppgaven kartlagt insentiver av mindre betydning på kjøpsintensjon av elbil. Gratis transport av elbil på riksveiferge viser seg å være det insentivet med lavest påvirkning på kjøpsintensjon. Dette kan begrunnes med krysstabuleringen mellom bosted og viktigheten av insentivet, der en ser at det kun er noen få fylker i landet der dette insentivet er viktig. Dette har en logisk forklaring, da riksveiferge ikke befinner seg i områder der flertallet av befolkningen holder til. Dersom staten fjerner tilgang til kollektivfelt og gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser vil dette ha sterk, negativ effekt på kjøpsintensjon. Hvis en belager nedgang i salgstall på våre resultater, vil fjerning medføre en nedgang på mellom 13-16% ved fjerning av et av de nevnte insentivene (kollektivfelt og gratis parkering). Gratis eller redusert sats i bomringer hadde større betydning på kjøpsintensjon enn antatt, før forskningsprosessen startet. Fjerning av dette insentivet, vil medføre en drastisk nedgang i kjøpsintensjon, der hele 35% besvarte at de ikke ville kjøpt elbil i dag uten dette insentivet.

En ser dermed at fjerning av statens insentiver vil ha svært varierende innvirkning på forbrukernes kjøpsintensjon av elbil. Geografisk spredning har stor betydning for visse insentiver, og inntekt kan påvirke kjøpsintensjon av økonomiske insentiver.

8.2 Begrensninger

Vi kan ikke sikre oss om at vår oppgave ikke inneholder feil og mangler, og vil derfor gå over vår oppgave med en kritisk vinkling. Vi vil nå presentere noen begrensninger på bakgrunn av oppgavens omfang som kan ha betydning for utfallet av forskningen.

- Undersøkelsen er lagt inn på elbilforum der det mest sannsynlig er en del elbilentusiaster som kan tenke at de svarer det de ønsker skal skje, da de er redde for at undersøkelsen skal ha konsekvenser for deres goder ved å eie elbil. I tillegg er det venner og bekjente som har besvart spørreundersøkelsen, noe som kan påvirke deres svar og ikke gi subjektive svar. Vi vet heller ikke om det har sittet fler rundt pc-skjermen når våre respondenter har svart på undersøkelsen, noe som også kan påvirke svarene deres.

- På bakgrunn av begrenset tid og ressurser har undersøkelsen få respondenter (145 stk), som ikke er nok til å kunne generalisere til populasjonen. Respondentene i undersøkelsen er elbilister, der resultatene blir benyttet til å si noe om forbrukere med intensjon om kjøp av elbil. Vi kan ikke si med sikkerhet at utvalget vi har henvendt oss til er perfekt egnet til å si noe om populasjonen vi ønsker å si noe om, da eksisterende elbilister kan være inhabile.

-Spørreundersøkelsen tar ikke for seg alle godene ved å eie elbil, som f.eks drivstoff, som kan være en faktor til kjøp av elbil. Det kan hende at dette har påvirket våre funn, da ikke alle fordeler ved elbil er kartlagt. Det kan tenkes at noen respondenter har kjøpt elbil utelukkende for å spare utgifter til drivstoff, uavhengig av statens insentiver. Disse påvirkes da ikke av en eventuell fjerning av insentivene.

- Utvalget er skjevt da det er fler menn enn kvinner som har respondert på undersøkelsen, noe som kan påvirke variasjonen i svarene, da menn og kvinner kan ha ulike oppfatninger av viktigheten av insentiver. Den skjeve fordelingen skyldes trolig at menn har større interesse av bil, og dermed større sannsynlighet for å finne vår spørreundersøkelse på et elbilforum, sammenlignet med kvinner.

8.3 Videre forskning

Oppgaven gir en forståelse av effektiviteten av statens elbilpolitikk gjennom en kvantitativ undersøkelse. Basert på forskning, samt oppgavens undersøkelse, ser en at forbrukerens

kjøpsintensjon av elbil påvirkes betraktelig av insentivene. Videre kunne det vært interessant å foretatt en kvalitativ undersøkelse for å få et dypere innblikk i forbrukerens tanker og meninger rundt insentivene. I tillegg kunne det vært relevant å undersøke andre forhold som påvirker forbruker sin kjøpsintensjon av elbil for å få en bredere forståelse av hva som motiverer i størst grad til kjøp av elbil.

9.0 Litteraturliste

Abrahamsen, Morten. 2016. Elbilsalget flater ut. Lesedato: 23.05.16
http://www.aftenposten.no/bil/Elbilsalget-flater-ut-685369_1.snd

Arnkværn, Magnus G. 2016. ”Disse fem landene, selger flest elbiler i verden” *Dinside*, 31.01.16. Lesedato: 03.02.16
<http://www.dinside.no/935877/disse-fem-landene-selger-flest-elbiler-i-verden>

Elbil. Elbilisten 2015. Lesedato: 02.03.16
http://elbil.no/nyheter/elbilpolitikk/3517-elbilisten-2015#!Elbil_sprer_seg_over_landet

Figenbaum, Erik og Marika Kolbenstvedt. 2013. Transportøkonomisk institutt. *Elektromobilitet i Norge – erfaringer og muligheter med elkjøretøy*. TØI rapport 1276/2013. Lesedato: 02.02.16. <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=33261>

Fjellinjen 2016, betaling og priser. Lesedato: 21.05.16
<http://www.fjellinjen.no/Betaling-og-priser/>

Grennes, Tor. 2001. Innføring i vitenskapsteori og metode. 2.utg. Forlag: Universitets Forlaget

Holden, Steinar. 1989. ”Rasjonalitetsantakelsen i økonomisk teori.” I Brekke og Torvanger (red.) *Vitenskapsfilosofi og økonomisk teori*, 211-222. Oslo: Statistisk Sentralbyrå.

Jacobsen, Dag Ingvar. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 2. Utg. Forlag: Høyskoleforlaget

Johannessen, Asbjørn, Line Christoffersen og Per Arne Tufte. 2011. *Forskningsmetode for økonomisk- administrative fag*. 3. utg. Abstrakt Forlag AS.

Johnsen, Morten Gisle. 2013. Budstikka. *Rene røverkjøp på lånt tid*. Lest 20.05.16
<http://www.budstikka.no/nyheter/nyheter/rene-roverkjop-pa-lant-tid/s/2-2.310-1.8207671>

Kotler, Philip. 2005. *Markedsføringsledelse*. 3.utg, Oslo: Gyldendal akademiske.

Kotler, Philip. 2014. *Markedsføringsledelse*. 3.utg, Oslo: Gyldendal akademiske.

Marcussen, Knut Arne. 2015. "Eventyrlig elbil-salg!" *Dinside*, 09.09.15. Lesedato 14.03.16
<http://www.dinside.no/934560/eventyrlig-elbil-salg>

Mæland, Pål Andreas. 2015. *Bergens Tidende*. 18.02.15. Lesedato: 21.05.16
<http://www.bt.no/nyheter/lokalt/Na-er-koprisingen-vedtatt-3305245.html>

Neumann, Iver B. og Ole Jacob Sending. 2003. *Regjering i Norge*. Pax Forlag

NTB. 2016. "Borten Moe vil ha Sp med på å fjerne alle elbil-fordeler". *Aftenposten*.
10.03.16. Lesedato: 02.02.16
<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Borten-Moe-vil-ha-Sp-med-pa-a-fjerne-alle-elbil-fordeler-8388695.html>

Regjeringen. 2012a. Klimaforliket. Lesedato: 20.05.16
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/klimaforliket-vedtatt-i-stortinget/id684927/>

Regjeringen. 2014. Forslag til stortingsvedtak 2014-2015. Lesedato: 02.03.16
<https://www.regjeringen.no/contentassets/6ccc7646ecf2464088e1b4dcb553cd03/nm-no/pdfs/prp201420150001kldddpdfs.pdf>

Regjeringen. 2016. Indirekte skatter. Lesedato: 02.04.16:
<https://www.regjeringen.no/no/tema/okonomi-og-budsjett/skatter-og-avgifter/indirekte-skatter/id2353322/>

Ringdal, Kristen. 2013. *Enhet og Mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 3.utg

Samuelsen, Bendik M. Adrian Peretz og Lars E. Olsen. 2010. *Merkevareledelse På Norsk* 2.0. 2 utg.

Schiffman, Leon G. Leslie Lazar Kanuk og Håvard Hansen. 2012. *Consumer Behaviour: A European Outlook*.

Skatteetaten. 2016a. Engangsavgift. Lesedato: 14.05.16
<http://www.skatteetaten.no/engangsavgift>

Skatteetaten. 2016b. Tabeller og satser. Lesedato: 14.05.16
<http://www.skatteetaten.no/no/Tabeller-og-satser/Merverdiavgift/>

Skatteetaten. 2016c . Årsavgift. Lesedato 14.05.16
<http://www.skatteetaten.no/no/Tabeller-og-satser/arsavgift/>

Smartepenger. 2015. Bilavgifter. Lesedato: 15.04.16
<http://www.smartepenger.no/bilokonomi/98-bil/355-bilavgifter>

Statsbudsjettet. 2014. Revidert nasjonalbudsjett 2014. Lesedato: 02.03.16
http://www.statsbudsjettet.no/upload/Revidert_2014/dokumenter/pdf/stm2_2014.pdf

Theien, Iselin. 2011. "Velferd eller moralisme? Regulering av forbruk i et historisk perspektiv" *Tidsskrift for samfunnsforskning*. 52:529-541. Lesedato: 02.02.16
<https://www.idunn.no/tfs/2011/04/art07>

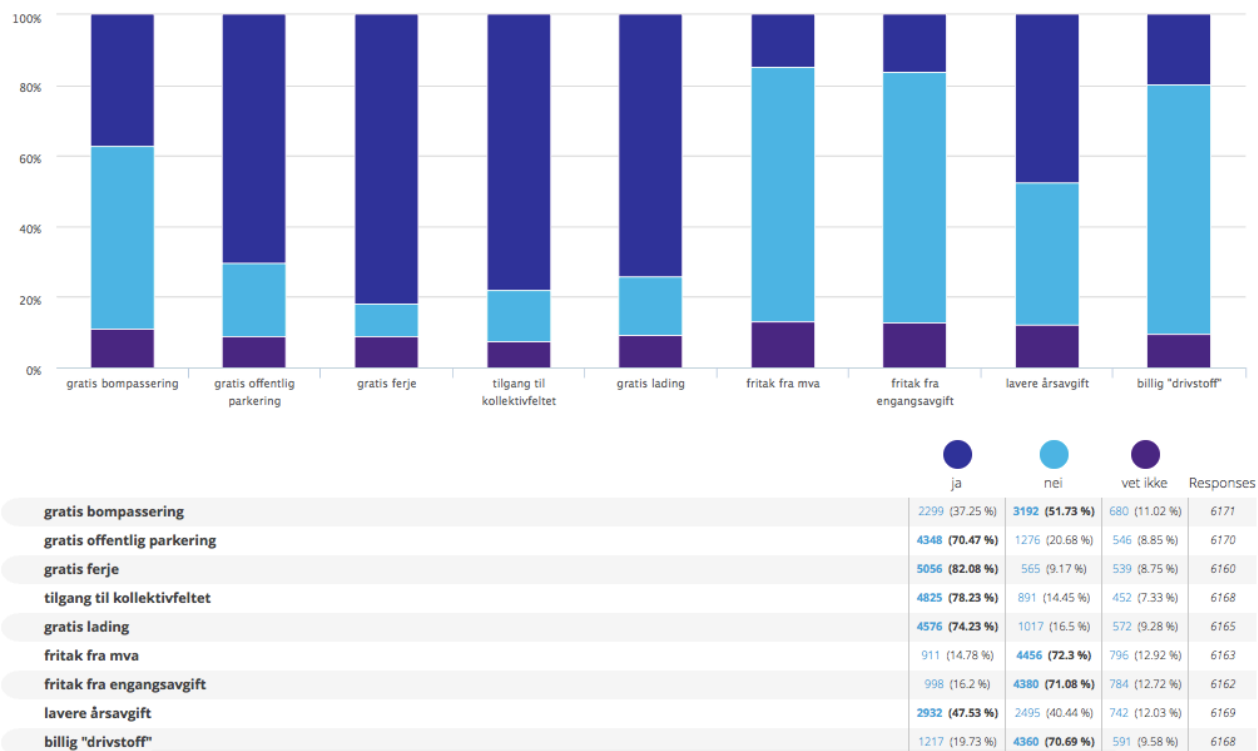
Transport Økonomisk institutt. 2014. *Vegen mot klimavennlig transport*. TØI Rapport 1321/2014. Lesedato: 02.02.16.
<https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=36652>

ZERO. 2014. "Innspill til regjeringens helhetlige gjennomgang av kjøretøy- og drivstoffavgiftene" blogg.zero.no 04.08.16. Lesedato: 03.04.16
http://blogg.zero.no/wp-content/uploads/2014/10/140804_Innspill-til-Finansdepartementet_helhetlig-gjennomgang-av-kj%C3%B8ret%C3%B8y-og-drivstoffavgifter-ZERO.pdf

Vedlegg

Vedlegg 1– Spørreundersøkelse fra Norsk elbilforening

Ville du kjøpt elbil i dag uten



Spørreundersøkelse Elbil

Takk for at du tar deg noen få minutter til å besvare denne spørreundersøkelsen.

Undersøkelsen er anonym og skal kun utføres av eiere av elbil.

Din identitet vil holdes skjult.

Les om retningslinjer for personvern. (Åpnes i nytt vindu)

1) Ranger de viktigste elbilgodene fra 1-7 (7 er viktigst, 1 er minst viktig)

	1	2	3	4	5	6	7
Fritak for kjøpsavgift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fritak for merverdiavgift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redusert årsavgift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet (dersom krav om passasjerer oppfylles)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gratis eller redusert sats i bomringer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gratis transport av elbil på riksveiferger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2) Ville du kjøpt elbil i dag uten:

	Ja	Nei	Vet ikke
Fritak for kjøpsavgift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fritak for merverdiavgift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redusert årsavgift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet (dersom krav om passasjerer oppfylles)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gratis eller redusert sats i bomringer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gratis transport av elbil på riksveiferger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3) Hvor ofte benytter du deg av kollektivfeltet?

- Aldri
 - Sjeldent
 - Av og til
 - Ofte
 - Svært ofte (daglig)
-

4) Hvor ofte benytter du deg av gratis eller redusert sats i bomringer?

- Aldri
 - Sjeldent
 - Av og til
 - Ofte
 - Svært ofte (daglig)
-

5) Hvor ofte benytter du deg av gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser?

- Aldri
- Sjeldent
- Av og til
- Ofte
- Svært ofte (daglig)

6) Hvor ofte benytter du deg av gratis bruk av riksveiferger?

- Aldri
 - Sjeldent
 - Av og til
 - Ofte
 - Svært ofte (daglig)
-

7) Kjønn

- Mann
- Kvinne
- Ønsker ikke svare

8) Alder

- Under 30
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- Over 60
- Ønsker ikke svare

9) Bosted

- Akershus
- Aust-Agder
- Buskerud
- Finnmark
- Hedmark
- Hordaland
- Møre og Romsdal
- Nordland
- Nord-Trøndelag
- Oppland
- Oslo
- Østfold
- Rogaland
- Sogn og Fjordane
- Sør-Trøndelag
- Telemark
- Troms
- Vest-Agder
- Vestfold
- Annet

10) Inntekt

- Under 299.000,-
 - 300.000-499.000,-
 - 500.000-699.000,-
 - 700.000-999.000,-
 - 1.000.000-1.999.000
 - Over 2.000.000
 - Ønsker ikke svare
-

11) Ditt bilhold

Velg alternativ

Annet

Vedlegg 3 - Univariat analyse

Kjønn

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mann	118	81.4	82.5	82.5
Valid Kvinne	24	16.6	16.8	99.3
Valid Ønsker ikke svare	1	.7	.7	100.0
Total	143	98.6	100.0	
Missing System	2	1.4		
Total	145	100.0		

Alder

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Under 30	23	15.9	15.9	15.9
Valid 30-39	38	26.2	26.2	42.1
Valid 40-49	49	33.8	33.8	75.9
Valid 50-59	28	19.3	19.3	95.2
Valid Over 60	6	4.1	4.1	99.3
Valid Ønsker ikke svare	1	.7	.7	100.0
Total	145	100.0	100.0	

Bosted

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
	Akershus	28	19.3	19.6	19.6
	Aust-Agder	1	.7	.7	20.3
	Buskerud	15	10.3	10.5	30.8
	Hedmark	1	.7	.7	31.5
	Hordaland	19	13.1	13.3	44.8
	Møre og Romsdal	5	3.4	3.5	48.3
	Nordland	4	2.8	2.8	51.0
	Nord-Trøndelag	2	1.4	1.4	52.4
	Oppland	3	2.1	2.1	54.5
Valid	Oslo	23	15.9	16.1	70.6
	Østfold	11	7.6	7.7	78.3
	Rogaland	11	7.6	7.7	86.0
	Sogn og Fjordane	1	.7	.7	86.7
	Sør-Trøndelag	6	4.1	4.2	90.9
	Telemark	5	3.4	3.5	94.4
	Troms	3	2.1	2.1	96.5
	Vest-Agder	2	1.4	1.4	97.9
	Vestfold	3	2.1	2.1	100.0
	Total	143	98.6	100.0	
Missing	System	2	1.4		
Total		145	100.0		

Inntekt

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Under 299.000,-	9	6.2	6.2	6.2
300.000-499.000,-	35	24.1	24.1	30.3
500.000-699.000,-	49	33.8	33.8	64.1
700.000-999.000,-	29	20.0	20.0	84.1
Valid 1.000.000-1.999.000	12	8.3	8.3	92.4
Over 2.000.000	4	2.8	2.8	95.2
Ønsker ikke svare	7	4.8	4.8	100.0
Total	145	100.0	100.0	

Bilhold

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	BMW i3	14	9.7	9.7
	Citroen C-Zero	4	2.8	12.5
	Ford Focus Electric	1	.7	13.2
	Kia Soul Electric	11	7.6	20.8
	Mercedes Benz B- klasse Electric	4	2.8	23.6
	Mitsubishi i-MiEV	4	2.8	26.4
	Nissen e-NV200	1	.7	27.1
Valid	Nissan Leaf	33	22.8	50.0
	Peugeot iOn	3	2.1	52.1
	Renault ZOE	10	6.9	59.0
	Think	1	.7	59.7
	Tesla Model S	28	19.3	79.2
	VW e-Golf	22	15.2	94.4
	VW e-up!	7	4.8	99.3
	Annet	1	.7	100.0
	Total	144	99.3	100.0
Missing	System	1	.7	
Total		145	100.0	

Vedlegg 4 – Kjøpsavgift

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Fritak for kjøpsavgift

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	28	19.3	19.3	19.3
Valid Nei	85	58.6	58.6	77.9
Valid Vet ikke	32	22.1	22.1	100.0
Total	145	100.0	100.0	

Inntekt * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Fritak for kjøpsavgift Crosstabulation

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Fritak for kjøpsavgift			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Inntekt	Under 299.000,-	4	4	1	9
	300.000-499.000,-	6	21	8	35
	500.000-699.000,-	9	26	14	49
	700.000-999.000,-	5	18	6	29
	1.000.000-1.999.000	3	7	2	12
	Over 2.000.000	1	3	0	4
	Ønsker ikke svare	0	6	1	7
Total		28	85	32	145

Vedlegg 5 – Merverdiavgift

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Fritak for merverdiavgift

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	18	12.4	12.5	12.5
Valid Nei	90	62.1	62.5	75.0
Valid Vet ikke	36	24.8	25.0	100.0
Total	144	99.3	100.0	
Missing System	1	.7		
Total	145	100.0		

Inntekt * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Fritak for merverdiavgift

Crosstabulation

Count

	Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Fritak for merverdiavgift			Total
	Ja	Nei	Vet ikke	
Inntekt Under 299.000,-	3	6	0	9
300.000-499.000,-	2	20	12	34
500.000-699.000,-	7	30	12	49
700.000-999.000,-	2	19	8	29
1.000.000-1.999.000	2	7	3	12
Over 2.000.000	1	3	0	4
Ønsker ikke svare	1	5	1	7
Total	18	90	36	144

Vedlegg 6 – Årsavgift

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Redusert årsavgift

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	94	64.8	65.7	65.7
Valid Nei	29	20.0	20.3	86.0
Valid Vet ikke	20	13.8	14.0	100.0
Valid Total	143	98.6	100.0	
Missing System	2	1.4		
Total	145	100.0		

Inntekt * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Redusert årsavgift Crosstabulation

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Redusert årsavgift			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Inntekt	Under 299.000,-	8	0	1	9
	300.000-499.000,-	15	12	8	35
	500.000-699.000,-	31	10	7	48
	700.000-999.000,-	20	5	4	29
	1.000.000-1.999.000	12	0	0	12
	Over 2.000.000	3	1	0	4
	Ønsker ikke svare	5	1	0	6
Total		94	29	20	143

Vedlegg 7 - Kollektivfelt

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet (dersom krav om passasjerer oppfylles)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	119	82.1	82.1	82.1
Valid Nei	19	13.1	13.1	95.2
Valid Vet ikke	7	4.8	4.8	100.0
Total	145	100.0	100.0	

Hvor ofte benytter du deg av kollektivfeltet?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aldri	40	27.6	27.8	27.8
Valid Sjeldent	51	35.2	35.4	63.2
Valid Av og til	25	17.2	17.4	80.6
Valid Ofte	18	12.4	12.5	93.1
Valid Svært ofte (daglig)	10	6.9	6.9	100.0
Total	144	99.3	100.0	
Missing System	1	.7		
Total	145	100.0		

Hvor ofte benytter du deg av kollektivfeltet? * Ville du kjøpt elbil i dag uten::

Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet (dersom krav om passasjerer oppfylles)

Crosstabulation

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet (dersom krav om passasjerer oppfylles)			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Hvor ofte benytter du deg av kollektivfeltet?	Aldri	38	1	1	40
	Sjeldent	48	2	1	51
	Av og til	16	4	5	25
	Ofte	12	6	0	18
	Svært ofte (daglig)	4	6	0	10
Total		118	19	7	144

Bosted * Hvor ofte benytter du deg av kollektivfeltet? Crosstabulation

Count

		Hvor ofte benytter du deg av kollektivfeltet?					Total	
		Aldri	Sjeldent	Av og til	Ofte	Svært ofte (daglig)		
Bosted	Akershus	3	10	7	6	2	28	
	Aust-Agder	1	0	0	0	0	1	
	Buskerud	3	5	1	4	2	15	
	Hedmark	0	1	0	0	0	1	
	Hordaland	3	10	3	1	2	19	
	Møre og Romsdal	5	0	0	0	0	5	
	Nordland	4	0	0	0	0	4	
	Nord-Trøndelag	1	1	0	0	0	2	
	Oppland	3	0	0	0	0	3	
	Oslo	1	10	9	3	0	23	
	Østfold	1	5	1	2	2	11	
	Rogaland	5	3	2	0	0	10	
	Sogn og Fjordane	1	0	0	0	0	1	
	Sør-Trøndelag	0	2	1	1	2	6	
	Telemark	4	1	0	0	0	5	
	Troms	3	0	0	0	0	3	
	Vest-Agder	1	1	0	0	0	2	
	Vestfold	1	1	0	1	0	3	
	Total		40	50	24	18	10	142

**Bosted * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet
(dersom krav om passasjerer oppfylles) Crosstabulation**

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Tilgang til å kjøre i kollektivfeltet (dersom krav om passasjerer oppfylles)			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Bosted	Akershus	19	6	3	28
	Aust-Agder	1	0	0	1
	Buskerud	12	3	0	15
	Hedmark	0	1	0	1
	Hordaland	18	0	1	19
	Møre og Romsdal	5	0	0	5
	Nordland	4	0	0	4
	Nord-Trøndelag	2	0	0	2
	Oppland	3	0	0	3
	Oslo	19	2	2	23
	Østfold	8	3	0	11
	Rogaland	10	1	0	11
	Sogn og Fjordane	1	0	0	1
	Sør-Trøndelag	3	2	1	6
	Telemark	5	0	0	5
	Troms	3	0	0	3
	Vest-Agder	2	0	0	2
	Vestfold	3	0	0	3
	Total	118	18	7	143

Vedlegg 8 - Bompassering

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis eller redusert sats i bomringer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	71	49.0	49.3	49.3
Valid Nei	52	35.9	36.1	85.4
Valid Vet ikke	21	14.5	14.6	100.0
Valid Total	144	99.3	100.0	
Missing System	1	.7		
Total	145	100.0		

Hvor ofte benytter du deg av gratis eller redusert sats i bomringer?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aldri	4	2.8	2.8	2.8
Valid Sjeldent	16	11.0	11.0	13.8
Valid Av og til	25	17.2	17.2	31.0
Valid Ofte	27	18.6	18.6	49.7
Valid Svært ofte (daglig)	73	50.3	50.3	100.0
Valid Total	145	100.0	100.0	

Hvor ofte benytter du deg av gratis eller redusert sats i bomringer? * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis eller redusert sats i bomringer Crosstabulation

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis eller redusert sats i bomringer			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Hvor ofte benytter du deg av gratis eller redusert sats i bomringer?	Aldri	4	0	0	4
	Sjeldent	14	1	1	16
	Av og til	15	2	7	24
	Ofte	13	8	6	27
	Svært ofte (daglig)	25	41	7	73
Total		71	52	21	144

Bosted * Hvor ofte benytter du deg av gratis eller redusert sats i bomringer?

Crosstabulation

Count

	Hvor ofte benytter du deg av gratis eller redusert sats i bomringer?					Total
	Aldri	Sjeldent	Av og til	Ofte	Svært ofte (daglig)	
Akershus	0	1	2	4	21	28
Aust-Agder	0	0	1	0	0	1
Buskerud	0	5	5	1	4	15
Hedmark	0	0	1	0	0	1
Hordaland	0	0	2	5	12	19
Møre og Romsdal	2	3	0	0	0	5
Nordland	1	1	1	0	1	4
Nord-Trøndelag	0	0	0	0	2	2
Bosted Oppland	0	1	1	0	1	3
Oslo	0	0	4	8	11	23
Østfold	0	3	1	2	5	11
Rogaland	0	0	4	0	7	11
Sogn og Fjordane	0	1	0	0	0	1
Sør-Trøndelag	0	0	1	2	3	6
Telemark	0	1	0	2	2	5
Troms	1	0	1	1	0	3
Vest-Agder	0	0	0	0	2	2
Vestfold	0	0	1	1	1	3
Total	4	16	25	26	72	143

Bosted * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis eller redusert sats i bomringer Crosstabulation

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis eller redusert sats i bomringer			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Bosted	Akershus	10	14	4	28
	Aust-Agder	0	1	0	1
	Buskerud	12	3	0	15
	Hedmark	0	0	1	1
	Hordaland	6	12	1	19
	Møre og Romsdal	5	0	0	5
	Nordland	3	0	1	4
	Nord-Trøndelag	1	1	0	2
	Oppland	1	1	1	3
	Oslo	11	4	7	22
	Østfold	6	3	2	11
	Rogaland	8	2	1	11
	Sogn og Fjordane	1	0	0	1
	Sør-Trøndelag	2	3	1	6
	Telemark	0	4	1	5
	Troms	3	0	0	3
	Vest-Agder	0	1	1	2
	Vestfold	2	1	0	3
Total	71	50	21	142	

Vedlegg 9 – Parkering

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	114	78.6	79.2	79.2
Valid Nei	24	16.6	16.7	95.8
Valid Vet ikke	6	4.1	4.2	100.0
Total	144	99.3	100.0	
Missing System	1	.7		
Total	145	100.0		

Hvor ofte benytter du deg av gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aldri	11	7.6	7.7	7.7
Valid Sjeldent	47	32.4	32.9	40.6
Valid Av og til	56	38.6	39.2	79.7
Valid Ofte	16	11.0	11.2	90.9
Valid Svært ofte (daglig)	13	9.0	9.1	100.0
Total	143	98.6	100.0	
Missing System	2	1.4		
Total	145	100.0		

**Bosted * Hvor ofte benytter du deg av gratis parkering på offentlig regulerte
parkeringsplasser? Crosstabulation**

Count

	Hvor ofte benytter du deg av gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser?					Total
	Aldri	Sjeldent	Av og til	Ofte	Svært ofte (daglig)	
Akershus	1	9	12	4	2	28
Aust-Agder	0	0	1	0	0	1
Buskerud	2	9	3	0	0	14
Hedmark	0	1	0	0	0	1
Hordaland	3	5	6	2	3	19
Møre og Romsdal	0	3	1	1	0	5
Nordland	2	0	2	0	0	4
Nord-Trøndelag	0	1	0	0	1	2
Oppland	0	0	2	0	0	2
Bosted Oslo	2	5	9	5	2	23
Østfold	1	3	6	1	0	11
Rogaland	0	6	3	1	1	11
Sogn og Fjordane	0	1	0	0	0	1
Sør-Trøndelag	0	1	2	1	2	6
Telemark	0	0	4	0	1	5
Troms	0	0	1	1	1	3
Vest-Agder	0	1	1	0	0	2
Vestfold	0	2	1	0	0	3
Total	11	47	54	16	13	141

**Bosted * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis parkering på offentlig regulerte
parkeringsplasser Crosstabulation**

Count

	Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis parkering på offentlig regulerte parkeringsplasser			Total
	Ja	Nei	Vet ikke	
Akershus	16	9	3	28
Aust-Agder	1	0	0	1
Buskerud	13	2	0	15
Hedmark	1	0	0	1
Hordaland	16	3	0	19
Møre og Romsdal	5	0	0	5
Nordland	4	0	0	4
Nord-Trøndelag	2	0	0	2
Oppland	3	0	0	3
Bosted Oslo	17	3	3	23
Østfold	10	1	0	11
Rogaland	10	1	0	11
Sogn og Fjordane	1	0	0	1
Sør-Trøndelag	3	3	0	6
Telemark	3	1	0	4
Troms	3	0	0	3
Vest-Agder	2	0	0	2
Vestfold	3	0	0	3
Total	113	23	6	142

Vedlegg 10 – Riksveiferge

Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis transport av elbil på riksveiferge

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	128	88.3	88.9	88.9
Valid Nei	9	6.2	6.3	95.1
Valid Vet ikke	7	4.8	4.9	100.0
Total	144	99.3	100.0	
Missing System	1	.7		
Total	145	100.0		

Hvor ofte benytter du deg av gratis bruk av riksveiferge?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aldri	81	55.9	55.9	55.9
Valid Sjeldent	42	29.0	29.0	84.8
Valid Av og til	14	9.7	9.7	94.5
Valid Ofte	5	3.4	3.4	97.9
Valid Svært ofte (daglig)	3	2.1	2.1	100.0
Total	145	100.0	100.0	

Hvor ofte benytter du deg av gratis bruk av riksveiferger? * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis transport av elbil på riksveiferger Crosstabulation

Count

		Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis transport av elbil på riksveiferger			Total
		Ja	Nei	Vet ikke	
Hvor ofte benytter du deg av gratis bruk av riksveiferger?	Aldri	76	4	0	80
	Sjeldent	37	1	4	42
	Av og til	11	2	1	14
	Ofte	3	1	1	5
	Svært ofte (daglig)	1	1	1	3
Total		128	9	7	144

Bosted * Hvor ofte benytter du deg av gratis bruk av riksveiferger? Crosstabulation

Count

		Hvor ofte benytter du deg av gratis bruk av riksveiferger?					Total
		Aldri	Sjeldent	Av og til	Ofte	Svært ofte (daglig)	
Bosted	Akershus	21	6	0	1	0	28
	Aust-Agder	0	1	0	0	0	1
	Buskerud	14	0	0	0	1	15
	Hedmark	1	0	0	0	0	1
	Hordaland	7	6	5	0	1	19
	Møre og Romsdal	1	2	1	1	0	5
	Nordland	0	4	0	0	0	4
	Nord-Trøndelag	2	0	0	0	0	2
	Oppland	2	1	0	0	0	3
	Oslo	16	6	1	0	0	23
	Østfold	3	6	1	1	0	11
	Rogaland	5	5	0	1	0	11
	Sogn og Fjordane	0	0	0	0	1	1
	Sør-Trøndelag	4	0	1	1	0	6
	Telemark	3	0	2	0	0	5
	Troms	1	1	1	0	0	3
	Vest-Agder	1	1	0	0	0	2
	Vestfold	0	1	2	0	0	3
	Total	81	40	14	5	3	143

Bosted * Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis transport av elbil på riksveiferger

Crosstabulation

Count

	Ville du kjøpt elbil i dag uten:: Gratis transport av elbil på riksveiferger			Total
	Ja	Nei	Vet ikke	
Akershus	22	2	3	27
Aust-Agder	1	0	0	1
Buskerud	14	1	0	15
Hedmark	1	0	0	1
Hordaland	17	0	2	19
Møre og Romsdal	5	0	0	5
Nordland	3	0	1	4
Nord-Trøndelag	2	0	0	2
Oppland	3	0	0	3
Bosted Oslo	23	0	0	23
Østfold	11	0	0	11
Rogaland	10	1	0	11
Sogn og Fjordane	0	0	1	1
Sør-Trøndelag	3	3	0	6
Telemark	4	1	0	5
Troms	3	0	0	3
Vest-Agder	2	0	0	2
Vestfold	3	0	0	3
Total	127	8	7	142