



Handelshøyskolen BI - campus Bergen

BTH 36301

Bacheloroppgave i markedsføring

Bacheloroppgave

Tilfredshet med egen privatøkonomi og organisasjonsforpliktelse

Navn: Thomas David Brien, Marte Pernille Gran Nykaas, Kristina Bergmo

Utlevering: 06.01.2020 09.00

Innlevering: 03.06.2020 12.00

Bacheloroppgave
ved Handelshøyskolen BI

Tilfredshet med egen privatøkonomi og organisasjonsforpliktelse



Generell bacheloroppgave i markedsføringsledelse

6. semester, Handelshøyskolen BI, Bergen

Våren 2020

Totalt antall ord:

Denne oppgaven er gjennomført som en del av studiet ved Handelshøyskolen BI. Dette innebærer ikke at Handelshøyskolen BI går god for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet, eller de konklusjoner som er trukket.

Sammendrag

Formålet med denne oppgaven er å se på sammenhengen mellom organisasjonsforpliktelse og tilfredshet med egen privatøkonomi. Vi undersøker altså om graden av tilfredshet med privatøkonomien, påvirker følelsen av engasjement og forpliktelse til organisasjonen man arbeider i.

Forskningsspørsmålet er som følger: *Vil personer som får en induksjon av økonomisk tilfredshet føle høyere grad av organisasjonsforpliktelse enn personer som får en induksjon av økonomisk utilfredshet?* (Med induksjon menes en influens/frembringelse).

Vi har gjennomført et eksperiment for å forsøke å best mulig besvare problemstillingen. På bakgrunn av teori, tidligere forskning og egne antakelser ble det formulert fem hypoteser. To av dem ser på forholdet mellom tilfredshet med egen privatøkonomi og tilfredshet i andre deler av livet. De tre andre handler om sammenhengen mellom tilfredshet med egen privatøkonomi og ulike former for organisasjonsforpliktelse.

Resultatene fra analysen viser at det ikke er grunnlag for å si at det foreligger en signifikant forskjell i verdiene mellom gruppene. Resultatet var gjennomgående at økonomisk tilfredshet ikke har en innvirkning på organisasjonsforpliktelse. Til tross for at hypotesene ikke var signifikante, støttes likevel resultatene av tidligere forskning som dreier seg om at langvarig misnøye med privatøkonomien kan gå utover generell trivsel og velvære, som videre kan påvirke ansattes organisasjonsforpliktelse/-engasjement.

Konklusjonen er at det ikke er grunnlag for å si at personer som får en induksjon av økonomisk tilfredshet vil føle høyere grad av organisasjonsforpliktelse, men det bør absolutt gjennomføres mer forskning på denne sammenhengen.

Forord

Denne bacheloroppgaven markerer slutten på tre fine år ved Handelshøyskolen BI Bergen. Arbeidet med å skrive denne oppgaven har vært en lærerik prosess som har vært tidkrevende og utfordrende, men også veldig spennende og interessant. Vi har fått kjenne nye måter å arbeide på da bachelorskrivingen har skjedd parallelt med utbruddet av Covid-19. En konsekvens av dette er at samarbeidet for det meste har skjedd virtuelt, noe vi i starten syntes var krevende, men som vi etterhvert trivdes med og så fordelene av.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder Mads Nordmo Arnestad, som har vært en støttespiller gjennom hele løpet og som ga oss muligheten til å velge det aktuelle forskningseksperimentet i oppgaven. Temaet *tilfredshet med egen privatøkonomi og organisasjonsforpliktelse* virket for oss spennende da vi har interesse for blant annet psykologi og ledelse av menneskelige ressurser (HRM).

Vi har fått innsikt og dybdekunnskap i et spennende og relevant tema som vi er sikre på at vi får bruk for senere i livet. Vi er svært takknemlige for all hjelp vi har fått med denne oppgaven, og vil med dette takke alle deltakere i eksperimentet. De muliggjorde at vi fikk samlet inn nok data til å gjennomføre forskningen og tilhørende analyser. Videre ønsker vi å si takk til bibliotekarene på BI som har vært behjelpelig med å finne gode, pålitelige kilder, selv når det fysiske biblioteket har vært stengt.

Juni, 2020

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG.....	I
FORORD	II
1.0 TEORI OG HYPOTESER.....	6
2.0 METODE	16
2.1 REKRUTTERING OG UTVALG	16
2.2 MATERIALER	16
2.3 EKSPERIMENT DESIGN	17
2.4 UTFALLSMÅL	18
3.0 RESULTATER.....	21
3.1 DESKRIPTIVE DATA.....	21
3.2 KONSTRUKSJON AV MÅLEMODELL	22
3.2.1 <i>Cronbachs Alpha</i>	22
3.3 SAMMENHENG MELLOM VARIABLENE	23
3.3.1 <i>Korrelasjonsmatrise</i>	24
3.4 TEST AV MELLOMGRUPPEFORSKJELLER – T-TEST	25
4.0 DISKUSJON.....	27
4.1 HOVEDFUNN	27
4.2 TEORETISKE IMPLIKASJONER	27
4.3 PRAKTISKE IMPLIKASJONER	31
4.4 BEGRENSNINGER OG ANBEFALINGER FOR VIDERE FORSKNING	31
5.0 KONKLUSJON	32
REFERANSER	33

INTRODUKSJON AV TEMA

Et økende fokus for organisasjoner i dag er å ha ansatte med høy organisasjonsforpliktelse. Sentrale utfordringer for virksomheter er å forsøke å minimere gjennomtrekk av arbeidskraft og holde de ansatte engasjerte og lojale til organisasjonen. Ansatte med høy organisasjonsforpliktelse viser seg å prestere bedre på oppgaver som krever kreativitet og problemløsning, de har et høyere ønske om å nå organisasjonens mål, de er mer tilbøyelig til å utføre ekstra-rolle-atferd, og har et sterkere ønske om å forbli værende i virksomheten. De gir bedrifter større konkurransefordeler, som for eksempel høyere produktivitet og mindre gjennomtrekk av arbeidskraft (Katz & Kahn, 1978). Dette gjør at det blir viktig å forstå hva som gjør at ansatte får høyere organisasjonsforpliktelse.

En faktor som muligens kan påvirke er tilfredshet med egen privatøkonomi. Dette kan være relevant ettersom de ansatte som regel må oppleve at de er adekvate belønnet for det de bidrar med.

I denne oppgaven ønsker vi å undersøke om tilfredshet med egen privatøkonomi kan ha en påvirkning på ansattes organisasjonsforpliktelse. Dette kan være relevant for organisasjoner som ønsker høy grad av organisasjonsforpliktelse, da organisasjonen kan bidra til bedring i ansattes tilfredshet med egen privatøkonomi i form av økte lønnsinntekter.

Flere av utfordringene for å oppnå organisasjonsforpliktelse, ligger hos organisasjonen. Burde ledere ta hensyn til de ansattes tilfredshet med egen privatøkonomi, for å kunne optimalisere de menneskelige ressursene?

ET MER TRANSPARENT SAMFUNN

Vi lever i et samfunn hvor vi stadig blir påminnet andre sin tilfreds og lykke gjennom ulike kanaler, som sosiale medier, nyheter og TV. Dagens samfunn er mer økonomisk transparent enn noen gang hvor informasjon som inntekt er lett tilgjengelig for allmennheten. Dette medbringer økt innblikk i andres liv i tillegg til at vi i større grad blir eksponert for hva andre bruker pengene sine på. Kjente personer og såkalte «influensere» kan tenkes å være pådrivere for et mer materialistisk forbrukersamfunn hvor dyre luksusgoder blir ansett som normen. Dette kan i stor grad påvirke følelsen av forbrukeres behov og tilfredshet til

privatøkonomien. Graden av tilfredshet med egen privatøkonomi kan påvirke psykologiske faktorer hos den enkelte, som videre kan påvirke følelser den ansatte har overfor organisasjonen de er en del av (Kontochristos, 2019)

IØYNEFALLENDE FORBRUK

Thorstein Veblen var en norsk-amerikansk økonom og sosiolog som interesserte seg for forholdet mellom økonomi, samfunn og kultur. Veblen er kjent for uttrykket «conspicuous consumption» (iøynefallende forbruk) som beskriver synlig sosialt-signaliserende konsum. Veblen mente at mennesker gjør innkjøp for å signalisere sin sosiale og økonomiske status og suksess til andre. Mennesker streber etter å møte eller overgå andres økonomiske ståsted, og vi bruker penger på det som er sosialt synlig (Chen, 2019). Et eksempel på det er studenter (som ut fra realøkonomiske termer er ganske fattige), som velger å gå gjennom hele byen for å kjøpe billig dopapir, men likevel velger å kjøpe flasker med champagne ute på byen. Man vil altså signalisere velstand og status gjennom forbruket.

NORGES LIKHETSKULTUR OG JANTELOVEN

Et viktig poeng er dog at andre land enn Norge, i større grad har kultur for det å synlig signalisere status gjennom konsum. Den norske kulturen er en likhetskultur, og vi har i tillegg Janteloven som dominerer, hvor første regel er «du skal ikke tro du er noe» (Sandemose, 2014). I land som Sør-Afrika, er det mer kultur for at de rike kjøper seg dyre sportsbiler og diamanter, mens i Norge er det veldig få som har sportsbil selv om de har råd til det, og det er enda færre menn som går med diamanter. Det gjør at det ikke er like lett å se om mannen på gata i Norge er rik eller ikke – noe som er en motpol til det vi snakket om tidligere om et mer økonomisk gjennomsiktig samfunn.

ADAPTIV DANNEELSE AV PREFERANSER

Teori om hvordan folk føler det om goder som virker utenfor rekkevidde. Her ser vi på teori om «grønnere gress» eller «sure druer». Inspirert av Aesops fabel om reven og druen, fenomenet "sour-grape effect": En systematisk tendens til å bagatellisere verdien av uopnåelige mål og belønninger. Studier antyder at dette

er en selvbeskyttende manøver (forsvarsmekanisme) for å rette opp kognitiv dissonans (ubalanse)(Sjåstad et al., 2020).

Når man blir eksponert for ting man ikke har råd til kan man opparbeide seg forsvarsmekanismer. For eksempel når man ser rike kjendiser som flyr med privatjet, og tenker «det kommer jeg aldri til å få råd til», kan man opparbeide holdninger om at det å eie privatjet er unødvendig, teit, egoistisk, dårlig for miljøet og så videre.

Ideen om at folk ville reagere på uoppnåelige goder ved å devaluere dem, kom til uttrykk i Aesops klassiske fabel om reven og druen. Etter å ha hoppet uten hell for å nå en gjeng søte druer som hang for høyt over hodet på ham, endret reven mening og bestemte at de sannsynligvis var sure uansett (f.eks. Elster, 1983 ; Temple, Temple, & Temple, 1998). Derimot sier det kjente ordtaket “gresset er alltid grønnere på den andre siden av gjerdet” at folk kan anse at belønning utenfor rekkevidde er spesielt ønskelig. Fra dette perspektivet, burde reven ha tenkt at druen ville være ekstra søte, ikke sure. Disse motstridende fortellingene viser at man kan ha to måter å tenke på om uoppnåelige goder.

LIVSTILFREDSHET:

THE RELATIVE INCOME HYPOTHESIS

Teorien om iøynefallende forbruk kan ses i sammenheng med «The Relative Income Hypothesis» som sier at følt nytteverdien av penger avhenger av både egen økonomi og økonomien til de rundt seg (Brown et al., 2015). Amerikaneren Richard Easterlin har hatt en stor betydning for debatten om lykke og generell tilfredshet. I sin forskning fra 1974 kom han frem til at relativ økonomisk rikdom betyr mer en absolutt økonomisk rikdom. “Rike” mennesker er mer tilfreds fordi de har mer enn sine relativt “fattige” landsmenn. Easterlin hevdet også som en følger av relativitets hypotesen at dersom “fattige” og “rike” folk begge får dobbelt så mye, så er det ikke grunnlag for å anta at hverken av partene blir mer tilfreds (Easterlin, 1974). På den annen side hevder psykologen Michael Argyle (1987) at velstående mennesker ikke er lykkelige fordi andre har det dårligere, men at disse menneskene har mer meningsfylte og utfordrende jobber, nære venner og mer aktiv fritid.

LOTTOVINNERE

Et annet funn som også er interessant er at lottovinnere ikke er lykkeligere enn før de vant, og at lykken i gjennomsnitt ikke varte lenger enn ett år (Brickman, Coates & Janoff-Bulmann, 1978). I følge (Sherman et al., 2020) kan det å plutselig få en stor sum penger, til og med negative konsekvenser ved større ulykkelighet hos mottakeren. En enkel forklaring på hvorfor mye penger ikke gjør mennesker mer lykkelig er «hedonisk tilpasning». Materialistisk forbruk skal i utgangspunktet gi bedre tilfredshet, men denne positive effekten er ofte forbigående. Mennesker blir vant til materielle eiendeler, og det ligger i vår natur å kreve mer. For lottomillionærer er sannsynligheten stor for at de sliter med en høyere tilfredshet når det kommer til materielle varer og aktiviteter. (Frederick, S, & Loewenstein (1999) referert i Sherman et al., 2020).

PRIVAT PRIVATØKONOMI

I Norge er privatøkonomi veldig privat, og er et tema som sjeldent blir snakket høyt om. En av grunnene til dette kan være Janteloven. Loven om Jante går ut på å sette samfunnet foran individet, ikke skryte av egne presentasjoner og ikke være sjalu på andre (Nikel, 2015). Mennesker som besøker Norge fra andre land vil i stor grad legge merke til den homogene kvaliteten på samfunnet – det er ingen synlig fattigdom eller åpenbar overdådighet (Avant & Knutsen, 1993, s.452). Janteloven har også skapt debatter i Norge, kulturen av å ikke skryte av hva man har kan også påvirke det å fortelle hva du ikke har.

Økonom Lene Drange har opplevd hvor mye nordmenn lyver om sin egen privatøkonomi, en av hovedgrunnene til dette er at presset om å bruke penger i samfunnet har steget drastisk de siste årene, selv om Janteloven er godt plantet i de fleste (Teigen, 2020). Grunnen til dette er at luksusvarer har blitt så normalisert i dagens samfunn. En iPhone som fort kan koste en månedsleie har blitt så normalisert, at nordmenn som ikke har råd fort kan føle på en utilfredshet med egen privatøkonomi. (Willumsen & Quanvik, 2017). Forskning utført av Vosloo et al. (2014) viser at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi i stor grad kan

påvirke livstilfredsheten hos den ansatte. Dette kan videre påvirke de psykologiske tilknytningene til organisasjonen.

Ifølge økonomen Quanvik som har skrevet boken «penger som varer lenger – et rikere liv» kan utilfredshet med egen privatøkonomi påvirke mangel på den følelsesmessige tilhørigheten i selskapet (Kontochristos, 2019). Tidligere studie fant at økt press på personlig økonomi utgjør en trussel for velvære og det forstyrrer arbeidsplassen, det er derfor viktig for arbeidsgivere å sikre økonomisk trivsel hos de ansatte (Vosloo et al., 2014).

HERZBERS TOFAKTORTEORI

Den amerikanske psykolog og forskeren Frederick Herzberg har utarbeidet den såkalte tofaktorteorien om motivasjon, som går ut på hva som påvirker tilfredshet og misnøye hos den ansatte, og hva arbeidsgiver burde gjøre (Sagberg, 2017). Under forskningen til Herzberg kom det frem ulike faktorer som påvirker tilfredshet og misnøye i en arbeidssituasjon. Han skiller mellom motivasjons- og hygienefaktorer. Motivasjonsfaktorene kan i stor grad påvirke tilfredshet og arbeidsglede, og går ut på jobbens innhold, som ansvar, anerkjennelse, mening og innflytelse. På den andre siden kan hygienefaktorene skape misnøye hos den ansatte, hvor betingelsene som lønn, arbeid og forholdet til medarbeiderne spiller en rolle (Sagberg, 2017). Naumann & Jackson (1999) skrev en artikkel i Harvard Business Review om hvordan motivasjons- og hygienefaktorene i stor grad påvirker tilfredsheten til den ansatte, og at dette videre kan påvirke ansattes prestasjoner. Herzberg mener at det er viktig og se på disse to faktorene som påvirker tilfredshet og misnøye som to uavhengige tilstander. Motivasjonsfaktorene er det viktigste for tilfredshet på arbeidsplassen, og at hygienefaktorene kun påvirker tilfredsheten dersom de er fraværende (Sagberg, 2017). McLean et al. (1996) fant også i sin forskning at hygienefaktorer alene ikke påvirker karrieretilfredshet, arbeidsglede eller organisasjonsforpliktelse.

MASLOWS BEHOVSTEORI

Herzberg arbeid kan også ses i sammenheng med Maslows behovsteori, som sier noe om hvilke innholdsforhold som leder til tilfredshet hos den enkelte (Kaufmann & Kaufmann, 2015). En av de grunnleggende behovene i Maslows behovsteori er en økonomisk situasjon som dekker deres behov. Ansatte som har

dekket dette behovet vil i større grad jakte etter andre behov i organisasjonen som presentasjon, tilfredshet og glede i arbeidet (Buch, Dysvik & Kuvaas, et al., 2016) som igjen kan påvirke affektiv organisasjonsforpliktelse (Meyer & Allen, 1997). Ansatte som ikke har oppnådd det økonomiske behovet vil i større grad være påvirket av ytre motivasjon i organisasjonen, som lønn og bonus (Kaufmann & Kaufmann, 2015; Buch, et al., 2016)

PROBLEMSTILLING OG FORSKNINGSSPØRSMÅL

På bakgrunn av overnevnte grunner om hvordan graden av tilfredshet med egen privatøkonomien kan påvirke den enkelte og hvordan dette igjen kan påvirke organisasjonsforpliktelse, har vi utarbeidet oss følgende problemstilling:

Hvordan påvirker graden av tilfredshet med egen privatøkonomi, ansattes organisasjonsforpliktelse?

For å sette seg inn i forskningsspørsmålet var det viktig å se på hva det vil si å være tilfreds og utilfreds med egen privatøkonomi, og hvordan disse forskjellige økonomiske situasjonene kan påvirke den følelsesmessige relasjonen til organisasjonen (Meyer & Allen, 1990).

Forskningsspørsmålet utformet med eksperimentell bakgrunn var følgende:

Vil personer som får en induksjon av økonomisk tilfredshet føle høyere grad av organisasjonsforpliktelse enn personer som får en induksjon av økonomisk utilfredshet?

1.0 Teori og hypoteser

Livstfredshet

Denne delen tar for seg om graden av økonomisk tilfredshet har en påvirkning på den generelle livstfredsheten.

Studier som undersøker forholdet mellom privatøkonomi og subjektivt velvære, avdekket en klar og sterk sammenheng mellom inntekt og egen tilfredshet med livssituasjonen (Diener, Ng, Harter, & Arora, 2010; Erdogan et al., 2012).

Personer med høyere inntekt rapporterer høyere tilfredshet, noe som ikke er så

overraskende med tanke på at penger kan ses på som et middel for å gjøre det vi ønsker og har behov for.

Det er relevant å nevne det omdiskuterte spørsmålet «gjør penger oss lykkeligere?». Norge har i femten år på rad blitt kåret til verdens beste land å bo i av FNs utviklingsprogram (UNDP) og er også et av verdens rikeste land (NRK, 2019). Norge har i tillegg blitt kåret til det mest lykkelige landet i World Happiness Report 2017 (Olsen, 2017). En mulig grunn kan være at nordmenns livstilfredshet blir påvirket av egen privatøkonomi. Det kan også tenkes at velferdsstaten er en faktor som gjør at nordmenn ikke er like avhengig av egen privatøkonomi for å ha et bra liv. Sistnevnte kan bidra til at nordmenn jobber der de har interesser og trives, som igjen kan påvirke livstilfredsheten

Ifølge Helsedirektoratet forstås livskvalitet som et helhetsperspektiv på livet, og omfavner grunnleggende komponenter som dekker frihet, trygghet og fellesskap (Barstad, 2016). Det har blitt gjennomført mye forskning på livstilfredshet og lykke. Robert Waldinger, forsker ved Harvard Medical School og fjerde leder av det omtrent 80 år lange studie om lykke «Harvard Study of Adult Development», fastslo at penger ikke gjør folk lykkeligere. Det er heller gode relasjoner til andre mennesker som er den største indikatoren på et lykkelig liv (Olsen, 2017). I privatlivet og på jobb er gode relasjoner og fellesskap altså utvilsomt viktig for et godt og sunt liv. Annen forskning viser dog at det å være utilfreds med økonomien kan ødelegge mye for lykke og velvære (Ng & Diener, 2014). I følge Helsedirektoratets undersøkelse har økonomisk frihet og trygghet svært mye å si for opplevd livskvalitet (Barstad, 2016).

Maslows behovsteori

Maslows velkjente behovsteori, sier noe om hvilke innholdsforhold som leder til livstilfredshet – tanker, følelser og handlinger (Kaufmann & Kaufmann, 2015). Den sentrale tanken er at mennesket vil søke noe mer når et behov helt eller delvis er dekket, da udekkede behov generelt sett vil føre til utilfredshet (Kaufmann & Kaufmann, 2015).

De grunnleggende behovene kan være behov for en økonomisk situasjon som dekker behovet eksempelvis for mat og husly (fysiologiske behov). Det neste nivået er trygghetsbehov, som gjenspeiler viktigheten av trygghet mot fysisk og

psykisk skade. Videre er behovet for sosialisering, som omfatter behovet for familie, venner og mennesker man kan omgås og dele erfaringer med viktig. Mennesker er sosiale vesen og blir mer lykkelige av å føle tilhørighet og fellesskap.

De tre øvrige kategoriene i Maslows teori kalles for underskuddsbehov. Disse må ifølge teorien dekket før man videre kan fokusere på behovene for vekst og personlig utvikling (Kaufmann & Kaufmann, 2015). Den nest øverste kategorien dreier seg om behovet for respekt, anerkjennelse og personlig vekst. I følge Maslow er det viktig å utvikle selvrespekt, ved at man har et behov for å prestere, skape suksess og i tillegg få anerkjennelse fra andre.

Behovet for selvrealisering er det femte og øverste behovet i pyramiden. Selvrealisering dreier seg om å få realisert drømmene man har, få brukt sitt potensialet, utnyttet sine egenskaper og evner til det fulle, samtidig som man er i kontinuerlig utvikling. *“Folk yter vanligvis sitt aller beste under disse betingelsene, og det kommer både personen og bedriften til gode”* (Kaufmann & Kaufmann, 2015, s.95).

Faktorer som påvirker livstilfredshet i fattige og rike nasjoner

Et spørsmål som har skapt oppmerksomhet fra psykologer og økonomer verden over er hvilke faktorer som påvirker livstilfredshet. I hvilken grad de økonomiske faktorene som inntekt, personlig økonomi og materielle bekymringer og de psykologiske faktorene som personlighet, verdier og behov har en betydning (f.eks. i organisasjoner).

I følge Ingleharts teori vil mennesker som bor i velstående og velutviklede land i større grad jakte etter postmaterialistiske verdier som selvrealisering, autonomi, likestilling og miljøvern (Inglehart, 1997). På den andre siden vil individer som bor i land med økonomisk knapphet legge mer vekt på materialistiske behov, da dette er helt nødvendig for å overleve. En tidligere studie avdekket beviset for at fattige land verdsetter materialistiske behov sterkere. Videre viser data fra 31 ulike land at tilfredshet med egen privatøkonomi korrelerte sterkere med livstilfredshet i fattige land enn i rike (Diener & Diener, 2009, referert i Ng & Diener, 2014). En dypere forklaring på hvorfor mennesker i fattige land blir mer lykkelig av materielle ting istedenfor postmaterialistiske verdier blir forklart av

Inglehart (1997). Han mener at økonomisk knapphet begrenser menneskers valgfrihet og følelsen av kontroll over livene sine, mens mennesker som bor i rike land har en større følelse av frihet. Som nevnt tidligere er opplevd kontroll og frihet nært knyttet til lykke, så mennesker som bor i et demokratisk og velstående land har større sannsynlighet for høy livstilfredshet (Inglehart et al., 2008). Dette innebærer også mennesker som bor i rike land er mer avhengig av å oppfylle postmaterialistiske verdier for å oppnå livstilfredshet. Rundt om i verden kan man se en sammenheng mellom privatøkonomi og livstilfredshet, men om vi bare ser på velstående land minskes denne sammenheng betraktelig (Helliwell, 2003). Det finnes mye litteratur om forholdet mellom inntekt og velvære.

Bruttonasjonalproduktet (BNP) har tredoblet seg de siste 50 årene i USA, likevel har livstilfredshet holdt seg lik siden 1940-tallet (Diener & Oishi, 2000). Dette funnet er også blitt gjentatt i Japan (Diener & Biswas-Diner, 2002.). Tidligere studier har funnet signifikante sammenhenger mellom privatøkonomi og tilfredshet (Beutell & Wittig-Berman, 1999), mens et annet studie har funnet svakere signifikant sammenheng mellom privatøkonomi og tilfredshet (Dunham & Hawk, 1977). Diener et al., (2013) fant i sin forskning at stigning i landets BNP fører til økning i livstilfredshet, og stigende lønn fører til økning i livstilfredshet og positive følelser.

Kan formue og inntekt påvirke lykke

En del forskning tilsier at lykke øker med inntekt (Gerdtham & Johannesson, 2001; Winkelmann & Winkelmann, 1998), mens Clark & Oswald (1994) og Theodossiou (1998) finner ingen systematisk sammenheng mellom inntekt og lykke. Argyles teori kan sammenlignes litt med begge, da han mener at lykken stiger med inntekten til et visst punkt. (Argyle, 1987). Livstilfredshet blir påvirket av tilfredsheten på jobb og i privatlivet. Dersom en er misfornøyd med egen lønn, kan det føre til mindre tilfredshet i jobben. Problemer i den finansielle situasjonen i privatlivet, som gjør at en ikke har råd til det livet som er ønsket for seg eller familien, kan dette gå ut over livstilfredsheten. Økonomiske faktorer ved både jobbtildfredshet og ikke-jobbrelatert tilfredshet påvirker den generelle livstilfredsheten, som videre har påvirkning på subjektivt velvære (SWB). Videre fant Vosloo et al., (2014) i sin forskning at velvære i stor grad kan påvirke graden av tilfredshet med egen privatøkonomi, som videre kan påvirke presentasjoner og

engasjement på jobben. Ut ifra disse forskningene tilsier mye at det er flere komponenter som bygger på livstilfredshet. På grunnlag av motstridende kilder har vi lyst til å finne ut av hvor mye graden av tilfredsheten med egen privatøkonomien har og si på livstilfredshet. Vi utarbeidet derfor vår første hypotese:

H1: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en høyere grad av generell livstilfredshet.

Karrieretilfredshet

Denne delen tar for seg om økonomisk tilfredshet har en påvirkning på karrieretilfredshet.

Tidligere forskning viser at karrieretilfredshet er sterkt knyttet til følelsesmessig tilhørighet, lønnstilfredshet, samt jobbsikkerhet (Carson et al., 2011).

Karrieremuligheter og trening kan også i stor grad påvirke karrieretilfredshet (Coetzee, & Esterhuizen, 2010).

Karrieretilfredshet kan måles på to måter, subjektiv karrieresuksess og objektiv karrieresuksess, felles for dem er at innsats lønner seg. Sistnevnt objektiv karrieresuksess går ut på hvor tilfreds man er med egen lønn og forfremmelser, og subjektiv karrieresuksess går ut på hvor tilfreds man er med den generelle arbeidsoppgaven, (Johansen, 2016). Beck og Wilson (2000) påpeker at enkeltpersoner forblir i organisasjonen på bakgrunn av et emosjonelt nivå av dedikasjon fordi de ser sin individuelle sysselsetting i forhold til organisasjonens mål og verdier. Økonom Henriette Quanvik som driver med psykologisk forskning mener at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi kan påvirke den følelsesmessige tilhørigheten til selskapet (Kontochristos, 2019). Ansatte som føler en utilfredshet med egen privatøkonomien kan gi utslag i manglende produktivitet, motivasjon og høyere sykefravær (Kontochristos, 2019). Vosloo et.al. (2014) fant lignende funn i sin studie om at problemer med personlig økonomi kan påvirke trussel for velvære og det kan være forstyrrende på arbeidsplassen. En av grunnene til dette er at pengeproblemer stjeler mye energi og fokus, som kan føre til mye lavere produktivitet. Videre mener BI-professor Anders Dysvik at produktivitet, og tiden man bruker på jobben kan korreleres med karrieretilfredshet, da innsatsen du utfører på jobb gjenspeiler godene du får

(Johansen, 2016). Forfremmelser kan påvirke den følelsesmessige tilhørighet den ansatte føler overfor organisasjonen, og bonuser kan påvirke den enkeltes lønnstilfredshet (Kontochristos, 2019).

Videre forskning viser at utdanning, veiledning og trening er underliggende faktorer som kan påvirke individets jobbsikkerhet og karriereressurser (Coetzee & Bergh, 2010). Jobbsikkerhet er en viktig faktor for å oppnå karrieretilfredshet. Når det er snakk om jobbsikkerhet er det to grunnleggende forutsetninger som må være til stede – at arbeidsplassen er trygg for den ansatte, ved at det er høy sikkerhet, og at den enkelte har lyst til å komme på jobb igjen neste dag (Riise, 2007). Jobbsikkerhet betyr også at den ansatte ikke er redd for å miste jobben, noen av faktorene kan være at de har en lang ansettelsesperiode, eller et løfte om fast stilling om visse betingelser er innfridd. (Buch et al.,2016).

Støtte til karriereutvikling har vist seg å være knyttet til den ansattes generelle jobb- og karrieretilfredshet (Spiegel & Schultz, 2003; Barnett & Bradley, 2007). Det viser seg at det å ha klarhet rundt karrieremål stimulerer helsefremmende atferd som fører til en økning i ens fysiske og emosjonelle velvære (Coetzee og Esterhuizen, 2010). Ansatte som har muligheten til å implementere og administrere karrieremålene deres på nyskapende måter har en større tendens til å trives i karrieren sin. Arbeidsutfordring, rolleklarhet, graden av tilfredshet med egen privatøkonomi og åpenhet fra ledelsen er også faktorer som kan påvirke den ansatte sin karrieretilfredshet (Meyer & Allen, 1997). Forskning fra Kidd (2008) fant at det å ha positive tanker og klarhet om fremtiden kan gi utslag i positive følelser og karriere opplevelser. I samme forskning kom det også frem at ansatte som jobber i et miljø som tilbyr en rekke fordeler, som fører til tilfredshet med deres behov kan også i stor grad påvirke karrieretilfredshet (Kidd, 2008). Dette kan ses i sammenheng med det kjente ordtaket “gresset er alltid grønnere på den andre siden av gjerdet” går ut på at folk kan anse at belønning utenfor rekkevidde som spesielt ønskelig (Temple, & Temple, 1998). Et menneske som er i en karriere hvor lønnen aldri vil strekke til belønningene han eller hun ønsker seg kan dette i stor grad påvirke karrieretilfredsheten til den enkelte.

På bakgrunn av manglende konklusjoner om graden av tilfredsheten med egen privatøkonomi påvirker karrieretfredsheten fremkommer følgende hypotese nummer to:

H2: Deltakerne som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en høyere grad av karrieretfredshet.

Organisasjonsforpliktelse

En organisasjon er en sosial enhet av mennesker, som har ett eller flere felles mål som de over tid forsøker å realisere gjennom en bevisst koordinering av innsats og aktiviteter

Trekomponentmodellen

Mowday et al. (1979) uttrykte at interessen for temaet kommer av at organisasjonsforpliktelse er en sterk indikator for ansattes fremtidige atferd og ytelse. Eisenberger et al. (1990) har fastslått at opplevd støtte fra arbeidsgiver direkte relaterer til positive følelser, ytelse og arbeidsvilje. Vi ønsker å se på hvordan ulike former for forpliktelse blir påvirket av at individet føler seg utilfreds eller tilfreds med egen privatøkonomi. Vi har tidligere sett at privatøkonomisk tilfredshet kan påvirke livstilfredshet og karrieretfredshet. Annen forskning viser at livstilfredshet generelt, og jobbtfredshet spesielt i stor grad påvirker organisasjonsforpliktelse.

Meyer og Allens (1991) trekomponentmodell av organisasjonsforpliktelse er derfor relevant i denne studien. Her omtales organisatorisk forpliktelse/engasjement til å reflektere tre aspekter, nemlig affektiv, normativ og kontinuasjonsforpliktelse. Teorien baserer seg på idéen om at de tre elementene affeksjon (følelser), kognisjon (tanker) og konasjon (atferds tendens) former holdninger.

I dagens arbeidsliv forventes det av ansatte at de tar initiativ, er gode samarbeidspartnere, tar ansvar for sin egen profesjonelle utvikling, samt at de er forpliktet til å holde en høy kvalitetsstandard. For å kunne innfri disse forventningene må arbeidstakerne føle seg energiske, entusiastiske og forpliktet

overfor arbeidet sitt (Schaufeli, Salanova, Gonzáles-Romá og Bakker 2002). Et sentralt begrep innen positiv organisasjonsatferd er derfor «organizational commitment».

Affektiv forpliktelse

Affektiv organisasjonsforpliktelse sier noe om hvor mye den ansatte ønsker å bli værende i organisasjonen. En ansatt med denne typen forpliktelse synes jobben er givende og gleder seg til å komme på jobb hver dag. Affektiv forpliktelse er den mest ønskelige typen forpliktelse for en arbeidsgiver, da personer med denne typen forpliktelse har mindre sannsynlighet for å slutte i jobben og har større indre motivasjon for jobben (Meyer & Allen, 1991).

Normativ forpliktelse

Normativ organisasjonsforpliktelse sier noe om hvor mye den ansatte føler han burde bli værende i organisasjonen. En ansatt med denne typen forpliktelse føler en slags plikt eller et behov for å gi noe tilbake til organisasjonen. Dette kan være fordi arbeidsgiver har investert mye i den ansattes opplæring og/eller utdanning, eller at den ansatte føler bedriften ikke vil klare seg foruten han (Meyer & Allen, 1991).

Kontinuasjons forpliktelse

Kontinuasjons (eller kalkulerende) organisasjonsforpliktelse sier noe om hvor mye den ansatte føler han må bli værende i organisasjonen. En ansatt med denne typen forpliktelse blir i større grad ytre motivert og verdsetter høy lønn og et fint sted å bo. Den ansatte veier for og imot å forbli i organisasjonen, og velger å jobbe der han får de beste betingelsene. Denne typen forpliktelse viser seg å ha positiv innvirkning på produktivitet og prestasjoner (Meyer & Allen, 1991). Men studier viser at ytre motivasjon ikke er på langt nær like effektivt som indre motivasjon – som en arbeider oftere har ved affektiv forpliktelse.

Privatøkonomi og organisasjonsforpliktelse

Ansatte med høy organisasjonsforpliktelse viser seg å ha et høyere ønske om å nå organisasjonens mål, bidra med «ekstra-rolle»-atferd, og har et sterkere ønske om å forbli værende i virksomheten. De gir bedrifter større konkurransefordeler, som

for eksempel høyere produktivitet, og mindre gjennomtrekk av arbeidskraft (Katz & Kahn, 1978). Tidligere studie fant at økt press på personlig økonomi utgjør en trussel for velvære og det forstyrrer arbeidsplassen, det er derfor viktig for arbeidsgivere å sikre økonomisk trivsel hos de ansatte (Vosloo et al., 2014).

Ansatte som føler en utilfredshet med egen privatøkonomien kan gi utslag i manglende produktivitet, motivasjon og høyere sykefravær (Kontochristos, 2019). En av grunnene til dette er at pengeproblemer stjeler mye energi og fokus, som kan føre til mye lavere produktivitet, tiden som blir brukt på jobbe kan gjenspeile godene du får (Johansen, 2016). Forfremmelser kan påvirke den følelsesmessige tilhørighet den ansatte føler overfor organisasjonen, og bonuser kan påvirke den enkeltes lønnstilfredshet (Kontochristos, 2019).

Ifølge Maslows behovsteori vil mennesker jakte nytt behov når et behov er dekket (Kaufmann & Kaufmann, 2015). En ansatt som er tilfreds med sin egen privatøkonomi vil naturlig ha behovet for økonomi dekket. Den ansatte vil derfor i større grad jakte etter andre behov i organisasjonen som presentasjon, tilfredshet og glede i arbeidet (Buch, Dysvik & Kuvaas, et al., 2016). Dette kan påvirke den indre motivasjonen, hvor arbeid blir utført med bakgrunn i indre belønninger som tilfredshet, glede eller meninger knyttet til oppgavene som blir utført (Buch et al., 2016). Ansatte med indre motivasjon vil i større grad føle en affektiv- eller normativ organisasjonsforpliktelse, og er de mest ønskelige forpliktelsene for en arbeidsgiver (Meyer & Allen, 1991).

Ansatte som ikke har oppnådd det økonomiske behovet vil i større grad være påvirket av ytre motivasjon, hvor de utfører atferd der kilden til motivasjon ligger utenfor utførelsen av jobbaktiviteten. Motivasjonen er ikke av arbeidsoppgaven i seg selv, men godene det tilfører som lønn, bonuser og karriereoppykk (Buch et al., 2016). Ansatte med ytre motivasjon vil i større grad føle en Kontinuasjons forpliktelse, som er forbundet med lavere arbeidsprestasjoner, mindre produktive holdninger, lavere affektiv organisasjonsforpliktelse, og høyere intensjon om å slutte. Polo-Varges & David (2017) fant i sin studie at affektive dimensjoner i jobben var det som var mest assosiert med tilfredshet i organisasjonen. På bakgrunn av det ovennevnte utarbeidet vi 3 hypoteser om organisasjonsforpliktelse.

H3: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en større affektiv organisasjonsforpliktelse.

H4: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en større normativ organisasjonsforpliktelse.

H5: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk utilfredshet, vil føle det annerledes ved å slutte i jobben.

2.0 Metode

Denne delen av oppgaven viser den planmessige framgangsmåten i studien. Det innebærer måten vi samler inn, analyserer og tolker data (Gripsrud, Olsson, Silkoset, 2017). Her redegjøres for rekruttering og utvalg, eksperimentdesign og utfallsmål. Det skilles mellom kvalitativ og kvantitativ metode. Kvalitativ metode handler om å undersøke observasjoner i dybden, mens kvantitativ forskningsmetode befatter seg med tall og det som er målbart. Deltagerne i studien ble bedt om gi deres mening på en syv-punkts Likert-skala i spørreundersøkelsen. Det er mest hensiktsmessig for oss å benytte kvantitativ metode for innhenting av data. Dette gjorde at vi fikk tallfestet og målbar informasjon (Andersen, 2019). Datagrunnlag ble samlet elektronisk ved bruk av Qualtrics.

2.1 Rekruttering og utvalg

I vårt eksperiment er det mest relevant å ha respondenter som er i full jobb. Derfor sendte vi undersøkelsen til venner og familie vi visste var i arbeid, og ba dem dele videre til sine venner. Spørreundersøkelsen ble spredt videre gjennom sosiale medier og e-post. Vi ønsket et utvalg som dekker ulike typer arbeidsplasser, lønnsnivå, alder og kjønn, for å reflektere populasjonen på en god måte. Undersøkelsen hadde 243 respondenter, hvor 196 svarte på hele, da deltakerne hadde muligheten til å trekke seg. Vi fikk et bredt nok utvalg, med et spekter av ulike demografiske verdier.

2.2 Materialer

Det ble benyttet bilder som virkemiddel i eksperimentet, i forsøk på å frembringe følelser hos deltakere av enten:

- 1) Økonomisk tilfredshet: Ni bilder av «*normale goder*», som gjennomsnittlige deltakeren trolig har råd til. Bilder av en svart golf, en liten båt, charterfly, standard hytte, kontor i åpent landskap, rødt rekkehus, tre stjernes hotell i Syden, IKEA-klesskap og kjøkken.
- 2) Økonomisk utilfredshet: Ni bilder av «*eksklusive goder*», som svært velstående mennesker har råd til. Bilder av *en ferrari, en yacht, privatfly, stor hytte, privat kontor, designer hus, luksushotell, walk in closet og et stort moderne kjøkken* (Se vedlegg for bilder).

2.3 Eksperiment design

I studien har vi tatt i bruk kausalt design ettersom vi ønsket å teste hypoteser om årsakssammenhenger mellom ulike variabler i eksperimentet. Formålet med eksperimentet var å manipulere de uavhengige variablene (fra hypotesene; livstilfredshet, karrieretilfredshet, affektiv-, normativ- og kontinuasjons forpliktelse), for å se om det ga effekt på den avhengige variabelen (tilfredshet med egen privatøkonomi) (Gripsrud, Olsson & Silkoset, 2017, s.54).

Eksperimentet er et kvasiexperiment da vi har fordelt deltakerne i to ulike grupper som begge ble utsatt for manipulasjon. Det ble brukt spørreundersøkelse som eksperimentell metode. (Gripsrud, et al., 2017, s. 56).

Først fikk deltakerne følgende informasjon:

“Takk for at du ville delta i denne spørreundersøkelsen, utført av studenter ved Handelshøyskolen BI. Ansvarlig for studien er Mads Nordmo Arnestad.

Formålet med studien er å lære mer om forholdet mellom lønn, organisasjonsforpliktelse og tilfredshet. Studien tar ca 15 minutt å gjennomføre. Alle data som samles inn anonymiseres. Vi vil ikke kunne identifisere enkeltdeltakere. Du kan når som helst trekke deg fra studien. Deltakelse i studien medfører ingen fare for psykisk eller fysisk helse.

Vennligst indiker ditt samtykke til å delta.”

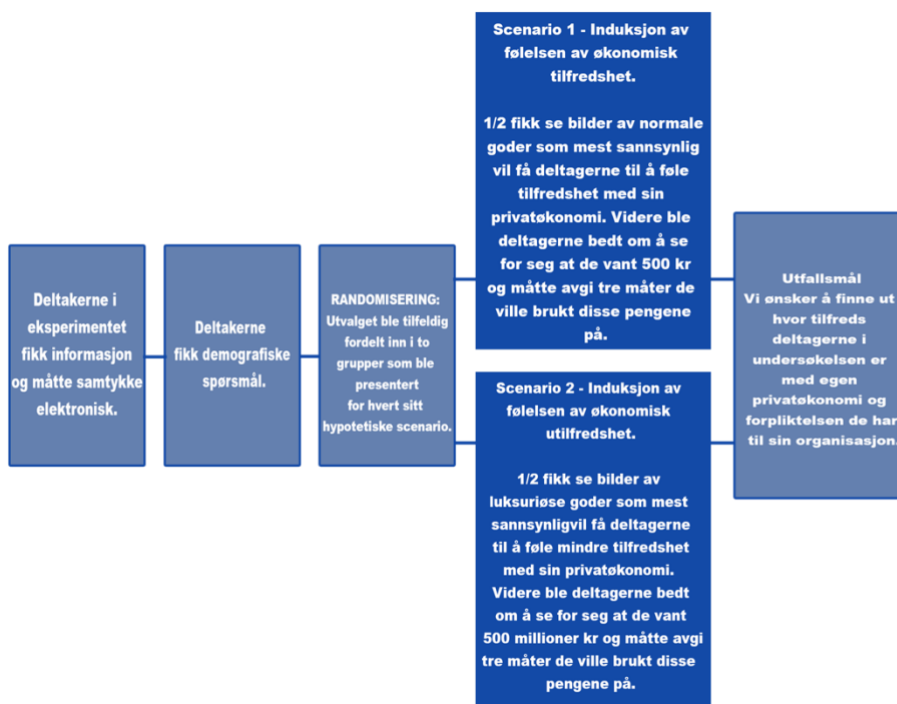
Deretter ble deltakerne stilt demografiske spørsmål, vedrørende alder, kjønn, utdanning, yrke, jobbsituasjon og inntekt. Dette for å se om nåværende situasjon har en påvirkning på hvordan deltakerne reagerer på eksperimentet.

I neste steg av eksperimentet ble deltakerne tilfeldig randomisert i to grupper med forskjellige scenarier. Gruppe 1 – «induksjon av følelsen av økonomisk tilfredshet» og gruppe 2 – «induksjon av følelsen av økonomisk utilfredshet». Begge disse gruppene er testgrupper og blir utsatt for stimuli.

Deltakerne i gruppe 1 – «økonomisk tilfredshet» fikk se bilder av «normale» goder som mest sannsynlig vil få deltakerne til å føle seg tilfreds med egen privatøkonomi. Videre ble deltakerne bedt om å se for seg at de vant 500 kroner, og måtte avgi tre måter de ville brukt disse pengene på.

Gruppe 2 – “økonomisk utilfredshet” fikk se bilder av luksuriøse goder, som var ment til å få deltakerne til å føle seg mindre tilfreds med sin privatøkonomi. I dette scenarioet ble deltakerne bedt om å se for seg at de vant 500 millioner kroner, og måtte avggi tre måter de ville brukt disse pengene på.

Målet med dette eksperimentet er å se hvor tilfreds deltakerne i undersøkelsen er med sin egen privatøkonomi, samt forpliktelsen de har til sin organisasjon. Deretter se om deltakerne svarer forskjellig ut ifra hvilken manipulasjon de er utsatt for. Figur 1 er en visualisering av eksperimentets design og prosedyre.



Figur 1 Visualisering av eksperimentets design og prosedyre

2.4 Utfallsmål

Formålet med undersøkelsen var å se om graden av tilfredshet med egen privatøkonomi påvirker følelsen av forpliktelse til organisasjonen man jobber i. Når vi hadde fått nok respondenter som var nødvendig for å utføre eksperimentet, ble svarene fra Qualtrics lagt inn i analyseverktøyet SPSS. Her ble det utført ulike analyse og hypotesetester. For å besvare det overordnede forskningsspørsmålet ble det utarbeidet fem avhengige variabler. Deltakeren svarer mellom syv alternativer på en Likert-skala fra “svært uenig” til “svært enig”. Videre i oppgaven multipliserte vi sammen leddene fra hver variabel og delte på antall

ledd for å finne ut hvor reliabel (pålitelig) de forskjellige variablene var.

Generell livstilfredshet:

For å måle den avhengige variabelen ‘generell livstilfredshet’ ble det benyttet fem ledd. Målet med variabelen var å finne ut hvor tilfreds deltakeren var i nåværende livssituasjonen de befinner seg i. Leddene vi brukte for å analysere variabelen var:

Q39: På de fleste måter er livet mitt nær mitt ideal.

Q40: Mine levevilkår er ypperlige.

Q41: Jeg er fornøyd med livet mitt.

Q42: Så langt har jeg oppnådd det jeg ønsker i livet mitt.

Q43: Dersom jeg kunne leve på nytt, ville jeg ikke forandre på noe.

Karrieretilfredshet:

For å måle den avhengige variabelen ‘karrieretilfredshet’ ble det benyttet fem ledd. Målet med variabelen var å finne ut hvor tilfreds deltakeren er med sin karrieremessige situasjon og utvikling. Leddene vi brukte for å analysere denne variabelen var:

Q71: Jeg er tilfreds med den suksess jeg har oppnådd i min karriere.

Q72: Jeg er tilfreds med den utvikling jeg har hatt i forhold til mine samlede mål for karriere.

Q73: Jeg er tilfreds med den utvikling jeg har hatt i forhold til mine inntektsmål.

Q74: Jeg er tilfreds med den utvikling jeg har hatt i forhold til mine mål for avansement.

Q75: Jeg er tilfreds med den utvikling jeg har hatt i forhold til mine mål for å tilegne meg nye ferdigheter.

Affektiv organisasjonsforpliktelse:

For å måle den avhengige variabelen ‘affektiv organisasjonsforpliktelse’ ble det benyttet åtte ledd. Målet med variabelen var å finne ut hvor emosjonelt tilknyttet deltakeren er til organisasjonen han eller hun jobber i. Leddene vi brukte for å analysere denne variabelen var:

Q19: Jeg kan gjerne tilbringe resten av min karriere i denne organisasjonen.

Q20: Jeg liker å drøfte organisasjonen med utenforstående mennesker.

Q21: Jeg føler det som om denne organisasjonens problemer er mine egne.

Q22: Jeg tror jeg lett kunne bli like sterkt knyttet til en annen organisasjon.

Q23: Jeg føler at jeg er en "del av familien" i denne organisasjonen.

Q24: Jeg føler meg ikke "følelsmessig knyttet" til denne organisasjonen.

Q25: Denne organisasjonen har stor personlig betydning for meg.

Q26: Jeg har ingen sterk følelse av tilhørighet til denne organisasjonen.

Normativ organisasjonsforpliktelse:

For å måle den avhengige variabelen "Normativ organisasjonsforpliktelse" ble det benyttet fem ledd. Denne variabelen hadde tidligere seks ledd, men ble gjort om til fem da første ledd (Q44) viste tegn til dårlig reliabilitet. Målet var å se hvor forpliktet deltakeren var ved å være bundet til organisasjonen han eller hun jobber i. Leddene vi brukte for å analysere denne variabelen var:

Q45: Jeg føler ingen forpliktelse til å bli værende hos min nåværende arbeidsgiver.

Q46: Selv om det var til min fordel, føler jeg ikke at det vil være riktig å forlate organisasjonen nå.

Q47: Jeg ville føle skyld hvis jeg forlot organisasjonen nå.

Q48: Denne organisasjonen fortjener at jeg er lojal.

Q49: Jeg ville ikke forlate organisasjonen nå, for jeg føler jeg har en forpliktelse overfor menneskene i organisasjonen.

Planer om å slutte:

For å måle den avhengige variabelen "planer om å slutte" ble det benyttet fem ledd. Målet med variabelen var å finne ut om deltakeren har hatt noen tanker rundt det å slutte i organisasjonen han eller hun jobber i. Leddene vi brukte for å analysere denne variabelen var:

Q13: Jeg tenker ofte på å slutte i min nåværende jobb.

Q14: Jeg kan komme til å slutte i min nåværende jobb i løpet av året.

Q15: Jeg vil sannsynligvis lete aktivt etter en ny jobb det neste året.

Q16: Jeg oppfatter mine framtidsutsikter i denne organisasjonen som dårlige.

Q17: Jeg vil trolig lete aktivt etter en jobb i løpet av de nærmeste tre årene.

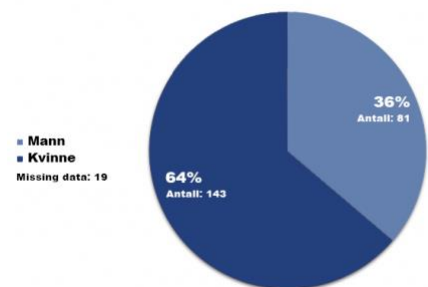
3.0 Resultater

3.1 Deskriptive data

For å kartlegge respondentenes bakgrunn ble deskriptiv data benyttet. De deskriptive dataene fra undersøkelsen gir oss en oversikt over deltakerens alder, kjønn, lønnsinntekt, høyest fullførte utdanning, ansettelsesforhold og eventuelt lederansvar. I eksperimentet var det 243 respondenter, men vi benytter oss av data fra de 196 respondentene som valgte å fullføre hele undersøkelsen. Deltakerne kunne også la være å svare på noen av spørsmålene, som gjør at andelen svar vil variere fra spørsmål til spørsmål. Dette vil gjøre at enkelte spørsmål vil ha missing data. Det var jevn fordeling av kjønn og stor variasjon i alder, utdanning og inntekt. Dette gjør at utvalget er representativt, da det representerer i stor grad mangfoldet i samfunnet.

Alder og Kjønn

Videre i undersøkelsen ble deltakerne bedt om å oppgi sitt fødselsår. Resultatet ble deltagerer fra 23 til 80 år, med en gjennomsnittsalder på 50 år. Figur 2 viser at eksperiment hadde flest kvinner med 55,8 %, og antall menn var 33,3%.

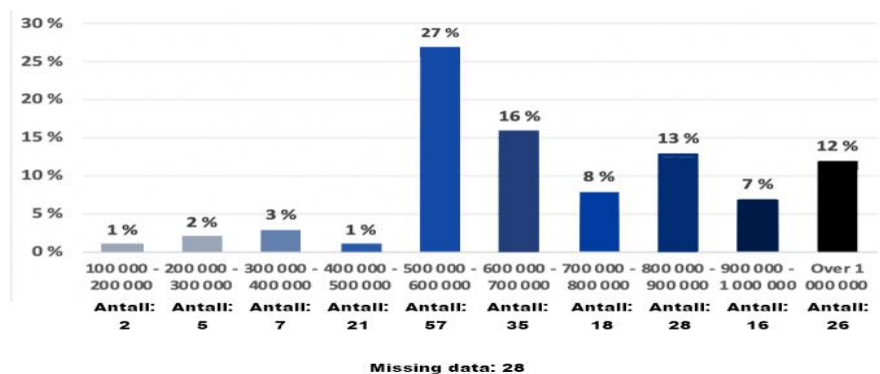


Figur 2 Fordeling mellom kjønn

Hvor mye deltakerne tjener

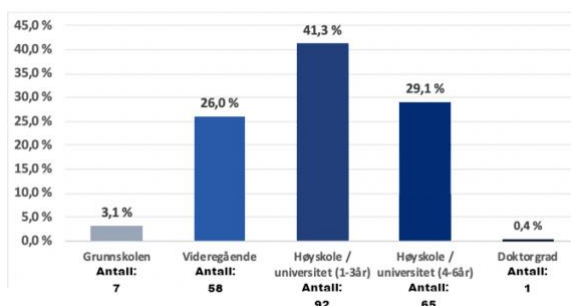
Figur 3 viser årslønnen til deltakerne i eksperimentet, hvor man kan se en stor variasjon i inntekt og resultatet er normalfordelt. 16% svarte at de tjener mellom 100.000-500.000 kr mens den største andelen på 72% svarte at de tjener mellom 500.000-1.000.000 kr. Den minste andelen på 12% viser de som tjener over 1.000.000 kr.

Figur 3
Lønnsinntekt



Deltakerens høyeste fullførte utdanning

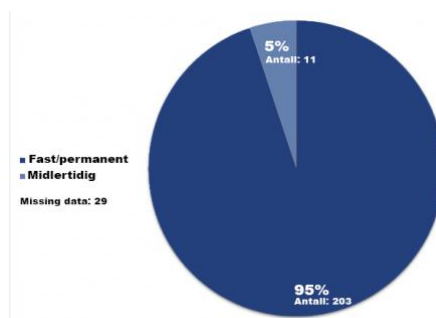
Deltakerne i eksperimentet ble bedt om å oppgi sin høyeste fullførte utdanning. 26,8 % av deltakerne hadde fullført en utdanning fra grunnskolen eller videregående, og hele 65% hadde fullført en høyere utdanning. Figur 4 viser fordeling av utdanningsnivå.



Figur 4 Utdanningsnivå

Ansettelsesforholdet til deltakerne

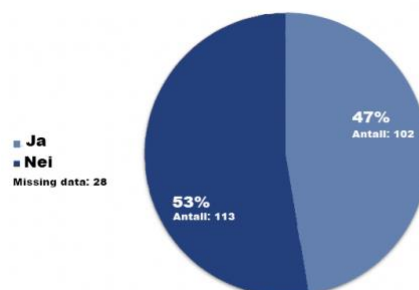
Hele 83,5% svarte at de hadde et permanent ansettelsesforhold, og bare 4,5% var midlertidig ansatt. Det ble stilt spørsmål om deltakerne hadde flere ansettelsesforhold hos sin arbeidsgiver, og 72,4% svarte nei på dette spørsmålet, mens 16% svarte ja.



Figur 5 Ansettelsesforhold

Lederansvar blant deltakerne

Det siste generelle spørsmålet deltakeren ble stilt i undersøkelsen var om de hadde en lederstilling. Her er det en veldig lik fordeling med 46,5 % på nei og 42% på ja.



Figur 6 Lederansvar

3.2 Konstruksjon av målemodell

3.2.1 Cronbachs Alpha

Vi bruker flere spørsmål som måler omtrent det samme, for å kunne trekke sikrere slutninger. Cronbachs α (alpha) estimerer reliabilitet mellom indikatorer som tilhører samme variabel (Gripsrud, Olsson, & Silikaset, 2017). I programmet SPSS har vi brukt denne reliabilitets-koeffisienten for å finne ut hvilke spørsmål fra undersøkelsen som måler den samme avhengige variabelen – altså som gir

konsistente svar. Det ble tatt hensyn til at deltakerne kunne tolke påstandene forskjellig underveis i undersøkelsen.

Alle alpha-verdier over 0.6 anses som gode verdier, men for at testen skal være reliabel må cronbachs α være mellom 0.7 og 1, men ikke for nære 1 (Gripsrud et al., 2017). Tabellen nedenfor viser en oversikt over de forskjellige resultatene vi fikk ved bruk av Cronbachs α på hver av de ulike variablene. Det blir brukt fem av seks spørsmål som måler normativ forpliktelse, ettersom det første leddet viste tegn til dårlig reliabilitet og ble fjernet.

Tabell 1 viser at alle indikatorene har en tilfredsstillende reliabilitet, hvor den laveste indikatoren har $\alpha = 0.742$ og den høyeste har $\alpha = 0.916$. Dette impliserer at alle fem indikatorene er reliable og undersøkelsen måler det den skal måle.

Avhengig variabel	Utvalg	Cronbachs Alpha
Generell livstilfredshet	Q39+Q40+Q41+Q42+Q43 / 5	.865
Karrieretilfredshet	Q71+Q72+Q73+Q74+Q75 / 5	.872
Affektiv organisasjonsforpliktelse	Q19+Q20+Q21+Q22+Q23+Q24+Q25+Q26 / 8	.742
Normativ organisasjonsforpliktelse	Q45+Q46+Q47+Q48+Q49 / 5	.826
Planer om å slutte	Q13+Q14+Q15+Q16+Q17 / 5	.916

Tabell 1 Avhengige variabler og tilhørende Cronbachs alpha

3.3 Sammenheng mellom variablene

Statistikkprogrammet SPSS ble benyttet for å teste samvariasjonen mellom de ulike variablene i eksperimentet. For å teste dette brukte vi Pearsons korrelasjonskoeffisient (Pearsons r). Den måler sammenhengen mellom to variabler ved å dele variablenes kovarians på produktet av variablenes respektive standardavvik. Her fant vi ut i hvilken grad målene/variablene i eksperimentet kan sees i sammenheng med hverandre. En svak korrelasjon (r) finner vi i intervallet mellom -.3 og .3., mens en korrelasjon over .6 eller under -.6 regnes å være sterk. I korrelasjonsmatrisen under ser vi hvilke variabler som korrelerer med hverandre.

3.3.1 Korrelasjonsmatrise

		Correlations						
		planeromslutte	afforgforp	genlivstil	normorgforp	karriere	Hva var ditt fødeår? - Fødeår	Høyeste fullførte utdanning
planeromslutte	Pearson Correlation							
	Sig. (2-tailed)							
	N	195						
afforgforp	Pearson Correlation	-.637**						
	Sig. (2-tailed)	.000						
	N	190	191					
genlivstil	Pearson Correlation	-.149*	.159*					
	Sig. (2-tailed)	.038	.028					
	N	194	191	196				
normorgforp	Pearson Correlation	-.264**	.387**	.061				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.398				
	N	192	188	193	195			
karriere	Pearson Correlation	-.308**	.315**	.531**	.156*			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.029			
	N	194	189	194	194	196		
Hva var ditt fødeår? - Fødeår	Pearson Correlation	.160*	-.047	-.082	.042	-.036		
	Sig. (2-tailed)	.041	.554	.294	.593	.648		
	N	163	161	165	163	163	190	
Høyeste fullførte utdanning	Pearson Correlation	.129	-.084	.162*	-.156*	.173*	.147*	
	Sig. (2-tailed)	.073	.250	.024	.030	.016	.044	
	N	194	190	195	194	195	188	223

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabell 2 Korrelasjonsanalyse

Resultatene fra undersøkelsen viser at "planer om å slutte" og "affektiv organisasjonsforpliktelse" har en ganske sterk negativ korrelasjon ($r = -.637$). Dette indikerer at de som har planer om å slutte ikke har en sterk forpliktelse til organisasjonen, og kanskje kommer for sent på jobb og er mulig ikke en av dem som sitter overtid.. "Affektiv organisasjonsforpliktelse" har derimot svak korrelasjon mot de andre variablene. "Planer om å slutte" har en svak korrelasjon opp mot alle de andre variablene.

Variablene "Generell livstilfredshet" og "karriere tilfredshet" har en medium sterk positiv korrelasjon ($r = .531$). Dette tyder på at flere enn halvparten knytter sin livsstil opp mot karrieremål og har lyst til å yte maks i karrieren.

"Fødeår" og "Normativ organisasjonsforpliktelse" har en svak positiv korrelasjon ($r = .042$). Dette tyder på at alder bare er et tall, og forpliktelsen til organisasjonen blir ikke svekket av alder. Deltakerne føler at de må stille opp for organisasjonen, men til en viss grad.

Videre ser vi i tabellen at korrelasjonen mellom resterende variabler ikke har noe sterk betydning eller sammenheng da korrelasjonen er relativt svak mellom variablene.

3.4 Test av mellomgruppeforskjeller – T-test

I denne delen av oppgaven skal vi utføre den statistiske hypotesetesten t-test for hver av våre fem hypoteser. Denne t-testen brukes for å se om det er noe signifikant forskjell på gjennomsnittet på de to gruppene i forhold til de ulike variablene. Hver av gruppene fikk tildelt forskjellige stimulerende bilder ut fra hvilken gruppe de ble tildelt.

Hypotese 1: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en høyere grad av generell livstilfredshet.

Denne t-testen skal finne ut om deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk tilfredshet” har en høyere grad av tilfredshet med livssituasjonen de befinner seg i, kontra de deltakerne som ble simulert til å føle “økonomisk utilfredshet”.

Det var ingen signifikant forskjell i resultatene i gruppene “økonomisk utilfredshet” [M=5.28, SD=.95] og gruppen “økonomisk tilfredshet” [M=5.41, SD=1.05], forhold [t(194)=-.89, p=.37].

Resultatet fra t-testen gir ikke støtte for vår hypotese om at deltakerne som hadde en “induksjon av følelsen av økonomisk tilfredshet” vil føle en høyere grad av livstilfredshet.

Hypotese 2: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en høyere grad av karrieretilfredshet.

Denne t-testen skal finne ut om deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk tilfredshet” følte en høyere grad av karrieretilfredshet i motsetning til de deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk utilfredshet”.

Det var ingen signifikant forskjell i resultatene i gruppene “økonomisk utilfredshet” [M=5.35, SD=1.03] og gruppen “økonomisk tilfredshet” [M=5.18, SD=1.12], forhold [t(194)=1.13, p=.25].

Resultatet fra t-testen gir ikke støtte for vår hypotese om at deltakerne som hadde en “induksjon av følelsen av økonomisk tilfredshet” ville føle en høyere grad av karrieretilfredshet

Hypotese 3: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en større affektiv organisasjonsforpliktelse.

Denne t-testen skulle finne ut om deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk tilfredshet“, føler større følelsespreg ovenfor sin organisasjon i motsetning til de deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk utilfredshet”.

Det var ingen signifikant forskjell i resultatene i gruppene “økonomisk utilfredshet” [M=4.64, SD=.94] og gruppen “økonomisk tilfredshet” [M=4.64, SD=1.07], forhold [t(189)=0.006, p=0.995].

Resultatet fra t-testen gir ikke støtte for vår hypotese om at deltakerne som hadde en “induksjon av følelsen av økonomisk tilfredshet” vil føle en større affektiv organisasjonsforpliktelse.

Hypotese 4: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en større normativ organisasjonsforpliktelse.

Denne t-testen skal finne ut om deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk tilfredshet” følte en større normativ organisasjonsforpliktelse i motsetning til de deltakerne som ble stimulert til å føle “økonomisk utilfredshet”.

Det var ingen signifikant forskjell i resultatene i gruppene “økonomisk utilfredshet” [M=4.0, SD=1.09] og gruppen “økonomisk tilfredshet” [M=4.09, SD=1.07], forhold [t(193)=-.58, p=.56].

Resultatet fra t-testen gir ikke støtte for vår hypotese om at deltakerne som har en “induksjon av følelsen av økonomisk tilfredshet” vil føle en større normativ organisasjonsforpliktelse.

Hypotese 5: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk utilfredshet, vil føle det annerledes om å slutte i jobben.

T-testen skulle finne ut om det var noe forskjell på om deltakerne ville slutte i jobben om de ble stimulert til å føle seg “økonomisk tilfreds” eller “økonomisk utilfreds”.

Det var ingen signifikant forskjell i resultatene i gruppene “økonomisk tilfreds” [M=2.82, SD=1.6] og gruppen “økonomisk utilfreds” [M=2.96, SD=1.63], forhold [t(193)=-0.597, p=0.551].

Resultatet fra t-testen gir ikke støtte for vår hypotese om at folk som har en “induksjon av følelsen av økonomisk utilfredshet” vil føle det annerledes om å slutte i jobben.

4.0 Diskusjon

I denne delen oppsummeres hovedfunnene i oppgaven, og vi ser på hver av hypotesene og deres teoretiske og praktiske implikasjoner. Teoretiske implikasjoner handler om hvor våre data støtter eller går imot funn fra den tidligere forskningen. Praktiske implikasjoner handler om hva våre funn betyr i praksis og hvordan disse kan være til hjelp i praksis. Til slutt gir vi konkrete anbefalinger for videre arbeid på området.

4.1 Hovedfunn

Summa summarum er det ikke grunnlag for å si at det foreligger en signifikant forskjell blant gjennomsnittsverdiene mellom gruppene. Selv om deltagerne fikk en induksjon av økonomisk tilfredshet eller induksjon av økonomisk utilfredshet, var resultatet gjennomgående at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi ikke har noen innvirkning. Hverken på ansattes generelle livstilfredshet, karrieretilfredshet, affektive forpliktelse, normative forpliktelse, eller planer om å slutte. Noen av hypotesene støttes likevel av annen tidligere forskning. Det var ingen signifikant forskjell i noen av hypotesene våre. Vi bruker eksisterende teori og eget resonnement for å diskutere funnene og besvare problemstillingen.

4.2 Teoretiske implikasjoner

Hypotese 1: *Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en høyere grad av generell livstilfredshet*

H1 gikk ut på å finne ut om graden av tilfredsheten med egen privatøkonomi kan påvirke generell livstilfredshet. Denne hypotesen ble avkreftet da det ikke var en signifikant forskjell mellom de to gruppene. På bakgrunn av våre data er det ikke grunnlag for å si at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi påvirker den generelle livstilfredsheten.

Dette oppfattet vi som litt overraskende, da tidligere forskning viser at tilfredshet med egen privatøkonomi er en stor faktor for lykke og velvære (Ng & Diener,

2014), og ifølge helsedirektoratet har økonomisk frihet og trygghet svært mye å si for opplevd livskvalitet (Barstad, 2016). Kanskje dette resultatet sier noe om hvor godt vi nordmenn har det, vi har jo blitt kåret til verdens beste land å bo, og er et av verdens rikeste land (NRK, 2019). Kanskje det har noe med velferdsstaten og gjøre, at vi nordmenn ikke er like avhengig av en god privatøkonomi for å klare oss i hverdagen. I følge Ingleharts teori vil mennesker som bor i velstående land, med et høyt nivå av økonomisk utvikling i større grad jakte postmaterialistiske verdier for å oppnå livstilfredshet (Inglehart, 1997). Diener & Diener (2009) avdekket denne teorien, de fant i sin forskning at mennesker i velstående land i mindre grad er avhengig av tilfredshet med egen privatøkonomi for å oppnå livstilfredshet.

Hypotese 2: *Deltakerne som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en høyere grad av karrieretilfredshet.*

H2 gikk ut på å finne ut om graden av tilfredshet med egen privatøkonomi påvirker karrieretilfredshet. Denne hypotesen avkrefte da det ikke var en signifikant forskjell mellom de to testgruppene. Vår studie sier at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi ikke påvirker karrieretilfredsheten.

Det at det ikke var noe signifikant forskjell samsvarer ikke med tidligere forskning, da det har kommet frem at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi kan påvirke den følelsesmessige tilhørigheten til selskapet (Kontochristos, 2019). Det kan også påvirke velvære og produktiviteten på arbeidsplassen, ansatte med følelsen av utilfredshet med egen privatøkonomi kan ofte tenke mye på økonomien som kan påvirke dette negativt (Vosloo et.al. 2014).

En mulig forklaring på hvorfor det ikke var noe signifikant forskjell kan være at eksperimentet i stor nok grad ikke klarte å manipulere test gruppene godt nok. En annen mulig forklaring kan være at ansatte blir i jobben fordi de elsker karrieren sin, selv om denne jobben kan påvirke graden av tilfredshet med egen privatøkonomi.

På motsatt side kan enkelte som føler tilfredshet med egen privatøkonomi, være misfornøyd med karrieren sin, men de blir fordi det i stor grad påvirker privatøkonomien. Det kan også argumenteres med at mye av tidligere forskning

ikke er satt i Norge, og som konkludert med i hypotesen om livstilfredshet så påvirker ikke tilfredsheten med privatøkonomien nordmenn i en veldig stor grad.

Hypotese 3 – 5

I de tre siste hypotesene ønsket vi å finne ut om graden av tilfredsheten med egen privatøkonomi kan påvirke organisasjonsforpliktelse. Meyer & Allen (1991) har brukt Trekomponentmodellen om forpliktelse i studie om organisasjonsforpliktelse. På dette grunnlaget mente vi at det var helt nødvendig og utføre hypotese på de tre komponentene, affektiv-, normativ-, og kontinuasjons forpliktelse (planer om å slutte).

H3: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en større affektiv organisasjonsforpliktelse. Det var ingen signifikant forskjell i de to testgruppene. Vi har ikke grunnlag for å si at det å være tilfreds med sin egen privatøkonomi har en innvirkning på affektiv organisasjonsforpliktelse. Det å ha en følelsesmessig tilknytning/engasjement til virksomheten kan altså ikke sies å være et resultat av å være tilfreds med sin egen privatøkonomi.

Dette er trolig ikke så overraskende da indre motivasjon (som arbeidsglede) står sentralt i affektiv forpliktelse, mens ytre motivasjon (som lønn og anerkjennelse), lettere sier noe om økonomisk tilfredshet. I følge Herzbergs tofaktorteori er motivasjonsfaktorene om jobbens innhold, som ansvar, anerkjennelse, mening og innflytelse det viktigste for tilfredshet og arbeidsglede (Sagberg, 2017). Denne teorien ble også støttet av nyere forskning (McLean et al, 1996: Naumann & Jackson, 1999).

H4: Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk tilfredshet, vil føle en større normativ organisasjonsforpliktelse. Det var ingen signifikant forskjell i de to testgruppene. Vi har derfor ikke grunnlag til å si at tilfredsheten med egen privatøkonomi har en innvirkning på normativ organisasjonsforpliktelse.

Det å ha en følelsesmessig tilknytning/engasjement til virksomheten kan altså ikke sies å være et resultat av å være tilfreds med sin egen privatøkonomi. Dette kan på mange måter bekrefte at nordmenn ikke er like avhengig av å være tilfreds med egen privatøkonomi for å føle en forpliktelse overfor organisasjonen.

At det ikke var noe signifikant forskjell på H3 og H4 synes vi var merkelig. En mulig forklaring kan begrunnes med uttrykket "sour-grape effect" med at bildene som ble brukt for å manipulere induksjonen av økonomisk utilfreds var for voldsomme. Deltakerne tenkte "det kommer jeg aldri til å få råd til uansett", og at de derfor ikke ble manipulert til å føle seg misfornøyd med egen privatøkonomi. Om dette er tilfelle kan deltakerne i begge testgruppene føle seg tilfreds med egen privatøkonomi, og at det derfor ikke ble noe signifikant forskjell.

H5: Vi utarbeidet vår tredje hypotese om organisasjonsforpliktelse: *Deltakere som hadde en induksjon av følelsen økonomisk utilfredshet, vil føle det annerledes om å slutte i jobben.* Det var ingen signifikant forskjell i de to testgruppene.

Vi har ikke grunnlag for å si at det å være utilfreds med sin egen privatøkonomi har en innvirkning på planer om å slutte. Det å ha en følelsesmessig tilknytning/engasjement til virksomheten kan altså ikke sies å være et resultat av å være utilfreds med sin egen privatøkonomi.

Det vil være naturlig å anta at mennesker som føler seg utilfreds med egen privatøkonomi har større planer om å slutte i jobben. En mulig forklaring kan være at deltakerne liker jobben sin så godt at selv om de ble manipulert til å føle seg utilfreds med sin egen privatøkonomien, er ikke dette stor nok faktor for å slutte.

Vi kan også diskutere med at tidligere forskning har vist at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi kan påvirke livstilfredsheten (Ng & Diener, 2014), og at livstilfredshet kan påvirke organisasjonsforpliktelse. (Meyer & Allen, 1997). I vår forskning kom det frem at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi ikke påvirker livstilfredsheten, og at det derfor blir naturlig at de andre hypotesen heller ikke ga noe utslag. Mye av tidligere forskning er ikke satt i Norge, og utfallet kan derfor variere fra nasjoner. Det kan tenkes at graden av tilfredsheten med egen privatøkonomi i stor grad kan variere fra land til land, og at faktorer som tradisjoner, velferdsstat og kulturer kan ha en stor rolle.

4.3 Praktiske implikasjoner

Resultater i denne studien antyder at de sosiale relasjonene er betraktelig mye viktigere for de ansatte i organisasjonen enn de økonomiske faktorene. Frihet, trygghet og felleskap er tre viktige faktorer for at den ansatte skal oppnå affektiv organisasjonsforpliktelse. Denne type forpliktelse på de ansatte er den mest ønskelige typen for arbeidsgiver. Ansatte med affektiv forpliktelse har mindre sannsynlighet for å slutte og har større indre motivasjon for jobben. Det er også viktig at arbeidsgivere er oppmerksom på privat økonomien til de ansatte.

Problemer i privatøkonomien kan påvirke velvære og livstilfredsheten, som igjen kan gå utover produktiviteten, presentasjonen og resultatene til den ansatte.

Videre kan stress, mangel på jobbsikkerhet og karrieremuligheter påvirke den generelle livstilfredsheten til den ansatte. Det er viktig å nevne at motivasjonsfaktorene, ansvar, anerkjennelse, mening og innflytelse er betraktelig viktigere enn hygienefaktorene, lønn, arbeid og forhold til medarbeiderne. Selv om motivasjonsfaktorene er nødvendig for den ansatte sin tilfredshet er det viktig å nevne at begge faktorene i stor grad påvirker.

4.4 Begrensninger og anbefalinger for videre forskning

En svakhet ved vår studie er at utvalget består utelukkende av norske arbeidstakere. Norge er et veldig egalitært land, med kjønnsmessig likestilling, relativt høye lønninger, en sterk velferdsstat og høy livstilfredshet. Dette bidrar til å gjøre det vanskelig å generalisere til resten av verden.

En anbefaling for fremtidig forskning er å se på disse effektene i land med større sosiale forskjeller og mindre sosiale sikkerhetsnett. En annen anbefaling er å se på disse effektene i utvalg som har mer kulturell aksept for “flashie” konsum (iøynefallende/synlig sosialt signaliserende forbruk). Det kan også være interessant å gjennomføre en komparativ analyse med resultater fra ulike land.

Funnene fra testing av mellomgruppeforskjeller viser at ingen av våre hypoteser hadde en signifikant forskjell, og kan derfor avkrefte. Det var overraskende at ingen av hypotesene hadde en signifikant forskjell mellom de to testgruppene. Grunnen til dette kan være at eksperimentet i stor nok grad ikke klarte å

manipulere testgruppene godt nok. En anbefaling for videre forskning er å utvikle flere ledd til de ulike variablene i spørreundersøkelsen. Dette kan gjøres for å kunne gå enda dypere inn i tema.

Selv om det ikke var en signifikant forskjell i våre hypoteser var det en medium sterk negativ korrelasjon mellom H5 og H3. Dette indikerer at de som har planer om å slutte ikke har en sterk forpliktelse til organisasjonen. H1 og H2 hadde en medium sterk positiv korrelasjon, noe som tyder på at flere enn halvparten knytter sin livsstil opp mot karrieremål og har lyst til å yte maks i karrieren. Det er derfor en anbefaling til videre forskning å utvikle flere ledd til de ulike variablene som nevnt tidligere. Dette er for å finne flere sammenhenger i variablene.

5.0 Konklusjon

Studien gikk ut på å besvare problemstillingen *“hvordan påvirker graden av tilfredshet med egen privatøkonomi, ansattes organisasjonsforpliktelsen”*.

Vi utarbeidet oss fem ulike hypoteser ut ifra relevant teori, som skulle hjelpe oss å besvare den overordnede problemstillingen. Ingen av våre hypoteser støttes, og vi kan derfor ikke betrakte de som sanne. Ved å ta i bruk teori og hypoteser sammen indikerer det at graden av tilfredshet med egen privatøkonomi har liten eller ingen betydning for organisasjonsforpliktelse i Norge.

Til tross for at hypotesene ikke var signifikante, støttes likevel internasjonale resultatene av tidligere forskning denne problemstillingen. Tidligere forskning tilsier at langvarig misnøye med privatøkonomien kan gå utover generell trivsel og velvære, som videre kan påvirke ansattes organisasjonsforpliktelse.

Konklusjonen er derfor at det ikke er grunnlag for å si at personer som får en induksjon av økonomisk tilfredshet vil føle høyere grad av organisasjonsforpliktelse. Det burde absolutt gjennomføres mer forskning på denne sammenhengen i Norge, da våre resultater ikke tilsier mye av tidligere forskning som er gjennomført i andre nasjoner.

Referanser

Andersen, G. (2019) *Norsk - Valg av forskningsmetode*.

NDLA.no. <https://ndla.no/nb/subjects/subject:19/topic:1:195989/topic:1:195829/resource:1:56937>

Argyle, Michael 1987: *The Psychology of Happiness*. Methuen, London

Barstad, A. (2016). *Gode liv i Norge—Utredning om måling av befolkningens livskvalitet*. Helsedirektoratet.

https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/gode-liv-i-norge-utredning-om-maling-av-befolkningens-livskvalitet/Gode%20liv%20i%20Norge%20%E2%80%93%20Utredning%20om%20m%C3%A5ling%20av%20befolkningens%20livskvalitet.pdf/_attachment/inline/4d212043-e2a4-4904-a360-94bfd977ed9a:51d6f261364996e6656a4e0564fb9bc967b4ecf0/Gode%20liv%20i%20Norge.pdf

Beck, K., & Wilson, C. (2000). Development of Affective Organizational Commitment: A Cross-Sequential Examination of Change with Tenure. *Journal of Vocational Behavior*, 56(1), 114–136. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1999.1712>

Beutell, N.J & Wittig-Berman, (1999) Psychological Reports. *Predictors of work-family conflict and satisfaction with family, job, career, and life.*, 85, s-893-903. Hentet fra: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2466/pr0.1999.85.3.893>

Brickman, P., Coates, D & Janoff-Bulmann, (1978) *Journal of Personality and Social Psychology*. *Lottery winners and accident victims: Is happiness relative?*, 36(8), s.917-927. Hentet fra: <http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.library.bi.no/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=c0040b57-bc74-4307-9a97-cdc8054d09bf%40sessionmgr4006>

Brown, S., Gray, D., & Roberts, J. (2015). The relative income hypothesis: A comparison of methods. *Economics Letters*, *130*, 47–50.

<https://doi.org/10.1016/j.econlet.2015.02.031>

Buch, R. Dysvik, A. & Kuvaas, B. (2016). *Produktiv motivasjon i arbeidslivet*.

Cappelen Damm Akademisk

Carlson, D. S., Grzywacz, J. G., Ferguson, M., Hunter, E. M., Clinch, C. R., & Arcury, T. A. (2011). Health and turnover of working mothers after childbirth via the work–family interface: An analysis across time. *Journal of Applied Psychology*, *96*(5), 1045–1054. <https://doi.org/10.1037/a0023964>

Chen, A. J. (2019). *Thorstein Veblen Defintion*. Investopedia. Hentet 25. mai 2020.

Hentet fra: <https://www.investopedia.com/terms/t/thorstein-veblen.asp>

Clark, A.E., Oswald, A.J., 1994. Unhappiness and unemployment. *Economic Journal* 104, 648–659.

Clark, A.E., Oswald, A.J., 1994. Unhappiness and unemployment. *Economic Journal* 104, 648–659.

Coetzee, M., & Esterhuizen, K. (2010). Psychological career resources and coping resources of the young unemployed African graduate: An exploratory study. *SA Journal of Industrial Psychology*, *36*(1), 9. <https://doi.org/10.4102/sajip.v36i1.868>

Diener, E & Biswas-Diener (2002) ? *Social indicators Research*. *Will money increase subjective well-being?* 57, s.119-169. Hentet fra <https://link-springer-com.ezproxy.library.bi.no/content/pdf/10.1023/A:1014411319119.pdf>

Diener, E & Oishi. (2000). Culture and subjective well-being. *Money and happiness: Income and subjective well-being across nations*, s.187-209. Hentet fra: https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=1A2siA19hKYC&oi=fnd&pg=PA185&ots=2pry6f7Xin&sig=kQZbrFPeiZfqIjermjB9r0pbAhl&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Diener, E., Tay, L., & Oishi, S. (2013). Rising income and the subjective well-being of nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *104*(2), 267–276. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/a0030487>

Dunham & Hawk, (1977) *Academy of management journal*. *The four-day/forty-hour week: Who wants it?* *Academy of management journal*, *20* s.644-655. Hentet fra: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/255363>

Easterlin, Richard 1974: *Does economic growth improve the human lot? I: P.A. David og M. Abramowitz (red.): Nations and Households in Economic Growth*. Academic Press; New York.

Eisenberger, R., Fasolo, P., & Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal of Applied Psychology*, *75*(1), 51.

Elster, J. (1983) *Sour grapes: Studies in the subversion of rationality*. Cambridge University Press (CUP)

Erdogan, B., Bauer, T. N., Truxillo, D. M., & Mansfield, L. R. (2012). Whistle While You Work: A Review of the Life Satisfaction Literature. *Journal of Management*, *38*(4), 1038–1083. <https://doi.org/10.1177/0149206311429379>

Greaker, H. Avant, G. R., & Knutsen, K. P. (1993). UNDERSTANDING CULTURAL DIFFERENCES: Janteloven and Social Conformity in Norway. *ETC: A Review of General Semantics*, *50*(4), 449–460. JSTOR.

Gripsrud, G., Olsson, U. H., & Silkoset, R. (2017). In *Metode og dataanalyse* (3 utgave). Cappelen damm AS

Helliwell, J.F (2003) How's life? Combining individual and national variables to explain subjective well-being. *Economic modelling*, *20*, s.331-360. Hentet fra: <https://www-sciencedirect-com.ezproxy.library.bi.no/science/article/pii/S0264999302000573>

Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press.

Inglehart, R., Foa, R., Peterson, C., & Welzel, C. (2008). Development, Freedom, and Rising Happiness: A Global Perspective (1981–2007): *Perspectives on Psychological Science*. Hentet fra:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1745-6924.2008.00078.x>

Janteloven. (2014). I *Store norske leksikon*. Hentet fra: <http://snl.no/Janteloven>

Johansen, G. (2016, juli 11). *Annonsørinnhold: Slik lykkes du i arbeidslivet*. Dagens næringsliv. <https://www.dn.no/annonsorinnhold/slik-lykkes-du-i-arbeidslivet/1-1-5684884>

Katz, D., & Kahn, R. (1978). *The social psychology of organizations*. (2nd edn.). New York: Wiley.

Kaufmann, A., & Kaufmann, G. (2015). *Psykologi i organisasjon og ledelse* (5. utg.). Fagbokforlaget.

Kidd, J. M. (2008). Exploring the Components of Career Well-Being and the Emotions Associated with Significant Career Experiences. *Journal of Career Development, 35*(2), 166–186. <https://doi.org/10.1177/0894845308325647>

Kontochristos, I. (2019) *Problemer i privatøkonomien? Slik påvirker det jobben*. Ledernytt.no. Hentet fra: <https://www.ledernytt.no/problemer-i-privatoekonomien-slik-paavirker-det-jobben.6221218-355436.html>

McLean, E. R., Smits, S. J., & Tanner, J. R. (1996). The importance of salary on job and career attitudes of information systems professionals. *Information & Management, 30*(6), 291–299. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(96\)01059-2](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(96)01059-2)

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). *A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment*. *Human Resource Management Review, 1*(1), 61.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application*. SAGE.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to organization. *The Journal of Occupational Psychology*

Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224–247.
[https://doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1)

Naumann, E. and Jackson, (1999) D. *One more time - how do you satisfy customers?* *Business Horizons*, 42 (3) , pp.71-76 [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(99\)80024-X](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(99)80024-X)

Ng, W., & Diener, E. (2014). What matters to the rich and the poor? Subjective well-being, financial satisfaction, and postmaterialist needs across the world. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(2), 326–338. Hentet fra: <https://doi.org/10.1037/a0036856>

Nikel, D. (2015, juni 3). What Exactly is Janteloven? Norway's Unspoken Social Norms. *Life in Norway*. Hentet fra: <https://www.lifeinnorway.net/what-exactly-is-janteloven/>

NRK. (2019, desember 17). *Verdens beste land*. NRK.
<https://www.nrk.no/nyheter/verdens-beste-land-1.14826624>

Olsen, F. S. T. (2017). *Nordmenn er verdens lykkeligste*. Aftenposten.
<https://www.aftenposten.no/article/ap-moExl.html>

Polo-Vargas, JD, Fernandez-Rios, M., Bargsted, M., Fama, LF, & Rojas-Santiago, M. (2017). Forholdet mellom organisatorisk engasjement og tilfredshet med livet: Mekling av engasjement. *UCJC Business and Society Review (tidligere kjent som Universia Business Review)* , (54).

- Quanvik, H. & Willumsen. (2017). *Hvor sunn er privatøkonomien din?* Helomvending.no. Hentet fra: <https://www.helomvending.no/2017/03/24/hardu-en-sunn-privatokonomi/>
- Renee Barnett, B., & Bradley, L. (2007). The impact of organisational support for career development on career satisfaction. *Career Development International*, 12(7), 617–636. <https://doi.org/10.1108/13620430710834396>
- Riise, G. (2007, juni 25). *Jobbsikkerhet det viktigste*. Frifagbevegelse.no. <https://frifagbevegelse.no/article-6.158.47319.7db56a9533>
- Sagberg, I. (2017). Frederick Herzberg. I *Store norske leksikon*. Hentet fra: http://snl.no/Frederick_Herzberg
- Schaufeli, W.B., M. Salanova, V. Gonzalez-Romá og A.B. Bakker (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, 3:71–92.
- Sherman, A., Shavit, T., & Barokas, G. (2020). A Dynamic Model on Happiness and Exogenous Wealth Shock: The Case of Lottery Winners. *Journal of Happiness Studies*, 21(1), 117–137. Hentet fra: <https://doi.org/10.1007/s10902-019-00079-w>
- Sjåstad, H., Baumeister, R. F., & Ent, M. (2020). Greener grass or sour grapes? How people value future goals after initial failure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 88, 103965. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2020.103965>
- Spiegel, P. E., & Shultz, K. S. (2003). The Influence of Preretirement Planning and Transferability of Skills on Naval Officers' Retirement Satisfaction and Adjustment. *Military Psychology*, 15(4), 285–307. https://doi.org/10.1207/S15327876MP1504_3
- Svartdal, F. (2018). Reliabilitet. I *Store norske leksikon*. Hentet fra <https://snl.no/reliabilitet>
- Teigen, K.H., Svartdal, F., 2020. persepsjon – psykologi. *Store Nor. Leks.*

Theodossiou, I., 1998. The effects of low-pay and unemployment on psychological well-being: a logistic regression approach. *Journal of Health Economics* 17, 85–104.

Vosloo, W., Fouché, J., & Barnard, J. (2014). The Relationship Between Financial Efficacy, Satisfaction With Remuneration And Personal Financial Well-Being. *The International Business & Economics Research Journal (Online)*; Littleton, 13(6).
Hentet fra: <http://dx.doi.org.ezproxy.library.bi.no/10.19030/iber.v13i6.8934>

Winkelmann, L., Winkelmann, R., 1998. Why are the unemployed so unhappy? Evidence from panel data. *Economica* 65, 1–15.