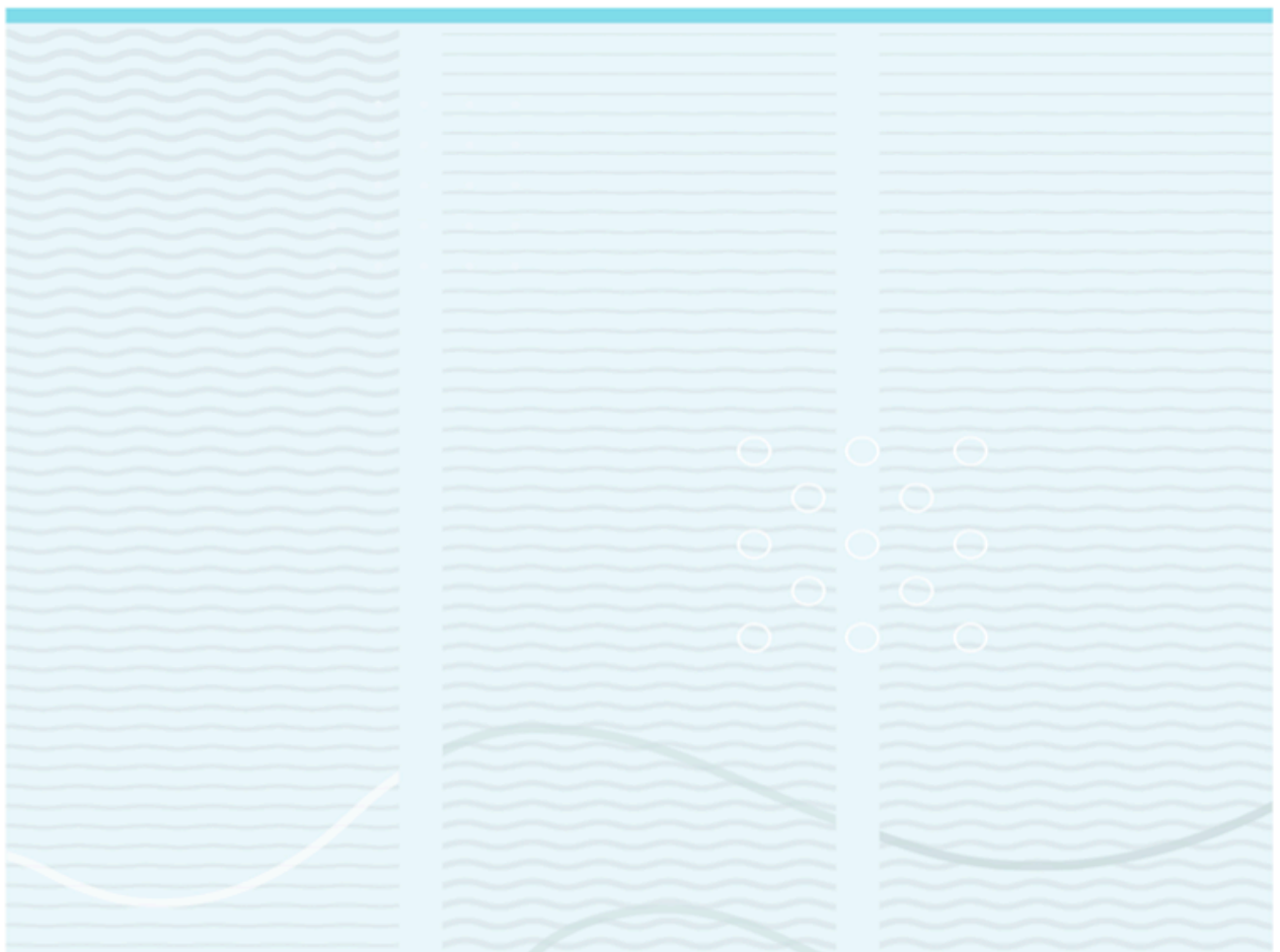


Fakultet: USN Handelshøyskolen
Studieprogram: Master i økonomi og ledelse
Navn: Nadia Lilleås

Hva påvirker deltagelse i økoturisme?

- En redegjørelse for intensjon

Årstall: 2022



Forord

Masteravhandlingen er skrevet ved Universitetet i Sørøst-Norge, avdeling Ringerike og tar utgangspunkt i forprosjekt skrevet høsten 2021. Dette omhandler bærekraft og forbrukeransvar, og ga godt utgangspunkt for arbeidet med avhandlingen.

Arbeidet med masteravhandlingen har vært spennende og krevende, og jeg vil derfor trekke frem noen som fortjener en ekstra annerkjennelse. Først må jeg få takke min veileder for gode, konstruktive og motiverende tilbakemeldinger gjennom hele arbeidet. Dette har vært til stor hjelp.

Avslutningsvis må jeg få takke min familie for all støtte, motivasjon, korrekturlesing og den innsatsen de la ned for å dele spørreskjemaet. Dette har betydd utrolig mye.

Hønefoss, mai 2022

Nadia Lilleås

Abstract

This paper has been written with the intention of mapping the factors that influence the intention to participate in ecotourism.

The variables were measured with correlation analyzes, respectively for the data set as a whole and divided regarding to gender and age.

In the correlation analyzes, previous experience as well as the influence channels as friends, family, experts, social media and news were placed to indicate how these would correlate with intention.

The main findings of the analysis shows that an attitude towards ecotourism, a subjective norm, between human influence and perceived behavioral control are influencing factors for the intention of ecotourism. In addition the analyzes showed that the factors influencing intention varied regards to gender.

For men, the influencing factors are the attitude towards ecotourism, between human influence, behavior control, and previous experience.

Furthermore, it can be seen that the factors that influenced intention for women were attitudes towards ecotourism, the subjective norm and perceived behavioral control.

In conclusion, it was found that behavioral control constitutes the variable that is best correlated with intention.

Sammendrag

Avhandlingen er skrevet med hensikt om å kartlegge hvilke faktorer som påvirker intensjon om deltagelse i økoturisme. Dette ble målt via variablene, holdning til økoturisme, subjektiv norm, mellommenneskelig påvirkning og opplevd atferdskontroll.

Variablene ble målt med korrelasjonsanalyser, henholdsvis for datasettet som en helhet og delt med hensyn til kjønn og alder. I korrelasjonsanalysene ble tidligere erfaring, samt påvirkningskanalene venner, familie, eksperter, sosiale medier og nyheter plassert for å indikere hvordan disse ville korrelere med intensjon.

Hovedfunnet av analysen viser at en holdning til økoturisme, subjektiv norm, mellommenneskelig påvirkning og opplevd atferdskontroll er påvirkende faktorer til intensjon om økoturisme. Utover dette viste analysene at faktorene som påvirker intensjon varierte med hensyn til kjønn. For menn utgjør de påvirkende faktorene, holdning til økoturisme, mellommenneskelig påvirkning, atferdskontroll og tidligere erfaring.

Videre kan en se at faktorene som påvirket intensjon for kvinner utgjorde, holdning til økoturisme, den subjektive normen og opplevd atferdskontroll.

Avslutningsvis ble det funnet at atferdskontroll utgjør variabelen som er best korrelert med intensjon.

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Abstract	3
Sammendrag	4
1 Innledning	8
2 Teoretisk rammeverk	9
2.1 <i>Litteratursøk</i>	9
2.2 <i>Økoturisme i Norge og internasjonalt</i>	10
2.3 <i>Begrepsavklaringer</i>	11
2.3.1 <i>Bærekraft i reiselivet</i>	11
2.3.2 <i>Forbrukeransvar og forbrukeratferd</i>	14
2.3.3 <i>Atferdsteori</i>	15
2.3.4 <i>Miljø og klima</i>	16
2.4 <i>Tidligere forskning</i>	16
2.4.1 <i>Atferdsteori i økoturisme</i>	17
2.4.2 <i>Holdninger knyttet til atferd</i>	18
2.4.3 <i>Subjektiv norm</i>	20
2.4.4 <i>Atferdskontroll</i>	21
2.4.5 <i>Intensjon om deltagelse økoturisme</i>	23
2.4.6 <i>Påvirkningskanaler</i>	24
2.4.7 <i>Demografi bærekraftig atferd</i>	24
3 Utvikling av hypoteser	27
3.1 <i>Forskningsspørsmål</i>	27
3.2 <i>Konseptuell modell</i>	28
3.3 <i>Utvikling av hypoteser</i>	29
4 Metode	31
4.1 <i>Valg av forskningsdesign</i>	31
4.2 <i>Valg av metode</i>	32
4.3 <i>Datainnsamling</i>	32
4.3.1 <i>Snøballeffekt</i>	33
4.4 <i>Utvikling av spørreundersøkelse</i>	33
4.5 <i>Utvikling av variabler</i>	34
4.5.1 <i>Intensjon om deltagelse i økoturisme</i>	35
4.5.2 <i>Påvirkningsfaktorer til deltagelse i økoturisme</i>	36
4.5.3 <i>Bakgrunnsvariabler</i>	40
4.6 <i>Relabilitet og validitet i datainnsamlingen</i>	40
4.7 <i>Anonymitet og personvern i undersøkelsen</i>	41
5 Analyse	42
5.1 <i>Variablene i datasettet</i>	42
5.2 <i>Deskriptiv statistikk</i>	43

5.3	<i>Datainspeksjon</i>	45
5.3.1	Validitet og relabilitet	45
5.3.2	Konvergent validitet	46
5.3.3	Divergent validitet	48
5.3.4	Normalfordeling og relabilitet	49
5.4	<i>Dataanalyse</i>	52
5.4.1	ANOVA.....	53
5.4.2	Korrelasjonsanalyser	54
5.4.3	Korrelasjonsanalyser på delt datasett.....	57
5.4.4	Tidligere erfaring med økoturisme	59
6	Drøftelse	61
6.1	<i>Resultat ANOVA</i>	61
6.1.1	ANOVA - modell	61
	<i>Hele modellens forklaringssevne på intensjon</i>	61
6.1.2	ANOVA for hver variabel	62
6.2	<i>Korrelasjonsanalyse</i>	63
6.2.1	Korrelasjon holdning	63
6.2.2	Korrelasjon subjektiv norm	64
6.2.3	Korrelasjon mellommenneskelig atferd.....	64
6.2.4	Korrelasjon atferdskontroll	65
6.2.5	Videre drøftelse av variablene i korrelasjonsanalysen.....	66
6.3	<i>Korrelasjonsanalyse datasett delt på kjønn</i>	66
6.3.1	Korrelasjonsanalyse med hensyn til kvinner	67
6.3.2	Korrelasjon med hensyn til menn	67
6.3.3	Videre drøftelse av differansen mellom kjønnene	68
6.4	<i>Datasettet delt på alder</i>	69
6.5	<i>Intensjon utgjør ikke nødvendigvis atferd</i>	73
6.6	<i>Tidligere deltagelse i økoturisme</i>	74
6.7	<i>Prinsippene i økoturisme</i>	74
7	Oppsummering og konklusjon	76
7.1	<i>Hovedfunn og konklusjon</i>	76
7.2	<i>Teoretiske og praktiske implikasjoner</i>	77
7.3	<i>Begrensninger og videre forskning</i>	78
8	Kildehenvisning	80
9	Vedlegg	83
9.1	<i>Spørreskjema</i>	83
9.2	<i>Pattern matrix før fjernet parameter</i>	88
9.3	<i>Skjevhet og normalfordeling</i>	89
9.4	<i>ANOVA analyse holdning</i>	90
9.5	<i>ANOVA analyse subjektiv norm</i>	91
9.6	<i>ANOVA analyse subjektiv norm</i>	92
9.7	<i>ANOVA analyse opplevd atferdskontroll</i>	93
9.8	<i>ANOVA basert på delt datasett</i>	94

9.9	<i>Korrelasjonsmatrise kjønn</i>	95
9.10	<i>Korrelasjonsmatrise delt på alder</i>	96
9.11	<i>Korrelasjonsanalyse med påvirkningskanaler</i>	99
9.12	<i>Tidligere oppsøkt økoturismedestinasjon</i>	100

Figurliste

Figur 1 - Årsaks modell.....	28
Figur 2 - Årsaks modell.....	35

Tabelliste

Tabell 1 – Søkeord	10
Tabell 2 - Skala for intensjon	36
Tabell 3 - Fordeling av alder blant respondentene	44
Tabell 4 - Fordeling av utdanningsnivå blant respondentene	44
Tabell 5 - Fordeling av yrkesstatus blant respondentene	45
Tabell 6 - Parameter holdning til økoturisme.....	47
Tabell 7 - Nye parameter for variabel mellommenneskelig atferd	48
Tabell 8 - Pattern Matrix	49
Tabell 9 - Cronbach's Alpha for holdning	50
Tabell 10 - Cronbach's Alpha for mellommenneskelig atferd i samfunnet.....	51
Tabell 11 - Cronbach's Alpha for subjektiv norm	51
Tabell 12 - Cronbach's Alpha atferdskontroll.....	52
Tabell 13 - Cronbach's Alpha intensjon om deltagelse i økoturisme	52
Tabell 14 – ANOVA	53
Tabell 15 - Korrelasjonsmatrise	56
Tabell 16 - Tidligere erfaring med økoturisme	60

1 Innledning

Bærekraft og samfunnsansvar blir stadig satt på dagsorden, og vil i tiden fremover bli mer aktuelt. FNs bærekraftsmål, Paris-avtalen er to av mange initiativ for å forbedre jordas miljø og klima. Et viktig tiltak og bidragsyter for en mer bærekraftig verden vil være et mer samfunnsansvarlig reiseliv. Reiseliv og turisme er økende og innebærer for flere land, seder og områder en viktig inntektskilde (Wood, 2002).

Et samfunnsansvarlig reiseliv kan sees i sammenheng med økoturisme. Dette er en reisemåte med hensikt å minimere avtrykket den reisende legger fra seg, samtidig som det vektlegger den reisendes egne ansvar (Chiu et al., 2014).

Bakgrunn og motivasjon for oppgaven kan sees allerede i avhandlingens forprosjekt hvor det ble sett på samfunnsansvar, samt ulike faktorene som påvirket bærekraftig atferd. Forprosjektet var utarbeidet på et generelt grunnlag og måtte derfor konkretiseres inn mot masteravhandlingen. Flere ulike innfallsvinkler ble vurdert før det ble spisset inn mot økoturisme og bærekraft i reiselivet. Motivasjonen til å skrive en avhandling om økoturisme og bærekraft er knyttet til egen interesse om temaene, i tillegg til den økende rollen bærekraft og reiseliv har.

Verden har nå vært preget av en global pandemi i overkant av to år. Dette har også naturlig nok hatt sin innvirkning på miljø, klima og reiseliv. En lenger periode med redusert turismenæring har ført med seg en rekke negative effekter, med hensyn til eksempelvis økonomi (Foderaro, 2021). På tross av dette har det også blitt rapportert om en rekke positive miljø og klimahensyn. Min motivasjon for oppgaven er derfor å kunne se på hva som skal til for forbrukere å velge mer bærekraftige reisealternativer (Foderaro, 2021).

Oppgavens hovedproblemstilling er som følgende:

«hvilke faktorer påvirker intensjon om deltagelse i økoturisme?».

Videre i oppgaven vil avhandlingens teoretiske rammeverk presenteres med litteratursøk,

2 Teoretisk rammeverk

I dette kapittelet vil oppgavens teoretiske rammeverk presenteres. Kapittelet vil starte med en gjennomgang av litteratursøk, etterfulgt av begrepsdefinisjoner. Avslutningsvis i kapittelet vil tidligere empiri presenteres.

2.1 Litteratursøk

Avhandlingens litteratursøk og søkeordene som er benyttet er i stor grad videreutviklet fra litteratursøket og arbeidet gjennomført i forprosjekt. I forprosjektet var bærekraft hovedtemaet, og ettersom avhandlingen er spisset inn mot økoturisme ga forprosjektet en god start til videre litteratursøk.

Etter å ha innhentet relevante kilder fra forprosjektet ble det behov for ytterligere søk direkte i databaser. Her ble henholdsvis databasene «Web of Science», «Wiley Online Library» samt «ScienceDirect» mest benyttet, med «Web of Science» som primær database.

Videre til selve litteratursøket ble dette strukturert rundt begreper knyttet til bærekraft, atferdsteori og økoturisme. Som det fremgår av «figur 1» fremvist under, ble ikke økoturisme knyttet til hvert søkeord. Dette var en bevist handling for å ikke utelukke relevante artikler som ikke nødvendigvis omhandlet økoturisme.

Flere av søkene ga svært mange resultater, og resultatene ble da rangert etter popularitet og antall kildehenvisninger for å forsøke finne de mest relevante kildene. Det ble i første søk ikke foretatte en begrensning med hensyn til årstall, men dette ble gjort i et oppfølgingssøk med hensikt om å begrense treffene. Her ble det satt en avgrensning til artikler publisert etter år 2000. Dette ble valgt for å begrense søkene, men få med artikler og studier fra utviklingen i synet på bærekraft økoturisme de siste tiårene.

Litteratursøkene førte til flere relevante artikler, og ved en gjennomgang av deres litteraturhenvisninger ble det igjen funnet nye søkeord og artikler. Utover dette ble det også benyttet fagbøker og kompendier i avhandlingen. Disse ble i hovedsak benyttet i forbindelse med metodekapittelet.

Nedenfor vil en modell med søkeord presenteres, etterfulgt av en modell som gir en enkel innsikt i avhandlingens hovedartikler. Denne modellen vil kort presentere artiklene og deres hovedfunn. Ut fra modellene kan en også se at søkeordene og litteratursøket i sin helhet er gjennomført på engelsk. Dette ble gjort for å sikre størst mulig søkeresultater.

Søkeord
Sustainability
Theory of planned behavior
Behavior
Travel
Ecotourism
Subjective norm
Attitudes
Behavioral beliefs
Behavior control
Loyalty
Value
Motivation

Tabell 1 – Søkeord

Hver av søketidene ble kombinert i datasøkene.

2.2 Økoturisme i Norge og internasjonalt

I dette underkapittelet vil det kort redegjøres for den norske næringsorganisasjonen HANEN, og den internasjonale foreningen for økoturisme. Dette gjøres for å skape en større forståelse av økoturisme, og hvordan situasjonen i norsk og internasjonal kontekst.

Dersom en først ser økoturisme i et norsk perspektiv, vil en se at næringsorganisasjonen HANEN, via sertifiseringsordningen «Norsk Økoturisme» har et spesielt fokus på økoturisme (HANEN). Organisasjonen er utviklet for virksomheter innenfor bygdeturisme, gardsmat og innlandsfiske, og er bestående av et hovedstyre og et nasjonalt sekretariat (HANEN). I tillegg til å representere medlemsorganisasjonene i flere ulike organ, har de flere samarbeid og medlemskap, blant annet med Norges miljø- og biovitenskaplige universitet (NMBU) og EuroGites, også kjent som europeisk føderasjon av bygdeturisme (HANEN).

Per februar 2022, opplyses det på nettsiden om 19 sertifiserte økoturismevirksomheter i Norge, fordelt over ulike deler av landet (HANEN). Dette er da virksomheter som har et spesielt fokus økoturisme, med andre ord på å bevare natur og kultur i deres tilbud og drift. Bedrifter som ønsker en slik sertifisering må gjennomgå en søknadsprosess via HANENs sertifiseringsordning «Norsk Økoturisme» (HANEN).

Videre dersom en skal se økoturisme i et internasjonalt perspektiv er foreningen «The International Ecotourism Society», med forkortelse og også referert til som TIES, en aktiv deltager for å fremme økoturisme (TIES). Foreningen er en ideell organisasjon stiftet i 1990, som via en rekke tilbud og tjenester ønsker å bidra positivt slik at flere aktører følger oppunder prinsippene ved økoturisme (TIES). Foreningen har utviklet en rekke prinsipper for økoturisme, og disse vil redegjøres for i kapittel om drøfting.

2.3 Begrepsavklaringer

I dette underkapittelet vil avhandlingens hovedbegreper defineres. Masteravhandlingen er spisset inn mot bærekraft og reiseliv, mer spesifikt økoturisme, og begreper knyttet til dette vil derfor være sentrale.

2.3.1 Bærekraft i reiselivet

Bærekraft

Bærekraft er et begrep og tema som blir stadig mer dagsaktuelt og satt på dagsorden. Begrepet kan defineres på en rekke ulike måter, blant annet ved definisjonen fremstilt av Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, også kjent som Brundtland-kommisjonen i 1987. Deres definisjonen er mye omtalt, og er som følgende: «*En utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov*» (Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, 1987, p. 42). Som det fremgår av definisjonen er denne noe eldre, men ansees likevel som aktuell da den tydeliggjør kjernen i bærekraft som omhandler å møte nåtidens behov uten å redusere de fremtidige mulighetene. Utover dette kan en se at definisjonen har en noe generell tilnærming til bærekraft, og ikke spesifiserer de tre aspektene ved den tredelte bunnlinje.

Den tredelte bunnlinje

Forståelsen bak den tredelte bunnlinje innebærer at bærekraft omfatter tre ulike dimensjoner, herunder hensyn til miljø, i tillegg til sosiale og økonomiske forhold (Nilsen, 2020). Med andre ord inkluderer den tredelte bunnlinje et helhetlig bilde, hvor en må se alle de tre dimensjonene i sammenheng for å danne en forståelse av eksempelvis bedriftens totale resultat (Nilsen, 2020). Med dette menes at en ved å kun fokusere på en dimensjon ikke ser påvirkningen en har hatt på de andre. Resultater kan variere i de ulike dimensjonene, hvor eksempelvis en profittbasert drift ikke nødvendigvis er gunstig med hensyn til miljø eller subjektiv norm (Nilsen, 2020). Dette viser hvor viktig det er å fokusere på alle dimensjonene for å opprettholde en bærekraftig vekst og utvikling.

Med en forståelsen av bærekraft og den tredelte bunnlinje kan en nå se dette i et turisme eller reiselivsperspektiv. Her benyttes gjerne begreper som økoturisme og geoturisme.

Økoturisme

Økoturisme er en egen turismeform hvor hensikten er at reisen skal være så klima og miljø nøytral som mulig, i tillegg til å ha en positiv effekt på lokalsamfunnet (Wood, 2002). Med andre ord skal økoturisme sørge for et minimalt avtrykk på omgivelsene, i tillegg til å bidra med en sosiale og økonomiske fordeler for lokalbefolkningen (Wood, 2002). Begrepet kan etter boken utgitt av Ceballos-Lascuráin i medvirkning av, Verdens naturvernorganisasjon og Verdenskongressen om nasjonalparker og verneområder, defineres som følgende: *«miljøansvarlig reise og besøk til relativt uforstyrrede områder for å nyte natur, (og eventuell kulturelle trekk – fra fortid og nåtid) som vektlegger bevaring, lav besøkspåvirkning, og sørger for en fordelaktig sosioøkonomisk involvering av lokalbefolkningen» (Ceballos-Lascuráin, 1996, p. 20).*

Definisjonen trekker frem flere kriterier ved flere økoturisme. Her vektlegges det først og fremst at reisen går til skjermede områder, ved en slik spesifisering kan en derfor utelukker travle urbane strøk og aktiviteter. Videre av definisjonen vektlegges også at turismeformen er knyttet til opplevelser av natur og kulturen på den gitte definisjonen (Ceballos-Lascuráin, 1996). Som det fremgår av definisjonen vektlegger den alle tre dimensjoner ved bærekraft, altså den tredelte bunnlinje.

Videre for en ytterligere definisjon, kan økoturisme forstås ved turisme som: «*vektlegger den naturlige bevaringen av et turiststed, og derfor bygger på turistens miljøbevissthet*» (Chiu et al., 2014, p. 321). Denne definisjonen er noe nyere, og vektlegger turistenes egne interesser og forbrukeransvar, både hva gjelder reiser, men også bærekraft generelt (Chiu et al., 2014). Hvordan turistene utøver sin miljøbevissthet og forbrukeransvar er styrt av atferdsteori, her kan en se at elementer som holdning, subjektiv norm og opplevd atferdskontroll er pådrivere til atferd (Ajzen, 1991).

De to presenterte definisjonene av økoturisme vil kombinert danne forståelsen av økoturisme i denne avhandlingen. Dette begrunnes i at definisjonen fremstilt av Ceballos-Lascuráin er svært grundig, mens definisjonen fremstilt av Chiu et al., bygger på turistenes miljøbevissthet og forbrukeransvar (Ceballos-Lascuráin, 1996) (Chiu et al., 2014).

Økoturisme da en turismeform som i stor grad vektlegger natur og kultur, dersom en legger reiser til geologiske og landskapspregede steder til grunn, vil dette kunne sees som geoturisme (Newsome & Dowling, 2010).

Geoturisme

I likhet med økoturisme er også geoturisme en nisje reiseform innenfor turisme, og reiseformen kan defineres som følgende: «*en form for naturområdeturisme med spesifikt fokus på geologi og landskap. Geoturisme fremmer turisme til geologiske områder og til en forståelse av geovitenskap via verdsettelse og læring. Dette oppstår via avhenge besøk til geologiske steder, bruk av naturstier, utsiktssteder, guidede turer og bevarelse av geologiske besøksentre*» (Newsome & Dowling, 2010, p. 4). Som det fremgår av definisjonen, kan geoturisme omfatte reiser til flere ulike områder.

Begrepet geoturisme inneholder en rekke elementer som også kan sees i økoturisme, deriblant fokus på natur og læring. Likevel kan en eksempelvis skille begrepene ved hvor sterk bærekraft står i økoturisme. Nevnte definisjon av geoturisme inneholder ingen spesifikke krav til bærekraft slik økoturisme gjør. I tillegg kan begrepene skilles i hvordan geologiske steder og landskap spesifiseres i geotursime.

På bakgrunn av definisjonene fremstilt for økoturisme og geoturisme, ble økoturisme valgt som temaområde for avhandlingen. Dette kan begrunnes i økoturismens klare krav til bærekraft, samt krav til turistenes egne bærekraftsinteresse og miljøbevissthet. En slik interesse eller bevissthet kan sees i sammenheng med forbrukeransvar og forbrukeratferd.

2.3.2 Forbrukeransvar og forbrukeratferd

Forbrukeransvar og forbrukeratferd er to begreper som kan sees i sammenheng med intensjon om deltagelse i økoturisme, og er derfor svært sentrale i avhandlingen. Begrepene redegjøres for å gi en forståelse av begrepene, samt forklare deres sammenheng.

Forbrukeransvar

Miljøbevissthet er et sentralt element i økoturisme, og kan sees i sammenheng med forbrukeransvar. Forbrukeransvar kan defineres på følgende måte: *«Det bevisste og gjennomtenkte valget om å ta beslutninger basert på personlig og moralsk overbevisning»* (Devinney et al., 2006, p. 3). Definisjonen vektlegger at beslutninger fattes på et bevisst grunnlag, og påvirkes av hva en selv ønsker, samt hva en moralsk sett anser til å være riktig atferd (Devinney et al., 2006). Slike personlige og moralske overbevisninger påvirkes av en rekke elementer, eksempelvis elementene fra teorien om planlagt atferd, holdning, subjektiv norm og opplevd atferdskontroll (Ajzen, 1991). Forbrukeransvar kan med det sees som en bakenforliggende faktor til forbrukeratferd.

Forbrukeratferd

Forbrukeratferd er et omfattende begrep med flere elementer knyttet til seg, kan forsås som følgende: *«studiet av aktivitetene enkeltpersoner eller grupper utfører knyttet til kjøp, bruk og avhending av varer og tjenester. Dette inkluderer emosjonelle, mentale og atferdsmessige reaksjoner som skjer i forkant av eller som en konsekvens av aktivitetene»* (Fagerstrøm et al., 2020, p. 15). Som det fremgår av definisjonen er forbrukeratferd et svært vidt begrep, og inkluderer forbrukernes totale beslutningsprosess, fra prosessene som forekommer før kjøp, til evaluering etter konsum (Fagerstrøm et al., 2020).

Forbrukeratferd omhandler med andre ord de erfaringene en har ved å gå inn i et kjøp, hvordan en bruker varen, for å så også omfatte kast eller avhending av produktet (Fagerstrøm et al., 2020). Utover dette innebærer forbrukeratferd en evaluering av de erfaringene en har

hatt knyttet til kjøpet og erfaringer ved produktet eller tjenesten (Fagerstrøm et al., 2020). En kan derfor se forbrukeratferd som en kontinuerlig prosess, hvor hver handling starter og slutter med en evaluering, som påvirkes av forrige kjøp, som samtidig er en påvirkende faktor for neste handling (Fagerstrøm et al., 2020).

Etter definisjonene av forbrukeransvar og forbrukeratferd kan en se at disse to i stor grad er korrelerende, hvor det ansvaret en forbruker har vil antageligvis påvirke deres atferd. Videre kan forbrukeratferd forklares med «teorien om planlagt atferd» utviklet av Icek Ajzen (Ajzen, 1991).

2.3.3 Atferdsteori

Det å fatte bærekraftige valg i reiselivet styres av en rekke ulike adferds-drivere. Artikkelen «Theory of planned behavior», på norsk referert til som teorien om planlagt atferd, utgitt av Icek Ajzen tar for seg tre ulike drivere som påvirker menneskets handlemønster (Ajzen, 1991). Modellen er bestående av tre ulike påvirkende elementer som leder til en intensjon som igjen fører til at en beslutning fattes (Ajzen, 1991). Disse tre elementene er konseptuelt uavhengige og utgjør holdning, subjektiv norm, og opplevd atferdskontroll (Ajzen, 1991).

Holdning referert til i teorien om planlagt atferd kan sees som det en måtte tenke og føle i forhold til eksempelvis ulike produkter, tjenester og varer (Svartdal, 2020). I atferdsteorien er disse holdningene direkte påvirket av elementer som eksempelvis økonomisk påkjennelse ved atferden, og forventet utfall (Ajzen, 1991). Begrepet kan defineres på følgende måte: «... i hvilken grad en person har en fordelaktig eller ufordelaktig vurdering av den aktuelle handlingen» (Ajzen, 1991, p. 188).

Det andre elementet i teorien er subjektiv norm. Dette begrepet kan defineres som følgende: «...Opplevd sosialt press til å utføre eller ikke utføre atferden» (Ajzen, 1991, p. 188). Dette vektlegger samfunnet og det presset en opplever, og hvordan dette påvirker egen atferd.

Det siste elementet i teorien er opplevd atferdskontroll og refererer til hvorvidt en atferd oppleves som gjennomførbar (Ajzen, 1991). Med andre ord om en opplever nok kunnskap til å foreta ønsket atferd og hvor enkelt denne eventuelt lar seg gjennomføre.

Atferdsteorien benyttes i denne avhandlingen til å forsøke forklare deltagelse i økoturisme. Her vil elementer som miljø og klimahensyn være sentrale.

2.3.4 Miljø og klima

Begrepene miljø og klima vil benyttes jevnt gjennom avhandlingen, og det vil derfor være hensiktsmessig å definere et skillet mellom disse. Begrepet miljø omhandler omgivelsene en befinner seg i, og er da ytre eller eksterne påvirkere (Tjernshaugen, 2020). Eksempelvis kan miljø være naturlige omgivelsene som skog og boliger eller støy og forurensing fra eksempelvis transportmidler (Tjernshaugen, 2020).

Begrepet miljø kan derfor benyttes for å forklare både sosiale settinger, herunder eksempelvis miljø i grupper og arbeidsmiljø, men også det generelle naturlige miljøet en befinner seg i. I denne avhandlingen vil begrepet være spesifisert inn mot naturaspektet.

Et annet begrep som kun er spesifisert mot natur er klima. Dette begrepet er styrt av været (Dannevig, 2022). Her kan en da se at klima utgjør et gjennomsnitt av normal temperatur og vær på gitte steder (Dannevig, 2022). Når det er snakk om klimaendringer, er det da referert til en endring i det gjennomsnittlige været.

Med avhandlingens hovedbegreper definert vil nå tidligere forskning presenteres.

2.4 Tidligere forskning

I dette underkapittelet vil tidligere forskning presenteres. Kapittelet starter med en videre gjennomgang av Icek Ajzen (1991) sin teori om planlagt atferd, før det dannes et bilde av hvem som opptre mest bærekraftig samt en kort redegjørelse av påvirkningskanaler.

Reiseformen økoturisme skiller seg vesentlig fra andre turismeformer ved det dens store fokus på bærekraft, natur, kultur og læring på reisen. Dette innebærer at det i slike reiser vektlegges andre elementer enn ved eksempelvis charterturisme. Hva disse elementene er og hvordan de eventuelt påvirker en intensjon om deltagelse i økoturisme vil redegjøres for under med utgangspunkt i variablene holdning til økoturisme, subjektiv norm og atferdskontroll.

2.4.1 Atferdsteori i økoturisme

Teorien vil i avhandlingen presenteres ved bruk av utelukkende internasjonale studier som har vist stor forklaringssevne ved bruk av teorien om planlagt atferd og intensjon i ulike aspekt i reiselivet (Choen et al., 2014; Laroche et al., 2001; Lin & Huang, 2012). Det vil derfor være nærliggende å tro at disse sammenhengene også vil gjelde i en norsk setting med økoturisme som fokus.

Ved å starte med Ajzen (1991) sin fremstilling av planlagt atferd som et forklaringsgrunnlag for intensjon om økoturisme, vil det i denne avhandlingen plasseres en rekke ulike parameter innenfor rammene av holdning, subjektiv norm og atferdskontroll. Disse tre dimensjonene vil derfor i stor grad utgjøre indikatorer eller pådrivere for forbrukerens intensjoner (Ajzen, 1991). Med andre ord utgjør de tre dimensjonene de bakenforliggende årsakene til hvorfor mennesker opptrer slik de gjør (Ajzen, 1991).

På bakgrunn av at hver av dimensjonene i atferdsteorien er en indikator til atferd, kan en med en forståelse av hva som driver atferden, videre bruke modellen som et verktøy for å endre atferden (Ajzen, 1991). En endret atferd kan eksempelvis være hensiktsmessig fra et markedsføringsperspektiv hvor en ønsker større kundesegment, eller fra et miljøhensynperspektiv hvor en ønsker endret vaner tilknyttet kildesortering. På denne måten kan modellen om planlagt atferd sees på som både et forklaringsgrunnlag for atferd, men også som et verktøy for å forstå hva en må endre for å oppnå ønsket atferd (Ajzen, 1991).

Utover dette er det viktig å poengtere at holdninger, subjektiv norm og atferdskontroll er de overordnede begrepene, det vil derfor være bakenforliggende faktorer som påvirker disse (Ajzen, 1991). Disse bakenforliggende faktorene kan sees som personlige overbevisninger, og kategoriseres under holdningsbaserte, normative og atferdskontrollrelaterte overbevisninger (Ajzen, 1991). En kan derfor se at de personlige overbevisningene fører til en av de tre atferdsdriverne, hvor disse danner en intensjon som deretter fører til en atferd (Ajzen, 1991). Til orientering er begrepet «overbevisning» oversatt fra det engelske begrepet «beliefs». Begrepet kunne antageligvis blitt oversatt til holdning, men ettersom holdning er vesentlig i denne avhandlingen er overbevisning benyttet.

For å videre presentere empiri knyttet til atferdsteori vil de presenteres hensyn til rekkefølgen i modellen, med holdninger presentert først, deretter subjektiv norm og avslutningsvis atferdskontroll.

2.4.2 Holdninger knyttet til atferd

Hva gjelder holdninger til økoturisme er ikke disse nødvendigvis utelukkende positive eller negative, men vil variere på et spekter avhengig av eksempelvis ulike reisemål, attraksjoner og forventet opplevelse (Lam & Hsu, 2006). Holdninger kan derfor indikere intensjon basert på hvordan en i dette tilfellet stiller seg til økoturisme (Hultman et al., 2015). Disse holdningene utgjøres av en rekke ulike personlige overbevisninger. Dette kan sees da det ikke nødvendigvis bare er en overbevisning som danner en holdning til noe (Laroche et al., 2001). I et økoturisme og bærekraftperspektiv kan slike overbevisninger eksempelvis utgjøre: til hvilken grad en opplever alvorligheten av miljøproblemer, viktigheten av å opptre ansvarlig, vanskeligheten ved å opptre ansvarlig, samt hvorvidt en opplever bedriftenes og aktørenes samfunnsansvar (Laroche et al., 2001). Disse utgjør et lite utvalg overbevisninger, og vil benyttes som parameter for holdning i kapittel 4, metode, samt empirisk forklares under.

Dersom en først legger alvorligheten av miljøproblemer til grunn kan en se at det er funnet positiv korrelasjon mellom oppfattet alvorlighetsgrad av miljø- og klimautviklingen og hvor villig en er til å betale (Laroche et al., 2001). Studiet fant at kundegruppen med størst betalingsvillighet var gruppen som så størst alvorlighet i hvordan miljøproblemene utvikles (Laroche et al., 2001).

Utover dette fant studie også en positiv korrelasjon mellom betalingsvillighet og hvorvidt en opplevde at det var knyttet ulempe til å opptre bærekraftig (Laroche et al., 2001). Studiet avdekket at lav opplevd ulempe av bærekraftig atferd ga større betalingsvillighet (Laroche et al., 2001). Tross denne avhandlingen ikke fokuserer på betalingsvillighet, er dette interessante funn som viser til hvordan ens personlige overbevisning rund alvorlighetsgraden av miljøproblemene og opplevd ulempe påvirker holdninger som fører til intensjoner (Ajzen, 1991; Laroche et al., 2001).

Fra opplevd alvorlighetsgrad kan en se viktigheten av å opptre bærekraftig eller miljøvennlig. Denne parameteren vil kunne sees som en sterk indikator på turistenes intensjon om atferd

(Chiu et al., 2014). Her kan en videre trekke frem mestringstro, altså hvor vidt en føler egne handlinger er av betydning, ved valg av reisemåte. Fremtidige turister som har denne mestringstroen, og ser den menneskelige påkjennelsen på klima og miljø vil gjøre ytterligere vurderinger i valg av reise (Hultman et al., 2015). Disse turistene vil med en indikert sannsynlighet få positive holdninger til økoturisme (Hultman et al., 2015).

Turistene positive holdninger til økoturisme kan videre sees i sammenheng med deres forbrukeransvar (Han & Kim, 2010). Eksempelvis kan en se sammenheng mellom opplevd økt forbrukeransvar og retur til bærekraftige hotell en allerede har bodd på (Han & Kim, 2010). Studiet viste til at turister opplever det å benytte tilsvarende hotell ved gjenreise til destinasjon vil øke deres forbrukeransvar (Han & Kim, 2010). Denne overbevisningen er igjen med på å vise hvordan holdninger og intensjoner korrelerer i atferdsteorien, og denne kan benyttes til å forklare bærekraftig atferd.

Hvordan holdninger påvirker intensjoner om bærekraftig atferd, kan sees i et studiet hvor det ble funnet at holdning var sterkest korrelerende med intensjon (Shin & Hancer, 2016). Studiet var en videreutvikling av atferdsteorien og omhandlet intensjonen om å handle lokal mat (Shin & Hancer, 2016). Resultatet viste at respondentenes egne positive holdning til kjøp av lokal mat hadde en sterkere påvirkning på deres intensjon enn hva subjektiv norm og opplevd atferdskontroll hadde (Shin & Hancer, 2016). Med andre ord var ikke elementer som påvirkning fra omgangskrets eller opplevd vanskelighet og manglende kunnskap ved kjøpet avgjørende pådrivere til intensjon.

Avslutningsvis hva gjelder intensjon om deltagelse i økoturisme har det ovenfor blitt presentert en rekke ulike eksempler som vektlegger ulike aspekt ved økoturisme. For å se et helhetlig eksempel for økoturisme kan en til påvirkningen av materialisme på økoturisme (Lu et al., 2014). Resultatet av studiet viste til positiv korrelasjon mellom turistenes holdninger til økoturisme og deres intensjon om å oppsøke økoturistedestinasjoner (Lu et al., 2014). Utover dette viste studiet at turistenes interesse av økoturisme og deres betalingsvillighet ble videre styrket av positive holdninger til økoturisme (Lu et al., 2014).

Holdninger fører til en intensjon, og påvirkes av personlige overbevisninger, disse kan blant annet være påvirket av subjektiv norm (Ajzen, 1991).

2.4.3 Subjektiv norm

Hva gjelder subjektiv norm styres denne dimensjonen av de normative overbevisningene (Ajzen, 1991). Subjektiv norm er et svært viktig element med hensyn til menneskelig atferd. Dette kan eksempelvis sees i at forventninger og meninger omgangskrets og samfunnet øvrig er sterkt korrelert med blant annet holdning en har til å reise tilbake til en gitt destinasjon (Han & Kim, 2010).

Den subjektive normen er i denne avhandlingen overordnet knyttet til hvilke reisevalg en tar. Her kan en eksempelvis se at sosialt press eller forventning kan ha en stor innvirkning på intensjon (Lam & Hsu, 2006). Dersom det er stor forventning i samfunnet om å feriere på bestemte destinasjoner vil dette kunne være avgjørende for intensjon (Lam & Hsu, 2006). Slike sosiale press kan preges av blant annet politiske holdninger og økonomiske årsaker (Lam & Hsu, 2006). Dette viser hvor komplekst subjektiv norm kan være, tross vil avhandlingen fokusere på forventninger og holdninger til økoturisme, turisme og bærekraft.

En arena for deling og utvikling av holdninger i samfunnet er blant annet via internett og sosiale medier. Teknologiske fremskritt gjør det stadig enklere å dele informasjon i tillegg til å finne tidligere erfaringer og informasjon om potensielle reisemål (Choen et al., 2014). På bakgrunn av dette kan en tenke seg at den subjektive normen utvikles allerede mens reisen pågår. Dette kan begrunnes i at informasjonsdelingen knyttet til reiser er en prosess som kan sees å begynne allerede ved valg av reisemål, deretter deles informasjonen fortløpende frem til etter reisen (Choen et al., 2014). På denne måten vil den subjektive normen kunne påvirke valg av reisemetode og reisemål (Choen et al., 2014).

Påvirkningen av subjektiv norm kan på intensjon kan videre forklares ved holdninger (Han et al., 2010).

Subjektiv norm og holdninger

Som det fremgår av teorien om planlagt atferd påvirker de tre dimensjonene, holdning, subjektiv norm og atferdskontroll hverandre (Ajzen, 1991). Et eksempel på en slik sammenheng er i et studie hvor subjektiv norm og holdninger ble målt sammen (Han et al., 2010). Studiet omhandlet opphold på bærekraftig hotell, og fant at den subjektive normen sterkest indikerte intensjon via holdning (Han et al., 2010). Dette funnet viser tross for at

subjektiv norm og holdninger begge er pådrivere til en intensjon, at korrelasjonen til intensjon var størst ved å se begrepene i sammenheng (Han et al., 2010). Videre viste samme studie, at av de tre atferds pådriverne var holdninger den selvstendige driveren med størst påvirkning til intensjon (Han et al., 2010).

Videre hva gjelder korrelasjonen mellom subjektiv norm og holdninger kan en eksempelvis se en sterk korrelasjon med hensyn til opphold på miljøvennlige hoteller (Han & Kim, 2010). En gjenreise vil kunne påvirkes av elementer som blant annet hvor fornøyd en var med forrige reise, tidligere erfaringer og subjektiv norm (Carvacge-Franco et al., 2022; Han & Kim, 2010). Ved å forklare holdningenes påvirkning på intensjon via subjektiv norm, kan en se sterk årsakssammenheng mellom holdningene turistene har og hva deres omgangskrets mener (Han & Kim, 2010). Med andre ord er de positive eller negative holdningene til de en omgås, da referert til som subjektiv norm, førene for ens egen holdning (Han & Kim, 2010).

Utover holdninger og subjektiv norm vil også den opplevde atferdskontrollen påvirke intensjon (Ajzen, 1991).

2.4.4 Atferdskontroll

Hva gjelder atferdskontroll er dette en atferds driver som styres av overbevisninger om opplevd kontroll (Ajzen, 1991). Disse overbevisningene kan være knyttet til hvorvidt en opplever handlingen som gjennomførbar, og må sees i sammenheng med hvordan en forholder seg til atferden, hva en selv har erfart, og hva en hører av erfaringene til de rundt seg (Ajzen, 1991). Dette viser hvordan atferdskontroll henger sammen med holdninger og subjektiv norm. Denne opplevde muligheten for handling kan være en direkte pådriver til intensjon, eksempelvis ved at en vare, produkt eller tjeneste positivt skiller seg ut fra de resterende (Ajzen, 1991). Eller motsatt, at enkelte varer er uaktuelle, og da reduserer mulighetsområdet deretter.

Opplevd atferdskontroll kan også sees i sammenheng med det engelske begrepet «self-efficacy», som på norsk refereres til som mestringstro. Begrepet mestringstro benyttes til å forklare hvorvidt mennesker opplever å kunne påvirke konsekvensene av de handlingene en utfører (Yukl & Gardner, 2020). Den opplevde atferdskontrollen eller mestringstroen er sterkt korrelerende med intensjoner om atferd (Shin & Hancer, 2016). Her kan det sees at de med

sterk opplevd atferdskontroll har en større intensjon om kjøp av lokal mat i et studie som omhandlet hvordan respondentene stilte seg til kjøp av lokale varer (Shin & Hancer, 2016). Eksempelet tar for seg kjøp av mat, men det er likevel nærliggende å anta at samme korrelasjon vil kunne sees med hensyn til økoturisme.

Videre kan en se til et studie som redegjør ulike årsaker til at personer ikke opptrer bærekraftig (Lin & Huang, 2012). Ved å sette resultatene av studiet i et atferdskontrollperspektiv vil en kunne se at over halvparten av respondentene manglet kunnskap om knytte til bærekraft om produktene de kjøpte (Lin & Huang, 2012). Dette kan videre sees i at en svært vesentlig andel av respondentene frasto fra å kjøpe miljøvennlige varer, grunnet manglende kunnskap (Lin & Huang, 2012). Denne manglende kunnskapen betyr ikke nødvendigvis lav interesse, av respondentene var det stor interesse for å opptrer bærekraftig, men lav kunnskap knyttet til utførelsen (Lin & Huang, 2012).

Resultatene viser en effekt av manglende opplevd atferdskontroll, hvor en stor andel ikke har kunnskap, kjennskap eller kontroll nok til å fatte bærekraftige beslutninger. Dersom en ser dette i lys av atferdsteorien, vil en se at ettersom beslutningene en fatter påvirkes av hva en anser som oppnåelig, vil det være naturlig å tenke at bærekraftige valg i nevnte scenario faller bort (Ajzen, 1991). Dette gjelder da en gjerne opplever at en heller har større kontroll over forbruk av andre varer og tjenester.

I samsvar med manglende kunnskap, kan en også se tidligere erfaring. Her viser et nærliggende studie som omhandlet bærekraft i hotellindustrien at et en god andel, med 30,1% av deres respondenter at de ikke hadde kjennskap til å svare på om de tidligere hadde erfaring med bærekraftige hotell (Han et al., 2011). Videre oppga over halvparten at de ikke hadde en tidligere erfaring med dette, og kun 13,7% oppga at dette var de familiære med fenomenet (Han et al., 2011).

Overbevisninger om hvordan en skal opptre, og subjektiv norm og atferdskontroll utgjør i denne settingen den reisendes forbrukeransvar. Forbrukeransvar er som tidligere skrevet definert som det bevisste valget en tar om beslutninger (Devinney et al., 2006) Videre påvirker de tre driverne en intensjon.

2.4.5 Intensjon om deltagelse økoturisme

Ovenfor er en rekke ulike faktorer for intensjon om deltagelse i økoturisme presentert. De fleste av disse er knyttet til holdninger eller overbevisninger. Her er da viktig å påpeke at selv om overbevisninger fører til holdninger, som igjen leder til intensjon og deretter atferd, er det mer komplekst enn slik enkel fremvisning (Choen et al., 2014). Først og fremst påvirker hver av faktorene hverandre, deretter er det ens egen evaluering og avveining som er styrende (Choen et al., 2014).

Avhandlingen vektlegger en intensjon om økoturisme, men vil også presentere resultater som omhandler interesse av økoturisme. Dette begrunnes i at litteraturgjennomgangen viste at intensjon og interesse i stor grad omfattet flere av de samme elementene.

Disse avveiningene er individuelle og påvirkes derfor også av ens egen interesse for å opptre bærekraftig. Interesse og intensjon måler i min oppgave det samme. Hvorvidt turister eller forbrukere opptre bærekraftig eller med hensikt om å minimere avtrykk har sammenheng med deres forståelse av egne handlinger (Taufique & Vaithianathan, 2018). Her kan en da se at personer som føler at deres handlinger har en betydning for miljøet, altså mestringstro, vil være mer innstilt for bærekraftig atferd (Taufique & Vaithianathan, 2018). Videre kan en deretter se at opplevelsen av forbrukeransvar positivt korrelerer med intensjoner om bærekraftig atferd (Chiu et al., 2014).

Videre hva gjelder interesse av økoturisme kan en se at dette har en stor innvirkning på deltagelse i økoturisme (Juric et al., 2002). Dette kan en eksempelvis se igjen i et studiet hvor det ble benyttet og utviklet skala for å måle interessen av økoturisme (Juric et al., 2002). Skalaen tok for seg en rekke ulike økoturisme-elementer, blant annet nasjonalparker, tropisk natur, læring om stedet og graderte viktigheten av disse på en syv-punkts Likert-skala (Juric et al., 2002). Skalaen for interesse utgjorde i nevnte studie den avhengige variabelen og ble sett på via blant annet lange vandringer med og uten overnattinger, hvor resultatet viste at interesse var en svært god pådriver til deltagelse (Juric et al., 2002).

Dersom en igjen vektlegger interessen av bærekraft, kan dette i modellen om planlagt atferd, Ajzen (1991), plasseres innunder intensjon til atferden.

Intensjon om bærekraftig atferd på reise kan videre sees i sammenheng med hvordan turistene stiller seg til miljøvennlig atferd utenfor reise (Prud'homme & Raymond, 2013). Turister med en interesse av å opptre bærekraftig, vil vektlegge dette i deres reise, og i valg av hotell (Prud'homme & Raymond, 2013).

2.4.6 Påvirkningskanaler

Avhandlingen har atferdsteori i lys av økoturisme som hovedfokus, men vil også fokusere på ulike påvirkningskanaler i forhold til intensjon. Påvirkningskanalene med fokus i denne avhandlingen vil henholdsvis innebære sosiale medier, venner, familie, eksperter og nyheter.

Hva gjelder sosiale medier kan dette være en stor påvirkningskanal. Dette kan sees i at sosiale medier stadig benyttes til å dele bilder og oppdateringer, og i et bedriftsperspektiv eksempelvis erfaringer og produktanbefalinger. Hvor vidt en finner disse som relevante og troverdige vil avhenge av en rekke faktorer, blant annet hvem som publiserte det.

Eksempelvis kan en se at dersom produktanmeldelsen kommer fra et vedkommende en har et forhold til er det en større sannsynlighet for at dette vil føre til kundeengasjement og troverdighet (Kwahk & Kim, 2017). Nevnte eksempel er tatt med utgangspunkt i bruk av plattformer tilknyttet ulike elektroniske handelsider (Kwahk & Kim, 2017).

2.4.7 Demografi bærekraftig atferd

I dette underkapittelet vil demografien av hvem som opptre bærekraftig presenteres.

Hva gjelder hvem som faktisk opptre bærekraftig eller har et ønske om dette har tidligere studier funnet at kvinner er mer positivt innstilt til dette (Han et al., 2009; Laroche et al., 2001). Videre kan en se at tidligere studie også viser til at kvinner er betydelig mer betalingsvillige for bærekraftige produkter enn hva menn er (Laroche et al., 2001). Ettersom betalingsvilligheten i nevnte studie var påvirket av både hvorvidt en opplevde bærekraftig atferd som vanskelig eller som en ulempe og hvor alvorlig en ser miljøproblemer, er dette et interessant funn.

Videre er det også funnet positive korrelasjoner mellom kvinner og en generell holdning til bærekraftig atferd (Han et al., 2009). Utover dette fant studiet også at kvinner i større grad enn menn er mer villige til å snakke frem, betale mer for og oppsøke, i studiets tilfellet,

miljøvennlige hoteller (Han et al., 2009). Tilsvarende funn som finner kvinner mer engasjert i bærekraftig atferd kan også sees i flere studier. En økt betalingsvillighet for bærekraftige hoteller eksisterte også hos de eldre generasjoner.

Med andre ord viser de to presenterte studiene av kvinner en tendens til å være mer opptatt av miljøhensyn og da også deltar oftere i bærekraftige aktiviteter (Han et al., 2009; Laroche et al., 2001).

Dersom en likevel ser bort fra kjønnsaspektet kan en se en stor forskjell i intensjon basert på de som har oppsøkt destinasjonen tidligere og de som ikke har det (Han & Kim, 2010). Studiet til Han et al. viser til en sterk positiv korrelasjon mellom de som tidligere hadde oppsøkt et bærekraftig hotell og deres intensjon om å reise tilbake (Han & Kim, 2010). Korrelasjonen mellom intensjon og en reise tilbake til destinasjonen, ble sterkere etter antall besøk (Han & Kim, 2010). Her kan en da se at tidligere erfaringer gir en sterkere intensjon om å returnere til stedet. Disse tidligere erfaringene vil derfor med andre ord forme forbrukeratferden via opplevd atferdskontroll (Ajzen, 1991). Forklart med andre ord vil tidligere erfaringer gi en sterkere opplevd atferdskontroll, ettersom en allerede har erfaringer med atferden, og derfor vet hva som kreves og hva en kan forvente (Ajzen, 1991).

Påvirkningen positive tidligere erfaringer har på en intensjon om gjenkjøp eller gjenreise er gjeldende for mer enn bare hotell. Her kan en eksempelvis trekke frem studiet til Shin et al. som omhandlet kjøp av lokal mat, studiet var gjennomført med en videreutvikling i teorien om planlagt atferd, og fant en positiv korrelasjon mellom tidligere kjøp og intensjon (Shin & Hancer, 2016). Korrelasjonen viste at de respondentene som tidligere hadde handlet lokal mat og var fornøyd med denne opplevelsen hadde større intensjon om å handle lokal mat igjen (Shin & Hancer, 2016).

Deltagelse i økoturisme kan være variert, og innebære eksempelvis å oppsøke museum eller dra på fjellvandring. Disse ulike aktivitetene vil også kunne påvirkes av eksempelvis alder og kjønn. Dersom en legger lange vandringer i naturområder til grunn, er dette etter studiet til Juric et al. en aktivitet hvor de over 40 år har svært lav intensjon til deltagelse i (Juric et al., 2002). Lange fotturer er dermed en aktivitet som skaper større interesse for yngre turister, og har dalende interesse for aldersgruppene etter fylte 40 år (Juric et al., 2002). Dette er

interessante funn som vektlegger hvordan en intensjon om deltagelse i økoturisme varierer basert på, dette tilfellet alder.

3 Utvikling av hypoteser

Hva gjelder utvikling av hypoteser er de bygget på den presenterte teorien ovenfor. Videre i metodekapittelet som følger vil oppgavens variabler beskrives mer grundig, men her vil de kun presenteres med en hensikt å forklare hypotesene. De variablene som er utviklet er da bakgrunnsvariabler, holdning til bærekraft og økoturisme, interesse av økoturisme, atferdskontroll, subjektiv norm, generelle mellommenneskelig påvirkning i samfunnet, samt påvirkning fra andre personer og kanaler.

I dette kapittelet vil bakgrunnen for oppgaven presenteres. Kapittelet vil starte med en videre gjennomgang av avhandlingens forskningsspørsmål, før det vil bli gitt en kort presentasjon av økoturisme i Norge og internasjonalt.

3.1 Forskningsspørsmål

Hensikten med avhandlingen er å se hvilke faktorer som kan føre til en mer bærekraftig turisme. Etersom atferd er vanskelig faktor å måle vil avhandlingen heller måle intensjon. Dette begrunnes i at intensjon er en målbar variabel, og tidligere forskning har vist at en intensjon fører til atferd (Ajzen, 1991; Chiu et al., 2014; Lu et al., 2014).

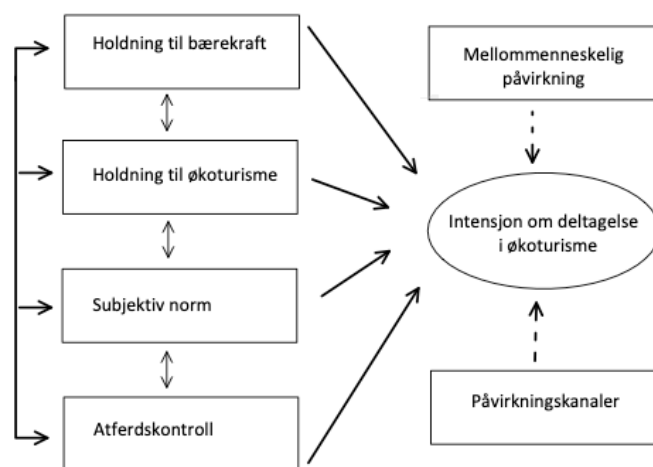
Avhandlingen vil derfor forsøke kartlegge de faktorene som påvirker en intensjon om deltagelse i økoturisme. Hovedteorien og bakgrunnen for formuleringen av forskningsspørsmålet er inspirert og videreutviklet av modell om planlagt atferd (Ajzen, 1991). Teorien om planlagt atferd vil presenteres i kapittel 3, teoretisk rammeverk.

Forskingsspørsmål er formulert på følgende måte: *«hvilke faktorer påvirker intensjon om deltagelse i økoturisme?»*.

Hovedfaktorene avhandlingen vil fokusere på er holdning knyttet til økoturisme, subjektiv norm og opplevd atferdskontroll, disse er med utgangspunkt i teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991). Intensjonen er å se hvordan disse påvirker en intensjon om deltagelse i økoturisme. Utover hovedfaktorene vil avhandlingen se på en faktor knyttet til påvirkning fra ulike kanaler, subjektiv norm og bakgrunnsvariabler.

3.2 Konseptuell modell

Avhandlingens konseptuelle modellen presentert under i «figur 1» er utviklet med utgangspunkt i teorien om planlagt atferd og inneholder tre bakgrunnsvariabler, fire uavhengige variabler, en avhengig variabel, og en uavhengig påvirker. Variablene i modellen vil grundigere gjennomgås i kapittel 5, metode, men presenteres her for å gi en forståelse av oppbyggingen og rammeverket i oppgaven. Modellen er bygget på hypoteser som vil presenteres i kapittel 4, og tar utgangspunkt i bakgrunnsvariabler som påvirker holdning, subjektiv norm og atferdskontroll, som igjen vil føre til en intensjon (Ajzen, 1991).



Figur 1 - Årsaks modell

Den første variabelen i modellen er holdning. Denne variabelen er delt inn i holdning til bærekraft og holdning til økoturisme, og antas å bli påvirket av bakgrunnsvariablene i tillegg til å påvirke en intensjon om deltagelse i økoturisme.

Neste uavhengige variabel er subjektiv norm. I samsvar med holdning, antas også subjektiv norm å påvirke en intensjon om deltagelse i økoturisme.

Nest siste uavhengige variabel i modellen er atferdskontroll. I likhet med de øvrige variablene antas også denne å påvirke en intensjon om deltagelse i økoturisme.

Utover dette kan en ut fra den konseptuelle modellen nedenfor se at hver variabel antas å påvirke hverandre. Dette er igjen et element en kan se i teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991).

Siste uavhengige variabel er en generell interesse av bærekraft og økoturisme.

3.3 Utvikling av hypoteser

I dette underkapittelet vil oppgavens hypoteser presenteres. Hypotesene er utviklet med hensyn til kapittel 2.4 tidligere forskning, og vil her kun redegjøres svært kort.

Bakgrunnsvariablene er knyttet til kjønn, alder, utdanning og yrkesstatus. Disse er utviklet for å danne ett bilde av hvordan bærekraftig interesse og vaner preger ulike grupper. Forskning har vist stor konsensus om at kvinner utgjør hovedgruppen for bærekraftig interesse (Han et al., 2009) (Laroche et al., 2001). På bakgrunn av dette er første generelle hypoteser formulert:

H1: Kvinner vil ha størst intensjon om økoturisme

Videre ble det i spørreskjemaet også spurt om en tidligere hadde reist til en økoturisme destinasjon. Her viser tidligere forskning en sterk positiv korrelasjon mellom tidligere reiser og intensjon om nye, tredje hypotese er derfor (Hultman et al., 2015):

H2: De som tidligere har deltatt på økoturisme har større intensjon om gjentakelse

Når det gjelder holdning til bærekraft har forskning her vist at de med en generell interesse av miljøansvar, og forståelse av alvoret i klimaendringer vil være mer positivt innstilt til å opptre bærekraftig (Taufique & Vaithianathan, 2018; Yue et al., 2020). Følgende hypotese er derfor utviklet:

H3: De med positiv holdning til bærekraft og økoturisme har større intensjon om deltagelse i økoturisme

Hva gjelder subjektiv norm er det stor empirisk enighet om at menneskelig atferd påvirkes av subjektiv norm (Ajzen, 1991; Chiu et al., 2014; Lam & Hsu, 2006)

H4: Forventning i samfunnet om bærekraftig og miljøbevisst atferd fører til en intensjon om deltagelse i økoturisme

Atferdskontroll viser til hvordan en opplever en handling, variabelen er bygget opp av tidligere erfaringer, kunnskap og oppfattelse (Ajzen, 1991). Atferdsteorien

H5: Økt opplevd atferdskontroll fører til større intensjon om deltagelse i økoturisme

4 Metode

I dette kapitlet vil oppgavens metode beskrives. Kapitlet starter med en presentasjon av valgt metode, deretter en utdypelse av forskningsspørsmål, før utformingen av spørreundersøkelsen presenteres, etterfulgt av konstruksjon av relevante variabler.

Avslutningsvis vil reliabilitet, validitet, samt personvern gjennomgås.

Valg av avhandlingens forskningsmetode har vært nøye vurdert, og gjennomføres ved en kvantitativ spørreundersøkelse.

4.1 Valg av forskningsdesign

Avhandlingen vil bestå av en spørreundersøkelse på et utvalg. Med dette innebærer et strukturert spørreskjema sendt til og delt med et vilkårlig antall respondenter. I dette delkapittel vil forskningsspørsmål, design og strategi presenteres.

Et forskningsdesign er gjerne eksplorativt, deskriptivt eller kausalt, avhengig av hensikten med forskningen. Avhandlingens problemstilling vil derfor legge føringer for hvilken strategi, i tillegg til hvilket design som legges til grunn.

De ulike artiklene er dypere gjennomgått i teorikapitlet, men inneholder ulike interessante vinklinger med henhold til økoturisme. Blant annet viser tidligere studie flere ulike motivasjonsaspekt knyttet til hvor fornøyde økoturister er med deres reise eller opplevelse, i til deres lojalitet til stedet eller tilbyderen (Carvacge-Franco et al., 2022). Andre artikler viser derimot på sin side innsikt i ulike årsakssammenhenger for bærekraftig interesse og utførelse i økoturisme (Chiu et al., 2014).

På bakgrunn av artiklene presentert ble følgende forskningsspørsmål utformet for avhandlingen: *«hvilke faktorer påvirker intensjon om deltagelse i økoturisme?»*

Bakgrunnen for denne problemstillingen er ett ønske om å kartlegge hvilke faktorer som fører til en intensjon om å delta eller engasjere seg i økoturistiske aktiviteter eller økoturisme generelt. Hensikten er å ha den grunnleggende atferdsteorien som utgangspunkt for å finne mer spesifikke faktorer for atferd knyttet opp mot deltagelse i økoturisme.

Som det fremgår av problemstillingen er denne relativ åpen, og søker en beskrivelse mellom ulike faktorer og intensjon. Dersom en går tilbake til hva gjelder avhandlingens design kan en da se at dette er deskriptivt. Et deskriptivt design kan kjennetegnes ved at en ønsker å finne sannsynlige årsaker og beskrivelser til gitte forhold, altså ha en rekke uavhengige variabler som forklarer en avhengig variabel (Bell et al., 2019).

4.2 Valg av metode

For denne avhandlingen vil metoden være en kvantitativ undersøkelse, utført med en nettbasert spørreundersøkelse. Valget av å gjennomføre en kvantitativ undersøkelse er nøye drøftet, og datainnsamlingen var lenge tiltenkt gjennomført ved bruk av kvalitative dybdeintervjuer. Hovedskillet mellom en kvalitativ eller kvantitativ tilnærming, er ofte den type data en samler inn. Kvalitativ metode innebærer ofte skriftlig formulerte data og et induktivt syn på forskningen (Bell et al., 2019). Dette til motsetning av en kvantitativ metode som gjerne er deduktiv, i tillegg til å ha nummer baserte data (Bell et al., 2019).

En kvalitativ undersøkelse og kvantitative undersøkelser stiller en rekke ulike krav til hva en i slik undersøkelse bør inneholde samt hvordan de best skal utføres med hensyn til validitet og reliabilitet (Bell et al., 2019). Etter arbeidet med forprosjektet, var tiltenkt datainnsamlingsmetode delvis strukturerte kvalitative dybdeintervjuer. En slik datainnsamlingsmetode ble likevel ikke ansett som aktuell for avhandlingen da det ble fattet en beslutning om å se på økoturisme fra et forbrukerperspektiv og ikke fra tilbyder eller bedrift. På bakgrunn av dette ble det derfor tatt en beslutning om at en kvantitativ metode ville være mer hensiktsmessig for bedre å nå ønsket populasjon og få tilgang til mer data.

Den kvantitative undersøkelsen ble gjennomført med en spørreundersøkelse på en utvalg.

4.3 Datainnsamling

Avhandlingen vil utelukkende benytte primærdata i analysen, og krever derfor en datainnsamling.

Segmentering av populasjon og utvalg gjøres ved tilfeldig utvalg (Bell et al., 2019). Dette tilfeldige utvalget vil nåes ved en såkalt bekvemmelighet segmentering, hvor forskningen

foregår på det utvalget som ansees som enklest å nå ut til (Bell et al., 2019). I dette tilfellet vil dette være en nettbasert undersøkelse. Spørreskjemaet vil deles på ulike plattformer ved en nettlénke, med den hensikt om å nå et bredest mulig utvalg, slik at det skaffes validitet i dataene.

Denne metoden for fastsettelse av utvalg kan potensielt føre til bias i de tilfeller hvor en overvekt av de med like demografiske forutsetninger avgir svar eller tilsvarende hvor svarende totalt sett er lite varierte (Bell et al., 2019). I slike tilfeller med overveiende likhet i svar eller demografi vil det være vanskelig å generalisere svarene (Bell et al., 2019). Hvorvidt denne bias faktisk forekommer vil en ikke se før ved analysen, men det er likevel viktig å trekke frem potensielle svakheter ved utvalgsmetoden. Bias vil gjennomgå ytterligere i kapitlet om analyse.

4.3.1 Snøballeffekt

Metoden for datainnsamlingen ble via den såkalte snøballeffekten. Dette er en metode som stadig når ut til flere potensielle respondenter. For å få denne prosessen startet ble en lenke til spørreundersøkelsen sendt ut med en oppfordring om videre deling. Utover dette ble også lenken publisert og delt på ulike plattformer.

Hensikten med å benytte en slik datainnsamlingsmetode var å kunne nå ut til en større mengde mennesker, enn hva som ville vært mulig med kun deling til egent nettverk. Ettersom spørreundersøkelsen stadig vil deles er hensikten også at dette vil nå et videre og mer representativt utvalg. Snøballeffekten kan derfor potensielt være en god metode for datainnsamlingen.

4.4 Utvikling av spørreundersøkelse

I dette underkapitlet vil det redegjøres for utviklingen av spørreundersøkelsen. Spørreskjemaet følger som vedlegg 9.1.

En spørreundersøkelse vil i denne avhandling utgjøre et fler valg spørreskjema med låste svarverdier. Det var da ingen mulighet for utfyllende tekstsvaer (Bell et al., 2019). Dette kan også begrunnes med at undersøkelsen er kvantitativ og dermed krever at svarene kan vektas

på en nummerskala (Bell et al., 2019). Benyttelse av en nummerert skala hadde ikke vært gjennomførbart dersom spørreskjemaet åpnet for mulighet til tekstsvar (Bell et al., 2019).

Nummerskalaen for svarsalternativene for variablene baseres på en «Likert-skala». En Likertskala er en veletablert måleskala for forskning, hvor graderingene kan variere fra tre til syv parameter (Ringdal, 2016). Basert på lesning av tilsvarende undersøkelser, vil en syv-punkts Likert-skala benyttes for denne avhandlingen. Valget underbygges i tidligere studier som henholdsvis undersøkte forutsigbare intensjoner i valg av reisemål og påvirkningen av materialisme i økoturisme (Lam & Hsu, 2006; Lu et al., 2014). En syv-punkts Likert-skala ansees derfor som et solid måleverktøy for undersøkelsen.

Avslutningsvis var det et fokus på å opprettholde et enkelt språk gjennom hele skjemaet. For å opprettholde dette ble blant annet begrepet økoturisme definert i innledningen av spørreundersøkelsen. Videre ble begrepene atferdskontroll, subjektiv norm og mellommenneskelig påvirkning endret til henholdsvis, egen opplevelse av økoturisme og generelle påvirkningsfaktorer i samfunnet.

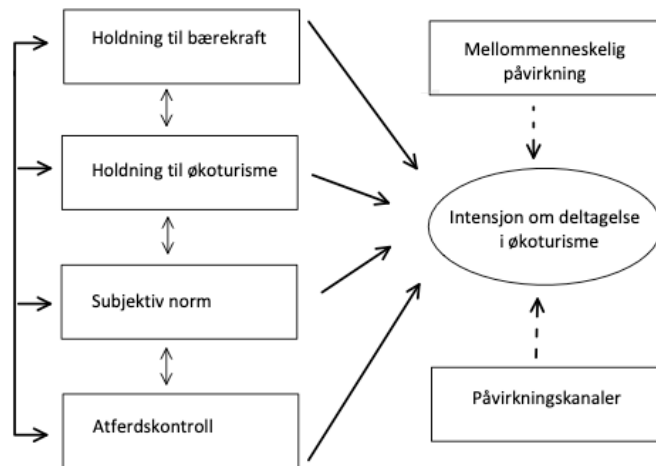
4.5 Utvikling av variabler

I dette underkapittelet redegjøres for utviklingen av variablene.

Konstruksjonen av variablene er viktige med hensyn til hvilke data en ønsker å samle inn. I denne avhandlingen vil datasettet bestå av en avhengig variabel, fem uavhengige variabler samt tre demografiske variabler.

Alle variablene er konstruert med utgangspunkt i problemstillingen: «*hvilke faktorer påvirker intensjon om deltagelse i økoturisme?*». Her kan en da se at årsaksfaktorene utgjør de uavhengige variablene, mens deltagelse i danner bakgrunnen for den avhengige variabelen.

De uavhengige variablene, holdning til bærekraft, holdning til økoturisme, subjektiv norm og atferdskontroll, er utformet på bakgrunn av hypotesen om at disse påvirker intensjonen om å delta i økoturistiske aktiviteter, opplevelser og reiser. De demografiske variablene, eller bakgrunnsvariablene er på sin side utformet for å danne en større forståelse av dataene i forhold til demografi.



Figur 2 - Årsaks modell

4.5.1 Intensjon om deltagelse i økoturisme

Den avhengige variabelen i denne avhandlingen er intensjon og vil måles i den oppgitte Likert-skalaen. Med andre ord vil respondentenes svar på skalaen fra en til syv indikere intensjonsnivået i forhold til økoturisme.

Intensjon er i denne sammenheng avhengig variabel, og den faktoren avhandlingen ønsker å finne de bakenforliggende årsakene til. Utover dette, i en større sammenheng, kan intensjon sees som en indikator på atferd (Ajzen, 1991; Ringdal, 2016). Dette er basert på teorien om planlagt atferd, hvor intensjon fører til faktisk utført handling (Ajzen, 1991). Intensjon som avhengig variabel finner også støtte i tidligere studie (Ajzen, 1991; Lam & Hsu, 2006).

Definisjon av parameterne for intensjon

Variabelen intensjon om økoturisme er avhandlingens avhengige variabel. Skalaen for intensjon måler potensiell fremtidig deltagelse i økoturisme. Skalaen er bestående av fire parameter som utgjør intensjonen om økoturisme. Skalaen utgjør i denne avhandling parameter tilknyttet generell interesse om økoturisme, sannsynligheten for fremtidig deltagelse, intensjon om fremtidig deltagelse og hvorvidt en tror økoturisme ville vært givende (Chiu et al., 2014; Hultman et al., 2015). Parameterne er utviklet med bakgrunn i tidligere etablerte skalaer fra tilsvarende relevante studier, og tilpasset slik avhandlingens formål (Chiu et al., 2014; Hultman et al., 2015).

Parameterne ble målt på en syv-punkts -Likert skala med henholdvis «i ingen grad», «i svært liten grad», «i noen grad». «nøytralt», «i stor grad», «i svært stor grad» og «helt enig».

Intensjon om økoturisme
Jeg finner økoturisme interessant
Det er sannsynlig at jeg vil oppsøke en økoturisme destinasjon i fremtiden
jeg har en intensjon om å oppsøke økoturisme-destinasjoner i framtiden
Jeg tror at å besøke en økoturisme destinasjon ville være givende

Tabell 2 - Skala for intensjon

4.5.2 Påvirkningsfaktorer til deltagelse i økoturisme

De uavhengige variablene er utviklet med hensikt av å skaffe oversikt over bakenforliggende faktorer til deltagelse i økoturisme, eller det å oppsøke økoturistiske steder og attraksjoner. Samtlige av de uavhengige variablene antas å positivt korrelere med den avhengige variabelen, intensjon.

Hver variabel følger en 7-punkts Likert-skala, og inneholder fire ulike parameter. Parameterne er med på å avgjøre hvilken relasjon de uavhengige variablene har på den avhengige variabelen intensjon (Bell et al., 2019). Ettersom Likert-skalaen er gradert på 7-punkter er det tre graderinger over og under midtpunktet. Gradering en til tre er følgende: «i ingen grad», «i svært liten grad», «i noen grad». Deretter følger midtpunktet «nøytralt», etterfulgt av «i stor grad», «i svært stor grad» og «helt enig»

Definisjon av parameter for holdning til bærekraft

Den uavhengige variabelen «holdning til økoturisme» bygger på teorien om planlagt atferd, hvor holdninger er et element som fører til intensjon (Ajzen, 1991). Parameter en og to er utarbeidet med bakgrunn i variabelen «miljøansvarlig oppførsel» (Chiu et al., 2014). Fra denne variabelen ble parameterne om lokalt bidrag og minimalt avtrykk på feriestedet, utarbeidet (Chiu et al., 2014). Utover dette er parameter nummer to og fire utarbeidet med bakgrunn i variabelen «holdning til økoturisme» og «interesse av økoturisme» (Lu et al.,

2014). Nest siste parameter omhandler respondentens ønske av å lære om kultur, klima og miljø på reise.

Parameterne er som følgende: «det å opptre bærekraftig er for mye jobb», etterfulgt av «det å opptre bærekraftig er viktig for å bevare naturen». Det tredje parameterer som ble benyttet er «Jeg bekymrer meg ikke for miljøproblemer da det er for langt frem i tid» og avslutningsvis «Jeg opplever at aktører i reiselivet er opptatt av å opptre bærekraftig».

Definisjon av parameter for holdning til økoturisme

Denne variabelen er utviklet for å fange opp flere av prinsippene til økoturisme, i tillegg til å fange opp den generelle holdningen respondentene har til reise. Variabelen er utviklet med bakgrunn i «interesse for økoturisme» i artikkelen til Lu et al., (Lu et al., 2014) . Variabelen tar for seg ulike attributter respondenten vektlegger i forhold til omgivelsene i reisen (Lu et al., 2014).

Parameterne omhandler forhold til bærekraft generelt i tillegg til på reise, samt hvorvidt en anser økoturisme som en attraktiv reisemåte for en selv. Hensikten med variabelen er å kartlegge respondentenes generelle holdning til økoturisme og bærekraft, via parameter som også fanger opp prinsippene for økoturisme. Dette gjelder da spesifikt prinsippene som omhandler det å positivt bidrag til lokalsamfunnet, samt prinsippet om at reisen skal ha minimalt med avtrykk på omgivelsene (HANEN).

Parameterne som er benyttet er: «på reise er jeg opptatt av å handle lokalt og benytte lokale tjenester», deretter er andre parameterer «på reise er jeg opptatt av å ikke ha negativ innvirkning på kultur og miljø». Videre var tredje parameter «på reise er jeg opptatt av å lære om lokalsamfunnet, klima og miljøet til stedet jeg besøket». Det fjerde og siste parameter er følgende: «jeg tror at å oppsøke en økoturisme-attraksjon eller destinasjon ville vært givende».

Definisjon av parameter for subjektiv norm

For subjektiv norm ble denne målt med to variabler, mellommenneskelig atferd og subjektiv norm, hvor mellommenneskelig atferd indikerer mellommenneskelig atferd, som er en

normativ overbevisning, og da bakenforliggende årsak til subjektiv norm (Ajzen, 1991; Bearden et al., 1989).

Variabelen subjektiv norm er utviklet med utgangspunkt i teorien om planlagt atferd, hvor samfunnets forventning påvirker intensjon og atferd (Ajzen, 1991). De tre første parameterne til denne variabelen er utviklet med bakgrunn i fra Lam og Hsu (2006). I studiet kartlegges subjektiv norm spesifikt knyttet til reise til Hong Kong, for denne variabelen er dette da tilpasset økoturisme (Lam & Hsu, 2006).

Parameteren som inngår i subjektiv norm er som følgende: «det er en forventning i samfunnet om å vektlegge bærekraft på reise», etterfulgt av «det er en forventning i samfunnet om å reise til steder som vektlegger bærekraft». Videre er tredje parameter for subjektiv norm: «de rundt meg ville ha vært positivt innstilte til min økoturisme-reise», deretter fjerde og siste parameter: «samfunnets forventning om bærekraft får meg til å ville opptre mer miljøbevisst».

Det siste parametere tilknyttet denne variabel er også med utgangspunkt og inspirasjon fra ovennevnte artikkel. Dette parametere går på hvorvidt en faktisk føler at samfunnets normer og forventninger påvirker ens egne handlinger.

Definisjon av parameter for mellommenneskelig atferd i samfunnet

Denne variabelen kan også sees som en del av subjektiv norm, og er utviklet med bakgrunn i variablene til Bearden, Netemeyer og Teel (1989), fra deres studie som omhandlet normativ mellommenneskelig påvirkning med hensyn til bærekraftig atferd (Bearden et al., 1989). Parameterne i denne variabelen er knyttet til hvordan en lar seg påvirke i gitte scenarier.

Parameterne i denne variabelen er som følgende: «jeg kjøper sjeldent en vare eller tjeneste hvis ikke mine venner liker det», deretter for parameter to «når jeg handler en vare eller tjeneste velger jeg ofte det jeg tror de rundt meg vil like». Det tredje parameter er: «jeg liker å vite hvilke merker og tjenester som har godt rykte», og siste «jeg føler en tilhørighet ved å gjøre samme valg som andre også velger».

Definisjon av parameter for atferdskontroll

Begrepet atferdskontroll ble endret til «egen opplevelse av økoturisme» i spørreskjemaet, for å sikre lett språkbruk. Med dette menes at selve overskriften til parameterne ble endret for å skape et enklere språk. Den uavhengige variabelen atferdskontroll finnes også i teorien om planlagt atferd, og omhandler hvorvidt respondentene anser handlingen, i dette tilfelle økoturismereisen som enkel å gjennomføre (Ajzen, 1991). Atferdskontroll påvirkes av erfaringer og egne forventninger (Ajzen, 1991). I spørreskjemaet ble derfor spørsmålene formulert relativt åpne for å fange opp dersom noen har erfaringer med økoturisme, uten å låse til at en må ha slike erfaringer.

Parameterne benyttet for atferdskontroll er basert på variabelen «atferdskontroll» i artikkelen av Lam og Hsu (2006), hvor det studeres opplevd atferdskontroll i forbindelse med reise til Hong Kong (Lam & Hsu, 2006). Parameterne er også her tilpasset økoturisme, og er som følgende: «jeg opplever at jeg enkelt kunne oppsøkt økoturisme-attraksjoner», «jeg opplever å ha forutsetninger for å oppsøke økoturisme attraksjoner/destinasjoner», og tredje parameter «jeg opplever å ha kjennskap nok til å planlegge og gjennomføre en slik reise». Siste parameter er som følgende: «jeg opplever å ha kunnskap om økoturisme-destinasjoner/attraksjoner».

Det siste parameter er også utviklet med bakgrunn i ovennevnte artikkel, men er noe mer generell. De foregående parameterne omhandler hvorvidt en opplever å vite nok om økoturisme til å aktivt oppsøke, delta og planlegge en slik tur. Det siste parameterer omhandler derimot hvorvidt respondenten har generell kunnskap knyttet til økoturisme og økoturisme attraksjoner.

Påvirkningskanaler

Denne variabelen er utviklet for å se hva eller hvem som bærer mest påvirkningskraft for den enkelte. Intensjonen er å få en generell forståelse av i hvilken grad de ulike elementene påvirker individer før de skal velge varer og eller tjenester. Baktanken med dette er at informasjonen vil kunne gi innblikk i hvem en påvirkes av, som vil være nyttig både med tanke på trender, men også videre markedsføring av økoturisme.

Variabelen tar utgangspunkt i en påstand, formulert på følgende måte «jeg lar meg påvirke av følgende elementer når jeg skal velge en vare eller tjeneste». Elementene i gitte påstand er som følgende: nyheter, venner, sosiale medier, eksperter og familie når en skal gå til innkjøp av en ny vare eller tjeneste.

Ettersom denne variabelen er formulert som en påstand med utgangspunkt i ulike påvirkningskanaler er den utviklet basert på egen kunnskap og interesse, og ikke hentet med inspirasjon i annet studie.

4.5.3 Bakgrunnsvariabler

Disse variablene er valgt til for å kunne se om det er noen trender, eller noen grupper som skiller seg ut av respondentene. I tillegg til å få en bedre forståelse av hvem som har svart, i forhold til hvilke grupper som er mest positive knyttet til økoturisme.

Hensikten med de tre bakgrunnsvariablene, kjønn, alder og utdanning, er å kunne se om det er visse grupper som skiller seg ut, i tillegg til å se om studiet samsvarer med funn av i andre artikler. Utover dette er bakgrunnsvariablene tiltenkt å være en påvirkende faktor til hver av variablene i modellen.

De demografiske variablene for undersøkelsen vil være: alder, kjønn, utdanning samt yrkesstatus. For alder vil parameterne være under til og med 15 år, 16-25 år og deretter i en skala på ti oppover til 65 år, hvor siste avkrysningsmulighet er over 65 år.

For variabelen kjønn var det tre alternativer, hvor henholdsvis kvinne, mann og «ønsker ikke oppgi». Videre i de demografiske variablene blir det spurt om hvilken utdanning respondentene har. Alternativene her er grunnskole, videregående skole, 1-3 år på universitet/høyskole, over 4 år på universitet/høyskole samt etterutdanning/videreutdanning.

4.6 Reliabilitet og validitet i datainnsamlingen

Hva gjelder validitet i variablene og parameterne, omhandler dette hvorvidt spørsmålene faktisk måler det som var hensikten med spørsmålet (Bell et al., 2019). Parameteren er nevnt utviklet basert på fire grunnartikler, ettersom disse er velutviklet og benyttet i andre undersøkelser ansees de etter dette kriteriet som valid. En annen måte å sikre validitet på er å

benytte samme skala på hver variabel (Bell et al., 2019). Alle variablene unntatt de demografiske, benytter seg av samme skala, og ansees derfor som valide etter dette kriteriet.

Videre vil også hvorvidt undersøkelsen lar seg gjenskape, påvirke den totale reliabiliteten og validiteten (Bell et al., 2019). På bakgrunn av dette vil derfor stegene i datainnsamlingen forklares så nøye og konkret som mulig.

4.7 Anonymitet og personvern i undersøkelsen

Før spørreundersøkelsen og intervjuguiden ble produsert, ble reglene for datainnsamling i henhold til Norsk senter for forskningsdata, også kjent som NSD, gjennomgått. Personvern er svært viktig og enhver datainnsamling som samler personopplysninger eller identifiserbare opplysninger er meldepliktig.

I datainnsamling ble det ikke samlet inn personopplysninger, og ble gjennomført i tjenesten Nettskjema. Nettskjema tilater anonym datainnsamling, hvor det ikke innhentes personopplysninger eller knyttes IP-adresser til dataene (Universitetet i Oslo, 2021). På bakgrunn av dette er undersøkelsen ikke meldt inn til NSD, da det ikke vil være identifiserbare elementer ved gjennomførelsen av undersøkelsen. Utover dette var spørsmålene nøye formulert slik at disse ikke kunne gi identifiserbare opplysninger. Her kan det også nevnes at spørreskjemaet ikke spurte etter identifikasjoner som e-post, fødselsdato eller tilsvarende.

Utover dette ble spørreundersøkelsen utformet i henhold til de rådene og retningslinjene oppført for anonymitet oppgitt av NSD og UIO som er tilbyder av Nettskjema. Dette innebar blant annet å ikke mulighet for åpne svar, men kun ha allerede fastsatte svaralternativer.

5 Analyse

I dette kapittelet vil oppgavens empiriske materiale presenteres. Kapittelet vil starte med en presentasjon av avhandlingens variabler, etterfulgt av deskriptiv statistikk. Avslutningsvis i kapittelet vil det gjennomgå en datainspeksjon før dataanalysene presenteres. All dataanalyse har foregått i verktøyet SPSS.

5.1 Variablene i datasettet

Datasettet består av en rekke variabler, de tre uavhengige variablene, den avhengige variabelen og bakgrunnsvariablene.

De demografiske variablene for undersøkelsen vil være: alder, kjønn, utdanning og yrkesstatus. Disse variablene er også kjent som kvalitative variabler. For alder vil parameterne være under til og med 15 år, 16-26 år og deretter i en skala på ti oppover til 65 år, hvor siste avkrysningsmulighet er over 65 år. I datasettet vil parameterne vektes fra 1 til 6 ettersom ingen respondenter falt innenfor kategorien under 15 år.

Variabelen kjønn vil vektes på en skala fra en til tre, hvor henholdsvis kvinne får tallverdien 1, mann verdien 2 og «ønsker ikke oppgi» får verdien 3.

Videre i de demografiske variablene blir det spurt om hvilken utdanning respondentene har. Alternativene her er grunnskole (3), videregående skole (5), 1-3 år på universitet/høyskole (1), over 4 år på universitet/høyskole (4), etterutdanning/videreutdanning (4). Disse vil henholdsvis vektes fra 1 til 5, hvor vektingen er fremstått i parentes etter variabelen. Bakgrunnen for denne vektingen er basert på alfabetisk rekkefølge. Manglende data får vektingen (6).

Vektingen for tidligere oppsøkt økoturisme attraksjoner eller destinasjoner vektes med ja (1), nei (2) og usikker (3).

Vektingen for yrkesstatus er som følgende, arbeidsledig (1), arbeidssøkende (2), i arbeid (3), ønsker ikke oppgi (4), pensjonist (5) og student (6). Manglende data får vektingen (7).

Den siste vektingen i datasettet er i forhold til Likert-skalaen. Skalaen vektet etter «i ingen grad» (1), «i svært liten grad» (2), «i noen grad» (3), «nøytral» (4) «i stor grad» (5), «i svært stor grad» (6) og «helt enig». I tillegg ble (8) benyttet for manglende data.

Videre kan det nevnes at variabelnavnene i SPSS ble navngitt etter overskriften i spørreskjemaet. Det vil si at variabelen «Bærekraft 1-4» utgjør holdning til bærekraft, «Øko1-4» utgjør holdning til økoturisme. Videre fremgår subjektiv norm av «SosialeFaktorer1-4», og «påvirkningsfaktor 1-4» utgjør mellommenneskelig atferd. Avslutningsvis utgjør «Atferd1-4» opplevd atferdskontroll.

5.2 Deskriptiv statistikk

Avhandlingens utvalg vil i dette underkapittel presenteres. Her vil respondentenes demografiske faktorer bli presentert for å skape en profil av hvem respondentene er. Presentasjonen vil starte med en gjennomgang av respondentenes kjønnsfordeling, etterfulgt av deres alder, deretter deres utdanningsnivå og nåværende yrkesstatus. Avslutningsvis vil det presenteres en oversikt over hvem som tidligere har deltatt i økoturisme.

Spørreskjemaet fikk totalt 165 respondenter, av disse var 106 kvinner, 58 menn samt en respondent som ikke ønsket oppgi kjønn. Videre kan en se at den største andelen av respondentene befant seg i aldersgruppen 36-45år, med 69 respondenter. De øvrige av respondentene er, som det fremgår av «figur 4», nedenfor relativt jevnt fordelt i de ulike aldersgruppene. Her kan man likevel se et unntak i gruppen for over 65 år, som hadde kun 4 respondenter. Det samme kan sees i gruppen for under 15år, ingen av respondentene falt under denne kategorien og den er derfor ikke tatt med i fremvisningen under.

		Alder	
		Frequency	Percent
Valid	16-25 år	19	11.5
	26-35 år	31	18.8
	36-45 år	69	41.8
	46-55 år	23	13.9
	56-65 år	19	11.5
	Over 65 år	4	2.4
	Total	165	100.0

Tabell 3 - Fordeling av alder blant respondentene

Dersom en videre skal se på respondentenes utdanningsnivå, fremvist i «figur 5», var de relativt jevnt fordelt mellom de tre kategoriene, «1-3 år på universitet/høyskole», «over 4 år på universitet/høyskole» og «videregående skole». Her utgjorde henholdsvis ett til tre år på universitet/høyskole 55 respondenter, 56 respondenter med mer enn fire år på universitet eller høyskole, og 47 respondenter med videregående som deres utdanningsnivå. I denne fremvisningen er det viktig å bemerke at en respondent ikke svarte på spørsmålet, og det foreligger da et manglende resultat på spørsmål om utdanningsnivå. Manglende verdi hadde i datasettet koden «6», og fremgår derfor som dette i figuren nedenfor.

		Utdanningsnivå	
		Frequency	Percent
Valid	1-3 år på Universitet/ Høyskole	55	33.3
	Etterutdanning/ vidreutdanning	3	1.8
	Grunnskole	3	1.8
	Over 4 år på Universitet/ Høyskole	56	33.9
	Videregående skole	47	28.5
	Total	164	99.4
Missing	6	1	.6
Total		165	100.0

Tabell 4 - Fordeling av utdanningsnivå blant respondentene

Hva gjelder respondentenes yrkesstatus oppga 80%, som utgjorde 132 respondenter at de var i arbeid. Denne gruppen utgjør da en betydelig andel av respondentene. Videre utgjorde den nest største gruppen, studenter, kun 16 respondenter. Dette vil si at 148 av totalt 165 respondenter var enten i arbeid eller student. De øvrige alternativene oppnådde derfor en

svært lav verdi, men det er likevel viktig å trekke frem at to respondenter utelot å svare, dette ble vektet med tallkoden «7» i datasettet.

		Yrkesstatus	
		Frequency	Percent
Valid	Arbeidsledig	1	.6
	Arbeidssøkende	3	1.8
	I arbeid	132	80.0
	Ønsker ikke oppgi	5	3.0
	Pensjonist	6	3.6
	Student	16	9.7
	Total	163	98.8
Missing	7	2	1.2
Total		165	100.0

Tabell 5 - Fordeling av yrkesstatus blant respondentene

På spørsmålet om respondentene tidligere hadde oppsøkt en økoturisme destinasjon eller attraksjon tidligere, svarte omlag halvparten, med 49.7%, at dette var noe de ikke hadde gjort. De som ikke hadde deltatt på økoturisme før var da bestående av 82 respondenter, videre opplyste 53 respondenter at de var usikre, dette utgjorde 32.1% og kun 30 respondenter, 18,2% svarte ja på spørsmålet.

5.3 Datainspeksjon

I dette underkapittelet vil resultatene av dataanalysene presenteres, dette vil først starte med en beregning av variablenes konvergente validitet, deretter divergent validitet for så å beregne korrelasjonene i datasettet.

5.3.1 Validitet og reliabilitet

Avhandlingen følger et deskriptivt design, dette er en faktor som er med på å påvirke reliabilitet og validitet i datainnsamlingen.

En faktor for å forsterke reliabiliteten ved datainnsamlingen er stabilitet i variablene som velges (Bell et al., 2019). Med stabilitet menes hvorvidt det er forventet store eller små endringer i variablene over tid (Bell et al., 2019). Med andre ord i dette tilfellet hvorvidt de uavhengige variablene vil endres stort over tid. De uavhengige variablene tar alle utgangspunkt i Ajzen (1991) sin teori om planlagt atferd som har fremstilt grunnleggende elementer for pådrivere til atferd. Variablene sees derfor som stabile, og derfor reliable i denne setting.

Datasettet hadde noen manglende data, dette utgjorde ikke store antall, men en kan i retrospekt anslå at en muligens kunne ha oppnådd større validitet dersom svarene ble gjort obligatorisk å krysse av på. Videre kan en også i retrospekt se at bakgrunnsvariabelen yrkesstatus kun fanger en yrkesstatus, og utelukker derfor tilfeller som eksempelvis student og i arbeid.

Variablenes validitet og reliabilitet er gjennomgått ovenfor i kapittel Her ble måleparameterne for de tre uavhengige variablene, holdning, subjektiv norm og atferdskontroll samt den avhengige variabelen intensjon om økoturisme beregnet som reliable og valide.

Videre med hensyn til bias kan avhandlingens Likert-skala nevnes. Likert-skalaen er gradert på 7-punkter med graderingene «i ingen grad», «i svært liten grad», «i noen grad», «nøytralt», etterfulgt av «i stor grad», «i svært stor grad» og «helt enig». Bias knyttet til Likert-skalaen er i forhold til ordvalg. Her er det mulig å se at visse graderinger kunne vært formulert på en annen måte for å vise tydeligere skille mellom disse.

5.3.2 Konvergent validitet

For å teste at parameterne i datasettet målte variabelen de var satt til å måle ble det gjennomført en faktoranalyse av hver variabel. En slik analyse viser variablenes konvergente validitet (Sørebø, 2021). Faktoranalysen ble gjennomført med «maximum likelihood» metoden og «direct oblimin» for alle variablene, med en ladning på minimum 0.3 (Sørebø, 2021).

Holdning til bærekraft og holdning til økoturisme

Etter gjennomført datainnsamling og videre behandling av teori ble det sett på som hensiktsmessig å plassere variablene for holdning til bærekraft og holdning til økoturisme i samme variabel. Dette kom også tydelig frem i faktoranalysene da flere parameter vektet på samme variabel. Parameteren ble testet med ulike kombinasjoner en rekke ganger og basert på faktorladningene ble parameterne tidligere knyttet til holdning til økoturisme og et parameter knyttet holdning til bærekraft valg.

Faktoranalysen av holdning viste at samtlige parameter hadde en ladning på over minstekravet på 0.3. Parameterne som ble trukket ut av datasettet var knyttet til tidligere variabel holdning til økoturisme og utgjorde «det å opptre bærekraftig er for mye jobb», «jeg bekymrer meg ikke for miljøproblemer da det er for langt frem i tid» og «jeg opplever at aktører i reiselivet er opptatt av å opptre bærekraftig».

Ettersom variabelen holdning er endret fremstår det som hensiktsmessig å presentere parameterne som inngår i variabelen på nytt i «Tabell 2» under.

Holdning til økoturisme
På reise er jeg opptatt av å handle lokalt og benytte lokale tjenester
På reise er jeg opptatt av å ikke ha negativ innvirkning på kultur og miljø
På reise er jeg opptatt av å lære om lokalsamfunnet, klima og miljøet til stedet jeg besøker
Jeg tror at å besøke en økoturisme destinasjon ville være givende
Det å opptre bærekraftig er viktig for å bevare naturen

Tabell 6 - Parameter holdning til økoturisme

Subjektiv norm

Subjektiv norm ble målt via to variabler, mellommenneskelig påvirkning og subjektiv norm.

Hva gjelder variabelen subjektiv norm for subjektiv norm viste faktoranalysen at samtlige parameterne var valide. Utover dette viste analysen at to av parameterne vektet svært sterkt på faktoren, dette gjaldt «det er en forventning i samfunnet om å vektlegge bærekraft på reise» og «det er en forventning i samfunnet om å reise til steder som vektlegger bærekraft. Disse hadde en vektning på henholdsvis 0.881 og 0.841. De resterende to parameterne som omhandlet hvorvidt de rundt en ville vært positive til ens egen økoturisme-reise og om samfunnets forventning til å opptre mer miljøbevisst hadde en noe lavere men likevel god ladning.

Videre for den andre variabelen som inngår under subjektiv norm, mellommenneskelig atferd i samfunnet, viste analysen at kun tre av parameterne vektet sterkt nok på faktoren. Dette indikerer at parameteren ikke måler ønsket variabel slik det var tiltenkt (Sørebø, 2021). nevnte variabel var «jeg liker å vite hvilke merker og tjenester som har godt rykte». Parameteren ble tatt ut av analysen og de resterende vektet med en verdi på over 0,6.

Ettersom variabelen er endret presenteres ny variabel under i «Tabell 7»

Mellommenneskelig atferd
Jeg kjøper sjeldent en vare eller tjeneste hvis ikke mine venner liker det
Når jeg handler en vare eller tjeneste velger jeg ofte det jeg tror de rundt meg vil like
Jeg føler en tilhørighet ved å gjøre samme valg som andre også velger

Tabell 7 - Nye parameter for variabel mellommenneskelig atferd

Atferdskontroll

Faktoranalysen av variabelen atferdskontroll viste at samtlige parameter vektet over 0.3, i tillegg til at de vektet svært sterkt, med laveste verdi på 0,664. Dette indikerer at parameterne godt målte atferdskontroll. På bakgrunn av parameterne besto kravet ble ingen forkastet.

Intensjon om økoturisme

Faktoranalysen av variabelen knyttet til intensjon om deltagelse i økoturisme viste til at samtlige parameter vektet på samme faktor, i tillegg til at de besto kravet om 0.3 vektet. Utover dette vektet samtlige parameter svært godt med laveste verdi på 0,523.

5.3.3 Divergent validitet

Etter gjennomført faktoranalyse på samtlige variabler, ble det foretatt en analyse for divergent validitet. Her ble det lagt inn at analysen skulle gi ut fire faktorer med hensyn til de uavhengige variablene. Den avhengige variabelen om intensjon ble da tatt ut av analysen, dette kan begrunnes i at variabelen bestod tidligere krav (Sørebø, 2021). Hensikten med en divergent faktoranalyse er for å se om variablene vektes på flere faktorer (Sørebø, 2021). Faktoranalysen utføres med samme spesifisert metode som øvrig, og med et minstekrav på

0,3. Analysen ble gjennomført en rekke ganger med hensikt om å få variablene vektet på tiltenkt faktor.

Resultatet av analysen fremgår av «Tabell 8» under. Ved analysen ble det tydelig at to parameter for subjektiv norm vektet svært ujevnt og ikke på tiltenkt faktor, fremgår av vedlegg 9,2. Analysen ble derfor kjørt en rekke ganger til før det ble konkluder med å fjerne disse parameterne.

Pattern Matrix^a

	Factor			
	1	2	3	4
Øko1				.730
Øko2				.606
Øko3				.785
Øko4				.567
Bærekraft2				.415
PåvirkningFaktor1			.633	
PåvirkningFaktor2			.880	
PåvirkningFaktor4			.715	
SosialeFaktorer1		.864		
SosialeFaktorer2		.897		
Atferd1	.554			
Atferd2	.518			
Atferd3	.993			
Atferd4	.886			

Extraction Method: Maximum Likelihood.
Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 5 iterations.

Tabell 8 - Pattern Matrix

5.3.4 Normalfordeling og reliabilitet

Etter gjennomført faktoranalyse og validitetstest ble datasettets reliabilitet målt. Dette ble frøst gjennomført ved beregning av skjevhet og kurtose, som måler normalfordeling (Sørebø, 2021). Kravet for skjevhet er at parameterne skal måle under to, kravet for kurtose er derimot en verdi under 4 (Sørebø, 2021). Samtlige parameterne i datasettet ble målt, og oppnådde kravet om normalfordeling, da ingen av verdiene ble vektet høyere enn de fastsatte rammene. Resultatene fremgår av vedlegg 9.3.

Videre ble «Cronbach's Alpha» beregnet for alle variablene i datasettet. «Cronbach's Alpha» graderes fra 0 – 1, hvor en verdi på over 0.7 indikerer god reliabilitet (Ringdal, 2016). Tross Alpha verdi over 0.7 kan ansees som svært god, ansees verdier under 0.55 for lavt til å måle variabelen (Taber, 2017).

«Cronbach's Alpha» for holdning til økoturisme

Beregningen av «Cronbach's Alpha» for holdninger ga et resultat på 0,770, dette kan sees som et svært godt resultat og tyder på at parameterne i variabelen optimalt måler en holdning til økoturisme (Ringdal, 2016; Taber, 2017). Med andre ord viser verdien til at parameterne utgjør svært god intern reliabilitet og sammenheng (Taber, 2017). Utover dette fremgår det av «Tabell 9» hvilken interne reliabilitet variabelen ville blitt vektet med dersom en parameter tas ut (Sørebø, 2021). For denne variabelen ville det ha gitt en økning på 0,001 ved å fjerne siste parameter, dette ville utgjort svært lite, og parameteren beholdes i videre analyse.

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.770	5			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Øko1	19.10	18.595	.562	.721
Øko2	18.62	18.706	.544	.727
Øko3	19.33	17.890	.633	.694
Øko4	19.01	19.241	.568	.719
Bærekraft2	17.83	21.546	.400	.771

Tabell 9 - Cronbach's Alpha for holdning

«Cronbach's Alpha» for subjektiv norm

Subjektiv norm måles via variablene mellommenneskelig atferd i samfunnet og subjektiv norm. Beregningen av «Cronbach's Alpha» for variabelen mellommenneskelig atferd ga en Alphaverdi på 0.772. Dette er nivå som tilsvarer en svært god sammensetning av parameterne (Taber, 2017). Variabelen har derfor god intern reliabilitet (Ringdal, 2016). I beregningen som fremgår av «Tabell 10», ble det også målt hvordan Alphaverdien påvirkes dersom et parameter frafaller variabelen.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	3

Item–Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item–Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PåvirkningFaktor1	4.37	4.729	.536	.771
PåvirkningFaktor2	4.45	4.496	.704	.592
PåvirkningFaktor4	4.16	4.444	.590	.712

Tabell 10 - Cronbach's Alpha for mellommenneskelig atferd i samfunnet

«Cronbach's Alpha» beregningen for subjektiv norm ga en verdi på 0.862. Dette indikerer stor reliabilitet blant parameterne. Tross kan det poengteres av variabelen kun inneholder to parameter og en større variasjon blant ulike parameter ikke er tilstede.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	2

Item–Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item–Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SosialeFaktorer1	3.49	1.991	.757	.
SosialeFaktorer2	3.83	2.107	.757	.

Tabell 11 - Cronbach's Alpha for subjektiv norm

«Cronbach's Alpha» for opplevd atferdskontroll

Beregningen av Alphaen for opplevd atferdskontroll viser til at parameterne måler variabelen svært godt. Alphaen utgjorde 0,865, og viser til at de utviklede parameterne godt måler atferdskontroll (Ringdal, 2016).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Atferd1	9.77	15.795	.696	.836
Atferd2	9.65	15.848	.662	.850
Atferd3	10.45	14.150	.786	.798
Atferd4	10.83	15.823	.720	.827

Tabell 12 - Cronbach's Alpha atferdskontroll

«Cronbach's Alpha» for intensjon om deltagelse i økoturisme

En endring i parameterne kan derimot sees for intensjon. Variabelen vektet svært sterkt med en verdi på 0,869 (Taber, 2017). Beregningen inneholdt også indikasjoner på hvilken påvirkning reduksjon i parameter ville utgjøre på Alphaen. Det utgjør av «Tabell 13» at verdien ville økt til 0,911 dersom siste parameter tas ut. Tross dette vil ikke parameteren tas ut med hensyn til den allerede svært reliable sammenhengen mellom parameterne (Ringdal, 2016; Sørebo, 2021).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Interesse1	11.02	17.320	.761	.819
Interesse2	10.73	16.174	.815	.795
Interesse3	11.07	15.619	.811	.795
Interesse4	12.23	18.822	.524	.911

Tabell 13 - Cronbach's Alpha intensjon om deltagelse i økoturisme

5.4 Dataanalyse

Etter at datasettet var testet for relabilitet med både «Cronbach's Alpha» og normalfordeling, i tillegg til validitet i form av faktoranalyser ble datasettet ansett som grundig nok til videre analyser. Det første som da ble gjort var å formatere de nye variablene, med andre ord ta ut de parameterne som ikke bestod testene og lage gjennomsnittsvARIABLER av de gjenværende.

5.4.1 ANOVA

En multivariat regresjonsanalyse i form av ANOVA ble gjennomført med hensyn om å kartlegge forklaringsevnen på intensjon blant variablene. En slik analyse vil indikere til hvilken grad holdning til økoturisme, subjektiv norm og opplevd atferdskontroll kan benyttes til å forklare den avhengige variabelen (Sørebø, 2021). I dette tilfellet utgjør det hvorvidt holdning, subjektiv norm, og atferdskontroll er gode forklaringsfaktorer for intensjon om deltagelse i økoturisme.

Avhandlingens hypoteser indikerer at holdning, subjektiv norm, og opplevd atferdskontroll påvirker hverandre, det vil derfor være hensiktsmessig å se dette i sammenheng med ANOVA.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.576	.86946

a. Predictors: (Constant), Atferd_Mean, Påvirkning_Mean, Sosiale_Mean, Holdning_Mean

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170.567	4	42.642	56.407	<.001 ^b
	Residual	120.199	159	.756		
	Total	290.766	163			

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean
b. Predictors: (Constant), Atferd_Mean, Påvirkning_Mean, Sosiale_Mean, Holdning_Mean

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.460	.361		-1.275	.204
	Holdning_Mean	.442	.072	.351	6.136	<.001
	Påvirkning_Mean	.087	.069	.066	1.250	.213
	Sosiale_Mean	.042	.053	.042	.789	.431
	Atferd_Mean	.534	.063	.511	8.430	<.001

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

Tabell 14 – ANOVA

Funnene av analysen viser en forklaringsevne R^2 på 57,6%. Dette indikerer at de målte holdningene, den subjektive normen, og den opplevde atferdskontrollen forklarer 57,6% av intensjonen om deltagelse i økoturisme. Denne prosentandelen kan sees å være sterk, og viser en god forklaringsevne (Sørebø, 2021).

Signifikansnivåene viser til at holdning og opplevd atferdskontroll er signifikante mot intensjon. Disse verdiene ble bekreftet ved ANOVA for hver variabel. Resultatene fremgår av Vedlegg 9.4 – 9.7.

ANOVA analysen for holdningens forklaringssevne på intensjon viste til en R^2 med en verdi på 0,347 med påfølgende signifikansnivå < 0.001 .

Videre førte ANOVA analysen med hensyn til mellommenneskelig påvirkning på intensjon til en forklaringssevne R^2 på 0,043 med påfølgende signifikantnivå 0,008.

For den tredje ANOVA analysen viste variabelen subjektiv norm en forklart R^2 verdi på 0,063, med signifikansnivå 0,001.

Avslutningsvis viste siste ANOVA analyse med hensyn til atferdskontroll enn R^2 verdi på 0,485 forklaring, med et signifikansnivå på < 0.001 .

Utover dette ble ANOVA analysen gjennomført på delt datasett med hensyn til kjønn. Dette ble gjort for å se om kjønn utgjør en forskjell i modellens forklaringsgrad. Analysen følger som vedlegg 9.8 og ga en R^2 forklaringssevne på 0,572 for kvinner med signifikans < 0.001 . For menn viste analysen en forklaringssevnen R^2 på 0,673 med påfølgende signifikantnivå < 0.001 .

5.4.2 Korrelasjonsanalyser

Hittil har analysene sett på hvordan holdning, subjektiv norm, atferdskontroll og mellommenneskelige kan forklare en intensjon om deltagelse i økoturisme. Videre analyser vil fokusere korrelasjonen mellom variablene med fokus på intensjon.

Korrelasjonsanalysen ble gjennomført med den hensikt å kartlegge hvordan holdning, subjektiv norm, atferdskontroll og mellommenneskelige faktorer kan sees i sammenheng med intensjon. I tillegg ble bakgrunnsvariabelen om tidligere deltagelse i økoturisme lagt inn. Dette begrunnes på bakgrunn av at tidligere erfaring har vist å korrelere med intensjon (Han & Kim, 2010).

Som det fremgår av «Tabell 15» under, korrelerer intensjon om deltagelse i økoturisme signifikant på samtlige av de fire variablene og indikatoren om tidligere deltagelse i økoturisme. Videre korrelerte variabelen med tre av de fem ulike påvirkningskanalene.

Første korrelasjon kan sees mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0.589 og signifikans $< 0,001$. Den andre korrelasjonen kan sees mellom intensjon og mellommenneskelig påvirkning med en korrelasjon på 0.208, med signifikansnivå 0,008. Tredje korrelasjon kan sees mellom intensjon og subjektiv norm, her utgjør korrelasjonen 0,252 med påfølgende signifikans 0,001. Siste korrelasjon er mellom intensjon og opplevd atferdskontroll, her utgjør korrelasjonen 0.696 og signifikansnivået $< 0,001$.

Videre fremgår det av analysen at intensjon korrelerer med tidligere erfaring med en verdi på -0,243 med påfølgende signifikans 0,002.

Avslutningsvis hva gjelder korrelasjonen mellom intensjon og påvirkningskanalen kan det sees at intensjon korrelerer med påvirkning fra eksperter, sosiale medier og nyheter. Korrelasjonen mellom intensjon og påvirkning fra eksperter utgjør 0,231 med signifikans på 0,003. Korrelasjonen mellom intensjon og påvirkning fra sosiale medier utgjør 0,204 med påfølgende signifikans 0,009. Siste korrelasjon for intensjon og påvirkning av nyheter viser en korrelasjon på 0,282 med et signifikansnivå på 0,001.

		Correlations											
		Holdning_Me an	Påvirkning_M ean	Sosiale_Me an	Atferd_Me an	Intensjon_Me an	Tidligere	Kjønn1	KanalerPåvir kning1	KanalerPåvir kning2	KanalerPåvir kning3	KanalerPåvir kning4	KanalerPåvir kning5
Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	.028	.161*	.445**	.589**	-.204**	.007	.120	.087	.310**	.071	.200*
	Sig. (2-tailed)		.722	.040	<.001	<.001	.009	.928	.124	.268	<.001	.370	.010
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	.028	1	.094	.250**	.208**	-.072	.012	.590**	.474**	.230**	.357**	.400**
	Sig. (2-tailed)	.722		.229	.001	.008	.360	.874	<.001	<.001	.003	<.001	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.161*	.094	1	.288**	.252**	-.030	-.076	-.063	.084	.153	.130	.247**
	Sig. (2-tailed)	.040	.229		<.001	.001	.704	.336	.425	.286	.051	.098	.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
Atferd_Mean	Pearson Correlation	.445**	.250**	.288**	1	.696**	-.288**	.077	.109	.019	.223**	.242**	.365**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001		<.001	<.001	.330	.165	.811	.004	.002	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.589**	.208**	.252**	.696**	1	-.243**	-.106	.113	.083	.231**	.204**	.282**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.008	.001	<.001		.002	.177	.148	.288	.003	.009	<.001
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
Tidligere	Pearson Correlation	-.204**	-.072	-.030	-.288**	-.243**	1	-.042	-.108	-.089	-.068	-.046	-.063
	Sig. (2-tailed)	.009	.360	.704	<.001	.002		.594	.167	.256	.387	.564	.424
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
Kjønn1	Pearson Correlation	.007	.012	-.076	.077	-.106	-.042	1	.066	.005	.050	-.128	-.068
	Sig. (2-tailed)	.928	.874	.336	.330	.177	.594		.398	.952	.524	.104	.386
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
KanalerPåvirkning1	Pearson Correlation	.120	.590**	-.063	.109	.113	-.108	.066	1	.682**	.375**	.262**	.402**
	Sig. (2-tailed)	.124	<.001	.425	.165	.148	.167	.398		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
KanalerPåvirkning2	Pearson Correlation	.087	.474**	.084	.019	.083	-.089	.005	.682**	1	.345**	.304**	.385**
	Sig. (2-tailed)	.268	<.001	.286	.811	.288	.256	.952	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
KanalerPåvirkning3	Pearson Correlation	.310**	.230**	.153	.223**	.231**	-.068	.050	.375**	.345**	1	.400**	.520**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.051	.004	.003	.387	.524	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	163	163	163	163	163	163	163	163	163	163	163	163
KanalerPåvirkning4	Pearson Correlation	.071	.357**	.130	.242**	.204**	-.046	-.128	.262**	.304**	.400**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.370	<.001	.098	.002	.009	.564	.104	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	163	163	163	163	163	163	163	163	163	162	163	163
KanalerPåvirkning5	Pearson Correlation	.200*	.400**	.247**	.365**	.282**	-.063	-.068	.402**	.385**	.520**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	<.001	.001	<.001	<.001	.424	.386	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164

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

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

Tabell 15 - Korrelasjonsmatrise

Videre med et fortsatt fokus på intensjon kan de resterende fire signifikante korrelasjonene mellomvariablene redegjøres for å se en helhet blant variablene. Første korrelasjon kan sees mellom subjektiv norm og holdning til økoturisme med en verdi på 0.161 og signifikansnivå 0,040. Deretter er neste korrelasjon mellom atferdskontroll og holdning med en verdi på 0.445, og påfølgende signifikans < 0,001. Tredje korrelasjon kan sees mellom mellommenneskelige påvirkninger og opplevd atferdskontroll, med en korrelasjon på 0,250 med påfølgende signifikans < 0.001. Fjerde og siste korrelasjon finner sted mellom opplevd atferdskontroll og subjektiv norm med en korrelasjon på 0,288 og signifikans < 0.001. Hva gjelder korrelasjonen mellom tidligere oppsøkt økoturisme destinasjon eller attraksjon og variablene kan dette kort redegjøres for å se hvordan dette vil påvirke de øvrige variablene. Korrelasjonen mellom holdning og tidligere erfaring utgjorde en korrelasjon på -0.204 med et signifikansnivå på 0,009. En korrelasjon fremgikk også mellom tidligere erfaring og atferdskontroll med -0,288 og signifikans på < 0,001. Disse tallene viser at tidligere deltagelse i økoturisme påvirket respondentenes holdning, opplevd atferdskontroll og intensjon knyttet til økoturisme.

5.4.3 Korrelasjonsanalyser på delt datasett

På bakgrunn av at hensikten med avhandlingen er å kartlegge hvilke faktorer som påvirker en intensjon om økoturisme, vil det kunne være hensiktsmessig å se dette varierer med hensyn til kjønn og alder. Korrelasjonsanalysene ble gjennomført med variablene intensjon, holdning, subjektiv norm, opplevd atferdskontroll, i tillegg til alder og tidligere oppsøkt økoturisme. De fem påvirkningskanalene ble også lagt inn i korrelasjonsanalysen for å redegjøre om disse korrelerte med intensjon. Korrelasjonsanalysen blir først redegjort for datasett delt på kjønn, deretter for alder.

Korrelasjonsanalyse på delt datasett med hensyn til kjønn

Korrelasjonsmatrisen for kjønn følger som vedlegg 9.9, Ettersom en respondent ikke ønsket oppgi kjønn ga ikke disse verdiene i analysen.

Korrelasjonsanalyse for kvinner

Dersom en først legger intensjon om økoturisme til grunn for kvinner, fremgår det av korrelasjonsanalysen at intensjon korrelerte signifikant med fem variabler. Første korrelasjon kan sees mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0,555, med påfølgende signifikansnivå $< 0,001$. Neste korrelasjon kan sees mellom intensjon og subjektiv norm med en verdi på 0,296 med påfølgende signifikans 0,002. Tredje korrelasjon for intensjon kan sees mellom intensjon og opplevd atferdskontroll med en verdi på 0,704, med en signifikantverdi på $< 0,001$. Videre kan fjerde korrelasjon sees mellom intensjon og påvirkning fra eksperter med korrelasjon på 0,208, med signifikansverdi på 0,033. Siste korrelasjon kan sees mellom intensjon og påvirkning fra nyheter på 0,275, med påfølgende signifikans på 0,004.

De øvrige 21 signifikante korrelasjonene for datasettet med hensyn til kvinner vises i vedlegg 9.9.

Korrelasjonsanalyse for menn

Ved å vektlegge intensjon med hensyn til korrelasjonsanalysen for menn kan en se åtte signifikante korrelasjoner. Første korrelasjon kan sees mellom intensjon om holdning med en korrelasjon på 0,650, med påfølgende signifikantnivå $< 0,001$. Neste korrelasjon er mellom intensjon og mellommenneskelig påvirkning med en korrelasjon på 0,346, med signifikans

0,008. Tredje korrelasjon kan sees mellom intensjon og opplevd atferdskontroll, her utgjør korrelasjonen 0,723, med påfølgende signifikans på $< 0,001$. Den fjerde korrelasjonen kan sees mellom intensjon og tidligere erfaring med økoturisme, her viser korrelasjonen en verdi på -0,381 med signifikans 0,003. Videre kan femte korrelasjon sees mellom intensjon og påvirkning fra venner, korrelasjonen utgjorde 0,268, med signifikans 0,044. Sjette korrelasjon kan sees mellom intensjon og eksperter med en korrelasjon på 0,305 med påfølgende signifikans 0,021. Den nest siste korrelasjonen kan sees mellom intensjon og sosiale medier med en korrelasjon på 0,330 og signifikans 0,012. Den siste korrelasjonen knyttet til menn kan sees mellom intensjon og nyheter, med en korrelasjon på 0,283 med signifikans 0,333.

Etter datasettet var delt på kjønn ble det nullstilt før ny analyse med datasett delt på alder forelå.

Korrelasjon for alder

Korrelasjonsmatrisen følger som 9.10.

For aldersgruppen 16-25 år ble det funnet to signifikante korrelasjoner for intensjon. Den første korrelasjonen var mellom intensjon og holdning til økoturisme, korrelasjonen var på 0,558, med signifikansnivå på 0,013. Neste og siste korrelasjon for intensjon i aldersgruppen fant sted mellom intensjon og atferdskontroll. Korrelasjonen hadde en verdi på 0,743, med signifikans på $< 0,001$.

For aldersgruppen 26-35 år ble det funnet tre relevante korrelasjoner med hensyn til intensjon. Første korrelasjon kan sees mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0,708 og signifikans $< 0,001$. Den andre korrelasjonen kan sees mellom intensjon og atferdskontroll som korrelerte med en verdi på 0,785, med påfølgende signifikans $< 0,001$. Tredje korrelasjon kan sees mellom intensjon og påvirkning fra eksperter. Korrelasjonen utgjør 0,371 med signifikans 0,040.

For aldersgruppen 36-45 år ble det funnet tre signifikante korrelasjoner med tilknytning intensjon. Første korrelasjon er mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0,456 og en signifikans på $< 0,001$. Neste signifikante korrelasjon kan sees mellom intensjon og mellommenneskelig atferd med en korrelasjon på 0,294 med påfølgende signifikans på 0,014.

Den tredje korrelasjonen oppsto mellom intensjon og atferdskontroll med en korrelasjon på 0,681 og signifikans på < 0.001

For aldersgruppen 46-55 år ble det funnet fem relevante korrelasjoner med hensyn til intensjon. Første korrelasjon er mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0,638 og signifikans 0,001. Den andre korrelasjonen er mellom intensjon og subjektiv norm med 0,495 og signifikans 0,16. Videre kan tredje korrelasjon sees mellom intensjon og opplevd atferdskontroll med korrelasjon på 0,695 og et signifikansnivå på $< 0,001$. Nest siste korrelasjon var mellom intensjon og tidligere erfaring, korrelasjonen ble målt til -0,539 med signifikans på 0,008. Siste korrelasjon med hensyn for intensjon var mellom intensjon og kjønn, korrelasjonsverdien var -0,429 med påfølgende signifikans på 0,041.

For aldersgruppen 56-65 år ble det kun funnet to signifikante korrelasjoner med hensyn til intensjon. Den første var mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0,687 og signifikans 0,001. Siste korrelasjon var mellom intensjon og påvirkning fra eksperter. Korrelasjonen utgjorde 0,552 med 0,14 i signifikans.

For siste aldersgruppe over 65 år ble det funnet to signifikante korrelasjoner med intensjon. Første korrelasjon er mellom intensjon og holdning med en korrelasjon på 0,983, signifikansen var 0,17. Siste korrelasjon var mellom intensjon og påvirkning fra nyheter med en korrelasjon på 0,980, med signifikans 0,020.

5.4.4 Tidligere erfaring med økoturisme

Tidligere erfaring med økoturisme er en stor indikator på holdninger og intensjon, det ble derfor hensiktsmessig å analysere denne med hensyn til kjønn (Shin & Hancer, 2016).

Tabellen viser fordelingen mellom kjønnene, det er en stor overvekt kvinner som har besvart spørreskjemaet, likevel er prosentandelene interessante.

Tidligere

Kjønn			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kvinne	Valid	Ja	17	16.0	16.0	16.0
		Nei	56	52.8	52.8	68.9
		Usikker	33	31.1	31.1	100.0
		Total	106	100.0	100.0	
Mann	Valid	Ja	12	20.7	20.7	20.7
		Nei	26	44.8	44.8	65.5
		Usikker	20	34.5	34.5	100.0
		Total	58	100.0	100.0	
Ønsker ikke oppgi	Valid	Ja	1	100.0	100.0	100.0

Tabell 16 - Tidligere erfaring med økoturisme

6 Drøftelse

I dette kapitlet vil resultatene av datasettet drøftes. Kapitlet vil starte med en forklaring av vektingene på datasettet, etterfulgt av en videre drøftelse av validitet og relabilitet, etterfulgt av en drøftelse av beregningene presentert i kapittel 6.

Med bakgrunn i presentert teori vil nå funnene i analysen drøftes. Dersom en først legger bakgrunnsvariablene til grunn var det svært interessant å se den store variasjonen i hvem som hadde besvart. Hovedtanken var at det skulle være en relativ jevn kjønnsbalanse, med en overvekt av studenter. Dette viste seg å være en hypotese som ikke ble støttet da hovedvekten var kvinner, og i arbeid. Dette resultatet kan skyldes effekten av snøballrulling som ble benyttet som innsamlingsmetode.

Kapitlet vil først starte med redegjørelse ANOVA og viktige korrelasjoner i korrelasjonsanalysen for hver variabel før det vil presenteres resultat av korrelasjonsanalyse basert på et delt datasett med hensyn til alder og kjønn. Avslutningsvis vil tidligere erfaring, intensjon mot atferd og prinsippene i økoturisme drøftes.

Videre er det hensiktsmessig å påpeke at flere tilsvarende korrelasjoner ble funnet i de ulike analysene. Disse korrelasjonene vil redegjøres dypt første gang og kun overordnet de resterende gangene for å ikke ha for mye gjentakelse i drøftelsen.

6.1 Resultat ANOVA

6.1.1 ANOVA - modell

I dette delkapitlet vil ANOVA analysene redegjøres for. Det vil starte med en presentasjon av analysen for holdning, deretter subjektiv norm, atferdskontroll og deretter mellommenneskelig atferd.

Hele modellens forklaringssevne på intensjon

Hva gjelder årsaks modellens totale forklaringssevne viste ANOVA en sterk forklaringssevne (Sørebo, 2021). Dette viser at modellen er en god indikator til å måle intensjon, dette samsvarer med $< 0,001$ signifikansnivået. Signifikansen indikerer at forklaringssevnen med høyest sannsynlighet ikke er tilfeldig, men at det foreligger en reell sterk forklaringssevne

(Sørebø, 2021). Dette kan sees i sammenheng med korrelasjonsanalysene hvor intensjon stadig vektet signifikant på de ytterligere variablene i modellen.

Tross god forklaringssevne i modellen gir den lite indikatorer for fordelingen hver variabel, korrelasjonsanalyse ble derfor lagt til grunn.

6.1.2 ANOVA for hver variabel

I dette underkapittelet vil ANOVA for hver variabel presenteres.

Holdning og intensjon

I første del av drøftelsen vil påvirkningen av variabelen holdning drøftes opp mot intensjon.

Som det fremgår av ANOVA analysen ble det vist en forklaring mellom holdning og intensjon på 34,7%. Dette indikerer at holdning til økoturisme forklarer deler av intensjonen, men utgjør ikke en vesentlig faktor for intensjon. Dersom dette sees i sammenheng med signifikantnivået på $< 0,001$ vises det til at forklaringen holdning har på intensjon med stor sannsynlighet også vil finnes igjen i andre utvalg (Sørebø, 2021). Dette er i samsvar med teorien fra Ajzen og tidligere studier hvor holdning indikerer intensjon (Ajzen, 1991; Chiu et al., 2014; Hultman et al., 2015).

Subjektiv norm og intensjon

ANOVA analysen for forklaringen av variabelen subjektiv norm på intensjon forklarte derimot 6,3% av intensjonen. Dette utgjør en svært lav forklaring av subjektiv norm knyttet til intensjon, hvor signifikansnivået på 0,001 tilsier at resultatene ikke ville vært unike for avhandlingens utvalg (Sørebø, 2021). Analysen med dette derfor til et overraskende funn hvor variablene for subjektiv norm kun forklarte en svært lav prosentandel av intensjon. Dette funnet samsvarer ikke med tidligere antagelser og empiri.

ANOVA atferdskontroll

ANOVA analysen for opplevd atferdskontroll viste til at variabelen forklarer 48,5% av intensjon med signifikans på < 0.001 . Denne prosentandelen er den vesentlig størst målte av de fire variablene. Dette indikerer at atferdskontroll er den variabelen som best måler intensjon. Signifikansnivået viser at variabelen ville ha målt intensjon innenfor utvalget også.

ANOVA Mellommenneskelig atferd

For variabelen mellommenneskelig atferd viste ANOVA en forklaringssevne på 4,3% av intensjon med signifikansnivå på 0,008. Dette viser til at variabelen mellommenneskelig atferd i likhet med subjektiv norm, forklarer en svært lav andel av ønsket målt intensjon (Sørebø, 2021).

Et av parameterne i variabelen som inneholdt blant annet viktigheten av å opptre miljøbevisst eller bærekraftig, dette innebærer at turister som anser det å opptre bærekraftig som viktig vil ha en større intensjon om deltagelse i økoturisme (Laroche et al., 2001). Dette samsvarer med funn fra studiet til blant annet Laroche et al., som på sin side fant at de som opplevde miljøproblemene som alvorlig var mer villig til å betale mer for miljøvennlige produkter (Laroche et al., 2001). Selv om alvorlighetsgrad av klimaproblemer og viktighetsgraden av å ha en bærekraftig atferd ikke nødvendigvis er det samme, er det naturlig å tenke at de likevel har samme utfall. Her antas det da at de som opplever at det å være bærekraftig er av betydning, også vil se hvor viktig det er (Taufique & Vaithianathan, 2018).

6.2 Korrelasjonsanalyse

Korrelasjonsanalysen viser til at intensjon korrelerte med fem variabler. Disse vil redegjøres for med hensyn til holdning, subjektiv norm, mellommenneskelig atferd, atferdskontroll og tidligere erfaring. Videre ble også de fem påvirkningskanalene tatt inn i modellen for å se hvordan disse korrelerte med intensjon. Korrelasjonsanalysen ble først foretatt på helt datasett, før det ble delt på kjønn og alder med hensikt om mer spesifikk analyse knyttet til grupperingen av datasettet.

6.2.1 Korrelasjon holdning

Korrelasjonsanalysen viste en svært signifikant korrelasjon mellom holdning til økoturisme og intensjon om deltagelse i økoturisme. Dette resultatet viser at endring i holdning eller intensjon vil påvirke den andre variabelen. En slik sammenheng er empirisk støttet, og kan også sees igjen i teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991; Hultman et al., 2015; Laroche et al., 2001). Korrelasjonen viser til at respondentenes holdning til økoturisme, altså deres reisevaner og den grad de mener bærekraftig atferd er viktig for å bevare naturen påvirker en intensjon.

I denne settingen kan en tenke seg at årsaksforklaringen ligger i måten parameterne ble formulert på. Parameterne tok utgangspunkt i reisevanene respondenten allerede hadde og på den måten dannet en holdning til økoturisme. På denne måten fikk respondenten reflektert over egne erfaringer som et viktig aspekt av å danne holdninger (Ajzen, 1991). Holdningens korrelasjon med intensjon viser dermed at atferd på reise, hvorvidt en antar at økoturisme ville vært givende og viktigheten av å bevare naturen øker i takt med intensjon og interesse.

Denne korrelasjonen mellom holdning og intensjon kan videre sees i samsvar med forbrukeransvar. Forbrukeransvar viser til at respondentene føler ett visst ansvar og derfor er bevisste i deres handlinger (Devinney et al., 2006). Et slikt ansvar kan en da tiltenkes forekommer ved holdning til økoturisme, hvor en tar aktivt valg om hvordan en ønsker reise. Dersom en da ser forbrukeransvar opp mot intensjon vil en se kunne se at økt forbrukeransvar, på samme måte som holdning vil gi økt intensjon (Chiu et al., 2014; Devinney et al., 2006).

Hypotese 3 som indikerte at positiv holdning ville korrelere med intensjon støttes.

6.2.2 Korrelasjon subjektiv norm

For variabelen subjektiv norm var denne positivt korrelerende med intensjon, tross lav forklaringsevne i ANOVA. Her kan en se at dersom samfunnets forventning knyttet til økoturisme økes vil også intensjonen økes om deltagelse. Dette samsvarer med atferdsteorien hvor sosial forventning utgjør en indikator for subjektiv norm, som kan sees i samsvar med intensjon (Ajzen, 1991; Lam & Hsu, 2006).

Som det fremgår korrelerer subjektiv norm med intensjon. Dette kan eksempelvis vises til at dersom det er et stort sosialt press for å delta på økoturisme kan dette være en vesentlig indikator for intensjon. Dette kan sees i et studie hvor den subjektive normen utgjorde sterk korrelasjon med intensjon i tilsvarende tiltenkt eksempel (Lam & Hsu, 2006).

Hypotese 4 om at forventninger i samfunnet fører til intensjon ble her støtte.

6.2.3 Korrelasjon mellommenneskelig atferd

Variabelen mellommenneskelig atferd korrelerte positivt med intensjon. Dette viser at tross lav forklaringsgrad av begrepene i ANOVA er det en korrelasjon mellom disse. Korrelasjonen for påvirkningskanaler viser til at en økning i den mellommenneskelige påvirkningen vil gi en økning i intensjon. Med andre ord vil da en økning i hvorvidt en fatter beslutninger basert på andres meninger føre til en økt intensjon. Dette kan sees i sammenheng med at variabelen positivt korrelerer med hver av de fem påvirkningskanalene, med henholdsvis størst korrelasjon for venner. Dette vil si at graden av hvor mye en vektlegger sine venners meninger positivt korrelerer med intensjonen om økoturisme. Dersom vennene er positive til økoturismen vil dermed vedkommens intensjon økes. En slik korrelasjon mellom intensjon og subjektiv norm fremgår også av Han og Kim, hvor subjektiv norm viste stor påvirkning på ens egen holdning og intensjon (Han & Kim, 2010). Videre støttes resultatet av atferdsteorien, og indikerer at økt sosialt press eller påvirkning også vil gi en større grad av opplevd atferdskontroll (Ajzen, 1991).

6.2.4 Korrelasjon atferdskontroll

Av korrelasjonsanalysen fremgår det at atferdskontroll korrelerer signifikant med intensjon. Korrelasjonen viser at hvorvidt en opplever det som enkelt å kunne oppsøkt økoturisme attraksjon eller destinasjon, herunder da hvor vidt en anså å ha kunnskap og forutsetninger til dette, vil føre til en intensjon.

Atferdskontroll er svært relatert til mestringstro, og ens egen kunnskap knyttet til handlingen (Ajzen, 1991; Shin & Hancer, 2016). For videre forståelse av dette kan en se av korrelasjonsanalysen at atferdskontroll positivt korrelerer med de øvrige variablene. Denne positive korrelasjonen indikerer dermed at dersom turisten tilegner seg mer informasjon og opparbeider en større forståelse av utfallet av handlingen vil dette gi økt holdning til økoturisme, økt mellommenneskelig påvirkning, økt subjektiv norm, økt erfaring fra tidligere reiser. En slik forståelse av dataen knytter elementene sammen, og støttes med hensyn til atferdsteorien (Ajzen, 1991). Videre indikerer dette høy vektning av påvirkning fra eksperter, sosiale medier og nyheter.

Hypotese 5 om som tilsier at økt atferdskontroll vil økt intensjon kan derfor støttes.

6.2.5 Videre drøftelse av variablene i korrelasjonsanalysen

Tross korrelasjonen mellom intensjon og pådrivere er redegjort vil holdning til økoturisme her redegjøres eksemplifisere for å eksemplifisere et fåtall av videre korrelasjoner som ble funnet. Her kan en se at holdning til økoturisme vektet signifikant på subjektiv norm, denne korrelasjonen indikerer at forventningene i samfunnet preger holdning. Dersom forventningene i samfunnet vektlegger mer økoturisme vil ens egen holdning også øke. Dette samsvarer med tidligere forskning (Han et al., 2010; Han & Kim, 2010).

Videre i korrelasjonsanalysen vektet holdning svært godt på atferdskontroll. Korrelasjonen mellom atferdskontroll og holdning kan antas forklart med respondentenes kunnskap. Hvorvidt en har kunnskap og kjennskap til en atferd er to sentrale indikatorer for opplevd atferdskontroll (Ajzen, 1991; Lin & Huang, 2012). En korrelasjon mellom holdning og atferdskontroll kan her da forklares med at sterke holdninger til økoturisme gjerne også indikerer en viss kunnskap og kjennskap til reiseformen. Denne kunnskapen vil deretter danne en forståelse av hvordan en økoturisme reise foregår og en mestringstro som da vil danne atferdskontrollen (Ajzen, 1991). Tilsvarende vil en økt atferdskontroll knyttet til økoturisme føre til en økt holdning.

Korrelasjonsanalysen viste også negativ korrelasjon mellom holdning til økoturisme og tidligere erfaring. Dette viser at dersom en tidligere har deltatt på økoturisme vil dette gi en større holdning. Dette samsvarer med tidligere empiri som viser viktigheten tidligere erfaringer har på holdning (Ajzen, 1991).

6.3 Korrelasjonsanalyse datasett delt på kjønn

Datasettet ble delt for å tydeligere se hvordan ulike grupper forholdt seg til økoturisme. For kvinner og menn ble det her gjort interessante funn. Tidligere forskning har vist til en økt andel av kvinners deltagelse i økoturisme, dette fremgår ikke av avhandlingens analyser (Laroche et al., 2001). Her er det viktig å påpeke at kjønnsfordelingen mellom respondentene viste en tydelig overvekt av kvinnelige respondenter, og at dette vil ha en innvirkning på beregningene.

Ved å først legge ANOVA til grunn fremgår det tydelig at forklaringsvnen til modellen er sterkere for menn enn hva den er for kvinner. Funnene følger av vedlegg 9.9. Tross dette

målte forklaringstallet henholdsvis til 0,572% for kvinner og 0,673 for menn. Dette innebærer at sammensetningene av variablene i modellen forklarer 0,572% av variansen for intensjonen om økoturisme for kvinner (Sørebo, 2021).

6.3.1 Korrelasjonsanalyse med hensyn til kvinner

Dersom en legger korrelasjonsanalyse med hensyn til kvinner til grunn, kan en først se at intensjon signifikant korrelerte med holdning, subjektiv norm, atferdskontroll, samt med påvirkningskanalene eksperter og nyheter.

Disse korrelasjonene indikerer at faktorene som fører til en intensjon hos kvinner er knyttet til deres egne holdninger til økoturisme, forventningene fra samfunnet, om de anser økoturisme som enkelt å gjennomføre. Tidligere empiri støtter sammenhengene med variablene til atferdsteorien (Ajzen, 1991; Hultman et al., 2015; Laroche et al., 2001; Lu et al., 2014).

Den nye innsikten med påvirkning fra eksperter og nyheter indikerer at kvinner baserer sin intensjon på offisielle troverdige kilder. Dette er et interessante funn og tydeliggjør hvilke kanaler som indikerer en intensjon til økoturisme. Dersom de respektive påvirkningsfaktorene legges til grunn fremgår det av korrelasjonene at disse er svært relatert til variabelen påvirkningsfaktor som måler mellommenneskelig atferd. Dette viser at nyheter og eksperter korrelerer med graden av mellommenneskelig atferd.

Videre fremgår det av analysen at tidligere erfaring ikke korrelerer signifikant for kvinner. Dette funnet strider med hypotese 2 og tidligere forsinking (Hultman et al., 2015). Dette er et svært interessant funn som indikerer at intensjonen om økoturisme vil forbli uendret selv etter å ha oppsøkt en økoturismedestinasjon.

For kvinner kan derfor hypotesene H3, H4 og H5 støttes, men H2 forkastes.

6.3.2 Korrelasjon med hensyn til menn

I korrelasjonsanalysen med hensyn til menn korrelerte intensjon med åtte variabler. Korrelasjonene viser til at faktorer som fører til intensjon for menn er til holdninger, mellommenneskelig atferd i samfunnet, atferdskontroll samt tidligere erfaring. Dette er korrelasjoner som kan bli funnet igjen i tidligere empiri (Ajzen, 1991). I tillegg påvirkes en

intensjon hos menn med hensyn til påvirkningskanalene fra venner, eksperter, sosiale medier og nyheter.

Et interessante funn her er hvordan mellommenneskelige påvirkninger for menn korrelerer med intensjon. Dette indikerer at hvordan en stiller seg til påvirkning i beslutningsprosessen vil korrelere med intensjon. Med andre ord dersom en fatter beslutninger basert på tilhørighet og aksept vil en ha større intensjon om økoturisme. For menn utgjør denne korrelasjonen en indikasjon på at beslutninger i større grad fattes med hensyn til hva som er ønsket av samfunnet. Dette viser da at dersom økoturisme vil øke i popularitet vil dette øke intensjonen menn har for deltagelse. Denne korrelasjonen til samfunnet viser hvordan variabelen kan sees i sammenheng med teori om subjektiv norm (Ajzen, 1991).

Her kan en se at hypotesene H2, H3, H4 og H5 fikk støtte.

6.3.3 Videre drøftelse av differansen mellom kjønnene

Tross at variablene for intensjon er redegjort for kjønnene vil det videre redegjøres for noen sammenhenger mellom kjønnene. Det er hensiktsmessig å oppgi at på hver av variablene som korrelerte både for kvinner og menn, var vektningen utelukkende størst hos menn, som igjen indikerer at menn i større grad enn kvinner vektlegger økoturisme. Hypotese H1: kvinner vil ha størst intensjon om økoturisme, må derfor forkastes.

For kvinner kan en først se at deres holdninger korrelerer med atferdskontroll og intensjon. Tilsvarende funn gjaldt for holdningene menn hadde til økoturisme. Det som derimot skille de to gruppene er at gruppen menn også vektlegger mellommenneskelig påvirkning og tidligere erfaring. Dette indikerer at menn i større grad enn kvinner er mer påvirket av subjektiv norm, og baserer egne holdninger om økoturisme i stor grad på om en har deltatt eller ikke i økoturisme tidligere. Holdningenes korrelasjon med opplevd atferdskontroll og intensjon er sterkere korrelert for menn enn hva den er for kvinner. Dette indikerer at en ved en endring i holdning til økoturisme, eksempelvis vil utgjøre større endring i atferdskontroll og intensjon hos menn. Tidligere erfaringer har vist å være svært god indikator på intensjon, og det er derfor interessante at dette funnet ikke oppstår i gruppen for kvinner (Ajzen, 1991; Han & Kim, 2010; Shin & Hancer, 2016).

Den deskriptive analysen for tidligere erfaring med økoturisme kan her bidra til å forklare årsaken til at menn vekter dette høyere enn kvinner. Analysen oppga at kun 17 av 106 kvinner som besvarte skjemaet hadde tidligere oppsøkt en økoturisme destinasjon eller attraksjon. Denne andelen utgjorde 16%, mot 52,8 som ikke hadde tidligere erfaring med økoturisme. For menn var prosentandelen 20,7% for tidligere deltagelse i økoturisme. Dette viser tydelig at fler menn enn kvinner har deltatt på økoturisme. Tallene er utover dette svært lave, og en kan av korrelasjonstabellen se at for kvinner er tidligere deltagelse i økoturisme så lav at variabelen ikke korrelerer med noen andre variabler i datasettet.

Videre hva gjelder subjektiv norm, eller mellommenneskelig påvirkning er denne faktoren korrelert med atferdskontroll hos kvinner og ikke menn. Dette viser til kvinner i større grad enn menn opplever økt atferdskontroll ved økt påvirkning fra samfunnet.

Videre i drøftelsen vil datasettet deles på alder.

6.4 Datasettet delt på alder

I dette delkapittelet redegjøres for korrelasjonene variablene har til intensjon i hver av de respektive aldersgruppene.

Korrelasjonsanalysen viste til en rekke signifikante korrelasjoner mellom variablene. På bakgrunn av tidligere redegjørelse for sammenhenger vil drøftelsen fokusere på ulikhetene i aldersgrupperingene. Det å dele datasettet på alder er med hensyn til avhandlingens problemstilling om å finne faktorer som fører til en intensjon om økoturisme. Hensikten er å kartlegge disse for hver variabel.

Aldersgruppe 16-26 år

Dersom en skal se på intensjon for deltagelse i økoturisme for aldersgruppen 16-26 år kan en se at intensjon korrelerte med holdning til økoturisme og opplevd atferdskontroll.

Korrelasjonen viser derfor at for aldersgruppe 16-26 år er faktorene som fører en intensjon om deltagelse i økoturisme bestående av hvilken holdning en har til atferden og den opplevde atferdskontrollen.

Videre drøftelse av aldersgruppen 16-26 år

Videre drøftelse av aldersgruppen presenteres for å vise tydeligere sammensetningene i gruppen. Dersom en videre skal drøfte korrelasjonene for aldersgruppen kan det først redegjøres for holdning av økoturisme opp mot opplevd atferdskontroll. Korrelasjonen mellom variablene var desidert høyest blant denne aldersgruppen. Dette indikerer at en endring i holdning eller opplevd atferdskontroll for denne gruppen vil gi større utslag, enn hva tilsvarende analyser ville vært for de resterende aldersgruppene. Denne korrelasjonen indikerer ikke forholdet til intensjon, tross kan en likevel benytte atferdsteorien til å forklare denne korrelasjonen (Ajzen, 1991). Her kan en med utgangspunkt i atferdsteorien se at holdninger og opplevd atferdskontroll er tiltenkt å korrelere, ettersom graden av opplevd atferdskontroll påvirkes av holdninger, mens igjen holdningene påvirkes av atferdskontrollen (Ajzen, 1991).

Et annet element som fremgår av korrelasjonsanalysen er mellom mellommenneskelig atferd og kjønn. Korrelasjonen her viser at menn i aldersgruppen er mer påvirket av mellommenneskelig påvirkning enn kvinner. Videre kan en for variabelen se at kun holdning til bærekraft og opplevd atferdskontroll korrelerte for intensjon i aldersgruppen. Dette betyr at ingen av de to variablene for subjektiv norm påvirket intensjon.

Ett annet interessant funn ved korrelasjonsanalysen for denne gruppen er knyttet til de fem ulike påvirkningskanalene. Her fremgår det at mellommenneskelig påvirkning er signifikant korrelert med påvirkning fra venner, familie, sosiale medier og nyheter. Ekspertene har ingen signifikant innvirkning på denne gruppen. Videre fremgår det også at korrelasjonen mellom mellommenneskelig påvirkning og påvirkning fra venner er desidert størst i denne gruppen.

Aldersgruppe 26-35 år

For aldersgruppen 26-35 år ble intensjon signifikant korrelert med tre variabler, henholdsvis holdning til økoturisme, opplevd atferdskontroll og påvirkning fra nyheter. Korrelasjonen for denne aldersgruppen viser til at subjektiv norm og mellommenneskelig påvirkning ikke var av signifikant betydning med hensyn til intensjon. Dette er et interessant funn, som indikerer at forventninger i samfunnet og mellommenneskelig påvirkning ikke er av betydning med hensyn til intensjon om økoturisme.

Videre drøftelse av aldersgruppen 26-35 år

For denne aldersgruppen vektet opplevd atferdskontroll og intensjon om deltagelse i økoturisme størst. Med andre ord dersom atferdskontrollen for denne gruppen øker vil intensjonen øke tilsvarende. Denne korrelasjonen kan også sees i sammenheng med mestringstro, og indikerer at dersom en opplever å kunne utføre atferden vil intensjonen øke (Shin & Hancer, 2016; Yukl & Gardner, 2020).

Hva gleder påvirkningen mellom holdning, subjektiv norm og atferdskontroll kan det sees at holdning korrelerer sterkt med opplevd atferdskontroll og intensjon. Dette støtter igjen atferdsteorien (Ajzen, 1991).

Utover dette kan en se at et interessant funn for denne aldersgruppen er den positive korrelasjonen mellom holdning til bærekraft og påvirkning fra eksperter. Dette indikerer at dersom en i stor grad blir påvirket av eksperter vil også holdningen til økoturisme øke. Videre kan en også se at holdning til økoturisme korrelerte med nyheter for denne gruppen. Med andre ord vektlegges påvirkningen av eksperter og nyheter i vesentlig grad mer enn påvirkning fra venner, familie og sosiale medier. Det vil da være naturlig å anta at for denne aldersgruppe vektlegges påvirkning fra mer anerkjente kanaler.

Videre er mellommenneskelig påvirkning positivt korrelert med hver av de fem påvirkningskanalene for denne gruppen.

Aldersgruppe 36-45 år

For aldersgruppe 36-45 fremgår det av korrelasjonsanalysen at faktorene som fører til en intensjon om økoturisme er knyttet til holdning, mellommenneskelige påvirkninger og atferdskontroll. Disse funnene samsvarer med tidligere empiri, og viser til at holdning og atferdskontroll er gode pådrivere til intensjon (Ajzen, 1991; Hultman et al., 2015; Laroche et al., 2001; Shin & Hancer, 2016).

Videre drøftelse av aldersgruppe 36-45 år

For aldersgruppen 36-45 år ble tidligere erfaring med økoturisme og opplevd atferdskontroll beregnet som signifikant korrelert. Dette funnet viser til en god korrelasjon, hvor en økning i opplevd atferdskontroll vil indikere større grad av tidligere erfaring med økoturisme. Dette

funnet samsvarer med atferdsteorien, hvor opplevd atferdskontroll påvirkes av blant annet tidligere erfaring (Ajzen, 1991). En annen måte å tolke resultatet på er ved at tidligere erfaring har gitt kunnskap og at denne kunnskapen gir en økt opplevd kontroll (Ajzen, 1991).

Aldersgruppe 46-55 år

For aldersgruppen viste korrelasjonsanalysen at de faktorene som er pådrivere for intensjon i denne gruppen er holdning, subjektiv norm, atferdskontroll, tidligere erfaring og kjønn. En korrelasjon fra holdning, subjektiv norm og atferdskontroll støttes av atferdsteorien og tidligere funn av relevante studier (Ajzen, 1991; Hultman et al., 2015; Shin & Hancer, 2016).

Videre for aldersgruppen foreligger det korrelasjon til tidligere erfaring. Denne aldersgruppen er eneste med signifikant korrelasjon til tidligere erfaring. Korrelasjonen innebærer at denne gruppen vektlegger deltagelse eller erfaring. Her kan en da se at den at økt intensjon baseres på tidligere erfaring. Dersom en ikke tidligere har vært på en økoturismereise vil intensjonen være lavere. Funnene samsvarer med tidligere empiri som også har kartlagt tidligere erfaring som en viktig pådriver for intensjon (Carvacge-Franco et al., 2022; Han & Kim, 2010).

Aldersgruppe 56-65 år

For aldersgruppen 55-65 år utgjør variablene som danner intensjon til økoturisme holdning og påvirkning fra eksperter. Dette innebærer at graden gruppen påvirkes av ekspertenes mening og økoturisme vil påvirke en intensjon. Holdningenes korrelasjon til intensjon kan blant annet støttes i teorien om planlagt atferd (Ajzen, 1991).

Aldersgruppe over 65 år

For siste aldersgruppe utgjør variablene som danner en intensjon til økoturisme holdning og påvirkning fra nyheter. Holdningens påvirkning på intensjon indikerer at økt holdning vil gi økt intensjon (Ajzen, 1991). Videre utgjør påvirkning til nyhetene, at dersom økoturisme fremgår på nyhetene vil intensjonen om deltagelse øke for denne gruppen.

Basert på drøftelsene for de ulike aldersgruppene over utgjør holdning for alle aldersgrupper en intensjon om deltagelse. Dette viset at hvordan respondentene viser forbrukeransvar på reise og i forståelse av miljøproblemer utgjør en god pådriver for intensjon.

Videre kan en også se at det forekom store signifikante forskjeller mellom ulike aldersgrupper og kjønn med hensyn til intensjon. Dette viser da tydelig at hva som påvirker intensjon avhenger av blant annet kjønn og alder. En vil derfor få en mer spesifisert forståelse av hva som påvirker intensjon ved å se kjønn eller ander.

Videre vil det være hensiktsmessig å trekke frem at de målte intensjonene ikke tilsier at atferden vil forekomme (Choen et al., 2014).

6.5 Intensjon utgjør ikke nødvendigvis atferd

Drøftelsen overfor har vært gjennomført med hensyn av å redegjøre for en intensjon knyttet til økoturisme. Her er det hensiktsmessig å trekke frem at selv om en intensjon er målt og presentert er ikke denne en direkte årsak til atferd (Choen et al., 2014).

Dette indikerer at atferd ikke konsekvent samsvarer med den opprinnelige intensjon (Choen et al., 2014). Holdning, subjektiv norm og opplevd atferdskontroll fører gjerne til økt intensjon, men det er likevel ikke gitt at denne intensjonen fører til gitte handling (Ajzen, 1991; Choen et al., 2014). Eksempelvis kan en her trekke frem et studie som målte effekten av bærekraftmerking på matvarer (Grunert et al., 2014). I nevnte studie har respondentene en sterk bekymring knyttet til bærekraftig utvikling, men benytter seg likevel sjeldent av bærekrafts merkede logoer (Grunert et al., 2014). Med andre ord samsvarer ikke intensjon og handling.

Denne missvariasjonen mellom utfall og intensjon kan forsøkes å sees i sammenheng mellom den lave deltagelsen i økoturisme, og de høye korrelasjonene med intensjon. Dersom en først legger grupper kvinner til grunn utgjorde denne gruppen et svært lavt deltagertall for økoturisme og det ble ikke målt signifikant korrelasjon for denne variabelen. Derimot fremgår det av korrelasjonsanalysen at intensjon positivt korrelerer med kvinners holdninger til økoturisme, forventningene i samfunnet og opplevd atferdskontroll. Tross disse variablene indikerer en intensjon om en fremtidig atferd og ikke bakenforliggende er det likevel en interessant analyse som kan indikere at selv om intensjonen eksisterer er andre faktorer avgjørende. Dette kan eksempelvis være knyttet til livssituasjon (Juric et al., 2002).

I denne delen av analysen vil det drøftes interessante elementer den målte intensjonen. Her vil først tidligere deltagelse i økoturisme redegjøres før prinsippene i økoturisme drøftes opp mot variabelen holdning til økoturisme.

6.6 Tidligere deltagelse i økoturisme

Hva gjelder respondentenes tidligere deltagelse i økoturisme var disse funnene svært interessante. Respondentene oppga at kun 18,2% hadde tidligere oppsøkt en økoturisme destinasjon eller attraksjon. Videre kan en se at 49,7% av respondentene oppga at de ikke tidligere hadde erfaring med økoturisme. Dette indikerer at 32,1% var usikre på om de tidligere hadde besøkt en økoturisme attraksjon eller ikke.

Disse funnene samsvarer i stor grad med studiet til Han et al. angående hvorvidt hotellkunder hadde intensjoner om å oppsøke bærekraftige hotell (Han et al., 2011). I nevnte studie oppga omlag 30% at de manglet kunnskap til å ta stilling om tidligere deltagelse (Han et al., 2011). Utover dette oppga over halvparten av respondentene at de ikke hadde tidligere erfaring, mot omlag 13% som oppga at de hadde det (Han et al., 2011). De nærliggende likhetene i prosentandelene er svært interessante, og viser til at det bør arbeides for en tydeligere markedsføring av bærekraftige reisealternativer og turismeformer. Nevnte studie ble gjennomført i 2011, og det er interessant at tallene er så nærliggende elleve år senere. Her skal det nevnes at studiet tok utgangspunkt i hotell, mens avhandlingen fokuserer på et økoturismeperspektiv. Denne forskjellen ansees likevel ikke å være av betydning da tallene underbygger en lav deltagelse i og kjennskap til et bærekraftig reiseliv.

6.7 Prinsippene i økoturisme

I denne delen av vil holdning drøftes opp mot prinsippene for bærekraft. Dette gjøres substituert da prinsippene til økoturisme ikke er i relasjon til øvrig drøftelse. Bakgrunnen for drøftelsen er å se sammenhengen mellom prinsippene for økoturisme og variabelen holdning til økoturisme. Dette begrunnes i at holdning er en indikator til intensjon, i tillegg til at variabelen korrelerer signifikant med intensjon i beregnet korrelasjonsanalyse.

Holdningen til økoturisme var bestående av på parameterne «det å opppre bærekraftig er viktig for å bevare naturen», deretter «på reise er jeg opptatt av å handle lokalt og benytte lokale tjenester» videre «på reise er jeg opptatt av å ikke ha negativ innvirkning på kultur og miljø».

Deretter var fjerde parameter «på reise er jeg opptatt av å lære om lokalsamfunnet, klima og miljøet til stedet jeg besøker» og siste parameter «jeg tror at å oppsøke en økoturisme-attraksjon eller destinasjon ville vært givende».

Parameterne inneholder flere av prinsippene for økoturisme og det vil derfor være interessante å se hvordan en holdning til økoturisme kan sees i sammenheng med disse. Prinsippene utviklet av «den internasjonale økoturisme foreningen» og Norsk Økoturisme legges til grunn. Norsk Økoturisme har per februar 2022, syv fastsatte prinsipper oppgitt på sin hjemmeside, den «internasjonale økoturisme foreningen» har åtte prinsipper i samme periode (HANEN; TIES).

Holdning til økoturisme i sammenheng med prinsippene for økoturisme

Hva gjelder prinsippene for økoturisme kan disse sees fra både et bedrifts og turistperspektiv, hvor sistnevnte vil fokuseres på i denne drøftelsen. Prinsippene innebærer samtlige av elementene i den tredelte bunnlinjen. Her vektlegges da både sosiale, miljømessige og økonomiske hensyn til grunn for reisen (HANEN; TIES). For økoturisme vektlegges det derfor økonomiske, sosiale og miljømessige hensyn. Prinsippene tar utgangspunkt i benyttelse av lokale tjenester og minimalt avtrykk på omgivelser (HANEN; TIES). Utover dette skal økoturismen være en positiv opplevelse som også bidrar til læring (HANEN; TIES). Dette er alle elementer som inngår i den målte variabelen for holdning.

Variabelen tok for seg respondentenes reisevaner, og hvor det ble mål til hvilken grad de vektla lokale tjenester, minimal påvirkning av miljø og klima samt læring i deres reiser. Utover dette ble det også mål hvorvidt en anslå at økoturisme ville vært givende. Dette samsvarer svært godt med prinsippene for økoturisme. Variabelen har både en 34,7% forklaringssevne på intensjon i tillegg til en svært signifikant korrelasjon med intensjon. Med hensyn til likheten mellom holdning til økoturisme og prinsippene for økoturisme kan de som har en sterk holdning til økoturisme allerede følger prinsippene. Utover dette er det også nærliggende å anta, basert på korrelasjon mellom holdning og intensjon, at de med en positiv innstilling til prinsippene for økoturisme vil ha større intensjon om deltagelse.

7 Oppsummering og konklusjon

Dette avsluttende kapittelet vil avhandlingens hovedfunn og bidrag presenteres. Etterfulgt av begrensningene i studiet som vil vise til anbefalinger for videre forskning.

7.1 Hovedfunn og konklusjon

Avhandlingen har hatt til formål å kartlegge hvilke faktorer som påvirker intensjon om deltagelse til økoturisme. Dette har blitt forklart via variablene holdninger, subjektiv norm, mellommenneskelig påvirkning, opplevd atferdskontroll, og fem påvirkningskanaler. Disse variablene har ulik grad av signifikant korrelasjon med intensjon basert på hva som måles.

Funnene viser stor variasjon med hensyn til hva som påvirker en intensjon. Disse funnene vil systematisk presenteres nedenfor, med det overordnede resultatet presentert først, deretter for kjønn.

Overordnet sett fant avhandlingen at intensjon om deltagelse i økoturisme påvirkes av holdningen til økoturisme, mellommenneskelig påvirkning, subjektiv norm, opplevd atferdskontroll og tidligere erfaring. Her var opplevd atferdskontroll variabelen som best korrelerte for intensjon. Videre ble det også funnet at påvirkning fra eksperter, sosiale medier og nyheter er påvirker intensjon.

Den overordnede presentasjonen redegjorde ikke for ulikheten i kjønn og alder, datasettet ble derfor delt med hensyn til disse variablene. Her kan en da se hva gjelder intensjon om økoturisme for kvinner påvirkes dette av deres holdning til økoturisme, den subjektive normen og opplevd atferdskontroll. Opplevd atferdskontroll utgjør variabelen som er best korrelert med intensjon. Videre for kvinner utgjør også nyheter en signifikant pådriver til intensjon.

Videre varierte intensjon om økoturisme betydelig fra kvinner til menn. For menn er faktorene som påvirker intensjon, holdning økoturisme, mellommenneskelig påvirkning, atferdskontroll og tidligere erfaring. Utover dette påvirkes intensjonen til menn om økoturisme av venner, eksperter, sosiale medier og nyheter. Atferdskontroll utgjorde for menn størst pådriver til intensjon.

Videre viser funnene av analysene at holdning til økoturisme og opplevd atferdskontroll indikerte intensjon for samtlige aldersgrupper.

Avslutningsvis for å konkludere avhandlingen utgjør den opplevde atferdskontrollen og holdninger de faktorene som i størst grad korrelerer med intensjon. Videre har det andre store funnet vært knyttet til at menn har større intensjon om økoturisme enn kvinner. Utover dette kan en med bakgrunnen i presentasjonen av hovedfunnene konkludere med at avhandlingen redegjør for intensjon om økoturisme.

7.2 Teoretiske og praktiske implikasjoner

I dette underkapittelet vil avhandlingens teoretiske og praktiske implikasjoner redegjøres. Først redegjøres for de teoretiske, deretter for de praktiske implikasjonene.

Så langt undertegnede er kjent med, foreligger svært få studier i norsk sammenheng som redegjør for intensjon om økoturisme slik den foreligger her. Det har blitt utviklet en god modell for mål av intensjon om økoturisme, og kartlagt faktorene som påvirker dette. Videre teoretisk implikasjon er tilførselen av påvirkningskanalene på atferdsteorien. På denne måten kan intensjon om økoturisme forklares opp mot holdning, subjektiv norm og atferdskontroll, i tillegg til å se hvordan disse korrelerer med en påvirkningskanal.

En videre teoretisk implikasjon er funnet av at menn har større korrelasjon om økoturisme enn kvinner. Denne implikasjonen kan benyttes til å anslå at menn oftere deltar i økoturisme. En slik implikasjon kan bidra med ny innsikt i forståelsen av hvem som opptrer bærekraftig. Her kan en også se at dette funnet kan bidra til å skille økoturisme, eller bærekraftig oppførsel på reise og generell oppfatning av hvem som opptrer bærekraftig.

De praktiske implikasjonene avhandlingen har er knyttet til bedriftsperspektivet, og markedsføringen av økoturisme. Korrelasjonsanalysene viser en god oversikt over hvordan intensjon korrelerer med variablene, og hvordan dette endres basert på kjønn og alder. Med dette i fokus kan økoturismeaktører få en oversikt over både hvilke kanaler de best når ønsket utvalg, men også hvordan intensjonen om økoturisme forklares i uvalgte. En slik forståelse vil kunne bidra med tilpasse relevant informasjon om økoturisme på rett måte til ønsket utvalg.

Videre var holdning til bærekraft og atferdskontroll de variablene som sterkest korrelerte med intensjon. Dette innebærer at et fokus på viktighet av bærekraft, samt praktisk informasjon knyttet til økoturisme i kommunikasjon med potensielle turister vil etter korrelasjonsanalysene føre til en økt intensjon om økoturisme.

7.3 Begrensninger og videre forskning

Denne avhandlingen har fokuset på å kartlegge hvilke faktorer som fører til en intensjon om deltagelse i økoturisme, men har klare begrensninger.

Først kan en se at avhandlingen ikke vektla livssituasjon. Dette innebærer at dimensjoner som kan påvirke intensjon ikke ble målt. Dersom livssituasjon hadde blitt vektlagt er det mulig at resultatene av analysene hadde utformet seg på en annen måte. For videre studier kan det derfor være hensiktsmessig å se på intensjon om økoturisme opp mot livssituasjon.

Livssituasjon som antall barn eller sivilstatus kan antas å ha en innvirkning på intensjon om deltagelse i økoturisme. Her har eksempelvis tidligere forskning funnet at kjønn og alder ikke var påvirkende elementer for hvem som la ut på lange fjellturer, med overnattinger (Juric et al., 2002). Studiet fant derimot at dette var påvirket av livssituasjon, og at de med en familie i liten grad bega seg ut på slike turer (Juric et al., 2002). Deltagelse i ulike organisasjoner har også vist å være en påvirkende faktor for deltagelse i økoturisme (Juric et al., 2002).

Denne påvirkningen av livssituasjon i økoturisme kan være en viktig dimensjon å forske videre på, for å danne en tydeligere forståelse av hvem som deltar i økoturisme. I tillegg til at slike funn kan bidra med å tilpasse markedsføringen av økoturisme til de riktige gruppene

Videre innehold modellen ingen parameter for motivasjon knyttet til reise. Motivasjon for reise innebærer hvilke elementer en vektlegger med hensyn til formålet ved reisen (Carvacge-Franco et al., 2022). Motivasjon for reise er blant annet vist korrelert med intensjon om gjenreise. På bakgrunn av dette kan det sees som hensiktsmessig for videre forskning å vektlegge motivasjon.

Siste anbefaling for videre forskning er knyttet til opplevd verdi og tilfredshet ved økoturisme. Avhandlingen målte ikke disse parameterne, noe som anbefales for videre

forskning da dette er vist å korrelere positivt for utvikling av forbrukeransvar (Chiu et al., 2014).

8 Kildehenvisning

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behaviour *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Teel, J. E. (1989). Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. *Journal of Consumer Research*, 15(4), 473-481. <https://www.jstor.org/stable/2489543>
- Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2019). *Business Reserach Method* (Fifth ed.). Oxford Univversity Press.
- Carvace-Franco, M., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., & Borja-Morán, J. (2022, 22.06.20). Motivations as a predictor of satisfaction and loyalty in ecotourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 37. https://bibsyst-almaprimo.hosted.exlibrisgroup.com/permalink/f/kb63e2/TN_cdi_gale_infotracacademiconefile_A696168464
- Ceballos-Lascuráin, H. c. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas : the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development* (International Union for Conservation of Nature and NaturalResources & W. C. o. N. P. a. P. Areas, Eds.). IUCN.
- Chiu, Y.-T. H., Lee, W.-I., & Chen, T.-H. (2014, Februar). Environmentally responsible behavior in evoturism: Antecedent and implications *Tourism Management* 40, 321-329. <https://www-sciencedirect-com.ezproxy2.usn.no/science/article/pii/S0261517713001325?via%3Dihub#appsec1>
- Choen, S. A., Prayag, G., & Motal, M. (2014, 08.08.13). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities . *Current Issues in Tourism* 17(10), 871-909. <https://doi-org.ezproxy2.usn.no/10.1080/13683500.2013.850064>
- Dannevig, P. (2022). *Klima* <https://snl.no/klima>
- Devinney, T. M., Auger, P., Echardt, G., & Birtchnell, T. (2006). The Other CSR: Consumer Social Responsibility *Academia*. https://d1wqtxtslxzle7.cloudfront.net/50014162/The_Other_CSR_Consumer_Social_Resposibi20161031-24728-eni1yn-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635160053&Signature=AhqwHKgK15c57gTZzOVXNnRTzm0lsqLJxRnMzt58sTK2TgDOhaciOWtACDyIc9GnhvlvC1AWdYe-zfZfNw129eIAyT-rTYnMr41imr7Ywgzho7KfNxc7KsPbAX1HCGno42VW99FKt-byC6XZo06doO36V33v46EexSnTUPE72cRhFe7R3y2CrvSjNhb87iqmKoKmhpmVzZPqLV69HoSus5MtN3nS9SOAgpMYrHOBKzI-9MsMR9I-i1cJHz3XuflcNduHFAHhIbxOefspNUY13SCbaf6KuAzGJ-tH4QSOcYXnxRcGOzEUjIWbCDSOeOGPBEoFn2OU6cBCBiL7fA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Fagerstrøm, A., Eg, R., Johannessen, M., & Vogt, N. (2020). *Forbrukeratferd* (Vol. Første). Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Foderaro, L. W. (2021). *For planet earth, no tourism is a coure or a blessing* Retrieved 10.05.22 from <https://www.nytimes.com/2021/03/07/travel/covid-pandemic-environmental-impact.html>
- Grunert, K. G., Hieke, S., & Wills, j. (2014, februar). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. *Food Policy*, 44, 177-189. <https://doi-org.ezproxy1.usn.no/10.1016/j.foodpol.2013.12.001>
- Han, H., Hsu, L.-T., & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism management* (1982), 31(3), 325-334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>

- Han, H., Hsu, L.-T. J., & Lee, J.-S. (2009, Desember). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 519-528. <https://doi-org.ezproxy1.usn.no/10.1016/j.ijhm.2009.02.004>
- Han, H., Hsu, L.-T. J., Lee, J.-S., & Sheu, C. (2011, Juni 2011). Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 345-355. <https://doi-org.ezproxy1.usn.no/10.1016/j.ijhm.2010.07.008>
- Han, H., & Kim, y. (2010, Desember). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659-668. <https://doi-org.ezproxy2.usn.no/10.1016/j.ijhm.2010.01.001>
- HANEN. *Norsk Økoturisme* Retrieved 23.02.22 from <https://www.hanen.no/utforsk/118>
- HANEN. *Norsk Økoturisme*. Retrieved 20.01.22 from <https://norsk-okoturisme.hanen.no>
- HANEN. *Om HANEN HANEN*. Retrieved 06.02.22 from <https://www.hanen.no/tema/om-hanen>
- Hultman, M., Kazemina, A., & Ghasmi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation. *Journal of Bussiness Research*, 68(9), 1854-1861. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.013>
- Juric, B., Cornwell, T. B., & Mather, D. (2002). Exploring the Usefulness of an Ecotourism Interest Scale. *Journal of Travel Research*, 40(3), 259-269. <https://doi.org/10.1177/0047287502040003004>
- Kwahk, K.-Y., & Kim, B. (2017, 31.12.16). Effects of social media on consumers' purchase decisions: evidence from Taobao. *Service Business volume*(11), 803-829. <https://doi-org.ezproxy1.usn.no/10.1007/s11628-016-0331-4>
- Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006, august). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589-599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*. <https://www-emerald-com.ezproxy1.usn.no/insight/content/doi/10.1108/EUM000000006155/full/html#idm46242827758944>
- Lin, P.-C., & Huang, Y.-H. (2012, 02). The influence factors on choice behavior regarding green products based on the theory of consumption values. *Journal of Cleaner Production*, 22(1), 11-18. <https://www-sciencedirect-com.ezproxy1.usn.no/science/article/pii/S0959652611003738>
- Lu, A. C. C., Gursoy, D., & Chiappa, G. D. (2014). The Influence of Materialism on Ecotourism Attitudes and Behaviors. *Journal of Travel Research*, 55(2). <https://doi-org.ezproxy2.usn.no/10.1177/0047287514541005>
- Newsome, D., & Dowling, R. (2010, januar). Setting an agenda for geotourism. 12. https://www.researchgate.net/publication/46156162_Setting_an_agenda_for_geotourism
- Nilsen, H. R. (2020, 05.11.20). *Den tredelte bunnlinje*. Store Norske leksikon. Retrieved 09.03 from https://snl.no/Den_tredelte_bunnlinje
- Prud'homme, B., & Raymond, L. (2013, september 2013). Sustainable development practices in the hospitality industry: An empirical study of their impact on customer satisfaction and intentions.

International Journal of Hospitality Management, 34, 116-126. <https://doi.org.ezproxy2.usn.no/10.1016/j.ijhm.2013.03.003>

Ringdal, k. (2016). *Enhet og mangfold* (Vol. 3 opplag). Fagbokforlaget.

Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016, 24.05.2016). The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products. *Journal of Foodservice Business Research* 19(4), 338-351. <https://doi.org.ezproxy1.usn.no/10.1080/15378020.2016.1181506>

Svartdal, F. (2020). *Holdning* <https://snl.no/holdning>

[Record #39 is using a reference type undefined in this output style.]

Taber, K. S. (2017). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in science education (Australasian Science Education Research Association)*, 48(6), 1273-1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>

Taufique, K. M. R., & Vaithianathan, S. (2018, 10.05). A fresh look at understanding Green consumer behavior among young urban Indian consumers through the lens of Theory of Planned Behavior. *Journal of Cleaner Production*, 183, 46-55. <https://www.sciencedirect.com.ezproxy1.usn.no/science/article/pii/S0959652618304098?via%3Dihub>

TIES. *About TIES*. The International Ecotourism Society. Retrieved 18.02.22 from <https://ecotourism.org/ties-overview/>

TIES. *What Is Ecotourism?* Retrieved 23.02.22 from <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

Tjernshaugen, A. (2020). *Miljø* <https://snl.no/milj%C3%B8>

Universitetet i Oslo. (2021). *Er det meldeplikt til NSD for anonyme spørreundersøkelser?* Retrieved 30.03 from <https://www.uio.no/tjenester/it/adm-app/nettskjema/mer-om/personvern/meldeplikt.html>

Verdenskomisjonen for miljø og utvikling. (1987). *Vår felles framtid* (O. Dahl, Ed.). Tiden norsk forlag. <https://doi.org/oai:nb.bibsys.no:998760155934702202>

URN:NBN:no-nb_digibok_2007080601018

Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability* (First Edition ed.). United Nations Publications. https://stg-wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9045/-Ecotourism_%20%20Principles%20Practices%20and%20Policies%20for%20Sustainability-2002518.pdf?sequence=2

Yue, B., Sheng, G., She, S., & Xu, J. (2020). Impact of Consumer Environmental Responsibility on Green Consumption Behavior in China: The Role of Environmental Concern and Price Sensitivity. *MDPI Journals*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/5/2074/htm>

Yukl, G., & Gardner, W. L. I. (2020). *Leadership in Organizations* (Ninth ed.). Pearson Education Limited 2020.

9 Vedlegg

9.1 Spørreskjema

Kjønn

- Kvinne Mann Ønsker ikke oppgi

Alder

- > 15 16-25 år 26-35 år 36-45 år 46-55 år
 56-65 år Over 65 år

Utdanningsnivå

- Grunnskole Videregående skole
 1-3 år på Universitet/ Høy- skole Over 4 år på Universitet/ Høyskole
 Etterutdanning/ videreutdan- ning

Yrkesstatus

- Elev Student I arbeid
 Pensjonist Arbeidsledig Arbeidssøkende
 Ønsker ikke oppgi

Jeg har tidligere oppsøkt en økoturisme destinasjon eller attraksjon

- Ja Nei Usikker

Holdning til bærekraft

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
Det å opptre bærekraftig er for mye jobb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det å opptre bærekraftig er viktig for å bevare naturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg bekymrer meg ikke for miljøproblemer, da det er for langt frem i tid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever at aktører i reiselivet er opptatt av å opptre bærekraftig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Holdning til økoturisme

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
På reise er jeg opptatt av å handle lokalt og benytte lokale tjenester	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
På reise er jeg opptatt av å ikke ha negativ innvirkning på kultur og miljø	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
På reise er jeg opptatt av å lære om lokalsamfunnet, klima og miljøet til stedet jeg besøker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tror at å oppsøke en økoturisme-attraksjon eller destinasjon vil være givende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Interesse av økoturisme

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
Jeg finner økoturisme interessant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er sannsynlig at jeg vil oppsøke en økoturisme-destinasjon i fremtiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har en intensjon om å oppsøke en økoturisme-destinasjon i fremtiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har planlagt å oppsøke en økoturisme-destinasjon i løpet av de neste 12 månedene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Egen opplevelse av økoturisme

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
Jeg opplever at jeg enkelt kunne oppsøkt økoturisme-attraksjoner/destinasjoner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever å ha forutsetninger for å oppsøke økoturisme-attraksjoner/destinasjoner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever å ha kjennskap nok til å planlegge og gjennomføre en slik reise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever å ha kunnskap om økoturisme og økoturisme-attraksjoner/destinasjoner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sosiale faktorer

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
Det er en forventning i samfunnet om å vektlegge bærekraft på reise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er en forventning i samfunnet om å reise til steder som vektlegger bærekraft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De rundt meg ville ha vært positivt innstilte til min økoturisme-reise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samfunnets forventning om bærekraft får meg til å ville opptre mer miljøbevisst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Generelle påvirkningsfaktorer i samfunnet

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
Jeg kjøper sjeldent en vare eller tjeneste hvis ikke mine venner liker det	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når jeg handler en vare eller tjeneste velger jeg ofte det jeg tror de rundt meg vil like	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg liker å vite hvilke merker og tjenester som har godt rykte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg føler en tilhørighet ved å gjøre samme valg som andre også velger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jeg lar meg påvirke av følgende elementer når jeg skal velge en vare eller tjeneste

	I ingen grad	I svært liten grad	I noen grad	Nøytral	I stor grad	I svært stor grad	Helt enig
Venner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Familie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekspertter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiale medier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nyheter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.2 Pattern matrix før fjernet parameter

Pattern Matrix^a

	Factor			
	1	2	3	4
Øko1				.608
Øko2				.534
Øko3				.649
Øko4				.688
Bærekraft2				.594
PåvirkningFaktor1			.673	
PåvirkningFaktor2			.853	
PåvirkningFaktor4			.702	
SosialeFaktorer1		.819		
SosialeFaktorer2		.951		
SosialeFaktorer3			.324	.499
SosialeFaktorer4		.337		.483
Atferd1	.557			
Atferd2	.501			
Atferd3	.992			
Atferd4	.846			

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

9.3 Skjevhet og normalfordeling

Statistics

	Interesse1	Interesse2	Interesse3	Interesse4	Atferd1	Atferd2	Atferd3	Atferd4	Øko1	Øko2	Øko3	Øko4	Bærekraft2	SosialeFaktor1	SosialeFaktor2	PåvirkningFa ktor1	PåvirkningFa ktor2	PåvirkningFa ktor4
N	164	165	165	164	164	164	164	164	165	163	165	165	165	162	164	164	164	163
Valid	1	0	0	1	1	1	1	1	0	2	0	0	0	3	1	1	1	2
Missing																		
Skewness	-.242	-.347	-.232	-.416	.134	-.065	.593	.935	-.221	-.402	-.155	-.428	-.805	.454	.383	1.210	1.027	.902
Std. Error of Skewness	.190	.189	.189	.190	.190	.190	.190	.190	.189	.190	.189	.189	.189	.191	.190	.190	.190	.190
Kurtosis	-.325	-.268	-.554	-.818	-.321	-.493	-.404	.516	-.758	-.481	-.768	.097	-.244	-.646	-.429	1.518	1.429	.650
Std. Error of Kurtosis	.377	.376	.376	.377	.377	.377	.377	.377	.376	.378	.376	.376	.376	.379	.377	.377	.377	.378

9.4 ANOVA analyse holdning

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 ^a	.347	.343	1.08381

a. Predictors: (Constant), Holdning_Mean

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.585	1	101.585	86.481	<.001 ^b
	Residual	191.468	163	1.175		
	Total	293.053	164			

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

b. Predictors: (Constant), Holdning_Mean

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.272	.384		.709	.479
	Holdning_Mean	.743	.080	.589	9.300	<.001

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

9.5 ANOVA analyse subjektiv norm

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.208 ^a	.043	.037	1.31053

a. Predictors: (Constant), Påvirkning_Mean

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.532	1	12.532	7.297	.008 ^b
	Residual	278.234	162	1.717		
	Total	290.766	163			

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

b. Predictors: (Constant), Påvirkning_Mean

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.175	.242		13.120	<.001
	Påvirkning_Mean	.272	.101	.208	2.701	.008

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

9.6 ANOVA analyse subjektiv norm

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.252 ^a	.063	.058	1.29651

a. Predictors: (Constant), Sosiale_Mean

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.456	1	18.456	10.980	.001 ^b
	Residual	272.310	162	1.681		
	Total	290.766	163			

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

b. Predictors: (Constant), Sosiale_Mean

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.851	.294		9.691	<.001
	Sosiale_Mean	.250	.076	.252	3.314	.001

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

9.7 AVOVA analyse opplevd atferdskontroll

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.485	.481	.96173

a. Predictors: (Constant), Atferd_Mean

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.929	1	140.929	152.368	<.001 ^b
	Residual	149.838	162	.925		
	Total	290.766	163			

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

b. Predictors: (Constant), Atferd_Mean

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.303	.213		6.108	<.001
	Atferd_Mean	.726	.059	.696	12.344	<.001

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

9.8 ANOVA basert på delt datasett

Model Summary

Kjønn	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Kvinne	1	.757 ^a	.572	.555	.83427
Mann	1	.820 ^a	.673	.647	.86790

a. Predictors: (Constant), Holdning_Mean, Sosiale_Mean, Påvirkning_Mean, Atferd_Mean

ANOVA^a

Kjønn	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kvinne	1	Regression	94.107	4	23.527	33.802	<.001 ^b
		Residual	70.297	101	.696		
		Total	164.404	105			
Mann	1	Regression	80.465	4	20.116	26.706	<.001 ^b
		Residual	39.169	52	.753		
		Total	119.634	56			

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

b. Predictors: (Constant), Holdning_Mean, Sosiale_Mean, Påvirkning_Mean, Atferd_Mean

Coefficients^a

Kjønn	Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
			B	Std. Error	Beta	t	
Kvinne	1	(Constant)	.019	.478		.040	.968
		Atferd_Mean	.551	.085	.539	6.456	<.001
		Påvirkning_Mean	.047	.095	.036	.493	.623
		Sosiale_Mean	.036	.063	.041	.580	.563
		Holdning_Mean	.383	.093	.318	4.101	<.001
Mann	1	(Constant)	-1.127	.564		-1.997	.051
		Atferd_Mean	.570	.094	.542	6.062	<.001
		Påvirkning_Mean	.142	.110	.110	1.295	.201
		Sosiale_Mean	.039	.095	.034	.412	.682
		Holdning_Mean	.466	.123	.357	3.802	<.001

a. Dependent Variable: Intensjon_Mean

9.9 Korrelasjonsmatrise kjønn

		Correlations							
Kjønn1			Holdning_Mean	Påvirkning_Mean	Sosiale_Mean	Atferd_Mean	Intensjon_Mean	Tidligere	Alder1
Kvinne	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	-.180	.151	.441**	.555**	-.105	.110
		Sig. (2-tailed)		.064	.121	<.001	<.001	.282	.261
		N	106	106	106	106	106	106	106
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	-.180	1	.137	.278**	.134	-.135	.108
		Sig. (2-tailed)	.064		.161	.004	.171	.167	.269
		N	106	106	106	106	106	106	106
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.151	.137	1	.375**	.296**	-.087	.261**
		Sig. (2-tailed)	.121	.161		<.001	.002	.378	.007
		N	106	106	106	106	106	106	106
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.441**	.278**	.375**	1	.704**	-.172	.207*
		Sig. (2-tailed)	<.001	.004	<.001		<.001	.079	.033
		N	106	106	106	106	106	106	106
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.555**	.134	.296**	.704**	1	-.139	.047
		Sig. (2-tailed)	<.001	.171	.002	<.001		.154	.632
		N	106	106	106	106	106	106	106
	Tidligere	Pearson Correlation	-.105	-.135	-.087	-.172	-.139	1	-.006
		Sig. (2-tailed)	.282	.167	.378	.079	.154		.952
		N	106	106	106	106	106	106	106
Alder1	Pearson Correlation	.110	.108	.261**	.207*	.047	-.006	1	
	Sig. (2-tailed)	.261	.269	.007	.033	.632	.952		
	N	106	106	106	106	106	106	106	
Mann	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	.343**	.192	.453**	.650**	-.351**	.146
		Sig. (2-tailed)		.009	.153	<.001	<.001	.007	.273
		N	58	57	57	57	58	58	58
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	.343**	1	.012	.209	.346**	-.011	-.018
		Sig. (2-tailed)	.009		.928	.119	.008	.933	.894
		N	57	57	57	57	57	57	57
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.192	.012	1	.151	.186	.050	.214
		Sig. (2-tailed)	.153	.928		.261	.167	.713	.111
		N	57	57	57	57	57	57	57
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.453**	.209	.151	1	.732**	-.466**	.256
		Sig. (2-tailed)	<.001	.119	.261		<.001	<.001	.055
		N	57	57	57	57	57	57	57
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.650**	.346**	.186	.732**	1	-.381**	.219
		Sig. (2-tailed)	<.001	.008	.167	<.001		.003	.098
		N	58	57	57	57	58	58	58
	Tidligere	Pearson Correlation	-.351**	-.011	.050	-.466**	-.381**	1	-.138
		Sig. (2-tailed)	.007	.933	.713	<.001	.003		.301
		N	58	57	57	57	58	58	58
Alder1	Pearson Correlation	.146	-.018	.214	.256	.219	-.138	1	
	Sig. (2-tailed)	.273	.894	.111	.055	.098	.301		
	N	58	57	57	57	58	58	58	

9.10 Korrelasjonsmatrise delt på alder

		Correlations									
Alder1			Holdning_Me an	Påvirkning_M ean	Sosiale_Me an	Atferd_Me an	Intensjon_Me an	Utdanning	Tidligere	Yrke	Kjønn1
16-25 år	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	.342	.179	.606**	.558*	.097	-.296	-.312	-.016
		Sig. (2-tailed)		.165	.478	.008	.013	.694	.219	.194	.949
		N	19	18	18	18	19	19	19	19	19
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	.342	1	.270	.450	.314	.236	-.057	-.355	.494*
		Sig. (2-tailed)	.165		.278	.061	.205	.347	.823	.148	.037
		N	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.179	.270	1	.443	.420	.514*	-.095	-.529*	.167
		Sig. (2-tailed)	.478	.278		.066	.083	.029	.708	.024	.507
		N	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.606**	.450	.443	1	.743**	.283	-.163	-.423	.180
		Sig. (2-tailed)	.008	.061	.066		<.001	.254	.519	.080	.474
		N	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.558*	.314	.420	.743**	1	.101	-.285	-.094	-.178
		Sig. (2-tailed)	.013	.205	.083	<.001		.680	.236	.702	.465
		N	19	18	18	18	19	19	19	19	19
	Utdanning	Pearson Correlation	.097	.236	.514*	.283	.101	1	-.032	-.729**	-.033
		Sig. (2-tailed)	.694	.347	.029	.254	.680		.897	<.001	.895
		N	19	18	18	18	19	19	19	19	19
Tidligere	Pearson Correlation	-.296	-.057	-.095	-.163	-.285	-.032	1	.067	.290	
	Sig. (2-tailed)	.219	.823	.708	.519	.236	.897		.784	.229	
	N	19	18	18	18	19	19	19	19	19	
Yrke	Pearson Correlation	-.312	-.355	-.529*	-.423	-.094	-.729**	.067	1	-.150	
	Sig. (2-tailed)	.194	.148	.024	.080	.702	<.001	.784		.541	
	N	19	18	18	18	19	19	19	19	19	
Kjønn1	Pearson Correlation	-.016	.494*	.167	.180	-.178	-.033	.290	-.150	1	
	Sig. (2-tailed)	.949	.037	.507	.474	.465	.895	.229	.541		
	N	19	18	18	18	19	19	19	19	19	
26-35 år	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	.097	.114	.564**	.708**	-.112	-.047	.295	-.197
		Sig. (2-tailed)		.605	.541	<.001	<.001	.547	.802	.107	.289
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	.097	1	-.111	-.008	.017	-.110	-.110	.160	-.086
		Sig. (2-tailed)	.605		.553	.965	.930	.554	.554	.390	.645
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.114	-.111	1	.118	.212	.258	-.068	-.234	.035
		Sig. (2-tailed)	.541	.553		.526	.252	.161	.717	.206	.853
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.564**	-.008	.118	1	.785**	-.059	-.284	-.104	-.003
		Sig. (2-tailed)	<.001	.965	.526		<.001	.751	.121	.579	.988
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.708**	.017	.212	.785**	1	.000	-.192	-.042	-.174
		Sig. (2-tailed)	<.001	.930	.252	<.001		.999	.302	.824	.350
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Utdanning	Pearson Correlation	-.112	-.110	.258	-.059	.000	1	-.062	-.394*	.085
		Sig. (2-tailed)	.547	.554	.161	.751	.999		.741	.028	.650
		N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Tidligere	Pearson Correlation	-.047	-.110	-.068	-.284	-.192	-.062	1	.329	-.118	
	Sig. (2-tailed)	.802	.554	.717	.121	.302	.741		.071	.526	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
Yrke	Pearson Correlation	.295	.160	-.234	-.104	-.042	-.394*	.329	1	.011	
	Sig. (2-tailed)	.107	.390	.206	.579	.824	.028	.071		.953	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
Kjønn1	Pearson Correlation	-.197	-.086	.035	-.003	-.174	.085	-.118	.011	1	
	Sig. (2-tailed)	.289	.645	.853	.988	.350	.650	.526	.953		
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	

36-45 år	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	-.079	.086	.343**	.456**	.118	-.159	.166	.211
		Sig. (2-tailed)		.518	.481	.004	<.001	.337	.192	.177	.082
		N	69	69	69	69	69	68	69	68	69
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	-.079	1	.043	.305*	.294*	.045	-.154	.008	-.109
		Sig. (2-tailed)	.518		.724	.011	.014	.719	.205	.951	.372
		N	69	69	69	69	69	68	69	68	69
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.086	.043	1	.147	.112	-.086	.102	-.024	-.144
		Sig. (2-tailed)	.481	.724		.229	.359	.486	.407	.845	.239
		N	69	69	69	69	69	68	69	68	69
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.343**	.305*	.147	1	.681**	.075	-.323**	.307*	.074
		Sig. (2-tailed)	.004	.011	.229		<.001	.543	.007	.011	.544
		N	69	69	69	69	69	68	69	68	69
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.456**	.294*	.112	.681**	1	.144	-.204	.223	-.050
		Sig. (2-tailed)	<.001	.014	.359	<.001		.242	.093	.068	.682
		N	69	69	69	69	69	68	69	68	69
	Utdanning	Pearson Correlation	.118	.045	-.086	.075	.144	1	-.252*	-.162	.178
		Sig. (2-tailed)	.337	.719	.486	.543	.242		.038	.190	.146
		N	68	68	68	68	68	68	68	67	68
	Tidligere	Pearson Correlation	-.159	-.154	.102	-.323**	-.204	-.252*	1	-.323**	-.146
		Sig. (2-tailed)	.192	.205	.407	.007	.093	.038		.007	.233
		N	69	69	69	69	69	68	69	68	69
Yrke	Pearson Correlation	.166	.008	-.024	.307*	.223	-.162	-.323**	1	-.049	
	Sig. (2-tailed)	.177	.951	.845	.011	.068	.190	.007		.693	
	N	68	68	68	68	68	67	68	68	68	
Kjønn1	Pearson Correlation	.211	-.109	-.144	.074	-.050	.178	-.146	-.049	1	
	Sig. (2-tailed)	.082	.372	.239	.544	.682	.146	.233	.693		
	N	69	69	69	69	69	68	69	68	69	
46-55 år	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	-.118	.246	.272	.638**	-.361	-.347	-.177	-.352
		Sig. (2-tailed)		.592	.257	.209	.001	.090	.104	.420	.099
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	-.118	1	.202	.046	.189	-.095	-.081	.030	-.046
		Sig. (2-tailed)	.592		.355	.835	.388	.668	.713	.892	.833
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.246	.202	1	.602**	.495*	-.102	-.291	-.004	-.203
		Sig. (2-tailed)	.257	.355		.002	.016	.643	.179	.984	.354
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.272	.046	.602**	1	.695**	.047	-.491*	.106	.012
		Sig. (2-tailed)	.209	.835	.002		<.001	.832	.017	.632	.955
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.638**	.189	.495*	.695**	1	-.059	-.539**	-.155	-.429*
		Sig. (2-tailed)	.001	.388	.016	<.001		.789	.008	.479	.041
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	Utdanning	Pearson Correlation	-.361	-.095	-.102	.047	-.059	1	.158	.325	-.205
		Sig. (2-tailed)	.090	.668	.643	.832	.789		.471	.130	.349
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
	Tidligere	Pearson Correlation	-.347	-.081	-.291	-.491*	-.539**	.158	1	.000	.138
		Sig. (2-tailed)	.104	.713	.179	.017	.008	.471		1.000	.529
		N	23	23	23	23	23	23	23	23	23
Yrke	Pearson Correlation	-.177	.030	-.004	.106	-.155	.325	.000	1	-.068	
	Sig. (2-tailed)	.420	.892	.984	.632	.479	.130	1.000		.756	
	N	23	23	23	23	23	23	23	23	23	
Kjønn1	Pearson Correlation	-.352	-.046	-.203	.012	-.429*	-.205	.138	-.068	1	
	Sig. (2-tailed)	.099	.833	.354	.955	.041	.349	.529	.756		
	N	23	23	23	23	23	23	23	23	23	

56-65 år	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	-.265	.023	.289	.678**	-.016	-.279	.032	-.047
		Sig. (2-tailed)		.272	.926	.230	.001	.949	.247	.901	.847
		N	19	19	19	19	19	19	19	19	18
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	-.265	1	.360	.388	-.350	.095	.268	.166	-.113
		Sig. (2-tailed)	.272		.130	.101	.142	.700	.268	.511	.645
		N	19	19	19	19	19	19	19	19	18
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.023	.360	1	.159	-.024	-.129	.040	-.074	.078
		Sig. (2-tailed)	.926	.130		.516	.921	.600	.872	.770	.750
		N	19	19	19	19	19	19	19	18	19
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.289	.388	.159	1	.344	-.295	-.111	-.216	.260
		Sig. (2-tailed)	.230	.101	.516		.150	.220	.651	.390	.282
		N	19	19	19	19	19	19	19	18	19
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.678**	-.350	-.024	.344	1	-.164	.034	-.015	.159
		Sig. (2-tailed)	.001	.142	.921	.150		.501	.889	.954	.515
		N	19	19	19	19	19	19	19	18	19
	Utdanning	Pearson Correlation	-.016	.095	-.129	-.295	-.164	1	-.363	.241	.052
		Sig. (2-tailed)	.949	.700	.600	.220	.501		.127	.335	.832
		N	19	19	19	19	19	19	19	19	18
	Tidligere	Pearson Correlation	-.279	.268	.040	-.111	.034	-.363	1	.411	-.100
		Sig. (2-tailed)	.247	.268	.872	.651	.889	.127		.090	.685
		N	19	19	19	19	19	19	19	19	18
Yrke	Pearson Correlation	.032	.166	-.074	-.216	-.015	.241	.411	1	.147	
	Sig. (2-tailed)	.901	.511	.770	.390	.954	.335	.090		.559	
	N	18	18	18	18	18	18	18	18	18	
Kjønn1	Pearson Correlation	-.047	-.113	.078	.260	.159	.052	-.100	.147	1	
	Sig. (2-tailed)	.847	.645	.750	.282	.515	.832	.685	.559		
	N	19	19	19	19	19	19	19	18	19	
Over 65 år	Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	.951*	.245	.755	.983 ^c	. ^c	-.243	.730	.852
		Sig. (2-tailed)		.049	.755	.245	.017	.	.757	.270	.148
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	.951*	1	-.028	.653	.923	. ^c	-.367	.501	.968*
		Sig. (2-tailed)	.049		.972	.347	.077	.	.633	.499	.032
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.245	-.028	1	.658	.360	. ^c	.726	.837	-.167
		Sig. (2-tailed)	.755	.972		.342	.640	.	.274	.163	.833
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Atferd_Mean	Pearson Correlation	.755	.653	.658	1	.861	. ^c	.446	.851	.608
		Sig. (2-tailed)	.245	.347	.342		.139	.	.554	.149	.392
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.983 ^c	.923	.360	.861	1	. ^c	-.068	.792	.837
		Sig. (2-tailed)	.017	.077	.640	.139		.	.932	.208	.163
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Utdanning	Pearson Correlation	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c	. ^c
		Sig. (2-tailed)
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Tidligere	Pearson Correlation	-.243	-.367	.726	.446	-.068	. ^c	1	.333	-.333
		Sig. (2-tailed)	.757	.633	.274	.554	.932	.		.667	.667
		N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Yrke	Pearson Correlation	.730	.501	.837	.851	.792	. ^c	.333	1	.333	
	Sig. (2-tailed)	.270	.499	.163	.149	.208	.	.667		.667	
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Kjønn1	Pearson Correlation	.852	.968*	-.167	.608	.837	. ^c	-.333	.333	1	
	Sig. (2-tailed)	.148	.032	.833	.392	.163	.	.667	.667		
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

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

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

c . Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

9.11 Korrelasjonsanalyse med påvirkningskanaler

Correlations

		Holdning_Me an	Påvirkning_M ean	Sosiale_Mean	Atferd_MEAN	Intensjon_Me an	Tidligere	Alder1	KanalerPåvir kning1	KanalerPåvir kning2	KanalerPåvir kning3	KanalerPåvir kning4	KanalerPåvir kning5
Holdning_Mean	Pearson Correlation	1	.028	.161*	.445**	.589**	-.204**	.123	.120	.087	.310**	.071	.200*
	Sig. (2-tailed)		.722	.040	<.001	<.001	.009	.114	.124	.268	<.001	.370	.010
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
Påvirkning_Mean	Pearson Correlation	.028	1	.094	.250**	.208**	-.072	.056	.590**	.474**	.230**	.357**	.400**
	Sig. (2-tailed)	.722		.229	.001	.008	.360	.474	<.001	<.001	.003	<.001	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
Sosiale_Mean	Pearson Correlation	.161*	.094	1	.288**	.252**	-.030	.248**	-.063	.084	.153	.130	.247**
	Sig. (2-tailed)	.040	.229		<.001	.001	.704	.001	.425	.286	.051	.098	.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
Atferd_Mean	Pearson Correlation	.445**	.250**	.288**	1	.696**	-.288**	.219**	.109	.019	.223**	.242**	.365**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001		<.001	<.001	.005	.165	.811	.004	.002	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
Intensjon_Mean	Pearson Correlation	.589**	.208**	.252**	.696**	1	-.243**	.123	.113	.083	.231**	.204**	.282**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.008	.001	<.001		.002	.116	.148	.288	.003	.009	<.001
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
Tidligere	Pearson Correlation	-.204**	-.072	-.030	-.288**	-.243**	1	-.054	-.108	-.089	-.068	-.046	-.063
	Sig. (2-tailed)	.009	.360	.704	<.001	.002		.488	.167	.256	.387	.564	.424
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
Alder1	Pearson Correlation	.123	.056	.248**	.219**	.123	-.054	1	-.044	.020	-.091	-.021	.093
	Sig. (2-tailed)	.114	.474	.001	.005	.116	.488		.578	.799	.250	.790	.236
	N	165	164	164	164	165	165	165	164	164	163	163	164
KanalerPåvirkning1	Pearson Correlation	.120	.590**	-.063	.109	.113	-.108	-.044	1	.682**	.375**	.262**	.402**
	Sig. (2-tailed)	.124	<.001	.425	.165	.148	.167	.578		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
KanalerPåvirkning2	Pearson Correlation	.087	.474**	.084	.019	.083	-.089	.020	.682**	1	.345**	.304**	.385**
	Sig. (2-tailed)	.268	<.001	.286	.811	.288	.256	.799	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164
KanalerPåvirkning3	Pearson Correlation	.310**	.230**	.153	.223**	.231**	-.068	-.091	.375**	.345**	1	.400**	.520**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.051	.004	.003	.387	.250	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	163	163	163	163	163	163	163	163	163	163	162	163
KanalerPåvirkning4	Pearson Correlation	.071	.357**	.130	.242**	.204**	-.046	-.021	.262**	.304**	.400**	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.370	<.001	.098	.002	.009	.564	.790	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	163	163	163	163	163	163	163	163	163	162	162	163
KanalerPåvirkning5	Pearson Correlation	.200*	.400**	.247**	.365**	.282**	-.063	.093	.402**	.385**	.520**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	<.001	.001	<.001	<.001	.424	.236	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	164	164	164	164	164	164	164	164	164	163	163	164

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

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

9.12 Tidligere oppsøkt økoturismedestinasjon

		Tidligere			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	30	18.2	18.2	18.2
	Nei	82	49.7	49.7	67.9
	Usikker	53	32.1	32.1	100.0
	Total	165	100.0	100.0	