

# BACHELOROPPGAVE

## **Identifisering av ulike demografiske variabler som har en innvirkning på norske turistets valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge.**

av

200 Therese S. Helland

202 Kine Andrea Kahrs

## **Identifying demographic variables that have an impact on Norwegians choice of nature- and activitybased vacation in Norway.**

Reiselivsledelse

BO6-2005

Mai - 2015



## **Avtale om elektronisk publisering i Høgskulen i Sogn og Fjordane sitt institusjonelle arkiv (Brage)**

Jeg gir med dette Høgskulen i Sogn og Fjordane tillatelse til å publisere oppgaven (Skriv inn tittel) i Brage hvis karakteren A eller B er oppnådd.

Jeg garanterer at jeg er opphavsperson til oppgaven, sammen med eventuelle medforfattere. Opphavsrettslig beskyttet materiale er brukt med skriftlig tillatelse.

Jeg garanterer at oppgaven ikke inneholder materiale som kan stride mot gjeldende norsk rett.

Ved gruppeinnlevering må alle i gruppa samtykke i avtalen.

Fyll inn kandidatnummer og navn og sett kryss:

200 Therese S. Helland

JA       NEI

202 Kine Andrea Kahrs

JA       NEI

## Abstract

This bachelor thesis addresses which demographic variables that can affect Norwegians choice of a nature- and activitybased vacation in Norway. The research question in this thesis will investigate the question whether there is any correlation between the chosen demographic variables gender, age and income with choice of nature and activity based vacation.

Further, the other demographic variables are identified and linked to the research question through discussion and analysis.

Naturebased tourism is one of the most important resources in the Norwegian tourism, and one can see a continuous increase not only here, but also in an international perspective.

Norway has a long history of various types of activities when it comes to outdoor life. The concept of nature- and activitybased vacations can therefore consist of both commercial and non-commercial tourists. This causes different motivation within the choice of tourists wanting to go on a vacation of this kind, something that makes it to a far more complicated process when we want to identify who they are, why they travel and which activity they perform at the destination.

Quantitative research approach has been chosen as an appropriate approach to answer the selected research questions and to test the proposed hypotheses. A survey was conducted to collect data for the study. The total of 145 respondents formed our basis for the analysis and discussion through hypothesis testing and graphic presentation.

The results showed that there are relatively little correlation between demographic variables and Norwegians choice of nature- and activitybased vacations. However there were some indicators that emerged considering what actually affects the choices to participate in this kind of travel. One of the most important indicators was the fact that individual motivation seems to be stronger than the demographic variables (here: age, income and gender). In the future the hope is that this knowledge can enhance the development of better products and commercial offers to the market.

## Sammendrag

Denne bacheloroppgaven tar for seg hvorvidt demografiske variabler kan påvirke nordmenns valg av en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge. Problemstillingen vil undersøke om det er noen sammenhenger mellom de tre valgte demografiske variablene alder, kjønn, og inntekt ved valg av natur- og aktivitetsbasert ferie. Videre er de andre demografiske variablene identifisert og knyttet opp mot problemstillingen gjennom diskusjon og analyse.

Naturbasert turisme er en av de viktigste ressursene innen reiseliv i Norge og vi ser en stadig økning innen denne formen for turisme internasjonalt. I Norge har man lang historie med ulike former for aktiviteter innen friluftsliv. Konseptet natur- og aktivitetsbaserte ferier kan derfor inneholde både kommersielle og ikke-kommersielle turister. Dette fører til at turistene har ulik motivasjon for å foreta en slik reise, noe som gjør det til en langt mer komplisert prosess når man ønsker å kartlegge hvem de er, hvorfor de drar og hvilken aktivitet de foretar på destinasjonen.

Kvantitativ tilnærming har blitt valgt som metode for å svare på våre forskningsspørsmål og for å teste gitte hypoteser. En undersøkelse ble utført for å samle inn data til denne studien. Totalt 145 respondentene har dannet vårt grunnlag for analyser og diskusjon gjennom hypotesetester og grafisk fremstilling.

Resultatet viste at det er relativt få sammenhenger mellom demografiske variabler og nordmenns valg av natur- og aktivitetsbaserte ferier. Det kom derimot fram en del indikatorer på hva som egentlig påvirker valgene knyttet til å foreta en slik reise. En av de viktigste indikatorene var at individuell motivasjon virker som en overstyrende faktor sammenlignet med de demografiske variablene (her: alder, inntekt og kjønn). Håpet er at en innsikt i dette kan forbedre produktutvikling og kommersielle tilbud i framtiden.

## Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende oppgave i det treårige studiet Reiselivsledelse ved Høgskulen i Sogn og Fjordane.

Vi vil først og fremst takke vår veileder Førsteamanuensis Parmita Saha, som har kommet med gode råd og hjelp underveis med oppgaven. Førsteamanuensis Ove Oklevik fortjener også en takk for å bidra med hjelp og gode råd knyttet til bruk av statistikkprogrammet SPSS.

Vi vil også takke alle våre respondenter som tok seg tid til å svare på vår undersøkelse.

Prosessen knyttet til å skrive denne oppgaven har vært både lærerik og interessant. Vi har fått en bedre innsikt i reiselivsnæringens kompleksitet, samt en bedre forståelse for at det ofte er mange ting som spiller inn i valget om å foreta en reise. Vi sitter nå igjen med en oppgave vi er stolt av, etter et krevende semester.

# Innhold

Abstract .....	iii
Sammendrag .....	iv
Forord .....	v
1 Introduksjon .....	1
1.1 Oppgavens oppbygning .....	1
1.2 Historien om reiselivet i Norge .....	2
1.3 Avgrensing og formulering av problemstilling .....	3
2 Litteraturgjennomgang .....	4
2.1. Motivasjon for å foreta en reise .....	4
2.1.1 Push og pull.....	5
2.2 Reiseliv – en generell tilnærming .....	6
2.2.1 Reiselivsmarkeder – nisjeturisme .....	6
2.2.2 Opplevelsesbasert og aktivitetsbasert reiseliv – er det en forskjell?.....	7
2.2.3 Natur- og aktivitetsbasert reiseliv .....	8
Tabell 1: Ulike former for naturbaserte aktiviteter Mehmetoglu, 2007:44.....	9
2.2.4 Individuelle og organiserte reiser.....	9
2.2.5 Naturbasert reiselivs aktiviteter – turisttypologi .....	10
Tabell 2: Hovedtrekk ved Mehmetoglu sin modell, 2007:50 .....	11
2.2.6 Segmentering – demografisk og aktivitetsbasert .....	12
Tabell 3: Segmentering basert på reisegrunner, Mehmetoglu, 2007:54. ....	12
2.2.7 Trender og utvikling innen natur og aktivitetsbasert reiseliv .....	13
3 Undersøkelses rammeverk .....	14
3.1 Oversikt over ulike begrep og begrepsavklaring .....	15
3.2 Oversikt over demografiske variabler og tilhørende hypoteser.....	16
4 Metode.....	17
Tabell 4 - Hovedforskjeller metode – Kvalitativ vs. Kvantitativ.....	17
4.1 Formålet med forskningen.....	18
4.2 Kvantitativ forskningstilnærming .....	18

4.3. Forskningsdesign .....	19
4.4 Datainnsamling .....	19
4.4.1 Primærdata .....	19
4.4.2 Sekundærdata .....	20
4.5 Respondentutvalg .....	20
4.5.1 Ikke-sannsynlig utvalg .....	20
4.5.2 Selvutvelgelse og snøballeffekten.....	21
4.6 Validitet og reliabilitet.....	21
4.7 Spørreundersøkelsens oppbygning .....	22
4.7.1 Tiltak for å unngå feilkilder .....	22
4.8 Forskningsetikk .....	23
5 Analyse.....	23
5.1 Hypotesetesting .....	24
5.1.1 SPSS: T-test, ANOVA og P-verdi .....	24
5.1.2 Feil av type I og II ved hypotesetesting.....	24
5.2 Grafisk fremstilling.....	25
5.3 Analyse av hypoteser i henhold til forskningsspørsmål .....	25
5.3.1 Er det en sammenheng mellom alder og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?.....	25
5.3.2 Oppsummering av hypoteser knyttet til forskningsspørsmål 1: .....	31
5.3.3: Er det en sammenheng mellom kjønn og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?.....	31
5.3.4 Oppsummering av hypoteser knyttet til forskningsspørsmål 2: .....	35
5.3.5: Kan inntektsnivå spille inn på ulike valg ved en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?.....	35
5.3.6 Oppsummering av hypotese knyttet til forskningsspørsmål 3:.....	37
5.3.7 Analyse i henhold til den grafiske fremstillingen .....	37
5.3.8 Oppsummering av analyse i henhold til grafer .....	41

6 Diskusjon.....	42
7 Konklusjon .....	45
7.1 Kritikk til vår studie og forslag til videre forskning .....	46
Litteraturliste .....	48
Vedlegg 1: Spørreundersøkelsen.....	52
Vedlegg 2: Svar spørreundersøkelse.....	61
Vedlegg 3: Koding av SPSS.....	69

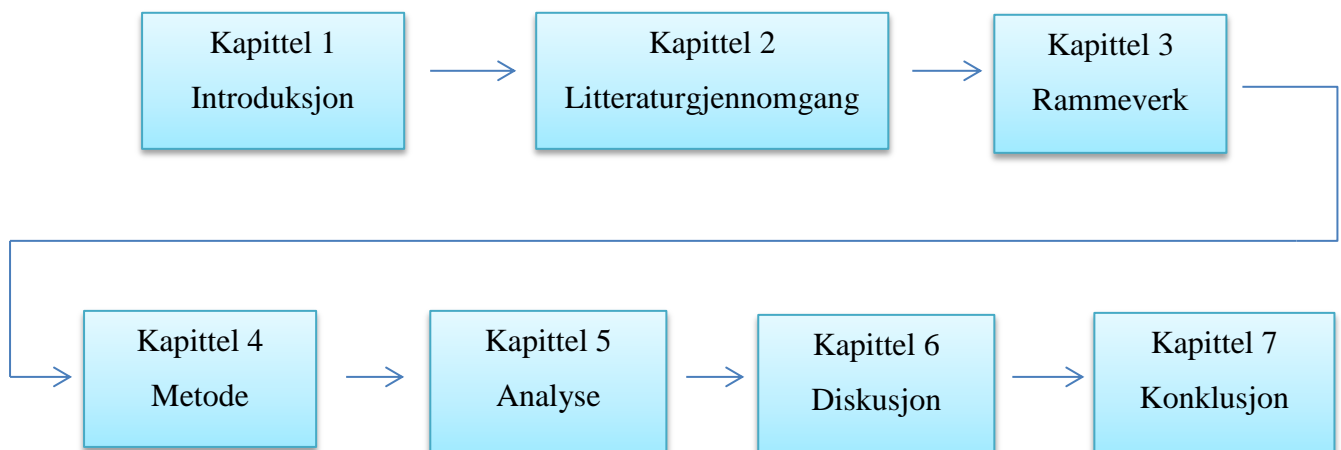


# 1 Introduksjon

I denne bacheloroppgaven skal vi se nærmere på hvordan demografiske variabler kan påvirke nordmenns valg av en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge. I følge Mehmetoglu har naturbasert turisme vokst fram som en av de viktigste turismeformene, og har i løpet av de siste to tiårene vokst mellom 10-30 % raskere enn turisme generelt (Mehmetoglu, 2007). Norges hovedressurser i turismesammenheng er natur, kultur og historie. Den ville, vakre naturen som fjordene i Norge er et eksempel på, har lenge vært den viktigste faktoren for utenlandske turister. Vi ser stadig at nordmenn reiser på ferie i Norge også, men det er lite fokus på dette i undersøkelser og ulike markedsplaner. Vi ønsker derfor å undersøke hva som påvirker nordmenn til å foreta en natur- og aktivitetsbasert ferie i hjemlandet sitt, og som nevnt skal vi gjøre dette gjennom å benytte demografiske variabler, samt motivasjonsteori. Vi ønsker å undersøke det gjennom å innhente informasjon fra en turists perspektiv, slik Swarbrooke & Horner (2007:99) antyder er en bedre måte å gjøre det på gjennom utsagnet: *«kanskje en bør fokusere mer på hvordan turister evaluerer seg selv, enn gjennom akademikere og markedsføreres perspektiv på forbrukeratferd»*.

## 1.1 Oppgavens oppbygning

Vi starter med en gjennomgang av reiselivets historie i Norge for å få fram de ulike fasene den har vært igjennom. Dette bidrar til å forklare bakgrunnen for vårt valg av problemstilling. Videre presenterer vi i litteraturgjennomgangen teori og annen forskning som er relevant for problemstillingen vår. Basert på dette vil vi forme et rammeverk for vår undersøkelse, før vi diskuterer det kvantitative metodevalget og presenterer selve undersøkelsen. Avslutningsvis vil vi diskutere den innsamlede dataen og våre funn som tilslutt vil bidra til en konklusjon.



## 1.2 Historien om reiselivet i Norge

Norges reiselivshistorie har vært preget av endringer gjennom flere århundrer. Pedersen (2001) skiller mellom de tre grønne bølgene som de viktigste:

- Den første grønne bølgen 1700 - 1820
- Den andre grønne bølgen 1880 – 1900
- Den tredje bølgen – årene etter 1970

Den første bølgen som startet på 1700-tallet var preget og inspirert av romantikken. I følge Lyngø (1993) vendte en tilbake til naturen og den fikk langt større plass hos mennesket. Blant adel og borgerskapet var det naturvandringene som var populære. På slutten av 1800-tallet ble de norske fjellområdene oppdaget som rekreasjonsområder, dette var starten på den andre bølgen (Pedersen, 2001). I 1868 ble den første reiselivsorganisasjonen i Norge opprettet, den ble kalt for Den Norske Turistforening (DNT). Grunnen til at DNT ble opprettet var i stor grad fordi det var et voksende tilbud om overnattingssteder ved fjelloverganger (Lyngø, 1993). Norge ble populært som sommerreisemål, og etter hvert ble også turisme og friluftsliv i vinterhalvåret mer og mer aktuelt. Tiårene etter 1970 blir sett på som den tredje grønne bølgen. I mellomkrigstiden fikk nordmenn lovfestet ferie, og dette førte til at nye grupper av befolkningen fikk fri og mulighet for å kunne reise på ferie. Ettersom at det var flere som kunne reise ble det også økning i den teknologiske utviklingen og velstandsutviklingen (Lyngø 1993, Pedersen 2001; sitert av Aall, Vik, 2012).

I boken «*Norge 2015 – en reise verdt?*» av Støre et al., (2003) nevnes viktigheten av at en må se fremover for å lykkes, samtidig som at man må forstå at reiselivet og turismen har startet et sted. I over to århundrer har Norge vært et mål – en destinasjon for turister. Det er som nevnt i introduksjonen, naturen i Norge som er den store attraksjonen med alle sine nyanser som fjord og fjell, nordlys og snøfylte vintre. Et annet viktig poeng som nevnes er at det var utenlandske turister som oppdaget Norge som reisemål, før nordmenn selv. Reiselivet har med årene blitt en betydelig bidragsyter til sysselsetting, norsk verdiskapning og konkurranseutsatt næring. I en nyere studie påpekes også relevansen til dagens samfunnsutvikling. Turisme blir sett på som redningen for mange bygder hvor de tradisjonelle bedriftene blir nedlagt (Tangeland, Aas, Odden, 2013).

Det var først i 1943 at en offentlig utredning viste at turismen faktisk kunne bli en mulig hovednæringsvei (Støre et al., 2003). Det har vært mye utvikling siden da og i 2001 ble merkevarebyggingen av Norge satt i gang. Her var det de fire kjerneelementer ekte, velskapt, vennlig og velorganisert som trådte frem (Støre et al., 2003). Ifølge Viken (2001) var det ikke før mot slutten av det 20. århundre at turismen fikk sitt omfang og utbredelsen ga den omsider anerkjennelse som viktig for økonomien, en slags kulturell katalysator og den fikk større plass i samfunnet. På verdensbasis har man de siste årene, sett en utvikling innen opplevelsesturismen som i stor grad også omfatter naturbasert turisme. Dette er naturlig nok en fordel for Norge som har et stort utviklingspotensiale når det kommer til å skape nye natur- og aktivitetsbaserte produkt.

Tangeland et al., (2013) påpeker i sin studie «*The socio-demographic influence on participation in outdoor recreation activities – implications of the Norwegian domestic market for nature-based tourism*» at det innenlandske markedet i Norge er et viktig, men ofte undervurdert grunnlag for naturbasert turisme. Tangeland et al., (2013) viser til tall fra SSB – 2011, hvor nesten 74 % av alle overnattinger og turismeaktiviteter er kjøpt av nordmenn. Videre sier statistikken at nordmenn også har en dominerende posisjon når det kommer til fritidsfiske og jakt med henholdsvis 70 % og 98 %. I 2012 utførte Innovasjon Norge en undersøkelse blant turister i Norge, hvor det kom frem at 62 % av norske turister var meget fornøyd med feriereisen, mens 32 % var fornøyd (årsrapport, 2012:22). De fant også ut at norske turister er generelt mer fornøyd med pris i forhold til kvalitet på produktene, enn hva utenlandske turister er.

Aktivitetsbasert turisme er et vidt begrep, spesielt om man kobler det opp mot natur. Vi kommer derfor til å diskutere dette nærmere i kapittel 2. Valget vårt om å undersøke dette temaet nærmere, og da spesifikt innenlands turismen i Norge, er fordi det er gjort mange undersøkelser på verdensbasis, men veldig få i Norge. Vi vil derfor benytte oss av funnene fra studier i andre land og se om dette også stemmer i Norge.

### **1.3 Avgrensning og formulering av problemstilling**

Valget om en destinasjon som reisemål og aktiviteten man ønsker å utføre er individuelt. Motivasjon er et stort begrep med mange underliggende faktorer som kan påvirkes forskjellig hos hver enkelte person. I vår oppgave blir derfor motivasjonsteori en rød tråd for å forsøke å

finne sammenhenger mellom ulike demografiske variabler. Vi velger også å avgrense området til å gjelde innenlands turisme i Norge.

Problemstillingen vår blir derfor:

Identifisering av ulike demografiske variabler som har en innvirkning på norske turistenes valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge.

Videre deler vi opp problemstillingen i tre forskningsspørsmål/hovedspørsmål:

- 1: *Er det en sammenheng mellom alder og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?*
- 2: *Er det en sammenheng mellom kjønn og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?*
- 3: *Kan inntektsnivå spille inn på ulike valg ved en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?*

## 2 Litteraturgjennomgang

I dette kapitlet skal vi presentere, samt diskutere relevant teori, definisjoner og andre sekundære kilder knyttet til vår problemstilling. Vi deler de ulike hovedtemaene inn i mindre deler hvor vi også ser nærmere på ulike funn fra tidligere forskning.

### 2.1. Motivasjon for å foreta en reise

Som tidligere nevnt har vi valgt å bruke motivasjon som en rød tråd i oppgaven vår. Dette er fordi vi vet at motivasjon er den indre kraften som fører til handling. Den indre kraften kommer at en tilstand av spenning oppstår som et resultat av et behov som ikke er tilfredsstillt (Schiffman, Kanuk, Hansen, 2012). Dette er en prosess som skjer over tid, og fører til at man søker mot noe som kan tilfredsstille behovet. Det er ofte det som skjer når man velger å foreta en reise også.

«*Why do people purchase naturebased tourism activity products? A Norwegian case study of outdoor recreation*» av Tangeland (2011) er en studie som undersøkte hva som motiverte folk til å kjøpe naturbaserte aktivitetsprodukt. De viktigste motivasjonsfaktorene som ble funnet her var ønske om ny aktivitet, sosialt, ferdighetsutvikling og kvalitetsforbedring. Resultatene kan gi en innsikt i kjøpsmotivasjonen, som kan være relevant for vår undersøkelse. Det påpekes i studien at markedsførere har argumentert med at den mest effektive forutseende faktoren for turismeatferd er motivasjon, fordi det er mer direkte relatert til intensjonene ved kjøp og faktisk atferd, enn for eksempel demografiske variabler. Samtidig nevnes det at

turistmotivasjon har fått en del oppmerksomhet innen turismelitteratur, men at det er få publiserte studier som har spesielt vurdert kjøpsmotivasjon for naturbasert turismes segment. Med andre ord kan dette indikere at demografiske variabler sammen med noe motivasjonsteori kan være nyttig i en slik studie. Videre diskuteres en kompliserende faktor i studien. Turister deltar i en «produksjon» av reiselivserfaring, og turister som deltar i samme aktivitet kan ha motstridende ønsker, behov, smak og ting man misliker (Tangeland, 2011). Dette er viktig å være klar over når man undersøker turisme.

Videre er det viktig å kartlegge respondentens behov og ønsker i undersøkelsen vår, for å forsøke å skille den egentlige individuelle motivasjon fra grunnen til at de faktisk *skal* eller *har* reist. Innledningsvis nevnte vi en annen undersøkelse fra 2013 med Tangeland, Aas og Odden, hvor det ble diskutert hvorvidt sosiodemografiske variabler kan ha en indirekte effekt på atferd gjennom for eksempel motivasjon. Funnene fra denne studien viste at sannsynligheten for deltakelse i friluftsliv ble betydelig påvirket av dette. Sannsynligheten for å delta var også positivt påvirket av et medlemskap i friluftsansjoner som DNT (Den Norske Turistforening) og NJFF (Norges Jeger- og Fiskerforbund).

### 2.1.1 Push og pull

I følge Crompton (1979) er *push* når turisten blir «*presset*» vekk fra hjemmet, følelsen av å ville være et annet sted. *Pull* er når turisten blir «*dratt*» mot et sted fordi det tilbyr noe en har lyst til å oppleve (Crompton 1979; sitert av Bansal, Eiselt, 2003). Crompton ble også trukket fram i studien «*Modeling motivations and perceptions of portuguese tourists*» hvor de benyttet hans motivasjonsmodell for å forstå turisme motivasjon i form av årsakssammenhenger mellom push og pull og måten disse faktorene konstruerer bidrag til generelle oppfatninger av et turistmål. Selv om dette dreier seg om en annen turistgruppe enn vår, er antakelig funnene like relevant for vår undersøkelse. Gjennom å se på 15 ulike push og 19 ulike pull faktorer og ble det kortet ned til 6 hovedfaktorer for å forstå sammenhengen mellom disse, som ble som følger (Correia, Oom do Valle, Moço, 2005):

- 1: Push faktorer: kunnskap, fritid og sosialisering.
- 2: Pull faktorer: fasiliteter, kjerneattraksjoner og landskapsfunksjoner.

I vår studie er disse funnene veldig nyttig, da disse faktorene kartlegger de viktigste faktorene innen push og pull. Vi kan derfor basere noen av våre spørsmål på disse i stedet for å gjennomgå alle mulige faktorer innen dette temaet.

## 2.2 Reiseliv – en generell tilnærming

I vår oppgave har vi valgt å bruke World Travel Organizations definisjon som utgangspunkt for videre diskusjon. Den sier at:

*«Reiseliv omfatter aktiviteten til en reisende. En reisende er en person som beveger seg mellom ulike geografiske steder, for ethvert formål og uavhengig av varighet. Den besøkende er en bestemt type reisende og følgelig er turisme en undergruppe av reiser» (UNWTO, 2007).*

Videre har vi valgt å trekke fram bærekraftig reiseliv da dette er veldig relevant i forhold til aktiviteter i eller ved hjelp av naturen. Definisjonen er som følger:

*«Turisme som tar fullt ut hensyn til dets nåværende og fremtidige økonomiske, sosiale og miljømessige konsekvenser, å ivareta behovene til besøkende, industri, miljø og vertssamfunnene» (UNWTO, 2005). En turist blir klassifisert som en besøkende (innenlands eller utenlands), som overnatter i løpet av besøket (UNWTO, 2007).*

Basert på dette har vi et overblikk over hva som menes med reiseliv, bærekraftig reiseliv og hva en turist er i et større perspektiv, og kan gå nærmere inn på de ulike undergruppene som er mer relevant for vår studie. Turisme og reiseliv begrepene vil videre i oppgaven brukes om hverandre i ulike sammenhenger, men har da samme betydning.

### 2.2.1 Reiselivsmarkeder – nisjeturisme

Et viktig skille mellom reiselivsmarkedene er forretningsreiser, kurs og konferansereiser og ferie- og fritidsreiser. I vårt tilfelle blir ferie- og fritidsmarkedet det eneste relevante markedet. Her heter det at *«reisen er knyttet opp til et forbruk av tid som ikke er bundet opp i arbeid, og konkurrerer økonomisk med en annen type forbruk etter at faste utgifter til livsoppholdet er dekket» (Kamfjord, 2011:126).* Dette kan igjen deles inn i følgende formål for å foreta en reise, som for øvrig kan kombineres; rekreasjon, slekt og venner, sport, natur og kultur,

åndelig, helse eller studier (Kamfjord, 2011). Ved å se på de ulike formålene ved å foreta en reise, ser vi at aktivitetsbasert turisme kan være en av dem. Dette kan også kalles en nisje.

Vi kan altså si at begrepet aktivitetsturisme går innunder begrepet nisjeturisme, som sier at nisjeturisme er reiseliv som er rettet mot en bestemt interesse eller motivasjon hos et markedssegment som reiseproduktet tilpasses etter (Robinson & Novelli, 2011).

### 2.2.2 Opplevelsesbasert og aktivitetsbasert reiseliv – er det en forskjell?

I følge Weber (2001) sitt forslag kan opplevelsesturisme sies å være opplevelser som er avhengig av å være enten *forbedret* av naturen, *avhengig* av naturen, eller *opplevelser* som tilfeldig er i en naturlig setting (Weber, 2001; sitert av Mehmetoglu, 2007).

NCE Tourism (2015) definerer opplevelsesturisme slik, basert på Adventure Travel Trade Association: «*En opplevelsesreise består av minst to av tre følgende elementer; (1) interaksjoner med naturen, (2) en fysisk aktivitet, eller (3) interaksjoner med kultur*».

Opplevelsesturisme har mange fellestrekk med det vi kaller natur- og aktivitetsbasert reiseliv. Det er derfor viktig å trekke fram dette slik at vi kan skille det fra hva vi mener med aktivitetsbasert turisme i vår oppgave. Weber (2001) beskriver det tydelig ved å videre foreslå at opplevelsesturisme ikke behøver å være forbundet med en bestemt innstilling som natur, men heller en funksjon av et individs eksponering til erfaringer som kan utgjøre en risiko (Weber 2001; sitert av Mehmetoglu, 2006). Vi velger å basere vår tilnærming til aktivitetsbasert turisme på disse definisjonene. Vi har valgt og ikke ha med kulturelementet som en egen inndeling da dette er et stort tema. Vi velger heller kun å omtale kultur i forbindelse med enten interaksjoner med naturen eller fysisk aktivitet.

En annen faktor vi ønsker å se nærmere på innen opplevelsesturisme er at man kan skille mellom «*soft*» og «*hard*». Dette er direkte knyttet mot grad av fysisk eller psykisk påkjenning ved aktiviteter, og hjelper oss i vurderingen av motivasjon og sammenheng mellom hvilke behov man ønsker å få dekket gjennom å foreta en slik ferie i Norge. «*Soft*» inneholder lavrisiko aktiviteter, hvor «*gud og hvermann*» kan være med å delta, mens «*hard*» retter seg mer mot mennesker med erfaring, og kompetanse i spesielle aktiviteter (Laarman & Durst, 1987; sitert av Mehmetoglu, 2006).

### 2.2.3 Natur- og aktivitetsbasert reiseliv

I følge Mehmet Mehmetoglu (2007) er det flere typer turisme som blir betraktet som del av den naturbaserte. Tangeland (2011) benytter i sin studie følgende definisjon:

*«turismeaktiviteter hvor fokus er på aktiviteter som enten tar plass i naturen, er avhengig av eller forbedret av det naturlige miljøet, og hvorvidt turistene betaler en tredjepart (turoperatør, guide) for å kunne delta i aktiviteten er det som kjennetegner en naturbasert turist»* (Tangeland, Aas, 2011; sitert av Tangeland, 2011:436).

Denne definisjonen er ikke ulik opplevelsesturisme definisjonen, men tar istedenfor kulturelementet hensyn til hvorvidt turister betaler en tredjepart. Med andre ord er det snakk om kommersialiseringsbiten av naturbasert reiseliv. En av grunnene til at denne turismen er vanskelig å definere er fordi det går et uklart og til dels varierende skille fra friluftslivet i Norge. Mange av naturopplevelsene er her gratis fordi man har allemannsretten<sup>1</sup> som gir befolkningen rett til fri ferdsel i utmark. Hvis man da tar betalt for disse naturopplevelsene, blir det en næring. Naturbasert reiseliv er altså på mange måter en kommersialisering og organisering av friluftslivet (Grubben, 2013).

I vår oppgave er vi derimot mer interessert i å beskrive sammenhenger mellom reiser og aktivitetene de foretar seg på destinasjonen. Vi kan derfor basert på UNWTO's mer generelle begrep som sier «ethvert formål» og de nevnte faktorene over si at vi ønsker å undersøke både kommersielle og ikke-kommersielle reiser. Forskjellen på dette forklarer vi i kapittel 2.2.4. Vi avgrensner dette ytterligere til å kun gjelde fysiske aktiviteter. Vi har valgt å bruke Mehmetoglu's oversikt for å danne et bilde på hva vi mener med aktivitets- og naturbaserte turister:

---

<sup>1</sup> § 1.(Lovens formål): *Formålet med denne loven er å verne friluftslivets naturgrunnlag og sikre almenhetens rett til ferdsel, opphold m.v. i naturen, slik at muligheten til å utøve friluftsliv som en helsefremmende, trivselskapende og miljøvennlig fritidsaktivitet bevares og fremmes.*



**Tabell 1: Ulike former for naturbaserte aktiviteter Mehmetoglu, 2007:44**

<ul style="list-style-type: none"><li>• fottur</li><li>• camping</li><li>• skitur</li><li>• snorkling/dykking</li><li>• seiling</li><li>• kajakk</li><li>• sykling</li><li>• fjellklatring</li><li>• hanggliding/paraseilig</li><li>• båttur</li><li>• fisketur</li><li>• bading</li><li>• rafting</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• se plante-og dyrelivet</li><li>• kanotur</li><li>• besøke nasjonalpark</li><li>• skogstur</li><li>• riding</li><li>• nyte naturen</li><li>• ta bilder i naturen</li><li>• se fuglelivet</li><li>• hvalsafari</li><li>• guidede turer i naturen</li><li>• isklatring</li><li>• besøk til naturattraksjoner</li><li>• spenningsreiser</li></ul>
--	---

Innen disse aktivitetene finner man også ulike turister som deltar. I motivasjonsteorien ble dette trukket fram. Ulike personer foretrekker gjerne ulik grad av intensitet, kunnskapskrav, grad av involvering og fysiske krav osv. her. Vi skal derfor presentere ulike typologier i kapittel 2.2.5 for å få en idè om hvem disse kan være.

#### **2.2.4 Individuelle og organiserte reiser**

Som nevnt i forrige avsnitt er det ofte forskjellig grad av organisering. Vi skal nå se grundigere på hva dette egentlig dreier seg om. Grad av organisering kan sammenlignes med det man kaller kommersielle og ikke-kommersielle aktiviteter. I følge Kamfjord (2011) kan i grunn alle reiser uansett formål, planlegges og gjennomføres som enten individuelle reiser eller som helt eller delvis organiserte reiser. Videre forklarer han at den individuelle reisende planlegger reisen ved hjelp av ulike informasjonskilder og settes sammen til et ønsket innhold. Produktelementene bestilles direkte fra produsent eller reisebyrå og lignende agenter. Den organiserte reisen vil da være det man kaller en pakkereise. Her er det produsenten, for eksempel en turoperatør som etter ønske fra den reisende organiserer og setter sammen ulike deler av reisen, og dette blir solgt som en samlet pakke. Hvis vi overfører dette til vår oppgave, velger vi å si at det kommersielle natur- og aktivitetsbaserte reiselivet blir sett på som at man betaler en tredjepart for å foreta en aktivitet, uavhengig om den reisende er organisert eller individuell. Hvis den reisende utfører aktivitetene på egenhånd er det altså ikke-kommersielt i vår oppgave.

### 2.2.5 Naturbasert reiselivs aktiviteter – turisttypologi

I Mehmetoglu (2006) sin studie «*Typologising nature-based tourists by activity – Theoretical and practical implications*» nevnes Lindbergs typologi (1991) som en mulig måte å inndele naturturister på som er «*Hard-core*» – søker læring gjennom turer, ønsker å aktivt delta i naturopplevelser. «*Dedikerte*»- søker bevisst naturopplevelser, gjerne verneområder, liker historier tilknyttet plassen. «*Mainstream*» - søker naturopplevelser for å oppleve noe nytt. De ønsker først og fremst en uvanlig tur. «*Tilfeldige*» – naturopplevelsene er noe tilfeldig som en del av en bredere reiserute (Lindberg, 1991; sitert av Mehmetoglu, 2006). Videre i denne studien ble en naturbasert turist da sett på som en som besøkte bestemte naturbaserte attraksjoner. Inndelingen ble som følger:

- 1: Kultur og nytelses orientert, reiser i gruppe, motivert av psykisk aktivitet, interessert i kulturelle aktiviteter, har mest sannsynlig inntekt under 500.000 NOK(36 %).
- 2: Natur aktivitets orientert, interessert i å slappe av, sosial kontakt, inntekt over 500.000 NOK, reiser alene (22 %).
- 3: Lav-aktivitets orientert, lite interessert i aktiviteter, inntekt under 500.000 NOK, liker å reise alene (42 %).

Studiet fremmer synspunktet om at turister kan deles inn i aktive eller passive. Dette samsvarer med det vi diskuterte i avsnitt 2.2.2 angående soft og hard inndelingen i opplevelse turismen. Ut ifra dette kan vi tolke at hvilken grad av deltakelse man ønsker i en aktivitet kan være med å skille ulike naturturister fra hverandre.

Mehmetoglu (2007) sin inndeling av spesialister og generalister er i større grad basert på et helhetlig bilde av naturturismen, hvor formålet er å segmentere. Her refereres det blant annet til studien vi nevnte over og vi kan dermed forstå bedre hva som ligger bak den nye, større inndelingen. Inndelingen kan likevel, sammen med Lindberg (1991) sin inndeling, forme et bilde på hvordan en natur- og aktivitetsbasert turist ser ut.

**Tabell 2: Hovedtrekk ved Mehmetoglu sin modell, 2007:50**

<b>Spesialister</b>	<b>Generalister</b>
Kjøper spesialiserte turer	Vil oppleve litt av hvert på reisen
Reiser i små grupper	Reiser i store grupper
Fysisk aktive	Fysisk passive
Organiserer reisen i større grad selv	Organiserer reisen via turoperatør
Ønsker fysisk utfordrende aktiviteter	Ønsker fysisk komfort

Plog (1977) sin typologi er også mye brukt innen reiseliv. Han linker turisme oppførsel direkte mot personlighetstrekk. Det er hovedsakelig to hovedkategorier her, og mellomliggende kategorier basert på det (nær-allostrisk, mellomstrisk og nær-psykosentrisk) I disse finner man gjerne den største andelen personer. Hovedkategoriene er:

*«Psykosentrisk – mindre spenningsøkende, innadvendte folk. Har en tendens til å foretrekke det kjente og har en preferanse for steder som allerede er populære. Allostrisk – utadvendte folk som liker å ta sjanser og søke mer eventyrlyste ferier» (Swarbrooke, Horner, 2007:85).*

Hvis vi nå ser på denne inndelingen kan en natur-og aktivitetsbasert turist inndeles i større grupper ved hjelp av Mehmetoglu og Lindberg sine inndelinger. Videre får i et bedre inntrykk av hvem disse personene egentlig er, gjennom Plog sin mer personlighetstrekk baserte typologi.

Vi ser i dette kapittelet at de fleste typologiers fellestrekk er at de alle forsøker å gruppere turistene på grunnlag av:

- 1: Destinasjoner
- 2: Aktiviteter mens du er på ferie
- 3: Uavhengige reiser versus pakkereiser
- 4: Grad av risiko, kjennskap til reisemål, grad av spenning.

## 2.2.6 Segmentering – demografisk og aktivitetsbasert

Ifølge Schiffmann et al., (2012:39) er markedssegmentering «*prosessen ved å dele et potensielt marked inn i klare sub-segenter av konsumenter og velge en eller flere segment som målgruppe, for å rette markedsføringsmiksen mot dem*». Demografi er en mye brukt segmenteringsmetode. Disse variablene er; alder, kjønn, yrke, inntekt, sosial status, utdanning etc. Dette er hensiktsmessige variabler for å studere utviklingstrekk og trender i turistnæringen (Ellingsen, Mehmetoglu, 2005). Dette støtter valget om å basere vår undersøkelse på sammenhengen mellom demografiske variabler og valg av aktivitetsbasert ferie.

I forrige kapittel nevnte vi Mehmetoglu (2007) sin inndeling av spesialister og generalister. Denne dreier seg om hvorvidt naturen er hovedmotivasjonen til å foreta en reise. I tabell 2 tar han for seg hvordan en kan segmentere turister basert på reisegrunner.

**Tabell 3: Segmentering basert på reisegrunner, Mehmetoglu, 2007:54.**

<b>Reisegrunner</b>	<b>Segmenter</b>
En mulighet til å oppleve noe nytt	Personlig utviklingsorienterte (A)
En læringsopplevelse	
Å komme bort fra masse turister	Avslappere (B)
Å komme bort fra storbylivet	
Å slappe av	
Å være nær naturen	Dedikerte naturbaserte turister (C)
En unik måte å oppleve naturen på	
Å se villmarken	

Denne inndelingen viser altså hvor viktig det er å vurdere det faktum at naturbaserte turister har mange ulike grunner for å foreta en reise. Selv om den er utformet basert på at næringen lettere skal kunne segmentere sine turister, kan vi benytte de ulike reisegrunnene til vårt formål, som er å identifisere ulike demografiske variabler i henhold til valget av en natur- og aktivitetsbasert ferie.

### 2.2.7 Trender og utvikling innen natur og aktivitetsbasert reiseliv

Til slutt i dette kapittelet vil vi nevne trekk og trender da det er en viktig del av reiselivet. I dagens samfunn ser man en stadig økning rundt fokuset på trening, helse og utseende. Dette kalles gjerne «fitnessbølgen». Vi ønsker å se hvorvidt dette kan være med å påvirke valget om å delta på en aktivitetsbasert ferie. En trend kan defineres slik: «*Langsiktige trender forekommer i en tidsrekke hvis observasjonene (variablene/målerverdiene) øker eller minker på en regelmessig måte over tid*» (Ellingsen, Mehmetoglu, 2005:86).

Grubben (2013) viser til Coghlan og Buckley (2013) som hevder at mange forskere har pekt på at naturbasert reiselivs popularitet sin økning kan skyldes økt urbanisering. Dette kan igjen føre til at innbyggerne lever mye mer adskilt fra naturen. Videre ser man at andre trender innen naturbasert reiseliv blant annet er at det nå er flere eldre med høy inntekt, disse krever gjerne bedre komfort, service og kvalitet. De eldre driver ofte med tradisjonelle friluftaktiviteter, mens yngre søker mer mot mestringsfølelse og spenning (Coghlan, Buckley, 2013; sitert av Grubben, 2013). Her kommer det fram at det er en aldersbetinget forskjell mellom aktivitetsreiser, og indikerer samtidig en mulig aldersbetinget forskjell mellom deltakelse ved kommersielt eller ikke-kommersielt reiseliv.

Ungdomsreiser har lenge blitt sett på noe negativt innen internasjonal turisme. Men i senere år har man sett en økende reiselyst og kjøpekraft hos unge, som videre har skapt en trend og skaffet oppmerksomhet for dette markedet (Richards, Wilson, 2011). Undersøkelsen som diskuteres her viser at ungdomsturisme nå frigjør seg fra tidligere stereotyper som har blitt gitt i de tidligere årene og viser ett bilde av eventyrlystne, erfarne reisende som vil oppleve alle faktorene og fasilitetene destinasjonen de besøker har å tilby.

I en undersøkelse gjort gjennom International Student Travel Confederation (ISTC) i 2002, kommer det fram noen underliggende faktorer som påvirket motivasjonen til studentene. Dette var ønske om å søke opplevelser, avslapping, vennskap/sosial kontakt og uselviskhet (Richards, Wilson, 2011).

Robinson og Novelli (2011) påpeker at dette er et marked i stadig økning, og at unge reisende ofte har vært eller er studenter, som indikerer at grad av utdanning kan være relevant. Selv om dette er en undersøkelse som fokuserer på mange land og forskjellige reiser, kommer det tydelig fram at stadig flere unge reiser. Mange av de som søker nettopp spenning og

utfordrende aktiviteter er de yngre. Slike aktiviteter må ofte gjøres på egenhånd og krever mye kunnskap. Det finnes også en del kommersielle aktiviteter som tilbyr dette, men basert på disse antakelsene lar vi friluftsliv stå som en av de mulige ferie variantene, da man ofte reiser over lengre avstander for å få utført aktivitetene sine i perfekte naturlige omgivelser (som vi diskuterte i avsnitt 2.2.4). Vi kommer derfor til å fokusere mye på alder i vår undersøkelse, da det virker som en av de demografiske variablene som har mye å si.

Som litteraturgjennomgangen viser kan det være vanskelig å følge en bestemt definisjon når det gjelder natur- og aktivitetsbasert reiseliv. Det finnes ulike turister, gjerne med ulike personlighetstrekk som motiveres av ulike ønsker og behov. Vi skal derfor spesifisere dette ytterligere i neste kapittel gjennom en begrepsavklaring og et undersøkelsesrammeverk, slik at det er lettere å forme en undersøkelse som kan hjelpe oss å svare på problemstillingen vår.

### **3 Undersøkelsens rammeverk**

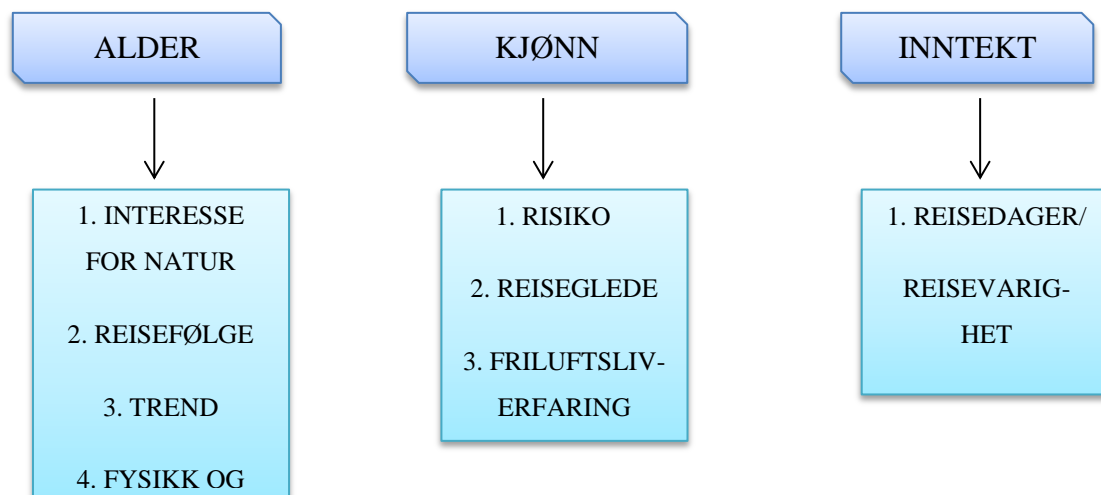
I dette kapitlet presenterer vi en tabell med begrepsavklaring som vil gjelde videre i oppgaven. Denne er utformet basert på litteraturgjennomgangen og er ment for å forenkle hvordan man skal forholde seg til begrepsbruk når vi kommer til analysedelen. Videre har vi også utformet en modell som tar for seg de mest aktuelle demografiske variablene vi har valgt å fordype oss mer i ved bruk av hypotesetesting. Her blir også de aktuelle hypotesene presentert.

Ved å kombinere begrepsavklaring og modell for aktuelle variabler får vi et klarer bilde på hva vi egentlig ønsker å finne ut. Dette vil bli kjernen for utformingen av undersøkelsen, som vi i neste kapittel om metode, skal beskrive nærmere. Modellen som tar for seg de ulike demografiske variablene som skal testes, er knyttet opp mot våre tre underspørsmål vi lagte for å kunne svare på problemstillingen vår (se side 4).

### 3.1 Oversikt over ulike begrep og begrepsavklaring

Begrep:	Begrepsavklaring:	Kilde:
Motivasjon	Motivasjon er den indre kraft som fører til handling.	Schiffmann, Kanuk, Hansen (2012)
Reiseliv/turisme	Reiseliv omfatter aktiviteten til en reisende. En reisende er en person som beveger seg mellom ulike geografiske steder, for ethvert formål og uavhengig av varighet. Den besøkende er en bestemt type reisende og følgelig er turisme en undergruppe av reiser.	World Travel Organization (2015)
Aktivitetsturisme	Aktivitetsbasert turisme er en nisjeturisme innen reiseliv, som er rettet mot en bestemt interesse eller motivasjon hos et markedssegment som innebærer fysisk aktivitet. Og kommersielt når reiseproduktet blir tilpasset etter dette.	Robinson, Novelli (2005)
Hard adventure	Erfaring, kompetanse – spesielle aktiviteter ofte med høy grad av risiko involvert.	Laarman & Durst, (1987); sitert av Mehmetoglu, (2006)
Soft adventure	Lavrisiko, aktiviteter for alle uavhengig av erfaring og kompetanse.	
Naturbasert reiseliv	Turismeaktiviteter hvor fokus er på aktiviteter som enten tar plass i naturen, er avhengig av eller forbedret av det naturlige miljøet.	Tangeland, Aas (2011)
Kommersielt naturbasert reiseliv	Når turistene betaler en tredjepart (turoperatør, guide) for å kunne delta i aktiviteten.	Kamfjord (2011)
Ikke-kommersielt naturbasert reiseliv	Når en reiser for å utføre aktiviteten, men utfører alt selv/betaler ikke for en tredjepart.	
Naturbasert turist	En person som har naturopplevelser som hovedmotivasjon for å foreta sin reise.	Kamfjord (2011) Mehmetoglu (2006, 2007)
Ulike typer naturbaserte turister	Aktive, passive, psykosentrisk og allosentrisk, generalist, spesialist.	Plog (1977)
Individuelle reisende	Planlegger reisen ved hjelp av ulike informasjonskilder og settes sammen til ønsket innhold.	Kamfjord (2011)
Organiserte reisende	Pakkereise, kjøper ferdige planlagte produkt og omsetningen skjer før reisen.	
Segmentering	Prosessen ved å dele inn ett marked inn i klare sub-segmenter av konsumenter og velge en eller flere som målgruppe.	Schiffmann, Kanuk, Hansen (2012)
Demografisk segmentering	Alder, kjønn, yrke, sivilstatus, inntekt, utdanning, (bosted).	Ellingsen, Mehmetogulu (2005)
Segmentering på bakgrunn av reisegrunn	Personlig utviklingsorienterte, avslappere og dedikerte naturbaserte turister.	Mehmetoglu (2007)
Trender	Langsiktige trender forekommer i tidsrekker hvis observasjonene øker eller minker på en regelmessig måte over tid.	Ellingsen, Mehmetogulu (2005)
Individuell produksjon av reiselivserfaring	Turister deltar i en «produksjon» av reiselivserfaring og derfor kan turister som deltar i samme aktivitet kan ha motstridende ønsker, behov, smak og ting man misliker.	Tangeland (2011)
Motivasjonsfaktorer	Push: kunnskap, fritid og sosialisering Pull: fasiliteter, kjerneattraksjoner	Tangeland (2011) Correia, Oom do Valle & Moço (2005)

## 3.2 Oversikt over demografiske variabler og tilhørende hypoteser



- Alder**
- H1<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom alder og interesse for naturen**  
*H1<sub>a</sub>: Det er sammenheng mellom alder og interesse for naturen*
  - H2<sub>0</sub>: Alder har ingen sammenheng med hvorvidt reisefølget kan påvirke avgjørelsen om å reise på en natur- og aktivitets basert ferie eller ikke.**  
*H2<sub>a</sub>: Alder har en sammenheng med hvorvidt reisefølgets kan påvirke avgjørelsen om å reise på en natur- og aktivitets basert ferie eller ikke*
  - H3<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom alder og hvorvidt trender påvirker valget av natur- og aktivitetsbaserte ferier**  
*H3<sub>a</sub>: Det er sammenheng mellom alder og hvorvidt trender påvirker valget av natur -og aktivitetsbaserte ferier*
  - H4<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom alder og fysisk form**  
*H4<sub>a</sub>: Det er en sammenheng mellom alder og fysisk form*
  - H5<sub>0</sub>: Alder har ingen sammenheng med hvilke grad av fysisk påkjenning ved aktiviteter på ferie en ønsker.**  
*H5<sub>a</sub>: Alder har en sammenheng med hvilken grad av fysisk påkjenning ved aktiviteter på ferie en ønsker*
- Kjønn**
- H6<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking på natur-og aktivitetsbaserte ferier i Norge.**  
*H6<sub>a</sub>: Det er en sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking på natur-og aktivitetsbaserte ferier i Norge*
  - H7<sub>0</sub>: Hvorvidt man er glad i å reise har ingen sammenheng med kjønn.**  
*H7<sub>a</sub>: Hvorvidt man er glad i å reise har en sammenheng med kjønn*
  - H8<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom kjønn og erfaring fra friluftsliv.**  
*H8<sub>a</sub>: Det er en sammenheng mellom kjønn og erfaring fra friluftsliv*
- Inntek**
- H9<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom inntekt og antall reisedager**  
*H9<sub>a</sub>: Det er en sammenheng mellom inntekt og antall reisedager*



## 4 Metode

I denne delen av oppgaven skal vi se nærmere på metode. Vi starter med å presentere hva metode er før vi går videre og diskuterer metode i forhold til vår oppgave. Her ser vi nærmere på forskningsstrategi, tilnærming og design i forhold til å foreta vår undersøkelse før vi avslutter med en gjennomgang av etikk, mulige problemer og feilkilder.

Metode fungerer som et hjelpemiddel for å beskrive virkeligheten. Det er i stor grad hvordan vi skal gå frem for å samle inn empiri. Vi har hovedsakelig to forskningsmetoder som kalles kvalitativ og kvantitativ metode. Disse kan kombineres i en undersøkelse, eller benyttes hver for seg. Hovedforskjellen mellom dem er at kvalitative resultat gjengir folk sine ord og meninger/tolkninger i ord. Kvantitativt resultat gir tall. Valg av metode dreier seg altså mye om hvilke type data man mener egner seg best, for å kunne svare på den problemstillingen man har (Jacobsen, 2005). Dette henger igjen sammen med hvilken hensikt man har med undersøkelsen. For å få fram de vanligste skillene mellom de to metodene har vi laget en tabell for og lettere kunne se hovedforskjellene mellom dem. Dette gjør det igjen lettere å sammenligne fordeler og ulemper knyttet til hva man ønsker å finne ut basert på hvilken hensikt man har med undersøkelsen. I en forskningsprosess vil stort sett alle avgjørelser man tar i de forskjellige fasene ha en eller annen form for påvirkning på det du skal gjøre senere i prosessen. Tabellen er derfor også et godt hjelpemiddel for å holde rett kurs gjennom fasene.

**Tabell 4 - Hovedforskjeller metode – Kvalitativ vs. Kvantitativ**

Metode	Kvalitativ	Kvantitativ
Resultat:	Ord – meninger/tolkninger	Tall og statistikk
Formål:	Forklare og skildre Utforske og tolke Bygge teori Beskrive et fenomen	Forklare og forutse Teste, fastslå og validere teori Beskrive et fenomen
Design:	”Framvoksende” design Fleksible retningslinjer Ofte dybdeintervju	Statisk design Etablerte retningslinjer Ofte spørreundersøkelser
Tilnærming 1:	Induktiv (dybde)	Deduktiv (bredde)
Tilnærming 2:	Holistisk	Fokusert
Antall respondenter:	Ofte få	Ofte mange

Ønske om generalisering:	Nei	Ja
Variabler:	Oftest ukjente	Kjente
Kontekst:	Bundet	Fri
Tilnærming 3:	Subjektiv	Objektiv
Struktur:	Åpen	Forhåndsstrukturert

## 4.1 Formålet med forskningen

I følge Jacobsen (2005) har man tre hovedtyper hensikt med forskning. Det kan være beskrivende, forklarende eller prediktiv forskning. Vi har valgt den beskrivende varianten, da formålet med vår undersøkelse er å beskrive hvorfor vi ser en økning ved nordmenns deltakelse på natur- og aktivitetsbaserte ferier i Norge. Vi er ikke ute etter å kunne generalisere funnene våre, da utvalget vårt er forhåndsberegnet til å være relativt lite og problemstillingen ble derfor basert på dette. «*Identifisering av ulike demografiske variabler som har en innvirkning på norske turistenes valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge*» er en relativt bred problemstilling. Vi formet derfor tre underspørsmål (se side 3) for å få en bedre klarhet i hva vi har som hensikt å kartlegge. Disse konsentrerer seg om å få en innsikt i fenomenet gjennom å utforske faktorerens eventuelle forskjeller og likheter angående valg om å foreta en slik ferie i Norge gjennom å lage en spørreundersøkelse. Hvordan vi gjorde dette diskuterer vi videre i kapittel 4.3 og utover i kapitlet (Jacobsen, 2005).

## 4.2 Kvantitativ forskningstilnærming

I følge Jacobsen (2005) er den kvantitative metodens hensikt å få inn lett systematiserbar informasjon hvor mange enheter kan analyseres samlet gjennom datamaskin. Vi har valgt denne tilnærmingen fordi vi ønsker å beskrive et fenomen. Vi har valgt å ha en deduktiv tilnærming, hvor framgangsmåten er fra teori til empiri. Forventningene våre kan dermed ha blitt påvirket av tidligere funn, samtidig som det har vært lettere å fokusere på relevant informasjon. En kvantitativ tilnærming krever en relativt klar problemstilling. Selv om vår problemstilling er tydelig, er den av både intensiv og ekstensiv natur. Dette er fordi vi ønsket et forholdsvis bredt og dypt analysegrunnlag, som kan benyttes til hypotesetesting, samt noe grafisk framstilling for å måle hyppighet av viktige faktorer. Kvantitative metoder er ofte individualistiske i form av at man samler informasjon fra enkeltindivider og ikke fra grupper.

Det er summen av disse enkeltindividenes meninger vi er interessert i.

Undersøkelsesomfanget vi ønsket var derfor minimum 120 respondenter. Den kvantitative metoden har større krav til forarbeid. «*Kategorisering og presisering av sentrale begrep må gjøres før empirisk undersøkelse kan gjennomføres*» (Jacobsen, 2005:235). Man risikerer at respondenter er mindre seriøse da det ikke er noe personlig forhold mellom forsker og respondent. Videre må problemstilling være fast og den er ikke fleksibel for endring underveis da det kan skape mistillit hos respondenter. Ved spørreundersøkelser i skjema må spørsmålene være godt utformet slik at man får dekket de viktigste faktorene.

### **4.3. Forskningsdesign**

Når man skal planlegge en beskrivende og kvantitativ forskning er design et viktig element. Forskningsdesignet er forskeren sin overordnede plan for hvordan man kan få svar på problemstillinger, evt. teste ut hypoteser (Jacobsen, 2005).

Vi har valgt en klassisk bred utvalgsspørreundersøkelse design, hvor vi vil kartlegge aktuelle faktorer for å kunne beskrive vårt fenomen (Jacobsen, 2005). Vi har verken tid eller ressurser til å foreta en undersøkelse som sier noe om endring over tid og valgte derfor å foreta en tverrsnittsundersøkelse. Informasjonen vi får gjennom et slikt beskrivende design, er samvariasjon mellom ulike forhold ved en tilstand på et gitt tidspunkt i et utvalg (Jacobsen, 2005). Vi valgte derimot å åpne for respondenter som hadde vært på natur og aktivitetsbasert ferie innen de siste 12 mnd. Eller planlagte å gjøre det de neste 12 mnd. Dette fordi vi vet at det kan være vanskelig å lokalisere relevante respondenter. Faren her er at man ikke har noen garanti for at de som svarer husker riktig eller vurderer riktig i henhold til valget av reisen. Mange kan altså svare basert på hvordan de ideelt sett ønsker at de er/tenker som person.

### **4.4 Datainnsamling**

Vår innsamlede data består av både primær og sekundærdata. Vi har hovedsakelig brukt sekundærdataen for å utforme vår undersøkelse til å samle inn primærdata, samt for å forme et analysegrunnlag.

#### **4.4.1 Primærdata**

Primærdata er når forskeren går direkte til kilden og innhenter informasjon for første gang, gjennom forskjellige datainnsamlingsmetoder (Jacobsen, 2005). For å innhente vår

primærdata har vi benyttet oss av Google Docs, som er en gratis internettjeneste hvor man kan lage egne spørreskjema. Videre delte vi spørreundersøkelsen via Facebook og e-mail.

#### 4.4.2 Sekundærdata

Sekundærdata er informasjon som er skrevet eller innhentet av andre tidligere. Her er viktig å huske at informasjonen er samlet inn ved et annet formål enn ens eget. Sekundærdataen vi har benyttet er tidligere forskning og allerede eksisterende teori om turisme og motivasjon. Det viktigste ved å benytte seg av sekundærdata er å sikre kilders gyldighet og pålitelighet (Jacobsen, 2005).

#### 4.5 Respondentutvalg

Når man skal foreta en undersøkelse er det ofte begrensinger som gjør at man ikke kan undersøke en hel populasjon. Man foretar derfor et utvalg som kan kalles en mindre undergruppe av populasjonen ved å foreta enten ikke-sannsynlig eller sannsynlig utvalg. Utvalgsmetode vil ha en effekt på beslutningen om hvilken type kalkulering og verktøy man vil bruke senere i analysene også (Jacobsen, 2005).

##### 4.5.1 Ikke-sannsynlig utvalg

Når man ikke vet antallet i en populasjon bør man bruke et ikke-sannsynlig utvalg. Dette er fordi man ikke vet det totale antallet i utvalget og det er ingenting å dele 1 på. Da har man ingen forutsetning for å kunne vite eller finne ut den eksakte sannsynligheten av at en person eller enhet skal bli valgt. Dette kobles gjerne mot at man ikke er ute etter å generalisere funnene. Samtidig er det ofte slik at når man foretar en spørreundersøkelse i kvantitativ form er det for å kunne si noe om en populasjon. Vi er som tidligere nevnt ikke ute etter å kunne generalisere våre funn. Vi kan derimot kanskje finne noen faktorer som indikerer og *beskriver* hvilke variabler som er viktigst hos innenlands turistene som velger denne formen for ferie. Med andre ord sier vi at det *kan* være slik, ikke at det *er* slik. Faren med et ikke-sannsynlig utvalg er at det kan oppstå systematisk skjevhet hvis man ikke følger med på hvilke respondenter man har fått underveis. Man mangler også oversikt over hvem man ikke får tak i, noe som indikerer at resultatet kunne vært annerledes ved bedre kontroll (Jacobsen, 2005).

#### 4.5.2 Selvutvelgelse og snøballeffekten

Basert på hensikten med vår undersøkelse valgte vi hovedsakelig å benytte oss av selvutvelgelse, som vil si at respondenten i stor grad velger selv om de vil delta eller ikke. (Jacobsen, 2005). Vi spesifiserte derfor nøye på forsiden av undersøkelsen hvilke kriterier som lå til grunn for å være en relevant respondent til undersøkelsen, slik at avgjørelsen om å delta var lettere for mulige respondenter. Samtidig sikret dette oss mot at mange bekjente gjerne ville svart basert på at de ønsket å hjelpe. Videre benyttet vi oss av enkelte trekk fra den mer kvalitative metoden man kaller snøballeffekten. Overført til kvantitativ metode kan vi si at den kjennetegnes ved at man deler undersøkelsen med noen man mener er relevant. Poenget er da at disse personene skal dele den videre med noen de mener er relevant osv. (Jacobsen, 2005). Fremgangsmåten vi valgte basert på disse to utvalgsmetodene var å dele undersøkelsen på det sosiale mediet Facebook, samt sende på e-mail til noen personer vi visste er aktive som også kjenner andre aktive. Faren ved å benytte sosiale medier er at vi har ingen garanti for at respondentene har kunnskap om det aktuelle temaet. Vi har heller ingen garanti for kildens vilje til å svare ærlig på spørsmålene.

#### 4.6 Validitet og reliabilitet

En undersøkelse av empiri bør tilfredsstillende to krav. Empirien må være gyldig og relevant (valid), samt pålitelig og troverdig (reliabel). Validitet vil altså si at vi måler det vi faktisk ønsker å måle og at det som blir målt oppfattes som relevant. Videre bør dette sikres gjennom begrepsgyldighet, intern og ekstern gyldighet (Jacobsen, 2005). I vårt tilfelle vil dette være viktig for overførbarheten. Vi har som tidligere nevnt et ønske om å finne indikatorer som kan overføres fra annen forskning til vår, samt at våre funn kan benyttes videre av andre. Reliabilitet i undersøkelsen må være til å stole på. Den kan påvirkes av tilfeldige feil og målefeil som gir et galt resultat. Tilfeldige feil kan være ulike individuelle faktorer som påvirker respondentens svar. Dette kan ikke forsker styre og en konsekvens kan være at undersøkelsen blir mindre pålitelig. En må altså ta hensyn til dette for å skape tillit gjennom å ha en troverdig gjennomføring av undersøkelsen. Vi stilte oss derfor spørsmålet «*ville vi fått samme resultat dersom vi gjennomførte undersøkelsen vår igjen?*» Man ønsker altså å oppnå et resultat som er eksakte og til å stole på (Jacobsen, 2005).

## 4.7 Spørreundersøkelsens oppbygning

Vår undersøkelse har i alt 32 spørsmål av ulike karakter. Dette er en henholdsvis stor undersøkelse og vi valgte å dele inn i 6 sider (inkl. forside) med ulike tema. Innledningsvis er spørsmålene tilknyttet til demografiske variabler som kjønn, alder, inntekt, bosted etc. slik at vi får ett innblikk i hvem respondenten er. Disse er avgjørende for analysedelen da de skal settes opp mot følgende faktorer; respondentens reisevaner (s. 3), motivasjon (s.4), trend og utvikling (s.5) og tilslutt reiseplanen videre (s.6), se spørreundersøkelse i vedlegg 1.

Vi valgte å lage et lukket spørreskjema som benytter skalering, flervalgs- og enkeltvalgs spørsmål, med unntak av noen få spørsmål som har «annet» alternativ hvor respondenten kan benytte tekst om man ikke finner et passende alternativ.

Vi har i alt benyttet et metrisk målenivå gjennom rangordnede svaralternativ på 11 spørsmål. Dette kan også kalles skalering hvor vi benyttet en skala fra 1-7 (Jacobsen, 2005). Ved disse spørsmålene ønsket vi å måle frekvens, intensitet i holdninger til påstander eller vurdering av faktorer. Her ble alternativene satt til eksempelvis 1 = I liten grad og 7= I stor grad. Slike svaralternativ kalles kvalitative fordi «*at tallene vi får ut av spørreskjemaet, symboliserer et svar formulert som en setning eller i ord*» (Jacobsen 2005:248).

### 4.7.1 Tiltak for å unngå feilkilder

Ved en spørreundersøkelse kan det oppstå feilkilder. Før vi gjennomførte vår undersøkelse gjennomgikk vi ulike muligheter for feilkilder slik at arbeidet i etterkant med den innsamlede data skulle bli lettere. Google Docs har en rekke funksjoner for dette som benyttet oss av. Alle spørsmål ble merket med obligatorisk for å sikre oss mot frafall av ulike variabler. Alle flervalgs spørsmål fikk avgrensning gjennom velg maks 3 eller 5. Ved å benytte ulike varianter av spørsmål bryter man opp slik at respondenten ikke svarer «det enkleste og beste».

Respondenten må da lese spørsmålet for å vite hva de faktisk svarer på. Videre benyttet vi hjelpetekst med korte eksempler eller forklaringer til hovedspørsmålet for å unngå at respondenter skal gi opp eller gå lei. Vi testet også svarmottak skjemaet for å unngå at noen observasjoner skulle forsvinne i det samlede resultatet.

## 4.8 Forskningsetikk

«Samfunnsvitenskapelige undersøkelser dreier seg nesten alltid om å studere mennesker. Hva de tenker, hva de gjør og hvordan de gjør det» (Jacobsen 2005:44). En må derfor ta hensyn til de etiske normer og prinsipp i henhold til forskning.

Forskningsetikk i Norge har i dag hovedsakelig tre grunnleggende krav som utgangspunkt knyttet til det forholdet som oppstår mellom forsker og den det forskes på: «*informert samtykke, krav på privatliv og krav på å bli korrekt gjengitt*» (Jacobsen 2005:45). Gjennom hele forskningsprosessen foretas etiske valg og overveielser av forskeren. Det er viktig å spesifisere hensikt med undersøkelsen slik at man har mulighet til å velge om en synes dette er greit eller ikke. Privatlivet skal beskyttes og man skal ikke tvinge fram følsomme opplysninger (Jacobsen, 2005). Det var derfor viktig for oss og ikke kunne identifisere enkeltpersoner i vårt datamateriale. Vi valgte bevisst å dele inn i store grupper når det kom til sensitive opplysninger som inntekt, bosted o.l.

I en undersøkelse er det veldig viktig at en ikke forfalsker data og resultater, selv om resultatene ikke ble slik en ønsket. I prinsippet skal all forskning være åpen og forskning i seg selv en nøytral aktivitet, men vi vet at det er umulig å få en helt verdifri og nøytral forskning (Jacobsen, 2005). Vår undersøkelse er anonym, men en har allikevel IP-adresser som kan være identifiserbar. Vi har forsøkt å følge en «to-delt» framgangsmåte hvor vi i første omgang kun søkte kunnskap. I annen omgang skal vi tolke denne informasjonen (Jacobsen, 2005). I vårt tilfelle hadde vi en utfordring ved og ikke å blande inn egne meninger i undersøkelsen, da vi som reiselivsstudenter har en genuin interesse for temaet turisme. Dette kan være en utfordring også i analysedelen.

## 5 Analyse

I denne delen av oppgaven skal vi analysere den innsamlede empiri vi har fått gjennom spørreundersøkelsen vår. Vi starter med å forklare begrepet hypotese og viser hvordan vi skal benytte oss av dette i vår analyse. Her forklarer vi også hva vi mener med analyse av den grafiske fremstillingen. Basert på våre forskningsspørsmål (se s. 4), deler vi kapittelet inn i mindre deler som tar for seg disse variablene som vil bli testet gjennom hypotesetesting, samt diskuteres mot den grafiske framstillingen. I siste del av kapittelet presenterer vi også andre funn som er interessante og disse er basert på spørsmål som kun er grafisk fremstilt.

## 5.1 Hypotesetesting

En hypotese er en påstand basert på eksisterende kunnskap, som man videre forsøker å avkrefte eller bekrefte gjennom tester. Av og til betyr hypoteser bare midlertidig og hittil ubekreftet forklaring av et kjent, men ellers uforklart fenomen (Tranøy, 2014). Ved å foreta en hypotesetest, lager man en nullhypotese ( $H_0$ ) og en alternativhypotese ( $H_1$ ).

*« $H_0$  er det du i utgangspunktet tror på, og som du vil falle tilbake på om du ikke blir overbevist om noe annet.  $H_1$  er det du vil konkludere med hvis det heves over rimelig tvil at  $H_0$  må være gal» (Wenstøp, 2006:160).*

### 5.1.1 SPSS: T-test, ANOVA og P-verdi

Vi har valgt å benytte analyseprogrammet SPSS. For å kunne sammenligne de ulike variablene må man gjøre tekstspørsmålene om til numerisk verdi, da SPSS kun opererer med tall. Vi har laget oversikt over hvordan vi gjorde dette i vedlegg 3.

Vi har valgt å bruke T-test og ANOVA-test for å teste våre hypoteser. Som modellen i kapittel 3.2 viste har vi valgt å teste de demografiske variablene alder, kjønn og inntekt. Disse blir da de uavhengige variablene som testes opp mot ulike skalerings spørsmål. I analysen av T-testene og ANOVA testene har vi tatt utgangspunkt i P-verdi når vi konkluderer. P – verdien er det samme som signifikansnivå (sig.) og viser sannsynligheten for å forkaste nullhypotesen på feil grunnlag (Wenstøp, 2006). Vi følger et 95 % konfidensintervall, som vil si at vårt signifikansnivå er på 5 %. Konklusjonene blir altså slik dersom:

1:  $P > 0,05$  beholdes  $H_0$ .      2:  $P < 0,05$  forkastes  $H_0$ .

### 5.1.2 Feil av type I og II ved hypotesetesting.

Vi skiller hovedsakelig mellom to prinsipielt sett forskjellige feil ved hypotesetesting.

*«Type I: Forkaster  $H_0$ , enda den faktisk er riktig. Tilfeldigvis ble ditt utvalg så forskjellig fra det forventede at sannsynligheten ble svært lav. Hvis du forkaster  $H_0$  på 5 % nivå har du 5 % sjanse for å gjøre feil av type I» (Hansson, 2013:15).*



«Type II: Gjør en ved at du aksepterer (altså nekter å forkaste)  $H_0$ , enda den faktisk er gal. Tilfeldigvis fant du ikke store nok forskjeller fra  $H_0$  til at du turte å forkaste  $H_0$ . Sjansen for å gjøre feil av type II, avhenger helt av hva som faktisk er sant, og det vet du ikke – du har jo bare en alternativ hypotese» (Hansson, 2013:15).

## 5.2 Grafisk fremstilling

I forhold til vår problemstilling har vi valgt å gjøre en del av analysene basert på grafisk fremstilling. Dette fordi vi ønsker å diskutere andre funn utover de tre forskningsspørsmålene. Samlet får vi da et bedre konklusjonsgrunnlag i henhold til hovedproblemstillingen. Grafene er alle presentert i vedlegg 2, og de viktigste er trukket fram underveis i analysen. I teksten gjengir vi hovedsakelig resultatene i prosent, men viser da til antall i parentes, eksempelvis 42 % svarte...(61). Det gitte antallet er da alltid av det totale antallet respondenter - 145.

## 5.3 Analyse av hypoteser i henhold til forskningsspørsmål

### 5.3.1 Er det en sammenheng mellom alder og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?

Vi har en stor variasjonsbredde i henhold til alder med tanke på at utvalget kan bestå av respondenter fra 18 år til over 70 år. Av totalt 145 respondenter var 51 % (74) i aldersgruppen 18-38. Dette er mest sannsynlig fordi vårt utvalg er basert på bruk av sosiale medier. Dermed er denne aldersgruppen lettere å treffe da vi, samt de som delte undersøkelsen videre, selv er i denne aldersgruppen. Vi finner de resterende 49 % fordelt på de to gruppene 39-50 (41) og 51-70+ (30). Våre funn vil altså konkluderes med en viss usikkerhet og inneholde mulige feil, da det er relativt stor forskjell mellom antall respondenter i de ulike aldersgruppene. Vi vil påpeke mulige feil gjennom hele analysen i forhold til det vi diskuterer. Resultatene kan allikevel benyttes til statistiske tester for å finne ut om noen variabler eller andre faktorer kan indikerer sammenhenger.

I kapittel 1.1 presenterte vi naturbasert turisme i et historisk perspektiv. Nordmenn har altså i lang tid vært veldig opptatt av å være ute i naturen. Dette var noe vi ville se om også gjaldt vårt utvalg. Resultatet viser at dette også gjelder her hvor 77,9 % svarte mellom «i noe

*grad*»(48), «*i noe større grad*»(29) og «*i stor grad*»(36). Vi ønsket derfor å se om det var noe sammenheng mellom naturglede og alder. Vi foretok en hypotesetest med ANOVA.

**H<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom alder og interesse for naturen**

H<sub>1a</sub>: Det er sammenheng mellom alder og interesse for naturen

#### Descriptives

I hvilken grad er det å være ute i naturen viktig for deg?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					18-38	74		
39-50	41	5.37	1.157	.181	5.00	5.73	3	7
51-70+	30	5.57	1.104	.202	5.15	5.98	2	7
Total	145	5.36	1.316	.109	5.14	5.57	1	7

#### ANOVA

I hvilken grad er det å være ute i naturen viktig for deg?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.878	2	.939	.539	.585
Within Groups	247.473	142	1.743		
Total	249.352	144			

Gjennomsnittsvariasjonen mellom de tre aldersgruppene er kun på 0,2 som vil si tilnærmet like. Dette indikerer at det er stor sannsynlighet for at det ikke er noen sammenheng mellom alder og interesse for naturen. Dette bekreftes gjennom at P-verdi er på 0,585 som tilsier 58 %.

Vi beholder derfor H<sub>0</sub> da det er hele 58 % sjans for å forkaste H<sub>0</sub> på feil grunnlag. Konklusjonen blir da at det ikke er en sammenheng mellom alder og hvor interessert man er i naturen.

Videre ønsket vi å se hvorvidt det kan være en sammenheng mellom alder og hvordan det kan påvirke om en faktisk reiser på en natur- og aktivitetsbasert ferie eller ikke. Når vi spurte om hvilken grad reisefølget kan påvirke om du faktisk reiser på en slik ferie eller ikke, svarte om lag 62,7 % enten «*i noe grad*»(45), «*i noe mer grad*»(37) eller «*i stor grad*»(9). Dette antyder at flertallet lar seg påvirke, noe som er naturlig med mindre en foretrekker å reise alene, som henholdsvis kun 9,7 % (14) er i følge graf 11. For å finne ut mer om dette temaet ønsket vi

altså å finne ut om graden av reisefølgets påvirkning har sammenheng med alder og foretok derfor en ANOVA-test.

**H<sub>20</sub>: Alder har ingen sammenheng med hvorvidt reisefølget kan påvirke avgjørelsen om å reise på en natur- og aktivitets basert ferie eller ikke**

H<sub>2a</sub>: Alder har en sammenheng med hvorvidt reisefølgets kan påvirke avgjørelsen om å reise på en natur- og aktivitets basert ferie eller ikke

#### Descriptives

I hvilken grad kan reisefølget avgjøre om du reiser på en aktivitetsbasert ferie eller ikke?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					18-38	74		
39-50	41	4.51	1.306	.204	4.10	4.92	1	7
51-70+	30	4.77	1.305	.238	4.28	5.25	2	7
Total	145	4.76	1.324	.110	4.54	4.98	1	7

#### ANOVA

I hvilken grad kan reisefølget avgjøre om du reiser på en aktivitetsbasert ferie eller ikke?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.806	2	1.903	1.086	.340
Within Groups	248.746	142	1.752		
Total	252.552	144			

Gjennomsnittsvariasjonen er ikke særlig stor mellom aldersgruppene. Hvis vi sammenligner aldersgruppen 18-38 med 39-50, ser vi den største forskjellen som er på 0,38. Dette er i realiteten ikke en stor forskjell, altså er gjennomsnittene tilnærmet lik. Det ser altså ut som at alder ikke har noe sammenheng her. Siden vi har valgt å følge et 95 % konfidensintervall, vil vi godta at det er en signifikant forskjell mellom gruppene, dersom sannsynligheten for at det skjer er mindre enn 5 %. Ved å se på P-verdien her ser vi at den er 0,340, som tilsvarer 34 %. Dette er mer enn 5 %, noe som forteller oss at det ikke er noen signifikant forskjell. Vi beholder derfor H<sub>0</sub> som sier at det er ingen sammenheng, da det er 34 % sjans for å forkaste H<sub>0</sub> på feil grunnlag.

Funnene rundt temaet trend indikerer at en del mener andre blir påvirket av trend, men svarer samtidig at de selv ikke blir særlig påvirket av det. Her svarte over 50 % «i mindre grad»(40) eller «nøytral»(36). Som vi kan se i graf 29 (vedlegg 2), er trendfaktorene «viktig å følge det som er ”in”», «ønske om å dele på sosiale medier/oppmerksomhet», hvor omlag 49 % (71) har valgt en av disse som grunnen til at nordmenn deltar på natur- og aktivitetsbaserte ferier i Norge. Vi kan derimot ikke si at trend har en klar påvirkning. I mange tilfeller ser man at yngre blir lettere påvirket av trender enn eldre. Vi ønsket derfor å se om dette var tilfelle også her. Vi valgte derfor å foreta en ANOVA test mot alder for å se om det var noe sammenheng.

### H3<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom alder og hvorvidt trender påvirker valget av natur- og aktivitetsbaserte ferier

H3<sub>a</sub>: Det er sammenheng mellom alder og hvorvidt trender påvirker valget av natur- og aktivitetsbaserte ferier

#### Descriptives

I hvilken grad påvirkes dine reisevalg av en stadig økende interesse for naturbaserte aktiviteter?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					18-38	74		
39-50	41	3.44	1.305	.204	3.03	3.85	1	6
51-70+	30	3.50	1.196	.218	3.05	3.95	1	5
Total	145	3.39	1.380	.115	3.16	3.61	1	7

#### ANOVA

I hvilken grad påvirkes dine reisevalg av en stadig økende interesse for naturbaserte aktiviteter?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.924	2	.462	.240	.787
Within Groups	273.449	142	1.926		
Total	274.372	144			

Vi kan tolke gjennomsnittet som at det er lite forskjell mellom aldersgruppene, og dermed lite sannsynlig at det er noe sammenheng med alder. Vi kontrollerer dette ved å se på P-verdien som er gitt til å være 0,787 som tilsvarer 78,7 %. For å forkaste H<sub>0</sub>, og dermed få støtte til H<sub>1</sub>, måtte p-verdien vært lavere enn 0,05 (5 %). Vi beholder derfor H<sub>0</sub>, da det er hele 78,7 %

sjansje for å forkaste  $H_0$  på feil grunnlag. Konklusjonen blir da at det ikke er noe sammenheng mellom alder og trenders påvirkning. Det tyder på at grad av påvirkning når det kommer til den økende interessen for naturbaserte aktiviteter er individuelt, men ikke aldersbetinget.

Vi har valgt å se hvorvidt fysisk form kan påvirke valget av en natur- og aktivitetsbasert ferie. Hele 35,2 % (51) har vurdert seg selv til å være i god form. Dette kan forklares med at man gjerne trives med fysisk aktivitet dersom en velger det som ferie. Det sier derimot lite om hvilken grad av fysisk påkjenning man ønsker og vi valgte derfor å se på det også. Her ser vi at hele 31,7 % (46) svarte nøytralt som tilsvarer middels grad av fysisk påkjenning. 29,7 % (14) svarte noe grad av fysisk påkjenning. Det ser altså ut til å være en sammenheng mellom hvilken form man er i og hvilken grad av fysisk aktivitet man ønsker. Dette funnet kan forklares med at en person som trives med aktivitet, gjerne ønsker det i ferien og. Men vi ønsket likevel å se hvorvidt det er sammenheng mellom fysisk god form og alder, samt hvilken grad av fysisk påkjenning en ønsker på ferien og alder. Vi foretok da en ANOVA test på hver av disse ( $H_{4_0}$  og  $H_{5_0}$ ).

#### **$H_{4_0}$ : Det er ingen sammenheng mellom alder og fysisk form**

$H_{4_a}$ : Det er en sammenheng mellom alder og fysisk form

#### Descriptives

Hvordan vil du vurdere din fysiske form?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					18-38	74		
39-50	41	4.32	.986	.154	4.01	4.63	2	6
51-70+	30	4.67	1.124	.205	4.25	5.09	2	7
Total	145	4.52	1.119	.093	4.33	4.70	2	7

Hvordan vil du vurdere din fysiske form? ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.500	2	1.250	.999	.371
Within Groups	177.707	142	1.251		
Total	180.207	144			

Vi ser også her at er gjennomsnittet ikke er så forskjellige i de tre gruppene og alle har en relativt høy verdi, noe som viser at mange vurderer seg selv til å være i god form. Det samsvarer med den grafiske framstillingen (graf 8: vedlegg 2). Det er verdt å nevne at selv om den eldste gruppen har den høyeste gjennomsnittsverdien, er det her langt færre respondenter enn i den yngste. Vi kan altså ikke basere en konklusjon på dette. Vi kontrollerer da P-verdi, som her ligger på 0,371. Det er altså 37 % sjans for å forkaste  $H_0$  på feil grunnlag. Også her er p-verdien større enn 0,05, som vil si at nullhypotesen ( $H_0$ ) aksepteres og vi konkluderer med at det ikke er sammenheng mellom alder og fysisk form. Som nevnt tidligere kan dette skyldes både hvor glad en er i aktivitet og at aldersgruppene er skjevfordelt. Her velger vi og å se på standardavviket som forteller oss hvor jevnt fordelt gruppen er rundt gjennomsnittet. Den viser at 39-50 er jevnest med 0,986. De resterende gruppene har et høyere standardavvik i forhold, og har dermed en mer ujevn vurdering enn denne gruppen.

**H5<sub>0</sub>: Alder har ingen sammenheng med hvilke grad av fysisk påkjenning ved aktiviteter på ferie en ønsker**

H5<sub>a</sub>: Alder har en sammenheng med hvilken grad av fysisk påkjenning ved aktiviteter på ferie en ønsker

**Descriptives**

Hvilken grad av fysisk påkjenning søker du på din naturbaserte aktivitetsferie?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					18-38	74		
39-50	41	3.88	1.187	.185	3.50	4.25	1	7
51-70+	30	4.17	1.147	.209	3.74	4.60	1	7
Total	145	4.21	1.296	.108	3.99	4.42	1	7

**ANOVA**

Hvilken grad av fysisk påkjenning søker du på din naturbaserte aktivitetsferie?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.398	2	3.699	2.241	.110
Within Groups	234.395	142	1.651		
Total	241.793	144			

Det er en vesentlig forskjell i gjennomsnitt mellom aldersgruppene 18-38 og 39-50 med henholdsvis 0,53. Men dette resultatet kunne vært annerledes om det var like mange respondenter i de to gruppene. Vi ser derfor også på standardavviket som viser en jevnere fordeling i 39-50 gruppen. I den yngste gruppen er standardavviket noe høyere, som kan antyde at resultatet kanskje ville vært annerledes ved mer jevne grupper. Vi vurderer videre P-verdien, som forteller oss mer. I dette tilfellet er P-verdi på 0,110 som tilsier 11,0 % sjanse for å forkaste H0 på feil grunnlag. Vi kunne altså forkastet H0 her på 11 % nivået, men basert på vårt utvalg ville dette vært under stor tvil. Vi velger derfor å holde oss til det tidligere bestemte 5 % nivået og beholder H0. Konklusjonen blir at det ikke er noe sammenheng mellom alder og hvilken grad av fysisk påkjenning en ønsker ved aktiviteter på ferien. Hvis vi sammenligner de to testene og deres gjennomsnitt med hverandre, kan vi indikere en liten forskjell. Dette kan tolkes som at man uansett ønsker en mindre fysisk påkjenning på ferie, enn hva den fysiske formen tilsier.

### **5.3.2 Oppsummering av hypoteser knyttet til forskningsspørsmål 1:**

Ved å teste alle aldershypotesene står vi igjen med følgende resultat. Det er *ingen* sammenheng mellom alder og følgende:

- interesse for naturen
- hvorvidt reisefølget kan påvirke valget om og faktisk reise
- hvorvidt trender kan påvirke valget om å velge en slik ferie
- fysisk form
- ønsket grad av fysisk påkjenning ved aktiviteter på ferie

Vi kan indikere en liten forskjell mellom egen vurdering av fysisk form og hvilken grad av fysisk påkjenning en ønsker ved ferien hvis vi sammenligner gjennomsnittet i de to testene.

Disse resultatene vil vi diskutere videre i kapittel 6.

### **5.3.3: Er det en sammenheng mellom kjønn og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?**

Når vi ser på resultatfordelingen er det flest kvinnelige respondenter - 60,7 % (88). Dette gir et skjevt utvalg da antall mannlige respondenter står for 39,3 % (57) av totalen.

Sammenligningene med kjønn som uavhengig variabel kan derfor ikke sies å være sikre funn men gir oss en pekepinn på hvordan det kan påvirke i forhold til ulike faktorer.

For å finne ut om det er noe vesentlige forskjeller mellom kjønn og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge, startet vi med å se på hvilken grad av risiko en ønsker på ferien. I graf 23 ser vi at hele 75,1 % (109stk) har svart mellom «nøytral (middels)» til «liten grad av risiko». Det er altså kun 24,8 % (36stk) som svarer at de ønsker fra «noe grad» til «høy grad» av risiko. Men dette gir oss ikke svar på om det er noen sammenheng med kjønn og vi valgte derfor å teste dette videre ved bruk av T-test.

### H<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking på natur- og aktivitetsbaserte ferier i Norge

H<sub>6a</sub>: Det er en sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking på natur- og aktivitetsbaserte ferier i Norge

**Group Statistics**

	Kjønn	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hvilken grad av risiko søker du ved en aktivitet på din naturbaserte aktivitetsferie?	Mann	57	3.86	1.432	.190
	Kvinne	88	3.03	1.542	.164

**Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Hvilken grad av risiko søker du ved en aktivitet på din naturbaserte aktivitetsferie?	1.330	.251	3.237	143	.002	.826	.255	.321	1.330	
			3.289	125.961	.001	.826	.251	.329	1.322	

Her ser vi en forskjell i gjennomsnitt mellom mann og kvinne på hele 0,83. Med tanke på vår skala som går fra 1-7 er dette en stor forskjell. Vi kan allerede nå antyde en sammenheng. Vi ser på P-verdien som er 0,002 at dette stemmer. Her er p-verdien mye lavere enn 0,05 (5 %) og vi kan forkaste H<sub>0</sub> med hele 99,8 % sjans for at det er riktig. Konklusjonen blir altså at



alternativhypotesen vår «*Det er en sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking på natur- og aktivitetsbaserte ferier i Norge*» blir akseptert og dermed beholdt. Basert på gjennomsnittet kan vi altså si at menn foretrekker en større grad av risiko enn kvinner. Men vi må også ta høyde for at resultatet kunne vært annerledes ved et jevnere fordelt utvalg. Samtidig nevnte vi også i forrige avsnitt at resultatene tilsier at relativt få ønsker høy grad av risiko.

Resultatet ved spørsmålet i hvilken grad man liker å reise var ikke overraskende, et stort flertall (96,5 %) fra 4-7 på skalaen, som tilsvarer «*nøytral/middels*» til «*i stor grad*». Vi ønsket derfor å se på hvorvidt det er noe sammenheng mellom kjønn og reiseglede. Vi testet dette gjennom T-test.

**H7<sub>0</sub>: Hvorvidt man er glad i å reise har ingen sammenheng med kjønn**

H7<sub>a</sub>: Hvorvidt man er glad i å reise har en sammenheng med kjønn

	Kjønn	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
I hvilken grad liker du å reise?	Mann	57	5.47	1.338	.177
	Kvinne	88	5.73	1.220	.130

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
I hvilken grad liker du å reise?	Equal variances assumed	.589	.444	1.177	143	.241	-.254	.215	-.680	.172
	Equal variances not assumed			1.154	111.709	.251	-.254	.220	-.689	.182

Vi ser fra gruppestatistikken at kvinner har ett ørlite høyere gjennomsnitt enn menn, men også her må vi ta høyde for at det er langt flere kvinnelige respondenter enn mannlige. Utfra

standardavviket kan vi antyde at det er ganske like avvik i begge gruppene fra gjennomsnittet. Det forteller oss at hvis resultatet var basert på flere mannlige respondenter, ville det kanskje blitt enda jevnere med kvinnenenes gjennomsnitt. Vi vurderer videre fra P-verdi som her er på 0,241 – 24,1 %. I følge vårt konfidensintervall på 95 %, ville vi altså kun forkastet H0 dersom p-verdien var lavere enn 0,05 (5 %). Vi beholder derfor H0 da det er 24,1 % sjans for å forkaste på feil grunnlag, og konkluderer med at det ikke er noe sammenheng mellom kjønn og reise glede.

Historisk sett har menn gjerne hatt et annet forhold til natur enn kvinner. Det har imidlertid skjedd store endringer i samfunnet og i forhold til «nyere» historie. Vi ønsket derfor å se på hvordan erfaring fra friluftsliv og kjønn ser ut i denne sammenhengen. Dette gjorde vi også gjennom en T-test.

**H8<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom kjønn og erfaring fra friluftsliv**

H8<sub>a</sub>: Det er en sammenheng mellom kjønn og erfaring fra friluftsliv

**Group Statistics**

	Kjønn	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hvor mye erfaring har du fra friluftsliv?	Mann	57	4.58	1.309	.173
	Kvinne	88	4.39	1.198	.128

**Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Hvor mye erfaring har du fra friluftsliv?	Equal variances assumed	.792	.375	.912	143	.363	.193	.211	-.225	.610
	Equal variances not assumed			.895	112.050	.373	.193	.215	-.234	.619

Vi ser av gruppestatistikken i T-testen at gjennomsnittet for mann og kvinne er relativt like. Menn har et større standardavvik som kan antyde at resultatet ville vært annerledes ved flere mannlige respondenter, kanskje til og med høyere. Da ville vi kanskje fått en annen konklusjon. Men vi ser også her at P-verdi er på 0,363 som vil si 36,3 % signifikansnivå. Dette er også over vårt valgte 5 % nivå og vi aksepterer og beholder derfor H0. Konklusjonen blir at det ikke er en sammenheng mellom kjønn og erfaring fra friluftsliv. Som nevnt kan resultatet skyldes et skjevfordelt utvalg, eller at stadig flere kvinner søker ut i naturen.

#### 5.3.4 Oppsummering av hypoteser knyttet til forskningsspørsmål 2:

Ved å teste alle hypotesene angående kjønn står vi igjen med følgende resultat. Det er *ingen* sammenheng mellom kjønn og følgende:

- hvorvidt man er glad i å reise
- erfaring fra friluftsliv

Her har vi derimot funnet en sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking på natur- og aktivitetsbaserte ferier. Dette vil vi også komme tilbake til i kapittel 6.

#### 5.3.5: Kan inntektsnivå spille inn på ulike valg ved en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge?

En av de demografiske variablene vi ønsket å se nærmere på var inntekt. Vi valgte å kartlegge respondenters sivilstatus og yrkesstatus for å danne et bakteppe for diskusjon, når vi nå tester inntekt mot ulike faktorer. Vi ser at om lag 64,9 % befinner seg i gruppen «*i et forhold/samboer (41stk)*» eller «*gift (53stk)*» Resterende 35,1 % er da enten i gruppen «*skilt (7stk)*» eller «*ugift (44stk)*».

Dette kan med forsiktighet tolkes som at 64,9 % har to inntekter. Videre ser vi fra yrkesstatus at hele 56,6 % (82stk) av respondentene har fulltidsjobb som tilsier relativt god inntekt i forhold til de resterende 43,4 % som har svart noe annet. Dette styrker diskusjonen om hvorvidt inntekt kan påvirke, og vi ønsket å se om det påvirker varigheten på reiser. Vi foretok en ANOVA test.

### H<sub>0</sub>: Det er ingen sammenheng mellom inntekt og antall reisedager

H<sub>1</sub>: Det er en sammenheng mellom inntekt og antall reisedager

#### Descriptives

Hvor lenge varer reisene dine i Norge?

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<-- 100 000	15	2.40	.828	.214	1.94	2.86	1	4
100 000 (tilsvarende stipend)	9	2.33	.866	.289	1.67	3.00	1	3
150 000 - 300 000	29	2.45	1.021	.190	2.06	2.84	1	5
300 000 - 500 000	44	2.55	1.247	.188	2.17	2.92	1	5
500 000 - 700 000	29	2.17	.848	.157	1.85	2.49	1	5
700 000 -->	19	2.42	1.170	.268	1.86	2.98	1	5
Total	145	2.41	1.051	.087	2.23	2.58	1	5

#### ANOVA

Hvor lenge varer reisene dine i Norge?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.542	5	.508	.452	.811
Within Groups	156.451	139	1.126		
Total	158.993	144			

P- verdi er her hele 0,811 som vil si 81,1 %. Basert på vårt 95 % konfidensintervall som sier at vi kun forkaster H<sub>0</sub> ved en p-verdi som er mindre enn 5 %, ser vi altså at det her er veldig høy risiko for å forkaste H<sub>0</sub> på feil grunnlag. Vi beholder derfor H<sub>0</sub> og konklusjonen blir at det ikke er noe sammenheng mellom inntekt og reisevarighet. Dette kan skyldes flere ting. Vi har et utvalg hvor vi nevnte i avsnittet over at flertallet har fulltidsjobb. Over halvparten av respondentene er i et forhold eller gift, og dette kan som nevnt spille inn på hvor mye penger de har. Samtidig er det ikke nødvendigvis slik. Vi har tidligere sett at et stort flertall er glad i å reise, noe som kan indikere at prioriteringen blir der etter.

### 5.3.6 Oppsummering av hypotese knyttet til forskningsspørsmål 3:

Ved å teste hypotesen angående inntekt står vi igjen med følgende resultat:

- Det er ingen sammenheng mellom inntekt og reisevarighet.

Dette kommer vi også tilbake til i kapittel 6.

### 5.3.7 Analyse i henhold til den grafiske fremstillingen

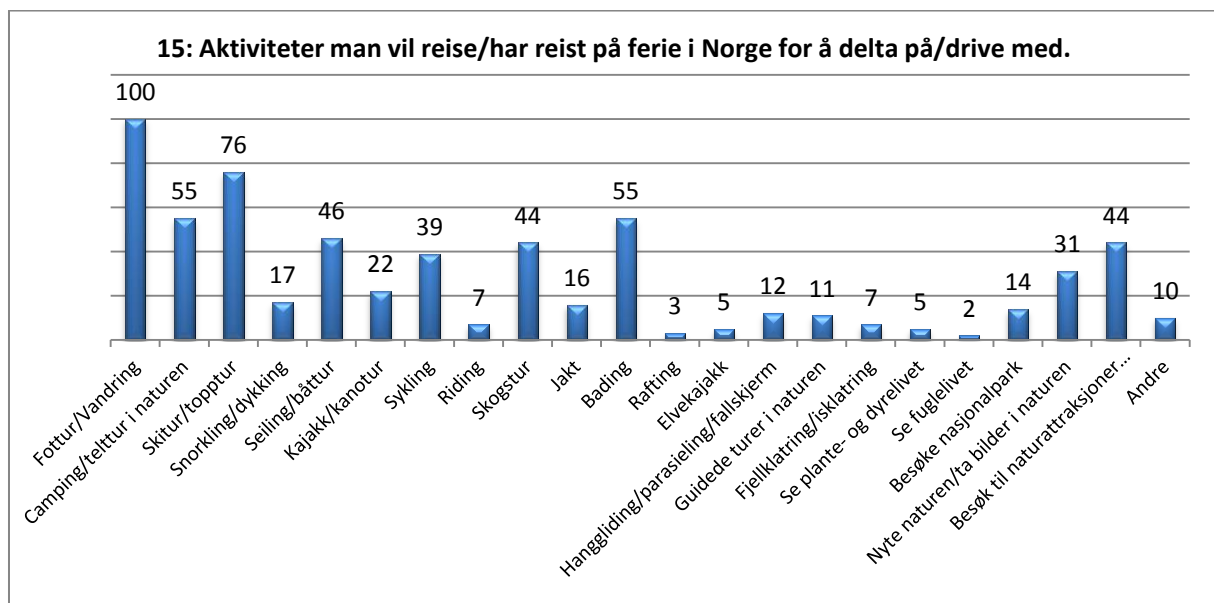
Vi valgte å bruke bosted som et spørsmål for å kontrollere at alle som svarte var nordmenn. Hele 81 respondenter var fra Hordaland og 35 fra Sogn og Fjordane. Dette resultatet skal vi se nærmere på med et annet formål senere. De resterende 29 er fordelt på andre fylker. Videre ønsker vi å se om utdannings grad påvirker valget om en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge, da vi i litteraturgjennomgangen presenterte tidligere funn som indikerte dette. Vi ser i resultatet at 73 av respondentene hadde videregående/yrkesfaglig bakgrunn, 48 Bachelorgrad og 16 Mastergrad. De resterende 8 svarte annet. Vi har derfor valgt og ikke teste denne variabelen da det vil gi et veldig svakt funn.

I samsvar med resultatene i graf 11 og 12 (vedlegg nr. 2) ser vi at aktivitetsvalget blir påvirket av reisefølget. Selv om man foretrekker å reise alene eller i stor gruppe, er det ikke slik at man alltid gjør det. Dette spørsmålet er derfor mest sannsynlig vurdert på grunnlag av hvilket reisefølge man som oftest har. Her kommer den individuelle produksjon av reiselivserfaring som vi nevnte i litteraturgjennomgangen inn, som sier at turister deltar i en «produksjon» av reiselivserfaring, og turister som deltar i samme aktivitet kan ha motstridende ønsker, behov, smak og ting man misliker (Tangeland, 2011).

Det er ingen tvil om at det er «fottur/vandring» i resultatet som utpeker seg (graf 15). Like etter følger «ski/topptur» som også assosieres med fjell, men på vinterstid. Aktiviteter som omhandler fjell og vidder er altså den aktiviteten som flertallet ønsker å drive med på en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge. Alternativet «besøk til naturattraksjoner» kan til en viss grad gjenspeile dette da vi muligens kan ha påvirket svaret ved å nevne «preikestolen» som eksempel under spørsmålet. Men på en annen side fikk man mulighet til å krysse av på 5 alternativer og en del av de som svarte fottur svarte også dette alternativet. Aktiviteter som innebærer elementet vann er også populært. Samtidig kan vi se en forskjell mellom de

aktiviteter som krever mer fysisk ved deltakelsen og de som innebærer mer rekreasjon/avslapping.

Ved spørsmålet om hvilken årstid man reiser eller har reist tidligere, ser vi at sommer er den årstiden som scorer høyest (50,3 %). Dette kan være fordi man foretrekker denne årstiden, men det kan også være sammenheng med at de fleste har mest ferie på denne årstiden. Vinter scorer også relativt høyt med 35,2 %. Det samme kan gjelde her, da man har vinterferie og helligdager som gir økt mulighet for å kunne foreta en reise. Vi la inn en maks grense på 4 svar, men har ingen måte å kontrollere om noen har valgt et alternativ i tillegg til «alle årstider». Vi velger derfor og ikke bruke denne informasjonen videre i noe test. Disse resultatene samsvarer med avsnittet over, da fottur/vandring helst er en sommeraktivitet og ski/topptur er vinteraktiviteter.

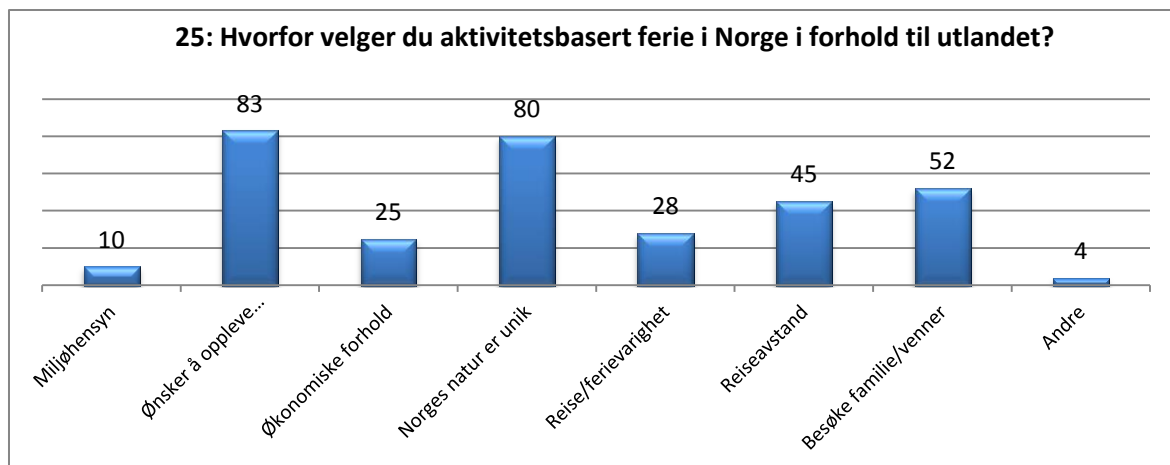


Når det kommer til hvordan en ønsker å planlegge reisene sine er det i dette tilfellet klart flertall som foretrekker å planlegge reisene selv, med hele 79,3 % (115stk). Videre ser vi at hvis man skal kjøpe en pakkereise er det kun en person som ønsker skreddersydde pakker. Her ser vi også en forskjell mellom graf 16 og 17 (vedlegg nr. 2) på alternativet «jeg kjøper ikke pakkereiser/fikser alt selv». Dette skyldes igjen at vi har spurt i spørsmål 16 hva man

foretrekker, mens i spørsmål 17 spør vi hva man søker med en pakkereise. Det er altså grunn til å tolke dette som at det i realiteten kun er 40 av 145 respondenter som vurderer det å kjøpe en pakkereise som ikke aktuelt. De resterende respondentene (bortsett fra 1) vektlegger likevel at frihet er viktig ved en pakkereise. Som et kontrollspørsmål til dette laget vi et skala-spørsmål hvor respondenten skulle vurdere viktigheten ved å kunne planlegge dagene på destinasjonen selv. Vurdering var mellom 1-i liten grad og 7-i stor grad og resultatet var at 80,8 % mente dette enten var «*i noe grad (51stk)*», «*i noe større grad (39stk)*» og «*i stor grad (33 stk)*». Dette styrker antakelsen om at frihet og mulighet til å planlegge mye selv, stemmer.

Når det kommer til å finne informasjon (graf 30) forventet vi at mange mente dette kunne være vanskelig og dermed motarbeide annen motivasjon. Det viste seg derimot at nesten 50 % mente at det er helt greit å finne informasjon om dette, men at det samtidig kunne vært lettere. Dette er vanskelig å si noe videre om annet enn at det kan skyldes at man som nordmann gjerne har god kjennskap til eget land og hvor man skal innhente informasjon fra.

Hva som egentlig gjør at en velger Norge som reisemål i forhold til utlandet er et interessant spørsmål. Som forventet var alternativene «*Norges natur er unik*» og «*ønske om å oppleve hjemlandet*» mest populære. På en annen side ser vi at verken miljø eller reise/ferievarighet påvirker i noe særlig grad. Det virker altså som at opplevelsene overgår disse faktorene når en bestemmer seg for å reise. Økonomiske forhold scorer også relativt lavt og kan sees i sammenheng med at flertallet av respondentene har fulltidsjobb og dermed stabil inntekt. Det sosiale kommer tydeligere fram om man knytter det mot spørsmål 26 som dreier seg om hvilken grunner en anser som viktigst når en velger å drive med/delta på en slik ferie. Her svarer 51,7 % alternativet «*sosialt samvær*». Det høyeste alternativet her var «*rekreasjon/slappe av*» med 60 %. Vi ser en større spredning i svarene her, noe man kan begynne med at det en motiveres av er individuelt.

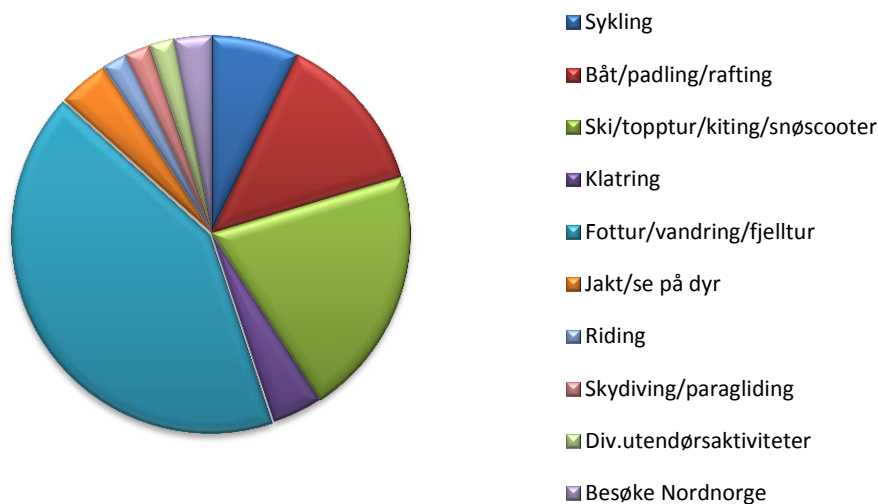


Resultatet i graf 25 viser at kun 28 respondenter mener feriens varighet påvirker hvorvidt man ønsker å reise på ferie i Norge i forhold til utlandet. Samtidig har 45 respondenter svart at reiseavstand har noe å si for valget. Da dette er et flervalgsspørsmål kan flere av de 28 også ha svart alternativet om reiseavstand. Allikevel ser det altså ut som at de fleste planlegger en ferie i nærområdet ved neste natur- og aktivitetsbaserte ferie i Norge. Dette tolker vi slik fordi hele 81 av 145 respondenter er fra Hordaland og 64 av 145 respondenter har svart at neste ferie ønskes å være på Vestlandet. Dette ser altså ut som at det kan skyldes en kort reiseavstand og en kort ferievarighet. Mange foretar gjerne helgeturer i regionen, da vi ser mange foretrekker egne hytter/campingvogner eller leie av hytte. Samtidig er dette en rekke antakelser som vi ikke vet om faktisk er tilfelle. Dette delvis på grunn av at spørsmålet i forhold til graf 31 ikke handlet om motivasjon, men heller hvor de skal ved neste tur.

Et interessant funn er at både ved spørsmålet om hvilken aktivitet man ønsker/har deltatt på og spørsmålet om hvilken aktivitet man ville deltatt på dersom man fikk velge fritt mellom alt som er mulig å utføre i Norge, svarer flesteparten fottur/vandring/fjelltur. Dette kan indikere på den ene siden at denne aktiviteten er den mest populære og på andre siden at nordmenn har en iboende tradisjon.



31: Hva ville du valgt som aktivitet ved din neste ferie dersom du hadde mulighet til å velge fritt over de ulike naturbaserte aktivitetene som kan utføres i Norge.



### 5.3.8 Oppsummering av analyse i henhold til grafer

Det at det kan være vanskelig å undersøke om hvorvidt reisefølget kan påvirke, er mest sannsynlig i henhold til den individuelle reiselivsproduksjonen (Tangeland, 2011).

Av alle aktivitetene var fottur/vandring den som pekte seg ut til å være mest populær når det kommer til hvilken aktivitet en ønsker å delta på. Like etter følger ski/topptur, som bekrefter at aktiviteter som knyttes til fjellet er populært. Aktiviteter som innebærer elementet vann er også populært, men her er spredningen på ulike varianter stor. Årstid samsvarer med aktivitetsvalg, da både sommer og vinter scorer relativt høyt. Dette kan blant annet være på grunn av når folk flest har ferie. Vi ser også at fottur/vandring/fjelltur scorer høyest når man fikk spørsmål om hvilken aktivitet man ville foretrukket dersom man fikk velge fritt over de ulike naturbaserte aktivitetene som kan utføres i Norge.

Frihet til å planlegge dagene sine på destinasjon er viktig, og de fleste foretrekker å planlegge reisene sine selv. Hvis man først skal kjøpe en pakkereise, er den kun én person som ønsket skreddersydd pakke. Delvis organiserte pakkereiser ser da ut til å være det mest foretrukne.

Norges natur er unik og ønske om å oppleve hjemlandet er de to viktigste grunnene til å velge en aktivitetsbasert ferie i Norge i forhold til utlandet. Rekreasjon/slappe av var det viktigste

alternativet når en velger en slik ferie og like etter er det sosiale valgt som en av de viktigste grunnene.

Selv om tilsynelatende mange var fornøyd med informasjonstilgjengelighet, valgte over halvparten av respondentene alternativet som påpekte at det kunne vært lettere.

Feriens varighet ser ikke ut til å ha noe å si på valget om å reise i Norge i forhold til utlandet. Samtidig er reiseavstand viktig for mange. Mange ønsker å foreta neste reise i samme region som bosted. Noe som kan antyde at helgeturer og lignende, i stor grad blir lagt til nærmere plasser, uavhengig av feriens varighet.

## 6 Diskusjon

Basert på analysen og de funn vi har gjort der, skal vi nå se nærmere på hvordan dette kan tolkes i forhold til hverandre, samt om det stemmer overens med funn fra tidligere undersøkelser. Basert på diskusjonskapittelet, vil vi foreta en konklusjon i neste kapittel.

I litteraturgjennomgangen kom det fram at eldre ofte driver med tradisjonelle friluftaktiviteter, mens de yngre søkte mestringsfølelse og spenning. Dette indikerte en aldersbetinget forskjell mellom aktivitetsreiser og at det var en mulig aldersbetinget forskjell mellom deltakelse ved kommersielt eller ikke-kommersielt reiseliv (Grubben, 2013). Resultatet vårt viser imidlertid at det ikke er noe sammenheng mellom alder og interesse for naturen. Videre ser vi at vårt utvalg i stor grad representerer flest unge. Hvis vi da kobler aktivitetsvalg inn her, stemmer ikke vårt resultat med Grubben (2013) sitt da hele 69 % valgte fottur/vandring som en av hovedaktivitetene. Denne aktiviteten scoret også høyest når man fikk spørsmål om hvilken aktivitet man ville foretrukket dersom man fikk velge fritt over de ulike naturbaserte aktivitetene som kan utføres i Norge. Samtidig er mestringsfølelse individuelt og mange opplever gjerne dette gjennom fottur og vandring eller topptur på ski. Videre viser vårt resultat at mange foretrekker å planlegge reisene sine selv. Spørsmålet om kommersialisering i henhold til aktiviteter kommer derfor ikke tydelig nok fram, da vi spurte om organisering av reisen, samt dagene på destinasjonen og ikke hvorvidt de betalte en tredjepart for å utøve en aktivitet.

Når det kommer til trend nevnte vi et annet poeng fra Grubben (2013) sin studie. Her siteres Coghlan og Buckley (2013) på at økningen i populariteten ved naturbasert reiseliv skjer som følge av økt urbanisering. Videre hevder de at dette igjen fører til at innbyggerne lever mer og mer atskilt fra naturen. Vi kan tolke av graf 25 (vedlegg 2) at det er den unike naturen i Norge som interesserer nordmenn. Selv om nordmenn alltid har hatt et spesielt forhold til naturen, ser man en gradvis økning i urbaniseringen også her. Dette kan indikere at flere unge vokser opp i byer, og dermed kanskje anser naturbaserte aktiviteter som fottur/vandring som spennende. Vi fant som tidligere nevnt ingen sammenheng mellom alder og påvirkning. Samtidig påpekte vi en liten forskjell mellom egen vurdering av fysisk form og hvilken grad av fysisk påkjenning en ønsker ved ferien når vi sammenlignet gjennomsnittet i de to testene. Dermed kan det se ut som at man uavhengig av fysisk form, uansett ønsker en mindre fysisk påkjenning når man driver med eller deltar på aktiviteter som en del av en ferie. Dette samsvarer med at «rekreasjon/slappe av» og «sosialt samvær» var vurdert som de to viktigste grunnene til å foreta en natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge. Vi mener derfor at en person i relativt god form som også har interesse for naturen, gjerne vil vurdere en tur/vandring i fjellet som rekreasjon.

Tangeland (2011) sin forklaring om individuell reiselivsproduksjon som påpeker at turister som deltar i samme aktivitet kan ha motstridende ønsker, behov, smak og ting man misliker, samsvarer med våres funn. Disse sier at reisefølget ofte påvirker valget om å foreta en ferie eller selve aktivitetsvalget (graf 11 og 12: vedlegg 2). Selv om det videre viste seg og ikke være en sammenheng mellom alder og dette.

I litteraturgjennomgangen diskuterte vi turisttypologier. Når det kommer til Mehmetoglu sin inndeling av spesialister og generalister ser vi at vårt utvalg består av en blanding av de ulike faktorene de er inndelt etter (se tabell 2, s.10). Vi kan derfor ikke inndele vårt utvalg i henhold til disse to gruppene.

Plog(1977) skiller mellom typene «allosentrisk og psykosentrisk» og baserer som tidligere nevnt i større grad sin typologi på ulike personlighetstrekk. Våre funn her indikerer at vårt utvalg består av flest psykosentriske turister. Kun 36 av 145 kan tenkes å ligge mer mot allosentrisk. Dette stemmer overens med den totale antakelsen om at flest befinner seg her eller midt i mellom de to typene (mellom-sentrisk). På en annen side kan det at Plog(1977) linker det direkte mot personlighetstrekk bety at vi ikke kan konkludere med dette, da vi vet relativt lite om personlighetstrekk hos våre respondenter. Det er derfor bedre å knytte dem

mot «soft- og hard adventure» turister. Vi kan altså ikke lage en konklusjon her, men vi har funnet en indikator på at vi har størst antall av «soft» segmentet som igjen kan kobles mot at flest kvinner foretrekker mindre risiko, da utvalget vårt består av flest kvinner. Dette funnet styrkes videre av at den høyest vurderte grunnen til å drive med/delta på en slik ferie var som tidligere nevnt «rekreasjon/slappe av».

Når det kommer til kjønn som variabel, har vi funnet støtte til en hypotese. Denne sier at det er en sammenheng mellom kjønn og grad av risikosøking. Det videre resultatet vårt viser at det ikke er sammenheng mellom kjønn og reiseglede. Her mener vi at også dette kan skyldes at det er en individuell faktor som gjerne påvirkes av personlighetstyper og hva en da motiveres av. Som nevnt i delkapittel 2.1, kan dette forklares med at motivasjon er den indre kraften som fører til handling. I forhold til motivasjonsfaktorene push og pull, kan pull med første inntrykk virke som den sterkeste her, da de fleste er glad i å reise. Hvis vi derimot knytter også dette resultatet mot hva respondentene anser som viktigste grunner til å drive med/delta på aktivitetsbasert ferie i Norge, kommer det tydeligere fram at push er den viktigste faktoren. Både kunnskaps-, fritids- og sosialiseringfaktorene scorer alle relativt høyt i vår undersøkelse (graf 26: vedlegg 2). Selv om det da ikke er noe sammenheng mellom kjønn og reiseglede, ser vi at våre funn samsvarer med Correia et al. (2005) studie om sammenheng mellom push og pull som motivasjonsfaktorer og reiseglede.

På forhånd vurderte vi et bedre tilbud av «*bedre utviklede produkter- slik at flere kan mestre flere aktiviteter*» som en viktig faktor (graf 27: vedlegg 2). Det vil si at erfaring fra friluftslivet ikke skal ha særlig betydning for deltakelse i aktiviteter i utgangspunktet. Når respondentene har vurdert dette selv ser det derimot ikke ut til at det er en avgjørende faktor. Vi ser på gjennomsnittet i de to gruppene at begge har vurdert erfaringen sin til å være over nøytral/middels. Dermed kan vi i vårt tilfelle ikke påvise hvorvidt erfaring fra friluftsliv har mye og si i det store bildet, da utvalget vårt ser generelt ut til å ha gode friluftskunnskaper. Videre viste resultatet vårt fra hypotesetestingen at det ikke er noe sammenheng mellom kjønn og erfaring fra friluftsliv.

Når det kommer til inntektsvariabelen viste resultatet at det ikke er noen sammenheng mellom inntekt og antall reisedager. Samtidig ser vi at 47 av 145 respondenter foretrekker å bo i hytter/sommerhus de eier selv. Dette kan tolkes som at man ikke har spesielt økte utgifter med å foreta en natur- og aktivitetsbasert ferie. Totalt sett ser inntekt altså ikke ut til å være en

avgjørende faktor når man ønsker å dra på ferie, samt hvor lenge den skal vare. En av faktorene som her kan spille en rolle er hvor viktig det er å være i naturen for respondentene, som hele 91,7 % (133) svarte mellom «nøytral/middels til i stor grad». Interesse kan gjerne påvirke hvordan en prioriterer bruk av inntekten sin.

Norges natur er unik og ønske om å oppleve hjemlandet er de to viktigste grunnene til å velge en aktivitetsbasert ferie i Norge i forhold til utlandet. På forhånd trodde vi at det stadig økende fokuset på miljø og forurensning ville gjøre at flere valgte å reise i hjemlandet av miljøhensyn. Dette viste seg å være feil da bare 6,9 % (10) valgte dette alternativet som en av tre mulige. Fra et turist perspektiv ser vi altså ikke tegn til at bærekraftig reiseliv har noe å si, dette ansvaret ligger altså i stor grad hos næringen.

## 7 Konklusjon

Meningen med denne undersøkelsen er å *identifisere ulike demografiske variabler som har en innvirkning på norske turistenes valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge.*

Gjennom vår undersøkelse av de valgte demografiske variablene alder, kjønn og inntekt har vi sett at det er lite som tyder på sammenhenger mellom demografi og valg av natur- og aktivitetsbasert ferie. Her var kjønn og grad av risikosøking det eneste funnet som viste en klar sammenheng.

Videre har vi sett at det er langt flere ting som spiller inn ved nordmenns valg om å foreta en natur- og aktivitetsbasert ferie. Det viste seg å være mye som pekte i retning av individuelle motivasjonsfaktorer og interesser. Aktivitetsvalgene tyder også på at respondentene i stor grad var ikke-kommersielle turister, som da utfører aktiviteter på egenhånd. Rekreasjon og sosialt samvær vektlegges som de viktigste grunnene til at man vil reise på en slik tur. Dette er vanskelig å si om respondentene har vurdert som viktig i henhold til kun natur- og aktivitetsbaserte ferier, eller om det er deres generelle motivasjon for hvilken som helst form for ferie. Vi ser at vårt utvalgt består av langt flere «soft» turister, noe som tilsier at moderat aktivitet og lite risiko involvert er foretrukket. Fra et kommersielt synspunkt ser vi et stort potensiale til enklere former for aktivitetstilbud for reiselivsnæringen.

Basert på avsnittene over vil vi nå se nærmere på hva disse funnene kan bety. En måte å tolke dette på er at man kan bruke kjønn som hovedssegmentering. Videre bør man i realiteten i

langt større grad undersøke hvem personene ved en reise egentlig er, for så å forstå hva de motiveres av. Mehmetoglu (2007) sin inndeling (tabell 3), (A) *personlig utviklingsorienterte*, (B) *avslappere* og (C) *dedikerte naturbaserte turister*, er basert på reisegrupper. Dette kan altså være en grundigere måte å inndele, og dermed forstå et segment bedre basert på turistenes motivasjon. Dette fordi funnene fremmer tanken om hvor viktig den individuelle motivasjonen er. Dette er et ressurskrevende arbeid, men kan hjelpe turismenæringen med å forme produkter som får «pull» som motivasjons effekt. Dette er noe som kan bidra til bedre markedsføring og på lang sikt kanskje mindre kostnader knyttet til «feil» markedsføring.

Tangeland (2011) sin forklaring om individuell reiselivsproduksjon som påpeker at turister som deltar i samme aktivitet kan ha motstridende ønsker, behov, smak og ting man misliker, samsvarer med våres funn og understreker viktigheten av å forstå hvem turistene er og dermed forme produkt som kan passe til ulike personer.

Konklusjonen vår blir altså at demografiske variabler ikke har særlig sammenheng med nordmenns valg av natur- og aktivitetsbaserte ferier, men kan benyttes som en grunnleggende inndeling i ulike segment. Den individuelle motivasjonen er den mest avgjørende og vi ser videre at interessen for å være i naturen og drive med fysisk aktivitet er viktig.

## 7.1 Kritikk til vår studie og forslag til videre forskning

Gjennom vår oppgave og undersøkelse, ser vi en del ting som kunne vært gjort annerledes. Vi ønsker derfor å presentere noen forslag til videre forskning basert på vår oppgave.

### *Utvalg:*

Vi brukte et ikke-sannsynlig utvalg. Dette resulterte i skjevhet i vårt utvalg, noe som kan ha påvirket noen av resultatene. Vi foreslår derfor at en lignende undersøkelse bør gjøres ved bruk av et sannsynlighetsutvalg, slik at man lettere kan kontrollere hvor mange respondenter man må ha i henhold til demografi og lignende.

### *Spørsmål i spørreundersøkelse:*

Vi benyttet oss av en blanding av skalerings og flervalgsspørsmål. Ved bruk av SPSS, kan det være en fordel å hovedsakelig benytte skaleringssspørsmål. Hvis en ønsker flervalgsspørsmål, foreslår vi å avgrense alternativene, samt benytte ”velg 1”. Dette er fordi det forenkler analyse arbeidet betraktelig om en ønsker å sammenligne gjennom bruk av hypoteser og lignende.

### **Motivasjon:**

I stedet for å vektlegge demografiske variablers sammenheng, kan ulike motivasjonsfaktorer være interessant å fokusere på i henhold til nordmenns valg av natur- og aktivitetsbaserte ferier i Norge. Da det er relativt få studier gjort her, men mange i utlandet, kan dette være en måte å forstå mer rundt hvor skillet mellom friluftsliv og reiseliv bør gå.

Eksempelvis kunne noe slikt vært interessant å undersøke nærmere:

- Er det slik at den individuelle motivasjonen er den som påvirker mest, eller er det andre faktorer som spiller en stor rolle?
- Er det slik at demografiske variabler kan knyttes mot andre faktorer enn de vi benyttet, og dermed vise seg å ha større grad av påvirkning?
- Er det slik at bedre innsikt i nordmenns vaner når det kommer til natur- og aktivitetsbaserte ferier kan bidra til å tilby fler, samt bedre utviklede produkt. Noe som på sikt kanskje kan skape bedre lønnsomhet.

## Litteraturliste

### Bøker

Aall, C. & Vik, M. L (2012). *Reiseliv og miljø. Ei oversikt*. s. 235-257 i: Forbord, M., Kvam, G. T & Rønningen, M. (red.). *Turisme i distriktene: Typer, perspektiver og tematiske tilnærminger*. Trondheim, Tapir Akademisk Forlag.

Ellingsen, K, A & Mehmetoglu, M. (red.) (2005) *Perspektiver på markedsføring av reiseliv* Bergen, Fagbokforlaget.

Jacobsen, D, I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?; Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 2. utg. Kristiansand, Høyskoleforlaget AS.

Johannessen, A. (2009). *Introduksjon til SPSS*. Versjon 17. 4. utg. Oslo, Abstrakt forlag as

Kamfjord, G. (2011) *Det helhetlige reiselivsproduktet- innføring*. Oslo, Fagspesialisten AS.

Mehmetoglu, M. (2007) *Naturbasert turisme*. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Richards, G., & Wilson, J. (2011) Youth tourism – finally coming of age?. I *Niche Tourism; Contemporary issues, trends and cases*, redigert av Novelli, M., 39-46. New York, Routledge.

Robinson, M., & Novelli, M. (2011) Niche tourism: An introduction. I *Niche Tourism; Contemporary issues, trends and cases*, redigert av Novelli, M., 1-11. New York, Routledge.

Schiffman, L. G, Kanuk, L. L, & Hansen, H. (2012) *Consumer Behaviour; A European outlook* (2nd ed.). England, Pearson Education.

Støre, J. G., Singsaas, H., Brunstad, B., Ibenholt, K & Røtnes, R, A. (2003) *Norge 2015- en reise verdt?* Oslo, Kagge Forlag.



Swarbrooke, J., Horner, S. (2007) *Consumer behaviour in tourism* (2nd ed.). Great Britain. Elsevier Ltd.

Viken, A. (2001) *Turisme, tradisjoner og trender*. Oslo, Gyldendal Norsk Forlag As.

### *Publikasjoner*

Bansal, H. & Eiselt H. A. (2003). Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management*. 25 (3) s.387-396

Correia, A., Oom do Valle, P. & Moço. C. (2005). Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research* 60, (1) s. 76–80

Grubben, I (2013): *Naturbaserte reiselivsentrepreneur i Norge - bedriftenes målsettinger, kjennetegn og opplevde suksessfaktorer og flaskehals*. Masteroppgave. Universitetet for miljø-og biovitenskap. Ås.

Mehmetoglu. M. (2006) Typologising nature-based tourists by activity- Theoretical and practical implications. *Tourism Management*. 28, (3) s.651-660

Tangeland. T. (2011). Why do people purchase nature-based tourism activity product? *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 11 (4) s. 435-456

Tangeland. T., Aas, Ø. & Odden A. (2013). The Socio-Demographic Influence on Participation in Outdoor Recreation Activities – Implications for the Norwegian Domestic Market for Nature-Based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 13 (3) s.190-207

## Nettsider

Hansson, K. W. (2002/2013) *Statistikk og SPSS for enkle undersøkelser*. Førstelektor IT, Høgskolen i Buskerud. Hønefoss.[Internett] Brage.bibsys.

Tilgjengelig fra: <<http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/id/96633/7313hansson.pdf>>  
[ Lest 23.04.2015]

Innovasjon Norge. (2012). *Markedsstrategi for Norge 2012* [Internett]. Innovasjon Norge.

Tilgjengelig fra: <<http://www.innovasjon norge.no/Documents/old/Documents/Reiseliv%20-%20markedsdata/Strategi%20Norge%202012--.pdf>> [Lest 02.03.2015]

Innovasjon Norge. (2012) *Turistundersøkelsen årsrapport 2012* [Internett]. Innovasjon Norge. Tilgjengelig fra:

<<http://www.innovasjon norge.no/Documents/old/PageFiles/30813/Epinion%20-%20Innovasjon%20Norge%20-%20Rapportering%20av%20turistunders%C3%B8kelsen%20-%20%C3%85rsrapport%202012.pdf>> [Lest 02.03.2015]

Lovdata. *Lov om friluftslivet (friluftsløven)*. sist endret: LOV-2013-06-14-51 fra 01.07.2013.

[Internett] Lovdata.

Tilgjengelig fra: <<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1957-06-28-16>> [Lest: 10.03.2015]

NCE tourism, (05.03.2015) *Gjesteforelesning* med Per Gunnar Hettervik. Powerpoint (Sikkert kilde på powerpoint: Adventure Travel Trade Association, rapporttilgang kun for medlemmer)

Statistisk sentralbyrå. *Reiseundersøkelsen 4.kvartal 2014* [Internett] Statistisk sentralbyrå.

Tilgjengelig fra: <<http://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/statistikker/reise/kvartal/2015-03-02#content>> [Lest 02.03.2015]

Tranøy, K. E. (26.mai 2014). *Hypotese*. [Internett] Store norske leksikon.

Tilgjengelig fra: <<https://snl.no/hypotese>> [Lest 25.04.2015]

World Travel Organization, UNWTO. (2005) *Sustainable development of tourism*.  
[Internett] UNWTO. Tilgjengelig fra: <<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>> [Lest 11.02.15]

World Travel Organization, UNWTO. (2007) *Understanding Tourism: Basic Glossary*  
[Internett] UNWTO. Tilgjengelig fra: <<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>> [Lest 11.02.15]

## Vedlegg 1: Spørreundersøkelsen

### *Nordmenns valg av aktivitetsbaserte ferier i Norge.*

#### **Side 1: Forside.**

I forbindelse med vår Bacheloroppgave i reiselivsledelse våren 2015 har vi en undersøkelse vi gjerne vil at DU skal delta på.

Undersøkelsen er anonym og tar maks 10 min.

I undersøkelsen ønsker vi å kartlegge ulike sammenhenger mellom nordmenn og deres valg av natur- og aktivitetsbasert ferie i Norge.

En natur- og aktivitetsbasertferie er:

1 - En reise til et sted i Norge, vekke fra ditt vanlige geografiske området.

2 - Minst en overnatting, og deltakelse i/utførelse av minst en av følgende aktiviteter:

- fottur - vandring - jakt - camping/telttur i naturen - riding - skogstur

- guidede turer i naturen - skitur - topptur - fjellklatring - isklating - sykling

- rafting - bading - elvekajakk - kajakk - kano - snorkling - dykking

- besøk til naturattraksjoner (prekestolen o.l.) - besøke nasjonalpark

- seiling/båttur - fisketur - se fuglelivet - se plante-og dyrelivet

- hanggliding/paraseilig/fallskjerm - nyte naturen/ta bilder i naturen

Hvis du ikke har deltatt eller skal delta på noen av disse i løpet av de siste/neste 12 mnd., trenger du ikke svare undersøkelsen.

## *Side 2: Generell informasjon om deg*

### **1.Kjønn**

\*Obligatorisk

- Kvinne
- Mann

### **2.Alder**

\*Obligatorisk

- 18-38
- 39-50
- 51-70+

### **3.Sivilstatus**

\*Obligatorisk

- Ugift
- I et forhold/samboer
- Gift
- Skilt

### **4.Yrkesstatus**

\*Obligatorisk Velg 1 alternativ

- Student
- Student m/deltidsjobb
- Fulltidsjobb
- Deltidsjobb
- Pensjonist
- Trygdet/ufør
- Hjemmeværende
- Andre:

### **5.Hvor i Norge er du bosatt?**

\*Obligatorisk

- Østfold
- Akershus

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

### **6.Hvilken utdanningsgrad har du?**

\*Obligatorisk Velg det alternativet som passer best

- Videregående/yrkesfagelig
- Bachelor
- Master
- Andre:

### **7.Inntektsnivå**

\*Obligatorisk Velg det alternativet som passer best

- <-- 100 000
- 100 000 (tilsvarende stipend)
- 150 000 - 300 000
- 300 000 - 500 000
- 500 000 - 700 000
- 700 000 -->

### **8.Hvordan vil du vurdere din fysiske form?**

\*Obligatorisk

1 2 3 4 5 6 7

Svært dårlig        Meget god

### **9.Hvor mye erfaring har du fra friluftsliv?**

\*Obligatorisk

1 2 3 4 5 6 7

Ingen erfaring        Mye erfaring

### ***Side 3: Litt om dine reisevaner***

### **10.I hvilken grad liker du å reise?**

\*Obligatorisk

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

### **11.Hvordan foretrekker du å reise?**

\*Obligatorisk. Velg maks 2 alternativ

- Alene
- Med venner/familie
- Med ektefelle
- I liten gruppe
- I stor gruppe

### **12. I hvilken grad kan reisefølget avgjøre om du reiser på en aktivitetsbasert ferie eller ikke?\***Obligatorisk. Eks. ferievalg alene i forhold til med venner, i gruppe, med familie osv..

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

### **13.I hvilken grad påvirker reisefølget hvilken aktivitet du deltar i på reisemålet?**

\*Obligatorisk Eks. I liten grad: du ville deltatt på aktiviteten uavhengig av om du reiser alene, venner, i gruppe, med familie osv..

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

**14. Hvilken årstid reiser du/har du reist på aktivitetsbasertferie Norge i løpet av det neste året/siste året?** \*Obligatorisk. Velg minst 1 alternativ

- Vår
- Sommer
- Høst
- Vinter
- Alle årstider

**15. I denne undersøkelsen er det vi mener med aktivitetsbasert turisme i naturen listet opp i dette spørsmålet.** \*Obligatorisk. Kryss av 5 aktiviteter du vil reise/har reist på ferie i Norge for å delta på/drive med.

- Fottur/vandring
- Camping/telttur i naturen
- Skitur/topptur
- Snorkling/dykking
- Seiling/båttur
- Kajakk/kanotur
- Sykling
- Riding
- Skogstur
- Jakt
- Bading
- Rafting
- Elvekajakk
- Hanggliding/parasieling/fallskjerm
- Guidede turer i naturen
- Fjellklatring/isklatring
- Se plante- og dyrelivet
- Se fuglelivet
- Besøke nasjonalpark
- Nyte naturen/ta bilder i naturen
- Besøk til naturattraksjoner (Preikestolen ol.)
- Andre:



**16. Kryss av på den påstanden du mener passer deg best.**

\*Obligatorisk

- Jeg foretrekker å planlegge mine reiser selv.
- Jeg foretrekker å kjøpe ferdige pakkereiser.
- Jeg kjøper ikke pakkereiser/fikser alt selv.

**17. Ved pakkereiser søker jeg.....**

\*Obligatorisk

- ...en skreddersydd pakke med nøye planlagte dager.
- ...kun fly, hotell og transport, slik at jeg kan planlegge dagene mine selv.
- ...en blanding - noen planlagte dager/noen fri dager
- Jeg kjøper ikke pakkereiser/fikser alt selv.

**18. Hvordan foretrekker du å bo på dine ferier i Norge?**

\*Obligatorisk. *Velg maks 2 alternativ*

- Hotell
- Hytte/sommerhus - eier selv
- Hytte/sommerhus - leie
- Campingplass (vogn, hytte, telt)
- Motell
- I telt i naturen (gratis)
- Andre:

**19. Hvor lenge varer reisene dine i Norge?**

\*Obligatorisk. *Velg det alternativet som passer best*

- 2-3 dager
- 3-5 dager
- 5-10 dager
- 11-14 dager
- 14 dager eller mer

*Basert på noen av de tidligere spørsmålene skal du nå svare på følgende spørsmål:*

**20. I hvilken grad er det viktig for deg med reisepakker som inneholder nøye planlagte dager?** \*Obligatorisk

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

**21. I hvilken grad vurderer du viktigheten av å kunne planlegge dagene på destinasjonen selv?** \*Obligatorisk

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

*Side 4. Litt om din motivasjon for å reise i Norge.*

**22. I hvilken grad er det å være ute i naturen viktig for deg?** \*Obligatorisk

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

**23. Hvilken grad av risiko søker du ved en aktivitet på din naturbaserte aktivitetsferie?**

\*Obligatorisk. *Eksempel: høy risiko: ekstrem sport, fjellklatring o.l.*

1 2 3 4 5 6 7

Liten risiko        Høy risiko

**24. Hvilken grad av fysisk påkjenning søker du på din naturbaserte aktivitetsferie?**

\*Obligatorisk. *Eks. stor grad av fysisk påkjenning: krevende fjellturer, lang padletur o.l.*

1 2 3 4 5 6 7

Liten fysisk påkjenning        Stor fysisk påkjenning

**25. Hvorfor velger du aktivitetsbasert ferie i Norge i forhold til utlandet?** \*Obligatorisk.

*Velg maks 3 alternativer*

- Miljøhensyn
- Ønsker å oppleve hjemlandet
- Økonomiske forhold
- Norges natur er unik
- Reise/ferievarighet
- Reiseavstand
- Besøke familie/venner
- Andre:

**26. Hva anser du som viktigste grunner til at du velger å drive med/delta på aktivitetsbasert ferie i Norge?** \*Obligatorisk. Velg maks 5 alternativer

- Mestringsfølelse
- Rekreasjon/slappe av
- Ønske om læring
- Ønske om å prøve en ny aktivitet
- Sosialt samvær
- Styrker nasjonalfølelsen
- Oppvokst med natur og aktiviteter
- En mulighet til å oppleve noe nytt
- Å komme bort fra masseturister
- Å komme bort fra storbylivet
- Å være nær naturen
- En unik måte å oppleve naturen/villmarken på
- Bryte opp komfortsonen for en kort periode

*Side 5. Litt om natur-og aktivitetsbaserte feriers utvikling*

**27. Hvorfor tror du det er en stadig økning i deltakelse av nordmenn på natur- og aktivitetsbaserte produkter i Norge?** \*Obligatorisk. Velg maks 3 alternativer

- Økt markedsføring/reklame
- Økt fokus på helse og fysisk aktivitet
- Det er "trendy" å delta på aktiviteter i naturen
- Kortere reiser - bra for miljøet
- Bedre utviklet produkt - flere kan mestre flere aktiviteter
- Bedre økonomi gjør at flere prøver nye ting
- Tilfeldig
- Andre:

**28. I hvilken grad påvirkes dine reisvalg av en stadig økende interesse for naturbaserte aktiviteter?** \*Obligatorisk. F.eks. blant venner, familie, media, tvprogram osv.

1 2 3 4 5 6 7

I liten grad        I stor grad

**29. De som deltar på, eller driver med naturbaserte aktiviteter i ferien gjør dette fordi....**

\*Obligatorisk. Velg maks 3 alternativ du mener er riktig

- Det er viktig å følge det som er "in"
- De har en genuin interesse for naturen
- De ønsker å dele det på sosiale medier - få oppmerksomhet
- Det er deres fritidsaktivitet/form for trening
- Det er sosialt - styrke eller få nye bekjentskap
- De ønsker å være alene i naturen - rekreasjon
- De ønsker å oppleve adrenalin ved bruk av naturens elementer
- Andre:

**30. Føler du at det er nok informasjon om natur- og aktivitetsbaserte reiser i Norge?**

\*Obligatorisk. Velg det alternativet du mener er riktig

- Nei, det er vanskelig å finne informasjon om dette
- Det kan litt være tidkrevende/vanskelig å finne informasjon om dette
- Det er helt greit å finne informasjon om dette - kunne vært lettere
- Ja, det er lett å finne mye informasjon om dette

Side 6. Helt til slutt - din reiseplan videre

**31. Hvor i Norge planlegger du å reise ved neste aktivitetsbaserte ferie?** \*Obligatorisk.

Velg det alternativ som passer best

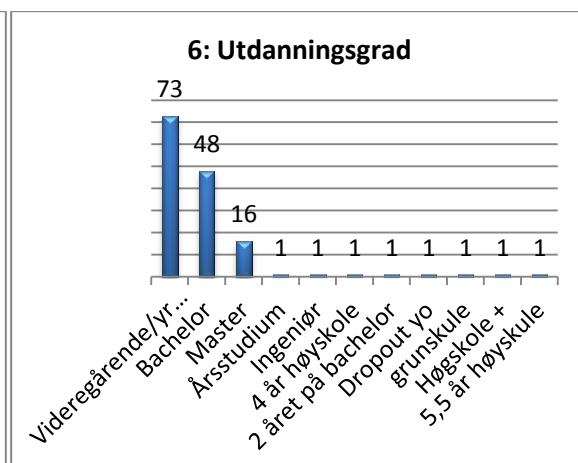
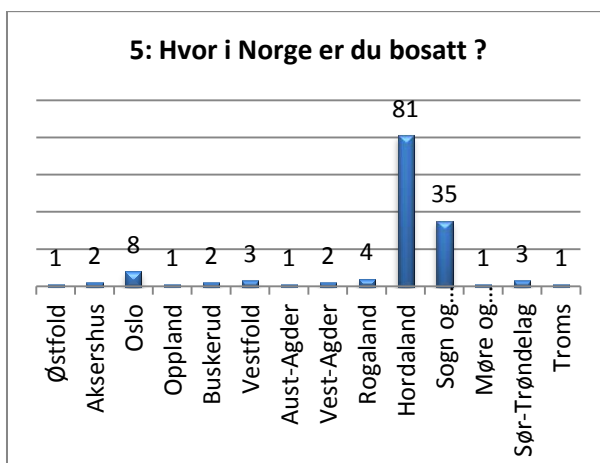
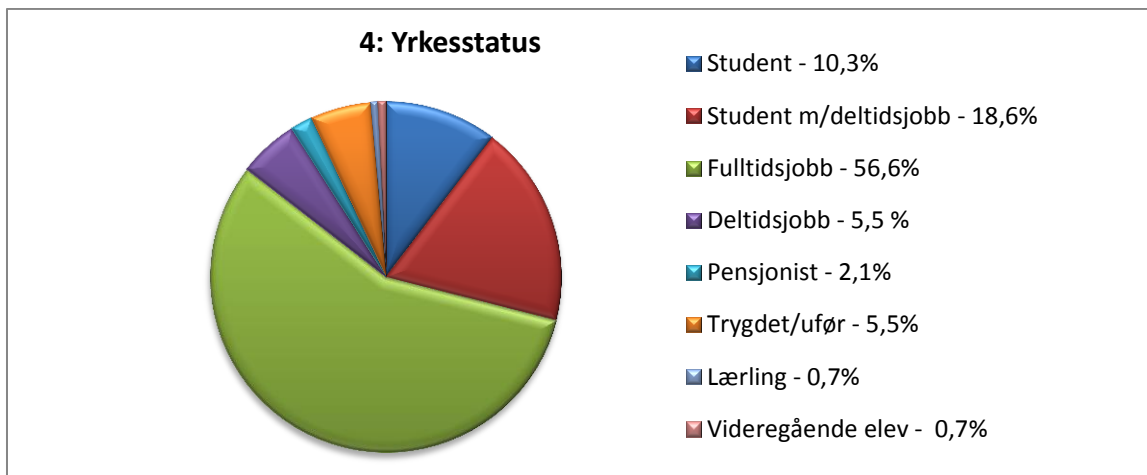
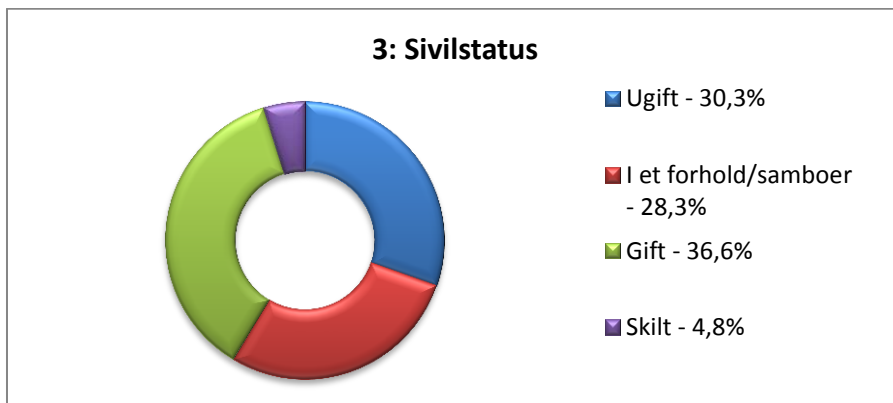
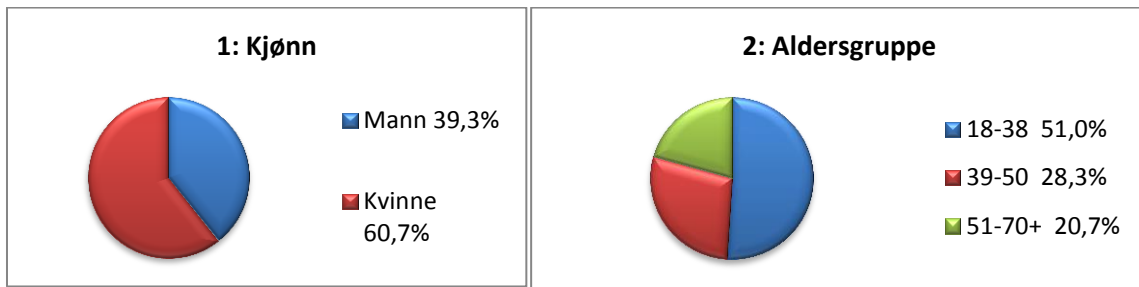
- Nord-Norge
- Sør-Norge
- Vestlandet
- Østlandet
- Jeg reiste i Norge i løpet av de siste 12 mnd. Neste tur er utenlands

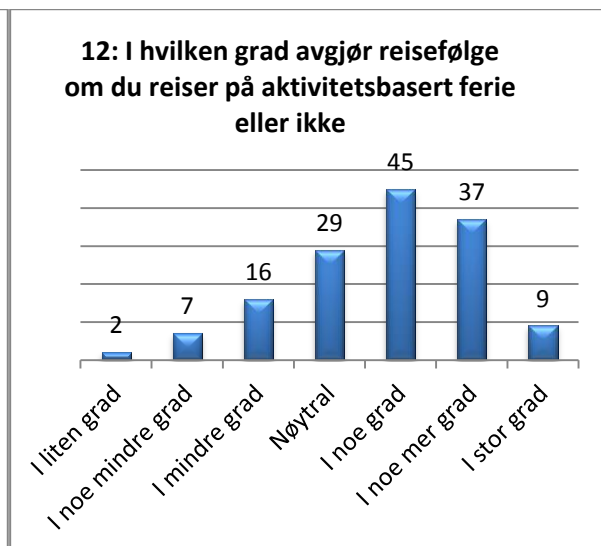
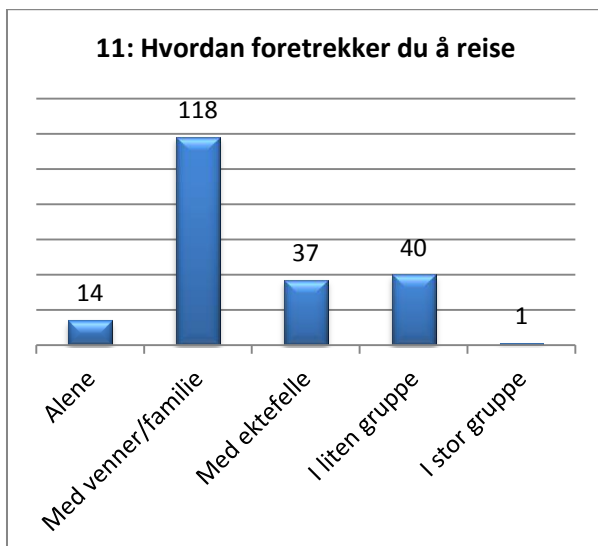
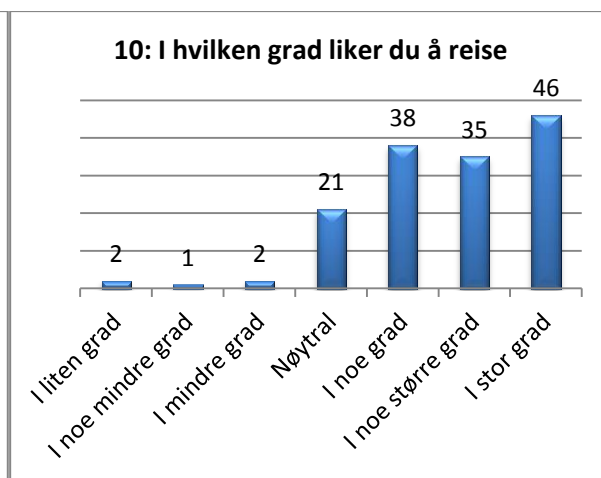
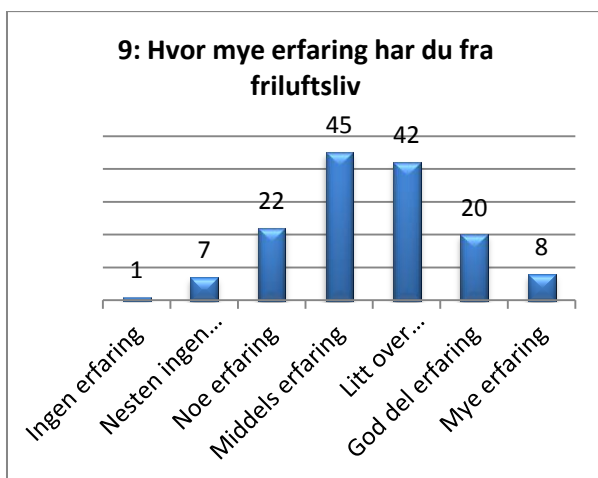
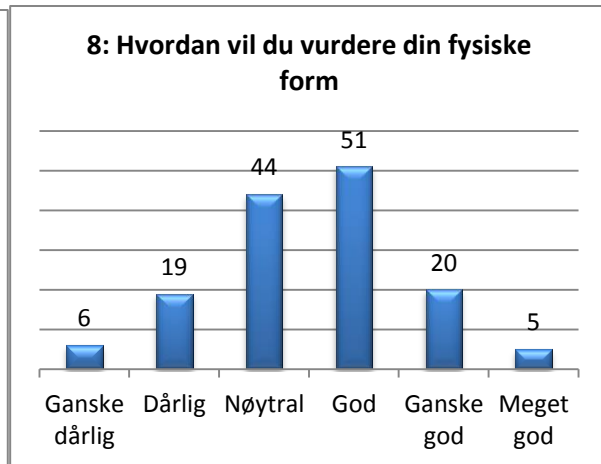
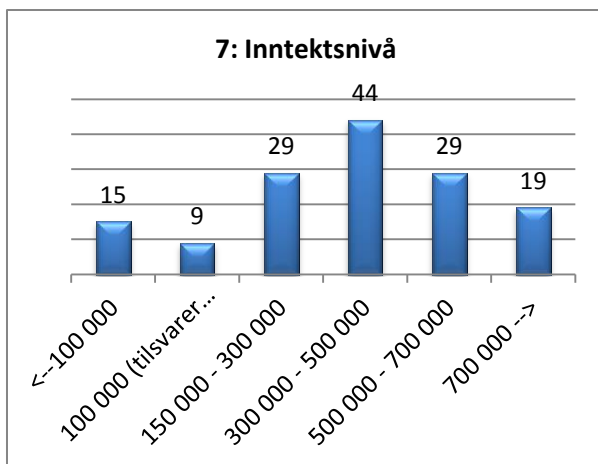
**32. Hva ville du valgt som aktivitet ved din neste ferie dersom du hadde mulighet til å velge fritt over de ulike naturbaserte aktivitetene som kan utføres i Norge.**

Tekst:.....

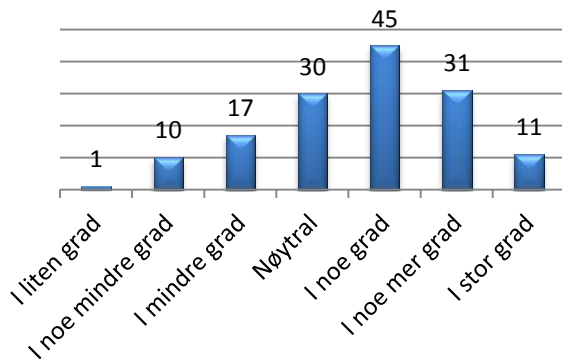
## Vedlegg 2: Svar spørreundersøkelse.

Antall respondenter = 145.

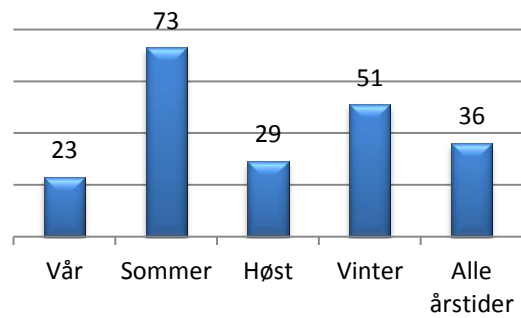




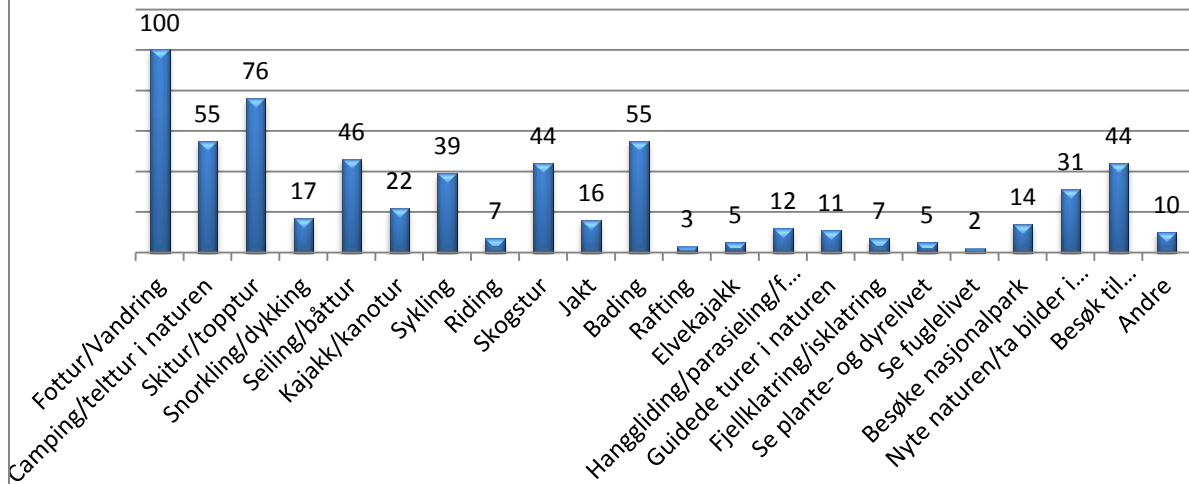
**13: I hvilken grad påvirker reisefølger hvilken aktivitet du deltar i på reisemålet**



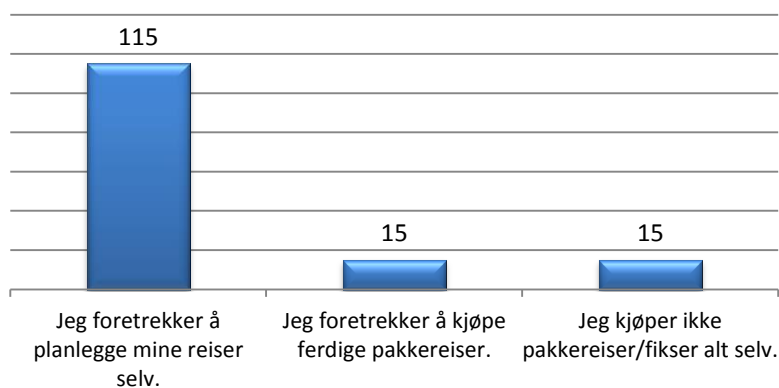
**14: Hvilken årstid reiser du/har du reist på aktivitetsbasert ferie Norge i løpet av det neste året/siste året?!**



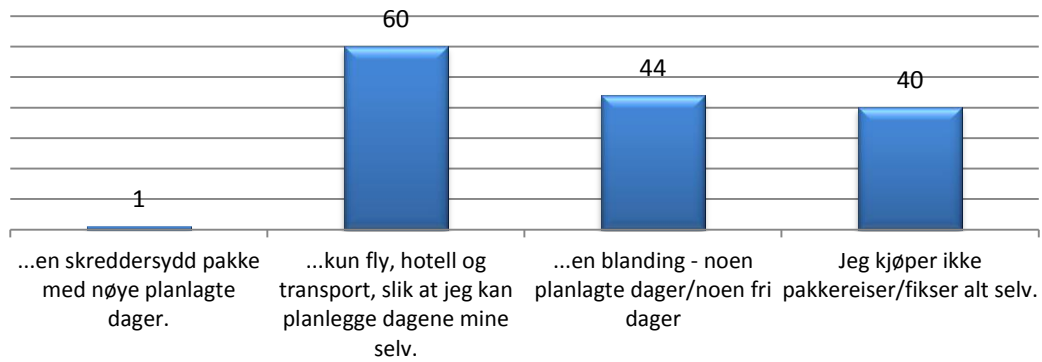
**15: Aktiviteter man vil reise/har reist på ferie i Norge for å delta på/drive med.**



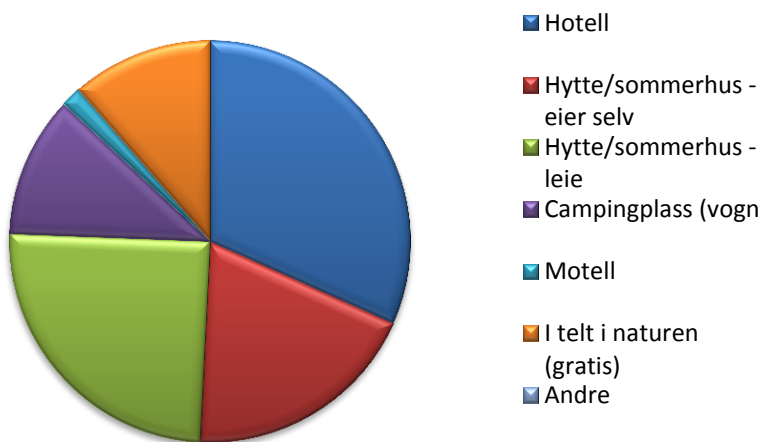
**16: Hvilken påstand passer deg best**



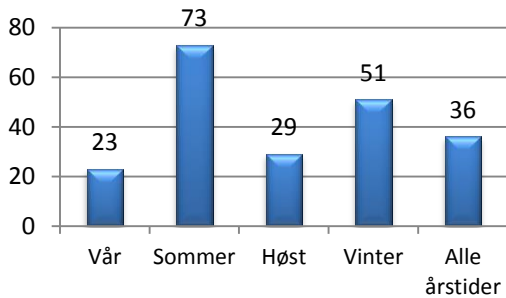
### 17: Ved pakkereiser søker jeg.....



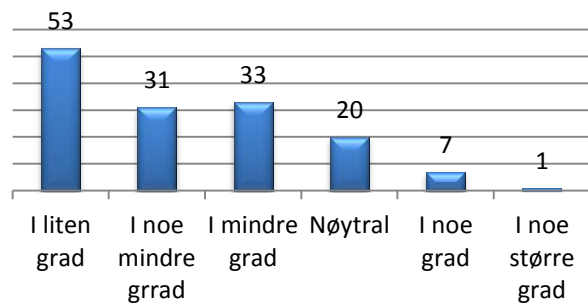
### 18: Hvordan foretrekker du å bo på ferie i Norge?



### 19: Hvilken årstid reiser du/har du reist på aktivitetsbasertferie Norge i løpet av det neste året/siste året?

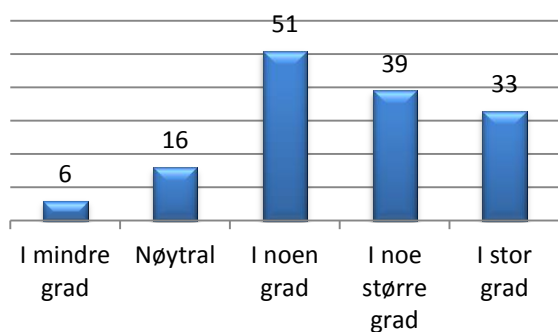


### 20: I hvilken grad er det viktig for deg med pakkereiser som inneholder nøye planlagte dager

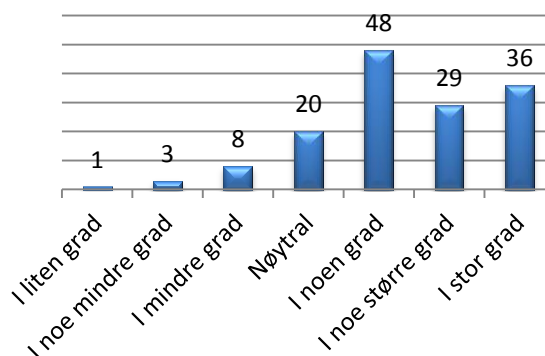




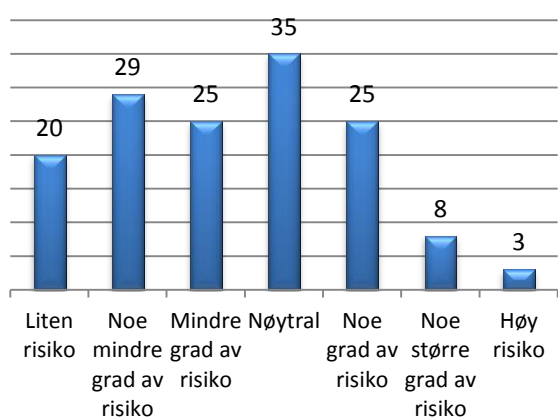
**21: I hvilken grad vurderer du viktigheten av å kunne planlegge dagene på reisen selv**



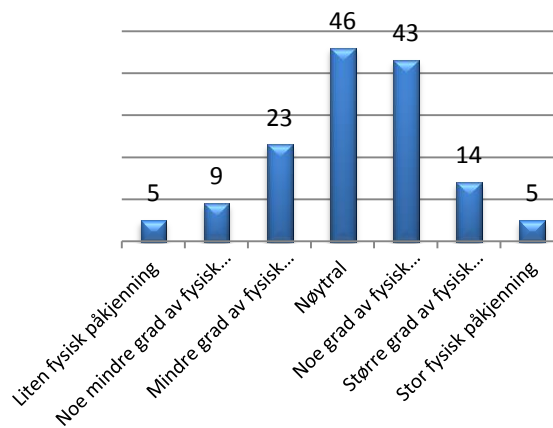
**22: I hvilken grad er det å være ute i naturen viktig for deg**



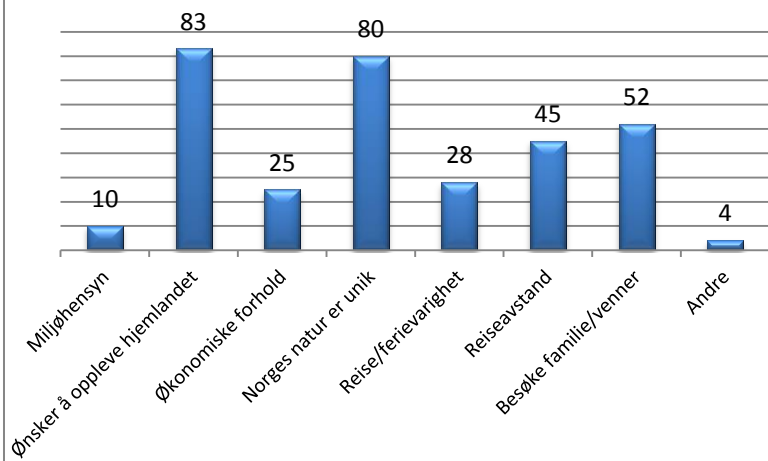
**23: Hvilken grad av risiko søker du på din ferie**



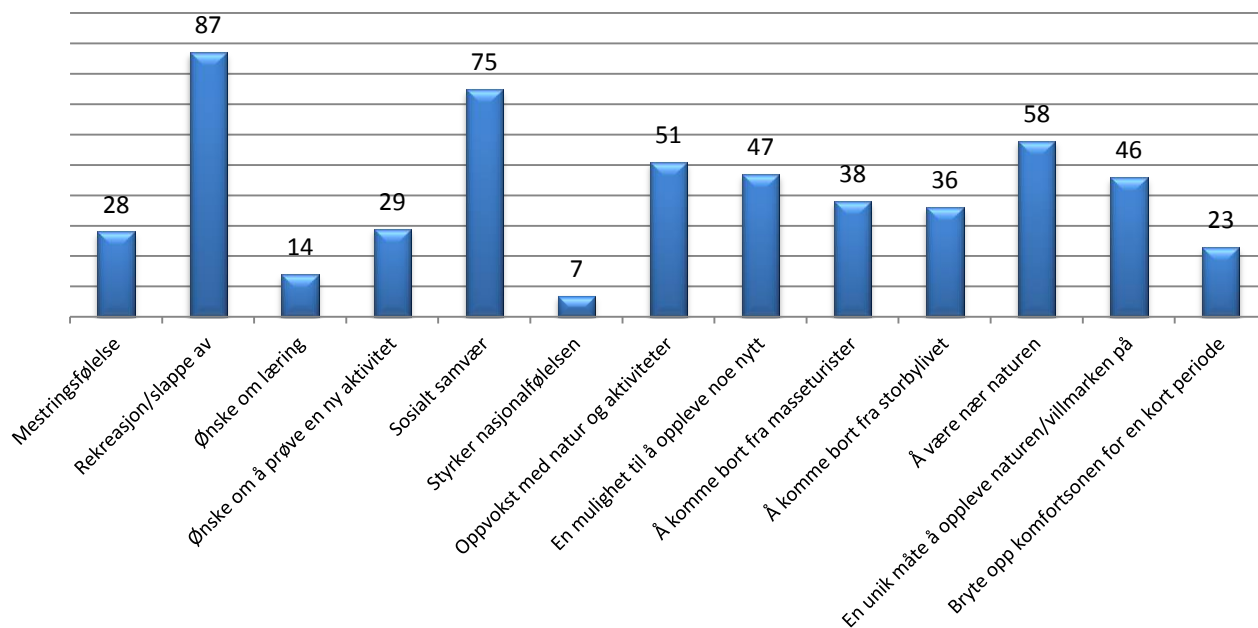
**24: Hvilken grad av fysisk påkjenning søker du på din ferie**



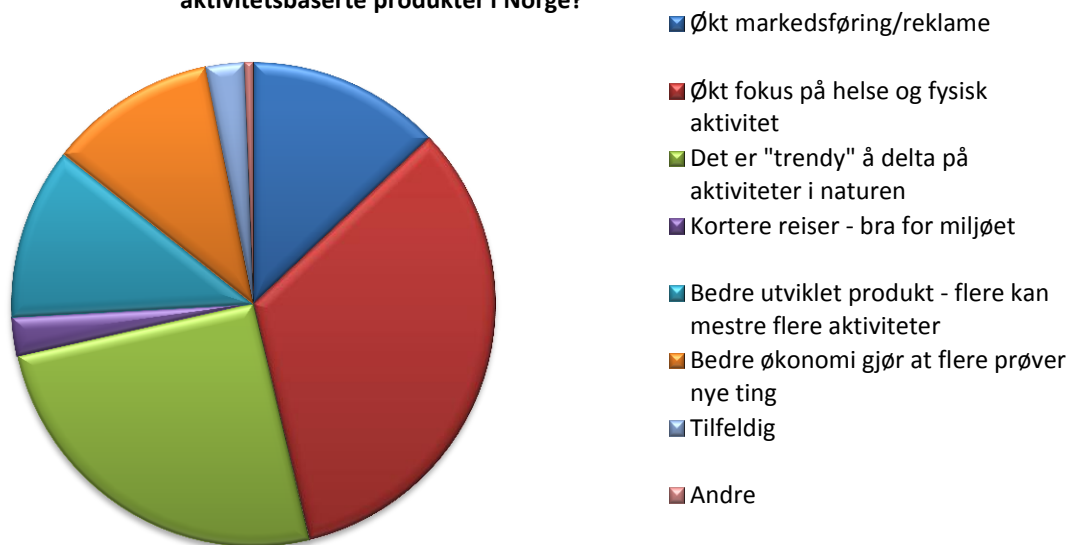
**25: Hvorfor velger du aktivitetsbasert ferie i Norge i forhold til utlandet?**



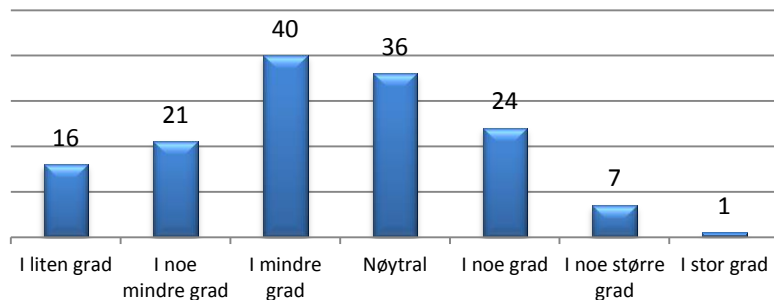
**26: Hva anser du som viktigste grunner til at du velger å drive med/delta på aktivitetsbasert ferie i Norge?**



**27: Hvorfor tror du det er en stadig økning i deltakelse av nordmenn på natur- og aktivitetsbaserte produkter i Norge?**



**28: I hvilken grad påvirkes ditt reisevalg av økende interesse for naturbaserte aktiviteter?**

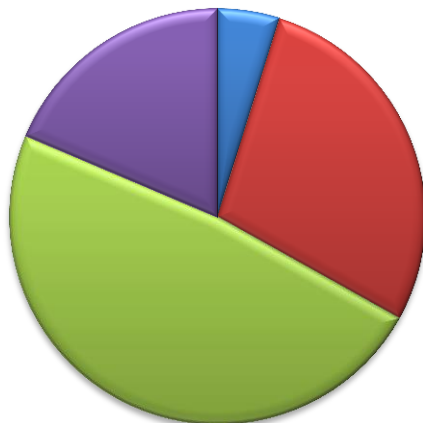


**29: De som deltar på eller driver med naturbaserte aktiviteter i ferien gjør dette fordi....**



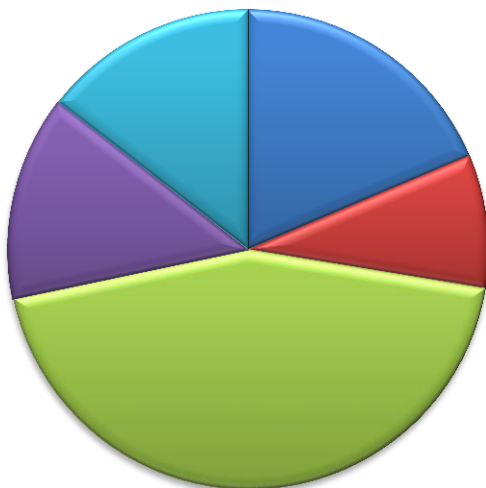
- Det er viktig å følge det som er "in"
- De har en genuin interesse for naturen
- De ønsker å dele det på sosiale medier - få oppmerksomhet
- Det er deres fritidsaktivitet/form for trening
- Det er sosialt - styrke eller få nye bekjentskap
- De ønsker å være alene i naturen - rekreasjon
- De ønsker å oppleve adrenalin ved bruk av naturens elementer
- Andre

**30: Føler du at det er nok informasjon om natur- og aktivitetsbaserte reiser i Norge?**



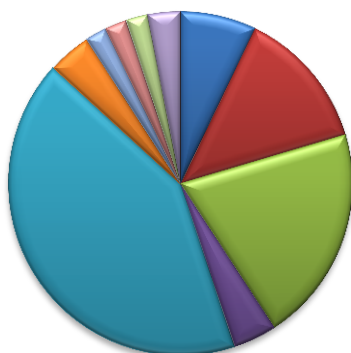
- Nei, det er vanskelig å finne informasjon om dette
- Det kan litt være tidkrevende/vanskelig å finne informasjon om dette
- Det er helt greit å finne informasjon om dette - kunne vært lettere
- Ja, det er lett å finne mye informasjon om dette

**31: Hvor i Norge planlegger du å reise ved neste aktivitetsbaserte ferie?**



- Nord-Norge
- Sør-Norge
- Vestlandet
- Østlandet
- Jeg reiste i Norge i løpet av de siste 12 mnd. Neste tur er utenlands

31: Hva ville du valgt som aktivitet ved din neste ferie dersom du hadde mulighet til å velge fritt over de ulike naturbaserte aktivitetene som kan utføres i Norge.



- Sykling
- Båt/padling/rafting
- Ski/topptur/kiting/snøscooter
- Klatring
- Fottur/vandring/fjelltur
- Jakt/se på dyr
- Riding
- Skydiving/paragliding
- Div.utendørsaktiviteter
- Besøke Nordnorge

Graf 31 er utformet basert på tekstsvar og inndelt i grupper basert på bildet under:

Div. sommer	Sykling(7)	Vann(13)	Div. vinteraktiviteter(20)	Klatring (4)	Fjelltur/Fottur (41)
Ridning	sykling	Padling	toopturer	Klatrepark	Fjelltur
Ridning	Sykling / van	Hytteliv ved	Topptur	klatring	FJELLVANDRING
	En uke down	kajak	Ski	Klatring	Tur i fjellet. Gå fra hytte til hytte, evt. ta med telt.
yoga ute	Sykkeltur	Surfing	Topptur på ski eller sykle	Rallar	Klarte preikes
Skydiving	stisykling	avslapning,	kiting eller topptur		Fjelltur
paragliding	sykling og gå	padling ned	topptur		viddetur
Lofoten	Komme meg	Rafting	Topptur ski		Gått fra Hytte til hytte i Rondane
Fotball		Rafting	snøkite		Vandring i fjellet
nordkapp		Båttur	Toppturer		fottur/biltur
hurtigruten		Reist til en	Paragliding og frikjøring		Skogstur
Dyr		Selling fra	ski		Fjelltur
se på dyr		laksefiske	Ski		Fjelltur
Ulvejakt		Elverafting	Ski i Sunnmørsalpene eller Lofoten		Hardangervidda
Hjortejakt			Ski		Fiske i Lofoten, kombinert med fjellturer i samme område.
Sykling	7		Topptur med speedriding, fallskjerm innhopp og		Ikke pønska ut noke, fjelltur i vårt vakre land kanskje...
Båt/padling/	13		Brevvandring/topptur		Gå Besseggen
Ski/topptur/	20		Brevvandring		Vandring
Klatring	4		Kiting på Hardagervidda		fottur
Fottur/vand	41		Nordlys		Fottur
Jakt/se på dy	4		Snøscooter		fjelltur
Riding	2				Fjell tur med hundene
Skydiving/pa	2				Fjellturer
Div.utendørs	2				tur fra hytte til hytte
Besøke Nord	3				Fjelltur
					Fjellturer
					gå i fjellet
					fottur/skitur
					Fottur med fiske
					Fottur/telt med familie og hund
					Fottur i fjellet
					Vinjerock-festivalen! = Fjellturer. Mange flotte festivaler på sommerstid.
					Topptur, til fots
					Gå tur i 2 uker, over Østlandet, og vestlandet. Med telt fikestang hele pakka.
					Fjellvandring
					Fjell,tur,
					Gruppereise,vandring fjellområde ,hytte
					Turer i skog og mark
					Telttur i Jotunheimen
					Besseggen
					telt-lavo tur på Finnmarksv.
					grottevandring

## Vedlegg 3: Koding av SPSS.

### *Omgjøring av spørreundersøkelsen i SPSS*

Som nevnt tidligere bruker SPSS tall for å kunne sammenligne ulike variabler. Derfor blir vi nødt til å gjøre om tekst spørsmålene. Omgjøringen ser slik ut:

- Kjønn: 0= Mann og 1= Kvinne
- Alder: 1= 18-38, 2=39-50 og 3= 51-70+
- Inntekt:
  - 1= <-- 100 000
  - 2= 100 000(tilsvare stipend)
  - 3= 150 000 – 300 000
  - 4= 300 000 – 500 000
  - 5= 500 000 – 700 000
  - 6= 700 000 -->

Noen av svaralternativene som har gradering, har vi også måttet gjøre om til tall, dette ble gjort på følgende måte:

- Hvordan vil du vurdere din fysiske form?:
  - 1= Svært dårlig
  - 2= Ganske dårlig
  - 3= Dårlig
  - 4= Nøytral
  - 5= God
  - 6= Ganske god
  - 7= Meget god
- I hvilken grad liker du å reise?:
  - 1= I liten grad
  - 2= I noe mindre grad
  - 3= I mindre grad
  - 4= Nøytral
  - 5= I noe grad
  - 6= I noe større grad
  - 7= I stor grad

Vi velger og bare vise noen av de omgjorte spørsmålene, da de alle er kodet på samme måte.